Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde

Sektör Analizleri Projesi

AĞAÇ, KAĞIT VE CAMDAN MAMUL EŞYA SEKTÖRÜ

T.C. Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü

T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları
Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi
Ağaç, Kağıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü

Proje Ekibi
Bakanlık
Genel Müdür
Necmettin ERKAN
Daire Başkanı
Nuray ÇELİK CEYLAN
Proje Koordinatörü
Faruk ÇANKAYA, Ticaret Uzmanı
Proje Ekibi
Burhan AYDIN, Ticaret Uzmanı
Anıl DURMUŞ, Ticaret Uzmanı
Seda KILIÇ, Ticaret Uzmanı
Baki Engin ÖZER, Ticaret Uzmanı

Üniversite
Proje Yöneticileri
Doç. Dr. Belgi TURAN
Öğr. Ü. Dr. Pelin ÖZGEN

Proje Ekibi
Öğr. Ü. Dr. Doğa AYDOĞAN
Öğr. Gör. Dr. Esra ŞENGÖR ŞENALP

Redaksiyon
YÜMER - Yayın Üretim Merkezi

ISBN: 978-605-5254-27-8
Basım Yılı: 2018

Yapım
Jargon Reklam Ajansı Ltd. Şti.
Tasarım ve Uygulama: Yaşar ARSLAN
Çizimler: Şeyda ERKAN
Adres: Kazım Karabekir Cad. No:95/48 06060, İskitler/ANKARA
Telefon: +90 312 284 57 46, Genel Ağ: www.jargonmedya.com
e-posta: info@jargonmedya.com
Baskı: 7Punto Tasarım Matbaacılık Ltd. Şti.
Adres: Kazım Karabekir Cad. No:95/47 İskitler/ANKARA

İrtibat
Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü
Dumlupınar Bulvarı No:151 (Eskişehir Yolu 9. Km) 06800 Çankaya ANKARA

www.ticaret.gov.tr

Bu kitap T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından Atılım Üniversitesine hazırlattırılmıştır. Kitabın telif hakkı Bakanlığa, içerik bakımından sorumluluğu Üniversiteye aittir. Kitapta yer alan bilgiler kaynak gösterilerek kullanılabilir.

HALKBANK
Katkılarıyla...

İçindekiler

Takdim / 1

Yönetici Özeti / 3

Giriş / 7

AMAÇ VE KAPSAM / 8

VERİ TOPLAMA YÖNTEMLERİ / 9

Odak Grup Toplantıları / 9

İyi Uygulamaların Yerinde İncelenmesi / 10

Sektördeki Büyük Şirketler ile Mülakatlar / 12

Esnaf İşyeri Ziyaretleri / 15

Anket Çalışması / 15

BİRİNCİ BÖLÜM

SEKTÖREL / ALT SEKTÖRE İLİŞKİN

BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

1.1. SEKTÖRÜN TANIMI / 20

1.2. SEKTÖRE İLİŞKİN İSTATİSTİKİ VERİLER / 33

1.3. SEKTÖRÜN BÖLGELER İTİBARIYLA DAĞILIMI / 38

1.3.1. Akdeniz Bölgesi / 38

1.3.2. Doğu Anadolu Bölgesi / 43

1.3.3. Ege Bölgesi / 49

1.3.4. Güneydoğu Anadolu Bölgesi / 53

1.3.5. İç Anadolu Bölgesi / 58

1.3.6. Karadeniz Bölgesi / 63

1.3.7. Marmara Bölgesi / 73

1.4. SEKTÖRÜN ÜLKE EKONOMİSİNDEKİ YERİ / 78

1.4.1. Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 82

1.4.1.1. Dış Ticaret / 85

1.4.2. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 87

1.4.2.1. Dış Ticaret / 88

1.4.3. Camcılık ve Aynacılık Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 88

1.4.3.1. Dış Ticaret / 89

1.4.3.1.1. İhracat / 90

1.4.3.1.2. İthalat / 92

1.4.4. Mahrukatçılık Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 92

1.4.4.1. Dış Ticaret / 93

1.4.4.1.1. İhracat / 95

1.4.4.1.2. İthalat / 95

1.4.5. Züccaciye Ürünleri Ticareti Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 96

1.4.5.1. Dış Ticaret / 97

1.4.5.1.1. İhracat / 97

1.4.5.1.2. İthalat / 98

1.4.6. Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 98

1.4.6.1. Dış Ticaret / 99

1.4.6.1.1. İhracat / 100

1.4.6.1.2. İthalat / 100

1.4.7. Kerestecilik Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 101

1.4.7.1. Dış Ticaret / 102

1.4.7.1.1. İhracat / 103

1.4.7.1.2. İthalat / 103

1.4.8. Matbaacılık Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri / 104

1.4.8.1. Dış Ticaret / 105

1.4.8.1.1. İhracat / 105

1.4.8.1.2. İthalat / 106

1.5. SEKTÖRÜN İNSAN KAYNAĞI ANALİZİ / 107

1.6. SEKTÖRÜN İHRACAT POTANSİYELİ / 114

1.6.1. Mobilyacılık Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli / 119

1.6.2. Camcılık ve Aynacılık Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli / 121

1.6.3. Züccaciyecilik Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli / 124

1.6.4. Kitapçılık, Kırtasiyecilik ve Matbaacılık Mesleklerinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli / 125

1.6.5. Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli / 126

1.7. TÜKETİCİLERİN SEKTÖRÜN ÜRETTİĞİ MAL ve HİZMETLERDEN MEMNUNİYET DURUMU ve BEKLENTİLERİ / 127

1.7.1. Mobilyacılık Esnaf ve Sanatkârlarının Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler / 127

1.7.2. Kırtasiyecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler / 141

1.7.3. Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler / 143

1.7.4. Müşterilerin Esnaf ve Sanatkâr Algısına İlişkin Genel Sorular / 144

1.7.5. Müşterileri Beklentileri ve Önerileri / 151

1.8. SEKTÖRÜN GZFT ANALİZİ / 152

1.8.1. Ağaç Ürünleri Alt Sektörü / 152

1.8.2. Kâğıt Ürünleri Alt Sektörü / 153

1.8.3. Cam Ürünleri Alt Sektörü / 154

1.9. SEKTÖRÜN REKABET ANALİZİ / 155

1.9.1. Ağaç Ürünleri Alt Sektörü / 155

1.9.2. Kâğıt Ürünleri Alt Sektörü / 159

1.9.3. Camdan Mamul Eşya Alt Sektörü / 161

1.10. SEKTÖRÜN DÜNYADAKİ VE İNCELENEN ÜLKELERDEKİ DURUMU / 163

1.10.1. Genel Durum / 163

1.10.2. Yıllara Bağlı Gelişim / 165

1.10.3. Ekonomi İçindeki Yeri / 171

1.10.4. İstihdama Etkisi / 183

1.10.5. Diğer Sektörler İle İlişkiler, Etkileşimde Olunan Diğer Makro Politikalar ve Gelişmeler / 185

1.10.6. Sektörde Yer Alan Büyük Ölçekli Şirketler / 186

1.11. SEKTÖRDEKİ İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ / 192

1.12. SEKTÖRDE FAALİYET GÖSTEREN ESNAF ve SANATKÂRLARIN KARŞI KARŞIYA OLDUĞU SORUNLAR / 196

1.12.1. İşe Başlangıç Süreçleri İle İlgili Sorunlar / 196
1.12.2. Üretim İle İlgili Sorunlar / 197
1.12.3. Finansman İle İlgili Sorunlar / 199
1.12.4. İnsan Kaynakları İle İlgili Sorunlar / 200
1.12.5. Rekabet İle İlgili Sorunlar / 202
1.12.6. Mevzuat İle İlgili Sorunlar / 203
1.12.7. Meslek Kuruluşları İle İlgili Sorunlar / 212

İKİNCİ BÖLÜM
SEKTÖRDE/ALT SEKTÖRDE YER ALAN MESLEKLERE İLİŞKİN BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

2.1. MOBİLYACILIK (MOBİLYA İMÂL ve SATICILIĞI, MOBİLYA DÖŞEMECİLİĞİ, MOBİLYA TAMİRCİLİĞİ, MOBİLYA BOYACILIĞI ve CİLACILIĞI) / 214
2.1.1. Mesleğin Tanımı / 214
2.1.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 215
2.1.2.1. Orman Ürünleri Sanayii Tarihsel Gelişimi / 215
2.1.2.2. Mobilya ve Mobilyacılık Tarihçesi / 216
2.1.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 218
2.1.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 220
2.1.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 222
2.1.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 224
2.1.6.1. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 224
2.1.7. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 226
2.1.8. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 227
2.1.8.1. Dış Ticaret / 229
2.1.9. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 231
2.1.10. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 231
2.1.11. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 232
2.1.12. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 233
2.1.13. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 234
2.1.14. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 240

2.1.15. Mesleğin Rekabet Analizi / 240
2.1.16. Mesleğin GZFT Analizi / 240
2.1.17. Mesleğe Özgü Sorunlar / 241
2.1.18. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 241
2.2. MARANGOZLUK / 244
2.2.1. Mesleğin Tanımı / 244
2.2.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 246
2.2.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 248
2.2.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 248
2.2.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 249
2.2.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 251
2.2.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 251
2.2.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 252
2.2.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 252
2.2.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 253
2.2.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 253
2.2.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 253
2.2.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 253
2.2.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 253
2.2.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 254
2.2.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 254
2.2.17. Mesleğin GZFT Analizi / 254
2.2.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 254
2.2.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 254
2.3. TURİSTİK, OTANTİK, HEDİYELİK Ve HATIRA EŞYA İMAL Ve SATICILIĞI / 255
2.3.1. Mesleğin Tanımı / 255
2.3.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 256
2.3.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 257
2.3.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 257
2.3.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 258

2.3.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 258
2.3.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 258
2.3.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 259
2.3.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 259
2.3.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 260
2.3.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 260
2.3.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 261
2.3.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 262
2.3.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 263
2.3.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 263
2.3.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 263
2.3.17. Mesleğin GZFT Analizi / 263
2.3.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 264
2.3.18.1. Mevzuat İle İlgili Sorunlar / 264
2.3.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 264

2.4. KIRTASİYECİLİK VE KİTAPÇILIK / 266

2.4.1. Mesleğin Tanımı / 266
2.4.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 267
2.4.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 269
2.4.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 269
2.4.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 270
2.4.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 272
2.4.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 272
2.4.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 274
2.4.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 274
2.4.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 275
2.4.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 276
2.4.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 276
2.4.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 276

2.4.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 277
2.4.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 277
2.4.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 277
2.4.17. Mesleğin GZFT Analizi / 277
2.4.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 278
2.4.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 280
2.5. ZÜCCACİYECİLİK / 281
2.5.1. Mesleğin Tanımı / 281
2.5.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 282
2.5.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 283
2.5.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 283
2.5.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 284
2.5.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 286
2.5.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 286
2.5.8. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 287
2.5.9. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 288
2.5.10. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 288
2.5.11. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 289
2.5.12. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 289
2.5.13. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 290
2.5.14. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 290
2.5.15. Mesleğin Rekabet Analizi / 290
2.5.16. Mesleğin GZFT Analizi / 290
2.5.17. Mesleğe Özgü Sorunlar / 291
2.5.18. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 291
2.6. MAHRUKATÇILIK / 292
2.6.1. Mesleğin Tanımı / 292
2.6.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 293
2.6.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 294

2.6.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 295
2.6.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 295
2.6.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 299
2.6.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 300
2.6.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 301
2.6.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 301
2.6.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 302
2.6.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 302
2.6.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 304
2.6.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 304
2.6.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 304
2.6.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 309
2.6.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 309
2.6.17. Mesleğin GZFT Analizi / 310
2.6.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 310
2.6.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 312

2.7. MATBAACILIK / 312

2.7.1. Mesleğin Tanımı / 312
2.7.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 314
2.7.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 315
2.7.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 315
2.7.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 316
2.7.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 318
2.7.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 318
2.7.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 319
2.7.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 320
2.7.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 322
2.7.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 322
2.7.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 323
2.7.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 323

2.7.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 324
2.7.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 324
2.7.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 324
2.7.17. Mesleğin GZFT Analizi / 324
2.7.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 325
2.7.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 325
2.8. CAMCILIK VE AYNACILIK / 327
2.8.1. Mesleğin Tanımı / 327
2.8.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 328
2.8.2.1. Camcılık / 328
2.8.2.2. Aynacılık / 329
2.8.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 330
2.8.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 330
2.8.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 331
2.8.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 332
2.8.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 332
2.8.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 333
2.8.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 333
2.8.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 335
2.8.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 335
2.8.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 338
2.8.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 338
2.8.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 339
2.8.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 339
2.8.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 339
2.8.17. Mesleğin GZFT Analizi / 339
2.8.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 340
2.8.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 340

2.9. KERESTE İMAL VE SATICILIĞI / 341

2.9.1. Mesleğin Tanımı / 341

2.9.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 342

2.9.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 343

2.9.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 344

2.9.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri / 345

2.9.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 345

2.9.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 345

2.9.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 346

2.9.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 347

2.9.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 348

2.9.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 348

2.9.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 349

2.9.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri / 350

2.9.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 350

2.9.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri / 350

2.9.16. Mesleğin Rekabet Analizi / 350

2.9.17. Mesleğin GZFT Analizi / 351

2.9.18. Mesleğe Özgü Sorunlar / 352

2.9.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 354

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

3.1. GENEL DEĞERLENDİRME / 358

3.2. STRATEJİ ÖNERİLERİ / 361

3.2.1. Kooperatifleşme / 361

3.2.2. Kümelenmenin Yaygınlaştırılması / 362

3.2.3. Teknoloji, İnovasyon ve Tasarıma Ağırlık Verilmesi / 362

3.2.4. Sektördeki Çırak ve Nitelik Eleman İhtiyacının Karşılanması / 363

3.2.5. Meslek Odalarının Yeniden Yapılandırılması / 364

3.2.6. Sektöre Verilen Teşvik ve Desteklerin Arttırılması / 364

EK 1: AĞAÇ KÂĞIT CAMDAN MAMUL EŞYA SEKTÖRÜNDEKİ TÜM MESLEKLERİ İLGİLENDİREN MEVZUAT / 366

5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu / 366

6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu / 368

4857 Sayılı İş Kanunu / 369

6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu / 371

213 Sayılı Vergi Usul Kanunu / 371

193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu / 372

3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu / 374

5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu / 374

Çek Kanunu / 375

EK 2: SEKTÖRDEKİ İŞE BAŞLANGIÇ SÜREÇLERİ / 386

Sektörde İşe Başlangıç Süreçleri / 386

Vergi Kaydı / 386

Esnaf ve Sanatkâr Siciline Kayıt / 387

Esnaf Odasına Kayıt / 387

SGK Kaydı / 388

Esnaf ve Sanatkârların Sicil İşlemleri, Yasal Dayanakları ve Yapılış Süreleri / 389

Kısaltmalar / 395

Tablo Listesi / 396

Şekil Listesi / 401

Kaynakça / 406



Takdim

Ticari hayata sundukları katkılarıyla esnaf ve sanatkârlarımız Türkiye ekonomisinin bel kemiğini oluşturmaktadır.

Esnaf ve sanatkârlarımız, değişen ticari koşullar karşısında; ayakta kalma, kendilerini yenileme ve farklı tüketici tercihlerine hızla cevap verme konusunda desteğe ve rehberliğe ihtiyaç duyabilmektedir.

Bakanlığımızca yürütülen "Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi" çerçevesinde sayıları bugün itibarıyla 1.7 milyonun üzerinde olan; 307 meslek kolu ve 17 sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlarımızın sorun ve beklentileri ile ilgili yoğun bir tarama faaliyeti gerçekleştirilmiştir.

Yapılan odak grup toplantıları ve mevcut durum çalışmalarının derlenmesi ve analizi ile; hemen her sektörde geliştirilebilecek politikalar ile ilgili Bakanlığımızın doğrudan faydalanabileceği bir referans kaynak elde edilmektedir.

Projede emeği geçen tüm paydaş kuruluşlara, üniversitelerimize, meslek kuruluşlarımıza, proje görevlilerine ve bizatihi esnafımıza teşekkür eder; önümüzdeki dönemde hep birlikte meyvelerini toplayacağımız bu projenin hayırlı uğurlu olmasını temenni ederim.

Ruhsar PEKCAN
Ticaret Bakanı



Yönetici Özeti

Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü koordinasyonunda, Atılım Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi projesinin amacı bu sektördeki esnaf ve sanatkârın mevcut durumunu ortaya koyabilmek, esnaf ve sanatkârların sorunlarını tespit edebilmek ve bu sorunlara çözüm önerileri geliştirebilmektir. Proje kapsamında yazılı kaynak taraması, odak grup toplantıları, iyi uygulama incelemeleri, büyük işletme ve esnaf ve sanatkâr ziyaretleri ve anket çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan bu rapor, Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi projesi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların kapsamlı özeti olarak derlenmiştir.

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü; mobilya imal ve satıcılığı, marangozluk, turistik, otantik hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığı, kırtasiyecilik ve kitapçılık, züccaciyecilik, mahrukatçılık (odun, kömür vb. alım ve satımı), matbaacılık, camcılık ve aynacılık, kereste imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve cilacılığı olmak üzere 12 meslek bazında incelenmiştir.

Proje kapsamında 7 adet odak grup toplantısı gerçekleştirilmiştir. İlk altı toplantı sektördeki 12 meslekten esnaf ve sanatkâr temsilcileri ile yapılmıştır. Bu toplantılarda sektöre ilişkin, esnaf ve sanatkârların karşı karşıya kaldığı sorun ve ihtiyaçlar tespit edilmiş, esnaf ve sanatkârlar ve proje ekibi tarafından çözüm önerileri geliştirilmiştir. Tüm bu veriler ışığında sunulan çözüm önerilerinin uygulanabilirliği ve mevzuattaki güncel çalışmalar hakkında bilgi almak ve konu ile ilgili kamu kurumları yetkilileri ve temsilcileri ile bir araya gelmek üzere yedinci ve son odak grup toplantısı düzenlenmiştir. Kamu kurumları yetkilileri ile yapılan bu toplantıda Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki 12 mesleğin esnaf ve sanatkârlar için önem arz eden ve mesleklerinin sürekliliğini etkileyen sorunlar masaya yatırılmış, kamu kurum yetkililerinden gerek soruna gerekse mevzuata ilişkin detaylı bilgiler alınmış ve ilgili soruna ait herhangi bir çözüme yönelik çalışma yapılıp yapılmadığı sorgulanmıştır. Bu bağlamda kamu kurumu temsilcileri ile çözüm önerileri tartışılmış, hâlihazırda üzerinde çalışılan sorunlar, düzenleme yapılması mümkün olmayan sorunlar ve bunların sebepleri ortaya konulmuştur.

Proje kapsamındaki ikinci önemli veri toplama yöntemi iyi uygulamaların yerinde incelenmesidir. Buradaki mülakatların genel amacı, iyi uygulama örneği olarak ortaya çıkan bu oluşumların başarı öykülerini öğrenerek, bunların yaygınlaştırılması ve esnaf ve sanatkârların bu konularda bilgilendirilebilmesi için gerekli öneri ve görüşleri belirlemektir. Bu amaçla, proje araştırma ekibi tarafından, İnegöl, Kayseri ve İstanbul'da toplam 10 kurum/kuruluş ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu kapsamda başarılı kümelenme örnekleri (Mobilyakent, Mobiliyum, MASKO, İnegöl Ağaç İşleri Mobilya İhtisas Organize Sanayi Bölgesi), işbirliği ile öne çıkan başarılı esnaf ve sanatkâr odası ve dernekler (İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası, MODEF Fuarcılık, İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği, MOBSAD) ile mesleğin tarihsel gelişimi ve geleceği için olumlu uygulamaları olan kuruluşlar (Hacı Sevim Yıldız Mesleki Eğitim Kampüsü ve İnegöl Mobilya ve Ağaç Sanayi Müzesi) ziyaret edilmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, İnegöl, Kayseri ve İstanbul'da

yerinde ziyaret edilen iyi uygulama örnekleri, aynı alanda çalışan esnaf ve sanatkârlar ve firmaların birlikte hareket etmesinin öneminin vurgulanması, işbirliklerinin arttırılması ve bunların bütüncül fayda yarattığının belirlenmesi açısından önem taşımaktadır.

İyi uygulamaların yerinde incelenmesi ile eş zamanlı olarak sektörde çalışan sayısı 50'den fazla büyük ölçekli şirketin yönetici düzeyinde yetkilileri ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatların amacı büyük ölçekli şirketlerin başarı hikâyesini tespit etmek, sektördeki esnaf ve sanatkârlara ilişkin tespit ve değerlendirmelerini almak, esnaf ve sanatkârlarla mevcut durumda var olan ve gelecekte hayata geçirilebilecek işbirlikleri konusundaki görüş, öneri ve sorunlarını belirleyerek, esnaf ve sanatkârlarla yaşadıkları rekabete ilişkin tespitlerini almaktır. Bu kapsamda, proje araştırma ekibi tarafından Kayseri, İnegöl ve İstanbul'da olmak üzere, toplam 11 adet büyük ölçekli şirketle yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. İncelenen büyük ölçekli şirketlerin hepsinde de bilginin en önemli güç olarak kullanıldığı görülmektedir. Pazardaki tatmin edilmemiş bölümlerin bulunması, bu bölümlerin doğru şekilde doldurulabilmesi için gerekli olan yenilikçi ve inovatif ürünlerin tasarlanması, ihtiyaç duyulan finansmanın en az maliyetle elde edilmesi ve son olarak büyümenin sürdürülebilir olması için gerekli olan kurumsal kültürün oluşmasında gerek kurucuların kişisel çaba ve deneyimleri ile gerekse profesyonellerden alınan destekler ile başarıya ulaşıldığı görülmektedir.

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi'nin en özgün ve dolayısıyla önemli veri toplama kaynaklarından biri de yapılan anket çalışmasıdır. İki aşamadan oluşan anket çalışmasında ilk olarak, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki esnaf ve sanatkârlar, ikinci olarak da bu hizmetleri alan müşteriler kapsanmıştır. Esnaf ve sanatkâr anketi, Türkiye genelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe 12 meslekte çalışan esnaf ve sanatkârlardan oluşan ve İBBS-2 düzeyinde temsiliyeti olan örneklem ile 26 bölgede birer ilde, toplam 1103 esnaf ve sanatkâr ile gerçekleştirilmiştir. Müşterilere yönelik anket ise, İBBS-2 düzeyinde temsiliyet sağlanarak, 26 bölgede birer ilde, 18 yaş üzeri 1031 müşterinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Genel olarak anketlerden sektördeki insan kaynaklarına, rekabet durumuna, müşteri memnuniyet ve beklentilerine, üretim eğilimlerine, işe başlangıç süreçlerine, esnaf ve sanatkârın teşvik ve desteklerden memnuniyet ve yararlanma durumlarına dair çok önemli bilgiler elde edilmiştir.

Proje kapsamında çeşitli veri toplama yöntemleri ile elde edilen veriler ışığında, sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik ve teknolojik koşullara ayak uydurabilmeleri ve maddi ve sosyal durumlarının iyileştirilmesi için çeşitli öneriler ortaya konulmuştur. İlk olarak, diğer sektörlerde olduğu gibi Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe kooperatifleşmenin yaygınlaşması ile hem sektör esnaf ve sanatkârının ekonomik ve sosyal durumunun iyileştirilmesinin hem de sektörün ülke ekonomisinde yaratacağı katma değerin artırılmasının sağlanacağı düşünülmektedir. Kooperatifleşme hem üreticilere hem tüketicilere pozitif değer yaratacak, kaynakların etkin kullanımı ile potansiyel üretim seviyesine ulaşılmasını, mikro kredi ve diğer finansman imkânlarının genişletilmesini, sermaye birikiminin sağlanmasını, yeni istihdam olanaklarının yaratılmasını, girişimcilik ve ortak iş yapma kültürünün geliştirilmesini, sosyal ve beşeri sermayenin arttırılmasını mümkün kılacaktır.

Sektörde işbirliği ile sinerji yaratmanın bir diğer yolu kümelenmenin yaygınlaştırılmasıdır. Kümelenme, aralarında benzerlikler ve çeşitli ticari ve üretimsel ilişkiler bulunan

işletme ve şirketlerin aynı coğrafi alanda toplu halde faaliyette bulunması ile ortaya çıkan yapılardır. Kümelenme modeli, ulusal ve bölgesel rekabetçiliği arttıran, katılımcılar arasında pozitif dışsallıklar yaratarak, firmaların tek başlarına sağlayabileceğinden daha fazla üretim artışı sağlayan bir sistemdir. Proje kapsamında iyi uygulama örnekleri kapsamında incelenen Kayseri ve İnegöl'deki kümelenme örneklerinde, kümelenme faaliyetleri ile ilgili literatürde oluşmuş genel yargılara ve ortaya konulan bulgulara paralel gözlemler yapılmıştır. Şüphesiz ki, kümelenme sektörel gelişme ve ekonomik kalkınma için önemli bir potansiyel taşımaktadır.

İyi uygulamaların yerinde incelenmesi ve büyük işletme mülakatlarında öne çıkan önemli bir husus sektörde inovasyon ve tasarımın yarattığı katma değerdir. İşletmeleri hem ulusal hem de uluslararası rekabette öne çıkaran tasarımdır. Kayseri'de Mobilyakent bünyesinde bulunan Mobitek benzeri araştırma ve tasarım merkezlerinin yaygınlaştırılması, Türk esnaf ve sanatkârının, tasarım ve Ar-Ge desteğiyle daha modern, yenilikçi ve alternatif ürünler geliştirip ve rekabet üstünlüğü sağlamasına olanak verecektir. Tüm sektörlerde olduğu gibi Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe de çağa ayak uydurma ve ilerleme, teknolojik, sürdürülebilir ve katma değeri yüksek üretim ile sağlanacaktır. Sektörün ihracat potansiyelini arttırması ve dolayısıyla ülke ekonomisine daha fazla katkıda bulunması, yenilikçi ürün üretmesi ve dünya standartlarında kalite ve tasarım sunması ile gerçekleşecektir.

Proje kapsamında öne çıkan ve esnaf ve sanatkârımızın durumunun iyileştirilebilmesi için öncelikli müdahale alanlarından biri de devlet kurum ve kuruluşları tarafından verilen teşvik ve desteklerin iyileştirilmesidir. Hem esnaf ve sanatkârımızın ihtiyaçlarına ve maddi olanaklarına hitap edebilecek destek ve teşvik çeşitliliği yaratılması, hem de bu desteklere başvuru şartlarının kolaylaştırılması, verilen teşvik ve desteklerin ihtiyacı olan kesimlere ulaşmasını sağlayacak, krediye erişimde ve gelir dağılımında adaleti sağlamaya yönelik bir adım olacaktır.

Proje kapsamında yapılan odak grup toplantıları, esnaf ve sanatkâr ziyaretleri ve anket çalışmasında ortaya çıkan sorunlardan biri esnaf ve sanatkârın meslek odalarından duyduğu memnuniyetsizliktir. Esnaf ve sanatkârlar, odalardan yeterince hizmet alamadıklarını ve etkin bir şekilde temsil edilmediklerini belirtmektedir. Buna karşın, oda temsilcileri ise hem finansal hem de politik yetersizlikleri dolayısıyla yeterli hizmet ve temsiliyet sunamadıklarından yakınmaktadırlar. Her iki tarafta hissedilen bu memnuniyetsizliğin çözümünün meslek odalarının yeniden yapılandırılması ile çözülebileceği düşünülmektedir. Bu tür bir yapılandırma, sistemdeki çok başlılığı ve yetki karmaşasını en aza indirerek meslek kuruluşlarının yaptırım gücünü arttıracak, politika üretimini ve esnaf ve sanatkâr temsiliyetini güçlendirecektir.

Bu kapsamda tamamlanan Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi projesinin ve hazırlanan bu raporun, sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın mevcut durumunun iyileştirilebilmesine katkıda bulunması, sektör esnaf ve sanatkârına, kamu yetkililerine ve konu üzerine çalışan akademisyenlere yol göstermesi ve ihracat potansiyeli yüksek olan bir sektörün gelişmesine katkıda bulunarak Türkiye ekonomisine katma değer yaratması ümit edilmektedir.

Giriş

Bu rapor, Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü koordinasyonunda Atılım Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi projesi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların kapsamlı özeti olarak derlenmiştir.

Proje Atılım Üniversitesi akademisyenleri ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü uzmanları tarafından tamamlanmıştır.

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi projesinin amacı bu sektördeki esnaf ve sanatkârın mevcut durumunu ortaya koyabilmek, esnaf ve sanatkârın sorunlarını tespit edebilmek ve bu sorunlara çözüm önerileri geliştirebilmektir. Bu kapsamda yazılı kaynak taraması, odak grup toplantıları, esnaf ve sanatkârlar ve müşteriler ile yapılan anket çalışması, büyük şirketlerle mülakatlar ve iyi uygulama örneklerinin yerinde incelenmesi aracılığı ile veriler toplanmıştır. Projenin ve hazırlanan bu raporun Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın mevcut durumunun iyileştirilebilmesi ve Türkiye ekonomisine katma değer yaratması ümit edilmektedir.

AMAÇ VE KAPSAM

Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü ve Atılım Üniversitesi tarafından 31 Mayıs 2016 tarihinde Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi'ne ilişkin sözleşme imzalanmıştır.

Teknik şartnamede belirtiği şekilde projenin amacı,

- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumlarını, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini tespit etmek
- Tespit edilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmek
- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların rekabet gücünün arttırabilmesi için, sektördeki yurtiçi ve yurtdışı iyi uygulamaların, yeni akımların, yönetsel ve teknolojik gelişmelerin tespit edilmesi
- Bu çerçevede sektör vizyonu ortaya koymak ve sektörü bu vizyona taşıyacak gelişme eksenlerini tanımlamaktır.

Belirtilen amaç doğrultusunda Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü 12 meslek bazında incelenmiştir. Tablo 1 proje kapsamında incelenen meslekleri ve bu mesleklerdeki teknik şartname imzalandığı tarih itibarıyla esnaf ve sanatkâr dağılımlarını vermektedir.

Tablo 1. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Esnaf ve Sanatkâr Toplam Sayıları

Meslek	Toplam
Mobilya imal ve satıcılığı	21623
Marangozluk	15720
Turistik, otantik, hediyelik eşya imal ve satıcılığı	10662
Kitap ve kırtasiyecilik	9023
Züccaciyecilik	8246
Mahrukatçılık	6832
Matbaacılık	3788
Camcılık ve aynacılık	3699
Kereste imalatı ve satıcılığı	3666
Mobilya döşemeciliği	3376
Mobilya tamirciliği	1353
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1080
TOPLAM	89068

VERİ TOPLAMA YÖNTEMLERİ

Odak Grup Toplantıları

Proje kapsamında 7 adet odak grup toplantısı gerçekleştirilmiştir. İlk altı toplantı sektördeki 12 meslekten esnaf ve sanatkâr temsilcileri ile yapılmıştır. Bu toplantılarda sektöre ilişkin esnaf ve sanatkârların karşı karşıya kaldığı sorun ve ihtiyaçlar tespit edilmiş, esnaf ve sanatkârlar ve proje ekibi tarafından çözüm önerileri geliştirilmiştir. Tüm bu veriler ışığında sunulan çözüm önerilerinin uygulanabilirliği ve mevzuattaki güncel çalışmalar hakkında bilgi almak ve konu ile ilgili kamu kurumları yetkilileri ve temsilcileri ile bir araya gelmek üzere yedinci ve son odak grup toplantısı düzenlenmiştir. Kamu kurumları yetkilileri ile yapılan bu toplantıda Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki 12 mesleğin esnaf ve sanatkârları için önem arz eden ve mesleklerinin sürekliliğini etkileyen sorunlar masaya yatırılmış, kamu kurum yetkililerinden gerek soruna gerekse mevzuata ilişkin detaylı bilgiler alınmış ve ilgili soruna ait herhangi bir çözüme yönelik çalışma yapılıp yapılmadığı sorgulanmıştır. Bu bağlamda kamu kurumu temsilcileri ile çözüm önerileri tartışılmış, hâlihazırda üzerinde çalışılan sorunlar, düzenleme yapılması mümkün olmayan sorunlar ve bunların sebepleri ortaya konmuştur. Tablo 2 proje kapsamında yapılan odak grup toplantılarına dair bilgiler verilmiştir.

Tablo 2. Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Odak Grup Toplantıları

Odak Grup Toplantısı	Toplantı Tarihi ve Yeri	Katılımcı Profili	Katılımcı Sayısı
1. Odak Grup Toplantısı	20.07.2016, Ankara	Mobilya Döşemeciliği Esnaf ve Sanatkârları	9
		Kerestecilik Esnaf ve Sanatkârları	1
		Marangozluk Esnaf ve Sanatkârları	5
		Mobilya İmal ve Satıcılığı Esnaf ve Sanatkârları	8
2. Odak Grup Toplantısı	21.07.2016, Ankara	Camcılık Esnaf ve Sanatkârları	9
		Kırtasiyecilik Esnaf ve Sanatkârları	11
		Mahrukatçılık Esnaf ve Sanatkârları	4
		Matbaacılık Esnaf ve Sanatkârları	12
3. Odak Grup Toplantısı	25.11.2016, Antalya	Turistik, Otantik, Hediyelik Ve Hatıra Eşya İmal Ve Satıcılığı Esnaf ve Sanatkârları	5
4. Odak Grup Toplantısı	29.11.2016, Adana	Mobilya İmal ve Satıcılığı Esnaf ve Sanatkârları	14
		Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârları	3
5. Odak Grup Toplantısı	20.12.2016, Ankara	Mobilya Satıcılığı Esnaf ve Sanatkârları	8
		Marangozluk Esnaf ve Sanatkârları	6
		Mobilya İmalatı Esnaf ve Sanatkârları	9

6. Odak Grup Toplantısı	18.05.2017, Ankara	Matbaacılık Esnaf ve Sanatkârları	5
	31.05.2017, Ankara	Camcılık Esnaf ve Sanatkârları	5
7. Odak Grup Toplantısı	17-18.01.2018, Ankara	Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Temsilcileri	33

Odak Grup Toplantı Tekniği

İlk 6 odak toplantısı sektördeki 12 meslekten esnaf ve sanatkârın katılımı ile gerçekleştirilen toplantılardır. Paydaşların niteliklerine ilişkin olarak yapılan genel değerlendirme, paydaşların görüşlerinin karma bir moderasyon yöntemi ile alınmasının gerekli olduğunu göstermektedir. Bir günlük süre zarfında paydaş ilgi ve heyecanını diri tutacak şekilde görüşlerin yazılı ve sözlü olarak toplanmasını sağlayacak dinamik bir yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemin ayrıntıları aşağıdaki şekildedir:

1. Sorun ağacı oluşturma: Paydaşlara konuya ilişkin sorunlar yazılı olarak ifade ettirilir, tekrarlar giderilir, önceliklendirme yapılır. Paydaşlar belirlenen sorunları katılımcılarla paylaşırlar.

2. Benzer sorunların kategorileştirilmesi ve kök sorun olarak ifade edilebilecek önemli sorunların tespiti: İlk olarak paydaşların sorunlar listesinde post-it'lere yazarak yapıştırdıkları benzer sorunlar fikir birliği ile bir araya getirilerek kategorileştirilmesi sağlanır. Ardından en önemli sorun olduğu düşünülen en yüksek oya sahip sorun tespit edilir ve kök sorun olarak değerlendirilir.

3. Çözüm önerileri: Paydaşlara farklı gruplar halinde sorunların çözülmesi hususunda hangi noktaların olacağına ilişkin çalışma yaptırılır ve sorunlar belirlenirken kullanılan teknik burada da uygulanarak çözüm önerileri listelenir ve sonuçlar paylaşılır.

4. Dinamik etkileşimli paylaşım: Paydaşlar başlangıçta ve sonda ifade edilmeyen görüşleri ortaya koyar, moderatör bunları anlık olarak yazar.

Yedinci ve son odak toplantısı ise ilgili kamu kurum ve kuruluş temsilcileri, Genel Müdürlük temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Toplantıda kullanılan teknik diğer altı odak grup toplantısından biraz daha farklı olup, aşağıdaki sıralamayı takip etmiştir.

- Sorunların ilgili kurum/kuruluşu belirten tabloda yansıtılması
- Benzer sorunların kategorileştirilmesi ve ilgili kurum görüşlerinin alınması
- Kurum temsilcilerinin görüşleri ve bilgi paylaşımının ardından çözüm önerilerinin alınması
- Dinamik etkileşimli paylaşım: Paydaşlar başlangıçta ve sonda ifade edilmeyen görüşleri ortaya koyar, moderatör bunları anlık olarak yazar.

İyi Uygulamaların Yerinde İncelenmesi

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi'nin

veri toplama yöntemlerinden biri alanlarında iyi örnek teşkil eden işletme, kurum ve kuruluşların yerinde incelenmesidir. Buradaki mülakatların genel amacı, iyi uygulama örneği olarak ortaya çıkan bu oluşumların başarı öykülerini öğrenerek, bunların yaygınlaştırılması ve esnaf ve sanatkârların bu konularda bilgilendirilebilmesi için gerekli öneri ve görüşleri belirlemektir. Görüşmeler, belli başlı ve her kurum ve kuruluşa yöneltilen standart açık uçlu soruların yanı sıra, belirli cevapların daha iyi irdelenmesine ya da özel durumların açıklanmasına yönelik farklı soruların da yer alabildiği yarı yapılandırılmış şekilde tasarlanmıştır. Bu nedenle, her bir işletme ile yapılan mülakatlar ayrı zamanlarda ve tercihen kendi yerlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ses kayıt cihazları ile kayıt altına alınarak, daha sonra raporlanmıştır.

Bu amaçla, proje araştırma ekibi tarafından, İnegöl, Kayseri ve İstanbul'da toplam 10 kurum/kuruluş ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu kapsamda başarılı kümelenme örnekleri (Mobilyakent, Mobiliyum, MASKO, İnegöl Ağaç İşleri Mobilya İhtisas Organize Sanayi Bölgesi), işbirliği ile öne çıkan başarılı esnaf ve sanatkâr odası ve dernekler (İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası, MODEF Fuarcılık, İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği, MOBSAD) ile mesleğin tarihsel gelişimi ve geleceği için olumlu uygulamaları olan kuruluşlar (Hacı Sevim Yıldız Mesleki Eğitim Kampüsü ve İnegöl Mobilya ve Ağaç Sanayi Müzesi) ziyaret edilmiştir. Tablo 3 bu kapsamda yapılan ziyaretler hakkında bilgi vermektedir.

Tablo 3. Proje Kapsamında Gerçekleştirilen İyi Uygulama İncelemeleri

Görüşme Tarihleri	Ziyaret Edilen Yerler	Katılımcılar	Proje Ekibi
8 Aralık 2016 İnegöl	İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası	Özcan Ayhan	Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
8 Aralık 2016 İnegöl	MODEF Fuarcılık	Salim Kaptan Özcan Ayhan Ali Karasu Kadri İncebay	Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
8 Aralık 2016 İnegöl	MOBİLİYUM Alışveriş Merkezi	Talha Timur Han	Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
8 Aralık 2016 İnegöl	İnegöl Ağaç İşleri Mobilya İhtisas Organize Sanayi Bölgesi	Eyüp Tunca	Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM

8 Aralık 2016 İnegöl	Hacı Sevim Yıldız Mesleki Eğitim Kampüsü	Mümin Baygın	Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
9 Aralık 2016 İnegöl	İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği	Bilal Peker	Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
9 Aralık 2016 İnegöl	İnegöl Mobilya Ağaç Sanayi Müzesi	Önder Kılıç	Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Burhan Aydın, ESGM Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
5–6 Ocak 2017 Kayseri	Mobilyakent	Ercan Sarıkaya	Doç. Dr. Belgi Turan, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Faruk Çankaya, ESGM Anıl Durmuş, ESGM Seda Kılıç, ESGM
25–26 Ocak 2017 İstanbul	MOBSAD	Barış Görgüç	Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM
25–26 Ocak 2017 İstanbul	MASKO SS.	Selahattin Erdoğan	Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Baki Engin Özer, ESGM Seda Kılıç, ESGM

Sektördeki Büyük Şirketler ile Mülakatlar

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi teknik şartnamesinde çalışan sayısı 50'den fazla olan 8 adet büyük ölçekli şirketin yönetici düzeyinde yetkilileri ile mülakatlar yapılacağı hükme bağlanmıştır. Mülakatların genel amacı, büyük ölçekli şirketlerin başarı hikâyesini tespit etmek, sektördeki esnaf ve sanatkârlara ilişkin tespit ve değerlendirmelerini almak, esnaf ve sanatkârlarla mevcut durumda var olan ve gelecekte hayata geçirilebilecek işbirlikleri konusundaki görüş, öneri ve sorunlarını be-

lirleyerek, esnaf ve sanatkârlarla yaşadıkları rekabete ilişkin tespitlerini almaktır. Mülakat tekniği iyi uygulamaların yerinde incelenmesinde kullanılan tekniktir. Görüşmeler, her şirkete yöneltilen belli başlı ve standart açık uçlu soruların yanı sıra, belirli cevapların daha iyi irdelenmesine ya da özel durumların açıklanmasına yönelik farklı soruların da yer alabildiği yarı yapılandırılmış şekilde tasarlanmıştır. Bu kapsamda, proje araştırma ekibi tarafından Kayseri, İnegöl ve İstanbul'da olmak üzere, toplam 11 adet büyük ölçekli şirketle yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Tablo 4 gerçekleştirilen büyük ölçekli şirket mülakatları hakkında bilgileri vermektedir.

Tablo 4. Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Büyük Ölçekli Şirket Mülakatları

	Görüşme Tarihi	Görüşülen Şirket	Şirket Yetkilisi	Proje Ekibi
1	09.12.2016	WELTEW MOBİLYA	A.Kerim Uslu	Öğr. Ü.Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Öğr. Gör. Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç, ESGM Burhan Aydın, ESGM Baki Engin ÖZER, ESGM
2	09.12.2016	ÇİLEK MOBİLYA	Sezer Selim	Öğr. Ü.Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi. Öğr. Gör. Dr. Esra Şengör Şenalp, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç, ESGM Burhan Aydın, ESGM Baki Engin ÖZER, ESGM
3	06.01.2017	LADİN MOBİLYA	Sedat Böyük	Doç. Dr. Belgi Turan, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Faruk Çankaya, ESGM Anıl Durmuş, ESGM Seda Kılıç, ESGM

4	06.01.2017	REDOF OFİS MOBİLYALARI	Ahmet Özderya	Doç. Dr. Belgi Turan, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Faruk Çankaya, ESGM Anıl Durmuş, ESGM Seda Kılıç, ESGM
5	06.01.2017	SEFES MOBİLYA	Şafak Çivici	Doç. Dr. Belgi Turan, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Faruk Çankaya, ESGM Anıl Durmuş, ESGM Seda Kılıç, ESGM
6	06.01.2017	SERHAT MOBİLYA	Ahmet Akkaş	Doç. Dr. Belgi Turan, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Faruk Çankaya, ESGM Anıl Durmuş, ESGM Seda Kılıç, ESGM
7	26.01.2017	ATLAS KIRTASİYE	Kıvanç Satuhan	Öğr. Ü.Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç, ESGM Engin Özer, ESGM
8	26.01.2017	KORKMAZ A.Ş.	Kerim Korkmaz	Öğr. Ü.Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç, ESGM Engin Özer, ESGM

9	27.01.2017	KARACA ZÜCCACİYE	Galip Bağcı	Öğr. Ü.Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç, ESGM Engin Özer, ESGM
10	27.01.2017	KASTAMONU ENTEGRE	Mustafa Ağır, Naci Güngör	Öğr. Ü.Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç, ESGM Engin Özer, ESGM
11	27.01.2017	ŞİŞECAM A.Ş.	Gül Pekışık	Öğr. Ü.Dr. Pelin Özgen, Atılım Üniversitesi Öğr. Ü. Dr. Doğa Elçin, Atılım Üniversitesi Seda Kılıç ESGM Engin Özer, ESGM

Esnaf İşyeri Ziyaretleri

Proje kapsamında yapılan odak grup toplantıları, iyi uygulama örneklerinin incelenmesi ve büyük işletme ziyaretlerinin yanında mümkün olduğunca farklı görüş açısı elde edebilmek amacı ile her meslekten en az iki esnaf ve sanatkâr iş yerlerinde ziyaret edilmiştir. Bu kapsamda Adana, Antalya, Kayseri ve Ankara illerinde 10 meslekte 20 iş yeri ziyareti gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, diğer mülakatlarda olduğu gibi, standart açık uçlu soruların yanı sıra, belirli cevapların daha iyi irdelenmesine ya da özel durumların açıklanmasına yönelik farklı soruların da yer alabildiği yarı yapılandırılmış şekilde tasarlanmıştır.

Anket Çalışması

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi'nin en özgün ve dolayısıyla önemli veri toplama kaynaklarından biri yapılan anket çalışmasıdır. İki aşamadan oluşan anket çalışmasında ilk olarak, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki esnaf ve sanatkârlar, ikinci olarak da bu hizmetleri alan müşteriler kapsanmıştır.

Esnaf Anketi

Esnaf anketi, Türkiye genelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe 12 meslekte çalışan esnaf ve sanatkârlardan oluşan ve İBBS-2 düzeyinde temsiliyeti olan örnek-

lem ile 26 bölgede birer ilde gerçekleştirilmiştir. Örneklemin İBBS-2 bölgelerine dağılımı iki aşamada yapılmıştır. Örneklem ilk olarak bölgelerdeki ve daha sonra da her bir meslek grubundaki esnaf ve sanatkâr sayısına göre tabakalandırılmış olup, her tabakaya ağırlıklı olarak dağıtılmıştır. Hazırlanan anket sorularının amaca uygunluğunu ve uygulanabilirliğini tespit etmek amacıyla Ankara ilinde pilot uygulama yapılmıştır. Sektördeki toplamda 50 esnaf ve sanatkâr ile görüşülerek anket formlarının işlerliği gözlenmiş, çalışma sonrasında formlarda gerekli revizyonlar yapılarak çalışmanın sahası başlatılmıştır. Sonuç olarak örneklem planında hem bölge bazında hem de meslek bazında Türkiye profili ile örtüşen, Türkiye temsili bir dağılım yapılmıştır. Toplamda 1103 esnaf ve sanatkâr ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarının betimsel analizi 3 alt meslek grubu i) mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik, ii) camcılık ve aynacılık, hediyelik eşya, züccaciyecilik, iii) kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık, esas alınarak yapılmıştır. Tablo 5 anketin yapıldığı 26 ili ve katılımcılarının illere göre dağılımını göstermektedir. Tablo 6 ise örneklemin meslekllere göre dağılımını vermektedir.

Tablo 5. Esnaf Anketi Örnekleminin Mesleklere Göre Dağılımı

Meslek	Esnaf
Camcılık ve Aynacılık	45
Kereste İmal ve Satıcılığı	46
Kırtasiyecilik	104
Kitapçılık	12
Mahrukatçılık (Odun, Kömür vb. Alım ve Satımı)	86
Marangozluk ve Dülgerlik	182
Matbaacılık (Tipo, Ofset ve Dijital Baskıcılık, Bıçakçılık)	48
Mobilya Döşemeciliği	42
Mobilya İmal ve Satıcılığı	247
Mobilya Satıcılığı	33
Mobilya Tamirciliği	15
Turistik, Otantik Hediyelik ve Hatıra Eşya İmal ve Satıcılığı	137
Züccaciyecilik	106

Tablo 6. Esnaf Anketi Örnekleminin 26 Bölgeye Göre Dağılımı

Bölge	Sayı
Adana alt bölgesi	58
Ağrı alt bölgesi	10
Ankara alt bölgesi	71
Antalya alt bölgesi	60
Aydın alt bölgesi	69

Balıkesir alt bölgesi	46
Bursa alt bölgesi	52
Erzurum alt bölgesi	16
Gaziantep alt bölgesi	32
Hatay alt bölgesi	51
İstanbul alt bölgesi	79
İzmir alt bölgesi	72
Kastamonu alt bölgesi	20
Kayseri alt bölgesi	36
Kırıkkale alt bölgesi	29
Kocaeli alt bölgesi	53
Konya alt bölgesi	36
Malatya alt bölgesi	26
Manisa alt bölgesi	56
Mardin alt bölgesi	18
Samsun alt bölgesi	55
Şanlıurfa alt bölgesi	33
Tekirdağ alt bölgesi	29
Trabzon alt bölgesi	53
Van alt bölgesi	21
Zonguldak alt bölgesi	22
Genel Toplam	1103

Müşteri Anketi

Müşteri görüşlerine yönelik yapılan anket çalışmasında araştırma evrenini Türkiye genelinde araştırmaya konu olan mobilya, kitap, kırtasiye, camdan mamul eşya ve benzeri ürünleri satın alan, 18 yaş üzerindeki müşteriler oluşturmakta olup; İBBS-2 bölgelerinde birer ilde toplam 1031 katılımcı ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. İlk olarak, hazırlanan anket sorularının amaca uygunluğunu ve uygulanabilirliğini tespit etmek amacıyla Ankara ilinde pilot uygulama yapılmıştır. Sektördeki toplamda 50 esnaf ve sanatkâr ile görüşülerek anket formlarının işlerliği gözlenmiş, çalışma sonrasında formlarda gerekli revizyonlar yapılarak çalışmanın sahası başlatılmıştır. Tablo 7 örneklemin illere göre dağılımını vermektedir.

Tablo 7. Müşteri Anketi Örnekleminin 26 Bölgeye Göre Dağılımı

Şehir	Sayı	%
Adana	53	5,1
Ağrı	8	,8
Ankara	66	6,4
Antalya	77	7,5
Aydın	64	6,2
Balıkesir	40	3,9
Bursa	49	4,8
Erzurum	14	1,4
Gaziantep	29	2,8
Hatay	47	4,6
İstanbul	73	7,1
İzmir	66	6,4
Kastamonu	18	1,7
Kayseri	36	3,5
Kocaeli	48	4,7
Konya	33	3,2
Malatya	22	2,1
Manisa	51	4,9
Mardin	16	1,6
Samsun	49	4,8
Tekirdağ	28	2,7
Trabzon	50	4,8
Tunceli	28	2,7
Van	18	1,7
Zonguldak	20	1,9
Kırıkkale	28	2,7
TOPLAM	1031	100,0



Bölüm 1

Sektörel/Alt Sektöre İlişkin
Bulgu ve Değerlendirmeler



1. SEKTÖREL / ALT SEKTÖRE İLİŞKİN BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

1.1. SEKTÖRÜN TANIMI

11 Haziran 2007 tarih ve 26551 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan, Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:1'e göre ve TESKOMB İndeksine[1] göre esnaf ve sanatkâr kolları ikiye ayrılmaktadır. Bunlar imalât ve tamiratla ilgili meslek kolları ve hizmetle ilgili meslek kollarıdır. Ağaçtan mamul eşya imâlciliği ve tamirciliği, kâğıt ve basımla ilgili sanatlar ve cam mamulleri imâlciliği, imalât ve tamiratla ilgili meslek kolları arasında sayılmaktadır.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:1'e göre, İmalat ve tamiratla ilgili meslek kolları içinde, 4. Başlıkta, Metalden Başka Maddelerden Mamul Eşya kolları sayılmıştır. Turistik, Otantik Hediyelik ve Hatıra Eşya İmal ve Satıcılığı 4. Başlık içinde zikredilmiştir.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:1'e göre, İmalât ve tamiratla ilgili meslek kolları içinde beşinci başlıkta, Ağaçtan Mamul Eşya sayılmıştır. Mobilya imal ve satıcılığı, marangozluk, mahrukatçılık, kereste imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve cilacılığı, Ağaçtan Mamul Eşya kolu içindedir.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:1'e göre, İmalât ve tamiratla ilgili meslek kolları içinde, 9. Başlıkta, "Kâğıt, Kırtasiye ve Basımla İlgili Sanatlar" yazmaktadır. Kırtasiye ve sarf malzemeleri imal ve satıcılığı, matbaacılık, 9. Başlık altındadır.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:1'e göre, İmalât ve tamiratla ilgili meslek kolları içinde, 13. Başlık, "Camdan Mamul Eşya" başlıklıdır. Züccaciyecilik ile camcılık ve aynacılık ise 13. başlık altında yer almaktadır.

21.5.2016 tarih ve 29718 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:2'de, esnaf ve sanatkâr meslek kolları yeniden belirlenmiştir. 1 No'lu Koordinasyon Kurulu Kararı yürürlükten kaldırılmıştır (m.4). 2 No.'lu Karar yayımı tarihinden altı ay sonra yürürlüğe girecektir (m.5). Buna göre 2 No'lu Karar, 21.11.2016 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:2'ye göre Ağaç ve Ağaçtan Mamul Eşya (Sektör Tanımı Başlığı Altında) A Sektör kodu verilerek kategorize edilmiştir. Kereste İmalâtı ve Ticareti (A.03), Marangozluk (A.04), Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı (A.05), Mobilya Döşemeciliği (A.06), Mobilya İmal Onarım ve Ticareti (A.07), Yakacak İmalâtı ve Ticareti (A.09) başlıkları, Ağaç ve Ağaçtan Mamul Eşya sektörü başlığı altında yer almaktadır.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:2'ye göre Kırtasiye, Fotoğraf, Basın ve Yayın (Sektör Tanımı Başlığı Altında) G Sek-

1 http://www.teskomb.org.tr/index.asp?p=70 (4.11.2016).

tör kodu verilerek kategorize edilmiştir. Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalatı ve Ticareti (G.04), Kırtasiye Sarf Malzemeleri İmalâtı (G.05), Kitap ve Kırtasiyecilik (G.07), Matbaacılık Faaliyetleri (G.09), Kırtasiye, Fotoğraf, Basın ve Yayın sektörü başlığı altında yer almaktadır.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:2'ye göre, Kimyasal, Plastik vb. Ürünler (Sektör tanımı başlığı altında) H Sektör kodu verilerek kategorize edilmiştir. Züccaciye Ürünleri Ticareti (H.07), Kimyasal, Plastik Vb. Ürünler sektörü başlığı altında yer almaktadır.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:2'ye göre, Kültür, Sanat ve Eğitim (Sektör tanımı başlığı altında) I Sektör kodu verilerek kategorize edilmiştir. Hediyelik Eşya İmalâtı ve Ticareti (I.04), Kültür, Sanat ve Eğitim sektörü başlığı altında yer almaktadır.

Esnaf ve Sanatkârlar ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı, Karar No:2'ye göre, Yapı Sanatları ve Yapı Malzemeleri (Sektör tanımı başlığı altında) R sektör kodu verilerek kategorize edilmiştir. Cam ve Cam Ürünleri İmalâtı ve Ticareti (hareli cam, minecilik, üfleme cam vb. dâhil), (R.08), Yapı Sanatları ve Yapı Malzemeleri sektörü başlığı altında yer almaktadır.

21.05.2016 tarihli ve 29718 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun 2 no.lu Kararıyla ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 63 üncü maddesi gereğince "Esnaf ve Sanatkâr Meslek Kolları" yeniden belirlenmiştir. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu ile 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununa göre esnaf ve sanatkâr tanımı dışında kalanlar ile sanayici ve tacir tanımı içinde yer alanların ise esnaf ve sanatkâr sayılmayacağı belirtilmiştir.

Ayrıca bu kararda, Esnaf ve Sanatkâr Meslek Kolları ile Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ilan edilen NACE Rev.2 (Altılı Düzey) Ekonomik Faaliyet Sınıflamasında belirlenen faaliyet kodlarının eşleştirilmesinin, Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü tarafından yapılacağı hükmü yer almaktadır. Koordinasyon Kurulunun 2 no.lu Kararının üçüncü maddesi uyarınca; meslek kollarına göre esnaf ve sanatkârların kullanabilecekleri Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ilan edilen NACE Rev.2 Altılı Düzey Ekonomik Faaliyet Sınıflamasında belirlenen faaliyet kodları güncellenmiştir.

Tablo 8. NACE Sınıflandırmaları

A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.01	Büro mobilya ve aksesuarları ticareti	77.33.02	Büro mobilyalarının kiralanması ve leasingi (büro sandalyesi ve masasının kiralanması dâhil) (finansal leasing hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.02	Hasırcılık, sepetçilik (sepet örücülüğü, süpürge yapımı, sap örücülüğü ve sapçılık dâhil)	16.29.07	Hasır veya diğer örme malzemesinden (kamış, saz, saman vb.) eşyaların imalatı ile sepet türü ve hasır işi eşyaların imalatı

A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.02	Hasırcılık, sepetçilik (sepet örücülüğü, süpürge yapımı, sap örücülüğü ve sapçılık dâhil)	46.49.05	Hasır eşyalar, mantar eşyalar ve diğer ahşap ürünlerin toptan ticareti (ip vb. için makaralar dâhil)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	02.40.01	Ormanda ağaçların kesilmesi, dallarından temizlenmesi, soyulması vb. destekleyici faaliyetler
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	02.40.02	Ormanda kesilmiş ve temizlenmiş ağaçların taşınması, istiflenmesi ve yüklenmesi faaliyetleri
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	16.10.01	Kereste imalatı (ağaçların biçilmesi, planyalanması, rendelenmesi ve şekillendirilmesi faaliyetleri)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	16.10.06	Tomruk ve kerestelerin kurutulması, emprenye edilmesi veya kimyasal işlemden geçirilmesi hizmetleri (başkalarının adına olanlar)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	46.13.02	Kereste ve kereste ürünlerinin bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak toptan satışını yapan aracılar
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	46.73.01	Ağacın ilk işlenmesinden elde edilen ürünlerin toptan ticareti (kereste, ağaç yünü, talaş ve yongası, demir yolu ve tramvay traversleri, kontrplak, yonga ve lifli levhalar (mdf, sunta vb.), parke panel, ahşap varil, fıçı ve diğer muhafazalar, vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	46.73.12	İşlenmemiş ağaç (tomruk-ham haldeki) toptan ticareti (orman ağaçları, endüstriyel odunlar vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.03	Kereste imalatı ve ticareti	47.52.10	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ağacın ilk işlenmesinden elde edilen ürünlerin perakende ticareti (kereste, ağaç talaşı ve yongası, kontrplak, yonga ve lifli levhalar (mdf, sunta vb.), parke, ahşap varil, fıçı ve diğer muhafazalar, vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.10.02	Ahşap demir yolu veya tramvay traversi imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.10.03	Ağaç yünü, ağaç unu, ağaç talaşı, ağaç yonga imalatı

A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.21.01	Ahşap, bambu ve diğer odunsu malzemelerden kaplamalık plaka, levha, vb. imalatı (yaprak halde) (preslenmemiş)
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.21.02	Sıkıştırılmış lif, tahta ve tabakalar-dan kontrplak, mdf, sunta, vb. levha imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.23.01	Ahşap pencere, kapı ve bunların kasaları ve eşikleri ile ahşap mer-diven, tırabzan, veranda, parmaklık vb. imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.23.90	Başka yerde sınıflandırılmamış inşaat doğrama ve marangozluk ürünleri (ahşaptan kiriş, kalas, pa-yanda, beton kalıbı, çatı padavrası, vb.) imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.24.01	Kutu, sandık, fıçı ve benzeri ahşap ambalaj malzeme imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.24.02	Palet, kutu palet ve diğer ahşap yükleme tablaları imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.24.03	Ahşap kablo makarası, bobin, takoz, vb. imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	16.29.01	Ahşap mutfak ve sofra eşyası ima-latı (kaşık, kepçe, spatula, bardak, havan, havan eli, tepsi vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	32.99.07	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, baston ve koltuklu baston, koltuk değneği vb. imalatı (parçaları dâhil)
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	32.99.11	Mantar can simitlerinin imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	32.99.16	Yazı veya çizim tahtaları imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	46.49.25	Arı kovanı toptan ticareti
A	AĞAÇ VE AĞAÇ-TAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	46.73.14	Ahşap kapı, pencere ve bunların kasaları ile kapı eşiklerinin toptan ticareti

A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	47.52.17	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ahşap kapı, pencere ve bunların kasaları ile kapı eşiklerinin perakende ticareti
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.04	Marangozluk	47.59.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ahşap, mantar ve hasır eşyaların perakende ticareti (ahşap sofra ve mutfak eşyaları, ahşap çerçeveler, sepetçi ürünleri, mücevher vb. için ahşap kutular, ahşap biblolar, mantar ürünler, hasır vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.05	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	31.09.01	Mobilyaların boyanması, verniklenmesi, cilalanması vb. tamamlayıcı işlerin yapılması
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.06	Mobilya döşemeciliği	16.29.02	Doğal mantar (kabaca köşelendirilmiş veya blok, levha vb. halde), ezilmiş veya granül haline getirilmiş mantar ile doğal mantar veya aglomera mantar ürünlerinin imalatı (mantardan yer döşemeleri, makara, tıpa ve tıkaç dâhil)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.06	Mobilya döşemeciliği	31.09.02	Sandalyelerin, koltukların vb. döşenmesi gibi tamamlayıcı işlerin yapılması (büro ve ev mobilyalarının yeniden kaplanması hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.06	Mobilya döşemeciliği	95.24.01	Mobilyaların ve ev döşemelerinin onarımı (büro ve ev mobilyalarının yeniden döşenmesi, kaplanması, onarımı ve yenilenmesi dâhil, halı ve kilim onarımı hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.01.01	Büro, okul, ibadethane, otel, lokanta, sinema, tiyatro vb. kapalı alanlar için mobilya imalatı (taş, beton, seramikten olanlar hariç) (vestiyer, dosya dolapları, mihraplar, minberler, kürsüler, öğrenci sıraları, büro tipi sandalye ve koltuklar, vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.01.02	Laboratuvarlar ve teknik bürolar için tezgâhların ve mobilyaların imalatı (mikroskop masaları, laboratuvar masaları (vitrinli, gaz memeli, musluk tertibatlı, vb. olsun olmasın), çeker ocaklar, teçhizatsız çizim masaları, vb.)

A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.01.03	Mağazalar için tezgâh, banko, vitrin, raf, çekmeceli dolap vb. özel mobilya imalatı (laboratuvarlar ve teknik bürolar için olanlar hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.01.04	Büro mobilyalarının iskeletlerinin imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.02.01	Mutfak mobilyalarının imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.03.02	Yatak desteklerinin imalatı (yaylı veya çelik tel ağlı ahşap veya metal iskeletler, ahşap latalı döşenmiş somya bazaları, somya, karyola, vb.)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.09.03	Dikiş makinesi, TV, bilgisayar, vb. için dolap, sehpa, vb. mobilyaların imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.09.04	Yatak odası, yemek odası, banyo dolabı, genç ve çocuk odası takımı, gardırop, vestiyer, vb. imalatı (gömme dolap, masa, zigon, vb. dâhil)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.09.05	Sandalye, koltuk, kanepe, çekyat, divan, vb. iskeletlerinin imalatı (iskeletçiler) (plastik olanlar ile bürolarda kullanılanlar hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.09.06	Park ve bahçelerde kullanılan bank, masa, tabure, sandalye, koltuk, vb. mobilyaların imalatı (plastik olanlar hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	31.09.07	Sandalye, koltuk, kanepe, oturma takımı, çekyat, divan, markiz, vb. imalatı (plastik olanlar ile bürolarda ve park ve bahçelerde kullanılanlar hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	43.32.01	Hazır mutfaklar, mutfak tezgâhları, gömme dolaplar, iç merdivenler ile ince tahta, lambri ve benzerlerinin montajı işleri
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	46.15.01	Mobilyaların bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak toptan satışını yapan aracılar
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	46.47.01	Mobilya ve mobilya aksesuarları toptan ticareti (yatak dâhil)

A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	46.65.01	Büro mobilyalarının toptan ticareti
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	47.59.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ev mobilyalarının ve aksesuarlarının perakende ticareti (baza, somya, karyola dâhil, hasır ve sepetçi söğüdü gibi malzemelerden olanlar hariç)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	47.59.08	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda büro mobilyaları ve aksesuarlarının perakende ticareti
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.07	Mobilya imal, onarım ve ticareti	47.59.10	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bahçe mobilyalarının perakende ticareti
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.08	Oymacılık (neccarlık), kakmacılık ve bastonculuk (asa, nalın, takunya ve rolyef, kaşıkçılık, şimşir tarak, külek, beşik ve gölge oyunları tiplemeleri yapımı dâhil)	16.29.03	Sedef kakma ahşap işleri, kakma ile süslü ahşap eşyalar, mücevher için veya çatal-kaşık takımı ve benzeri eşyalar için ahşap kutular, ahşap biblo, heykel ve diğer süslerin imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.08	Oymacılık (neccarlık), kakmacılık ve bastonculuk (asa, nalın, takunya ve rolyef, kaşıkçılık, şimşir tarak, külek, beşik ve gölge oyunları tiplemeleri yapımı dâhil)	16.29.04	Ahşaptan iş aletleri, alet gövdeleri, alet sapları, süpürge veya fırça gövdeleri ile sapları, ayakkabı kalıpları, ahşap mandal, elbise ve şapka askıları imalatı
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.08	Oymacılık (neccarlık), kakmacılık ve bastonculuk (asa, nalın, takunya ve rolyef, kaşıkçılık, şimşir tarak, külek, beşik ve gölge oyunları tiplemeleri yapımı dâhil)	16.29.05	Ahşap çerçeve (tablo, fotoğraf, ayna ve benzeri nesneler için) ve ahşaptan diğer eşyaların imalatı (panolar, tuval için çerçeveler, ip vb. için makaralar, ayakkabının ahşap topuk ve tabanları, arı kovanları, köpek kulübeleri dâhil)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.09	Yakacak imalatı ve ticareti	02.20.01	Endüstriyel ve yakacak odun üretimi (geleneksel yöntemlerle odun kömürü üretimi dâhil)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.09	Yakacak imalatı ve ticareti	16.29.90	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer ağaç ürünleri ile enerji için yakıt kütükleri ve peletlerinin imalatı (karbonlaştırılmamış olanlar)
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.09	Yakacak imalatı ve ticareti	46.71.02	Katı yakıtlar ve bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti (linyit, taş kömürü, odun kömürü, kok kömürü, yakacak odun vb.)

A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.09	Yakacak imalatı ve ticareti	47.78.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kömür ve yakacak odun perakende ticareti
A	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA	A.09	Yakacak imalatı ve ticareti	47.99.12	Mağaza, tezgâh, pazar yeri dışında müşterinin istediği yere ulaştırılarak yapılan doğrudan yakıt satışı (kalorifer yakıtı, yakacak odun, vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.11.08	Kâğıt hamuru imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.12.07	Kâğıt ve mukavva imalatı (daha ileri sanayi işlemleri için rulo veya tabaka halinde) (ziftli, lamine, kaplanmış ve emprenye edilmiş olanlar ile krepon ve kırışık kâğıtlar dâhil)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.21.10	Bürolarda, dükkânlarda ve benzeri yerlerde kullanılan kâğıt evrak tasnif kutuları, mektup kutuları ve benzeri eşyaların imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.21.11	Kâğıt ve kartondan torba ve çanta imalatı (kese kâğıdı dâhil)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.21.12	Kâğıt veya mukavvadan koli, kutu ve benzeri muhafazaların imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.21.13	Oluklu kâğıt ve oluklu mukavva imalatı (rulo veya tabaka halinde)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.22.03	Kâğıt veya mukavvadan yapılmış tepsi, tabak, kâse, bardak ve benzerlerinin imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.23.07	Kâğıt veya mukavvadan dosya, portföy dosya, klasör ve benzerlerinin imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.23.08	Kullanıma hazır basım ve yazım kâğıdı ile diğer kâğıt ve mukavvaların imalatı (basılı olanlar hariç)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.29.01	Kâğıt veya mukavvadan etiketlerin imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.29.02	Filtre kâğıdı, kartonları ve mukavvaları, kâğıt hamurundan filtre edici blok ve levhalar ile kalıplanmış ya da sıkıştırılmış eşyaların imalatı (kâğıt veya karton esaslı contalar ve rondelalar dâhil)

G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.29.03	Sigara kâğıdı, kâğıt ve mukavvadan bobin, makara, masura, yumurta viyolü ve benzeri kâğıt, mukavva veya kâğıt hamurundan destekler ile kâğıttan hediyelik ve süs eşyaları imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	17.29.04	Jakar makinelerinde kullanmak için kâğıt ve mukavvadan kartlar ile kaydedici cihazlara mahsus diyagram kâğıtları imalatı (bobin, tabaka/disk halinde)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	32.40.01	Oyun kâğıt ve kartlarının imalatı (iskambil vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	46.18.04	Kâğıt ve karton (mukavva) ile ilgili belirli ürünlerin bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak toptan satışını yapan aracılar
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	46.49.08	Tuvalet kâğıdı, peçete, kâğıt havlu ile kâğıt tepsi, tabak, bardak, çocuk bezi vb. toptan ticareti (plastikten olanlar hariç)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.04	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı ve ticareti	46.76.02	Dökme halde kâğıt ve mukavva toptan ticareti (dökme gazete kâğıdı, sigara kâğıdı, mukavva, karbon kâğıdı, tuvalet kâğıdı, peçete, vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.05	Kırtasiye sarf malzemeleri imalatı	17.23.06	Kâğıt veya mukavvadan ana niteliği bilgi içermeyen eğitim ve ticari kırtasiye malzemeleri imalatı (ajandalar, defterler, sicil defterleri, muhasebe defterleri, ciltler, kayıt formları ve diğer benzeri kırtasiye ürünleri)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.05	Kırtasiye sarf malzemeleri imalatı	17.23.09	Baskısız zarf, mektup kartı, yazışma kartı ve benzerlerinin imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.05	Kırtasiye sarf malzemeleri imalatı	25.99.04	Adi metalden büro malzemeleri imalatı (dosya kutuları, kaşeler, zımba telleri, kâğıt ataçları vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.05	Kırtasiye sarf malzemeleri imalatı	28.23.07	Toner kartuşu, delgi aleti, zımba makinesi, bant kesicisi, yazı tahtası (akıllı tahta dâhil), kalemtıraş vb. büro alet ve donanımlarının imalatı

G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.05	Kırtasiye sarf malzemeleri imalatı	32.99.04	Mekanik olsun veya olmasın her çeşit dolma kalem, tükenmez ve kurşun kalem ile boya kalemi, pastel boya imalatı (kalem ucu ve kurşun kalem içleri dâhil)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.11.01	Kitap yayımı (broşür, risale, ansiklopedi, vb. dâhil, çocuk kitaplarının, ders kitaplarının ve yardımcı ders kitaplarının yayımlanması hariç)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.11.03	Çocuk kitaplarının yayımlanması
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.11.04	Ders kitaplarının ve yardımcı ders kitaplarının yayımlanması (sözlük, atlas, grafikler, haritalar vb. dâhil)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.12.01	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması (telefon rehberleri, iş ve ticaret rehberleri, belediye ve şehir rehberleri, vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.14.02	Eğitime destek amaçlı dergi ve süreli yayınların yayımlanması (haftada dörtten az yayımlananlar)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.14.03	Bilimsel, teknik, kültürel vb. dergi ve süreli yayınların yayımlanması (haftada dörtten az yayımlananlar)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.06	Kitap ve dergi yayımcılığı	58.14.90	Diğer dergi ve süreli yayınların yayımlanması (haftada dörtten az yayımlananlar) (çizgi roman, magazin dergileri vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.07	Kitap ve kırtasiyecilik	46.49.03	Kırtasiye ürünleri toptan ticareti
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.07	Kitap ve kırtasiyecilik	46.49.11	Kitap, dergi ve gazete toptan ticareti
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.07	Kitap ve kırtasiyecilik	46.49.24	Resim, fotoğraf vb. için çerçeve toptan ticareti
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.07	Kitap ve kırtasiyecilik	47.61.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kitap perakende ticareti (kitap, ansiklopedi, rehber vb. ile CD ve DVD ortamındaki kitaplar vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.07	Kitap ve kırtasiyecilik	47.62.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kırtasiye ürünlerinin perakende ticareti

G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.07	Kitap ve kırtasiyecilik	47.78.08	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda büro makine ve ekipmanlarının perakende ticareti (hesaplama makineleri, daktilolar, fotokopi makineleri, tarama ve faks cihazları, çizim masaları vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.08	Mahalli gazetecilik	58.13.01	Gazetelerin yayımlanması (haftada en az dört kez yayımlananlar) (reklam gazeteleri dâhil)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.08	Mahalli gazetecilik	74.20.28	Bağımsız foto muhabirlerinin faaliyetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.08	Mahalli gazetecilik	90.03.11	Bağımsız gazetecilerin faaliyetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	17.23.04	Kullanıma hazır karbon kâğıdı, kendinden kopyalı kâğıt ve diğer kopyalama veya transfer kâğıtları, mumlu teksir kâğıdı, kâğıttan ofset tabakalar ile tutkallı veya yapışkanlı kâğıtların imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.11.01	Gazetelerin, dergilerin ve süreli yayınların basım hizmetleri (haftada dört veya daha fazla yayınlananlar)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.01	Çıkartma, takvim, ticari katalog, tanıtım broşürü, poster, satış bülteni, kartpostal, davetiye ve tebrik kartları, yıllık, rehber, resim, çizim ve boyama kitapları, çizgi roman vb. basım hizmetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.02	Gazetelerin, dergilerin ve süreli yayınların basım hizmetleri (haftada dört kereden daha az yayınlananlar)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.03	Ansiklopedi, sözlük, kitap, kitapçık, müzik eserleri ve müzik el yazmaları, atlas, harita vb. basım hizmetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.04	Röprodüksiyon basımı (bir sanat eserinin aslını bozmadan basılması)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.05	Serigrafi faaliyetleri

G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.06	Posta pulu, damga pulu, matbu belgeler, tapu senetleri, akıllı kart, çek defterleri, kâğıt para ve diğer değerli kâğıtların ve benzerlerinin basım hizmetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.12.07	Plastik, cam, metal, ağaç ve seramik üstüne baskı hizmetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.13.01	Basımda kullanmak üzere baskı klişeleri ya da silindirleri ile diğer basım unsurlarının üretilmesi (klişecilik vb.) ile mizanpaj, dizgi, tabaka yapım hizmetleri, gravür baskı için silindirlerin kazınması veya asitle aşındırılması vb. hizmetler
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.13.02	Basım öncesi bilgisayar destekli hizmetler (bilgisayar destekli sayfa tasarımı ile saydam, asetat, reprografik sunum araçları ve diğer sayısal sunum ortamları, taslaklar, planlar vb. baskı ürünlerinin tasarlanması) (masa üstü yayımcılık dâhil)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	18.14.01	Ciltçilik ve ilgili hizmetler/mücellitlik (katlama, birleştirme, dikme, yapıştırma, kesme, kapak takma gibi işlemler ile damgalama, Braille alfabesi kopyalama vb. hizmetler)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	32.99.08	Tarih verme, damga, mühür veya numara verme kaşeleri, numeratör, elle çalışan basım aletleri, kabartma etiketleri, el baskı setleri, hazır daktilo şeritleri ve ıstampaların imalatı
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.09	Matbaacılık faaliyetleri	58.19.90	Bys. diğer yayıncılık faaliyetleri (kartpostal, tebrik kartları vb. ile katalog, poster, reklam materyali vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.10	Radyo programı yapımı ve yayıncılığı	59.20.06	Radyo programı yapımcılık faaliyetleri
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.10	Radyo programı yapımı ve yayıncılığı	60.10.09	Radyo yayıncılığı (radyo yayın stüdyoları vb.)
G	KIRTASİYE, FOTOĞRAF, BASIN VE YAYIN	G.11	Sahaflık	47.79.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ikinci el kitapların perakende ticareti (sahafların faaliyetleri)

I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	23.19.04	Küçük cam eşya imalatı (biblo, vb. süs eşyası, boncuklar, imitasyon inciler/taşlar, imitasyon mücevherler, vb. dâhil)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	23.41.02	Seramik ve porselenden heykelcik, vazo, biblo, vb. süs eşyası imalatı (oyuncaklar hariç)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	23.70.02	Doğal taşlardan, mermerden, su mermerinden, travertenden, kayağantaşından süs eşyası imalatı (lületaşı, kehribar, vb.nden olanlar dâhil)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	25.99.11	Zil, çan, gong vb. eşyalar ile adi metallerden biblo, heykelcik, çerçeve, ayna ve diğer süs eşyası imalatı (bisiklet zilleri dâhil ancak kalıba dökülerek yapılanlar, bakırdan olanlar ile mutfak eşyaları hariç)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	25.99.12	Kalıba dökülerek yapılan zil, çan, gong vb. eşyalar ile adi metallerden kalıba dökülerek yapılan biblo, heykelcik ve diğer süs eşyası imalatı (bisiklet zilleri dâhil ancak bakırdan olanlar ile mutfak eşyaları hariç)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	32.13.01	İmitasyon takılar ve ilgili eşyaların imalatı
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	32.99.01	Terzi mankeni, el kalbur ve eleği, yapma çiçek, meyve ve bitkiler, şaka ve sihirbazlık benzeri eşya, koku püskürtücüleri ve mekanizmaları, tabut vb. eşyaların imalatı (gelin çiçeği dâhil)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	32.99.03	Pipo, sigara ağızlıkları, Oltu veya lüle taşından tespih vb. imalatı
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	32.99.18	Fildişi, kemik, boynuz, sedef gibi hayvansal malzemelerden oyma eşyaların imalatı
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	46.49.12	Hediyelik eşya toptan ticareti (pipo, tespih, bakır süs eşyaları, imitasyon takılar dâhil)
I	KÜLTÜR, SANAT VE EĞİTİM	I.04	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	47.78.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hediyelik eşyaların, elişi ürünlerin ve imitasyon takıların perakende ticareti (sanat eserleri hariç)

1.2. SEKTÖRE İLİŞKİN İSTATİSTİKİ VERİLER

2016 yılı verilerine ilişkin Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe meslek bazında esnaf ve sanatkâr sayıları Tablo 9'da verilmektedir. Görüleceği gibi, en fazla esnaf 23.228 kişi ile mobilya imalatı, onarım ve ticareti mesleğinde kayıtlıdır. En az kaydı olan meslek ise 1.060 kayıtlı kişi ile mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğidir.

Tablo 9. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Esnaf ve Sanatkâr Toplam Sayıları

Meslek	Toplam
Mobilya imal, onarım ve ticareti	23228
Marangozluk	13919
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	10904
Kitap ve kırtasiyecilik	9250
Züccaciye ürünleri ticareti	7601
Yakacak imalatı ve ticareti	5661
Kereste imalatı ve ticareti	5488
Mobilya döşemeciliği	5296
Matbaacılık faaliyetleri	3990
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	3560
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1060

Kaynak: (ESBİS 2016).

Tablo 10 mesleklerdeki esnaf sayılarını cinsiyete göre betimlemektedir. En çok kadın esnaf ve sanatkâr bulunan meslek kolu, hediyelik eşya ve imalatı ticareti alanındadır (3800). En az kadın esnaf ve sanatkâr bulunan meslek, 72 esnaf ve sanatkâr kadın verisiyle, mobilya boyacılığı ve cilacılığındadır. Marangozluk mesleğinde 13.172 erkek esnaf ve sanatkâr bulunmasına karşın sadece 747 kadın esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti (hareli cam, minecilik, üfleme cam vb. dâhil) mesleğinde, erkek esnaf ve sanatkâr sayısı 3.216 ve kadın sayısı 344 olarak tespit edilmiştir. Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, 7.104 erkek ve 3800 kadın esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, 5.093 erkek ve 395 kadın esnaf ve sanatkâr varken iken kitap ve kırtasiyecilik mesleklerinde 6.755 erkek ve 2495 kadın esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Matbaacılık faaliyetlerine bakıldığında 3.264 erkek ve 726 kadın esnaf ve sanatkâr bulunduğu görülmektedir. Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, 988 erkek ve 72 kadın esnaf ve sanatkâr vardır. Mobilya döşemeciliği alanında 4.849 erkek ve 447 kadın esnaf ve sanatkâr varken, mobilya imal, onarım ve ticareti alanında erkek sayısı 20.846 ve kadın sayısı 2382'dir. Mahrukatçılık imalatı ve ticareti mesleğinde, 5.025 erkek ve 636 kadın esnaf ve sanatkâr vardır. Son olarak, züccaciye ürünleri mesleğinde erkek sayısı 5.956 iken kadın sayısı 1.645'tir.

Tablo 10. Cinsiyete Göre Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Esnaf ve Sanatkâr Toplam Sayıları

Meslek	Erkek	Kadın
Mobilya imal, onarım ve ticareti	20846	2382
Marangozluk	13172	747
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	7104	3800
Kitap ve kırtasiyecilik	6755	2495
Züccaciye ürünleri ticareti	5956	1645
Kereste imalatı ve ticareti	5093	395
Yakacak imalatı ve ticareti	5025	636
Mobilya döşemeciliği	4849	447
Matbaacılık faaliyetleri	3264	726
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	3216	344
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	988	72

Kaynak: (ESBİS 2016).

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, mikro ölçekli işletmelerin sayısı, toplam çalışan sayıları ve ortalama çalışan sayıları Tablo 11'de görülmektedir. Mikro işletmeler 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk lirasını aşmayan işletmelerdir. Mikro ölçekli işletme sayısının en fazla olduğu meslek mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Benzer şekilde toplam çalışan sayısının en fazla olduğu meslek de mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Mikro ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en az olduğu meslek cam ve cam ürünleri imalatıdır. Ortalama çalışan sayılarının çoğu meslekte birin altında olması, bu işletmelerde esnaf ve sanatkârın kendi dışında ücretli bir çalışanı olmadığına işaret etmektedir. Ortalama çalışan sayısının en yüksek olduğu meslek hediyelik eşya imalatı ve ticaretidir.

Tablo 11. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Mikro Ölçekli İşletmelerde Toplam Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Cam ve cam ürünleri imalatı	2931	2837	0,97
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	6337	7701	1,22
Kereste imal ve ticareti	4240	3261	0,77
Kitap ve kırtasiyecilik	8785	4558	0,52
Mahrukatçılık	11408	2610	0,23
Marangozluk	15747	10799	0,69
Matbaacılık faaliyetleri	4046	4578	1,13
Mobilya imal, onarım ve ticareti	77013	62882	0,82
Züccaciyecilik	13439	9841	0,73

Kaynak: (SGK 2016).

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, küçük ölçekli işletmelerin sayısı, toplam çalışan sayıları ve ortalama çalışan sayıları Tablo 12'de görülmektedir. Küçük işletmeler 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk lirasını aşmayan işletmelerdir. Küçük ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en fazla olduğu meslek mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Küçük ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en az olduğu meslek ise cam ve cam ürünleri imalatıdır. Ortalama çalışan sayısının en yüksek olduğu meslek hediyelik eşya imalatı ve ticaretidir.

Tablo 12. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Küçük Ölçekli İşletmelerde Toplam Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Cam ve cam ürünleri imalatı	69	731	10,59
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	191	2133	11,17
Kereste imal ve ticareti	152	1051	6,91
Kitap ve kırtasiyecilik	174	1114	6,40
Mahrukatçılık	134	551	4,11
Marangozluk	259	2748	10,61
Matbaacılık faaliyetleri	90	846	9,40
Mobilya imal, onarım ve ticareti	3609	27243	7,55
Züccaciye ürünleri ticareti	100	572	5,72

Kaynak: (SGK 2016).

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, orta ölçekli işletmelerin sayısı, toplam çalışan sayıları ve ortalama çalışan sayıları Tablo 13'de görülmektedir. Orta büyüklükteki işletme: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk lirasını aşmayan işletmelerdir. Orta ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en fazla olduğu meslek mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Ortalama çalışan sayısının en yüksek olduğu meslek züccaciyeciliktir. Tablo 11, 12 ve 13'de verilen mikro, küçük ve orta ölçekli işletme sayılarına bakıldığında beklenildiği üzere sektörde en fazla mikro ölçekte esnaf ve sanatkâr işletmesi bulunmaktadır ve dolayısıyla en fazla çalışan da bu mikro ölçekteki işletmelerde istihdam edilmektedir.

Tablo 13. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Orta Ölçekli İşletmelerde Toplam Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Matbaacılık faaliyetleri	3	133	44,42
Kereste imal ve ticareti	3	19	6,42
Mobilya imal, onarım ve ticareti	98	2749	28,05
Mahrukatçılık	8	123	15,34
Züccaciye ürünleri ticareti	6	351	58,54

Kaynak: (SGK 2016).

Tablo 14 Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki esnaf ve sanatkârın yaş ortalamalarını vermektedir. Esnaf ve sanatkârların ortalama olarak 43 ila 47 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Sektörde tüm mesleklerdeki yaş ortalaması 45,1'dir. Yaş ortalamasının en düşük olduğu meslek hediyelik eşya imalatı ve ticareti iken en yüksek olduğu meslek ise kereste imalatı ve ticaretidir. Sektörde tüm mesleklerdeki yaş ortalaması 45,1'dir.

Tablo 14. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Yaş Ortalamaları

Meslek Adı	Yaş Ortalaması
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	45,19
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	43,04
Kereste imalatı ve ticareti	47,78
Kitap ve kırtasiyecilik	45,24
Marangozluk	46,70
Matbaacılık faaliyetleri	46,01
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	43,48
Mobilya döşemeciliği	43,49
Mobilya imal, onarım ve ticareti	43,36
Yakacak imalatı ve ticareti	47,53
Züccaciye ürünleri ticareti	44,47

Kaynak: (ESBİS 2016).

Tablo 15 ve Tablo 16 Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumlarını vermektedir. Üniversite mezunu oranının en yüksek olduğu meslek kitapçılık ve kırtasiyeciliktir. Aynı şekilde lise ve üstü mezun oranının en yüksek olduğu, yani eğitim durumunun en yüksek olduğu meslek kitapçılık ve kırtasiyeciliktir. Eğitim durumunun en düşük olduğu meslek ise marangozluktur.

Tablo 15. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu

Meslek	Üniversite Mezunları	Lise Mezunu	Ortaokul Mezunu	İlkokul Mezunu
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	142	951	661	1468
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	1565	3905	1529	3142
Kereste imalatı ve ticareti	246	1314	797	2550
Kitap ve kırtasiyecilik	1531	3687	1114	2185
Marangozluk	372	2561	2047	7405
Matbaacılık faaliyetleri	404	1377	633	1161
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	28	217	184	562
Mobilya döşemeciliği	128	1067	975	2470
Mobilya imal, onarım ve ticareti	1476	6547	3760	9712
Yakacak imalatı ve ticareti	312	1444	770	2523
Züccaciye ürünleri ticareti	504	2197	1190	2960

Kaynak: (ESBİS 2016).

Tablo 16. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu (Yüzde)

Meslek	Üniversite Mezunları	Lise Mezunu	Ortaokul Mezunu	İlkokul Mezunu
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	4%	30%	21%	46%
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	15%	39%	15%	31%
Kereste imalatı ve ticareti	5%	27%	16%	52%
Kitap ve kırtasiyecilik	18%	43%	13%	26%
Marangozluk	3%	21%	17%	60%
Matbaacılık faaliyetleri	11%	39%	18%	32%
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	3%	22%	19%	57%
Mobilya döşemeciliği	3%	23%	21%	53%
Mobilya imal, onarım ve ticareti	7%	30%	17%	45%
Yakacak imalatı ve ticareti	6%	29%	15%	50%
Züccaciye ürünleri ticareti	7%	32%	17%	43%

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.3. SEKTÖRÜN BÖLGELER İTİBARIYLA DAĞILIMI

Bu bölümde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe faaliyet gösteren ve kapsama alınan mesleklerde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr bölgelere ve mesleklere göre dağılımı verilmiştir.

1.3.1. Akdeniz Bölgesi

- Akdeniz Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Mersin, Hatay ve Antalya'dır. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Isparta ilinde kayıtlıdır. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticaretinde en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Adana ilidir.
- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkâr bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Mersin ve Hatay'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Osmaniye'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Hatay ve Burdur'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Osmaniye'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Mersin ve Adana'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Hatay ve Mersin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Mersin, Adana'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Hatay, Adana'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Osmaniye ve Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Mersin, Hatay'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Osmaniye ve Isparta'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Antalya, Mersin, Adana'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.

- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Kahramanmaraş, Antalya, Hatay'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Antalya'dır.
- Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Adana, Kahramanmaraş, Mersin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Isparta ve Burdur'dur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kahramanmaraş'tır.

Tablo 17. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Akdeniz Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	98	7	105
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	87	4	91
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	78	9	87
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	58	14	72
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	48	2	50
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	14	2	16
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	9	3	12
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	10	1	11
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	699	218	917
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	165	114	279
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	116	76	192
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	82	61	143
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	64	39	103
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	35	31	66
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	24	20	44
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	17	19	36

Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Kereste imalatı ve ticareti	242	16	258
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Kereste imalatı ve ticareti	106	7	113
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Kereste imalatı ve ticareti	93	11	104
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Kereste imalatı ve ticareti	91	11	102
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Kereste imalatı ve ticareti	86	11	97
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Kereste imalatı ve ticareti	62	3	65
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Kereste imalatı ve ticareti	40	2	42
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Kereste imalatı ve ticareti	27	1	28
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Kitap ve kırtasiyecilik	226	108	334
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Kitap ve kırtasiyecilik	204	93	297
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Kitap ve kırtasiyecilik	161	88	249
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Kitap ve kırtasiyecilik	162	66	228
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Kitap ve kırtasiyecilik	82	21	103
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Kitap ve kırtasiyecilik	56	17	73
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Kitap ve kırtasiyecilik	45	13	58
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Kitap ve kırtasiyecilik	30	12	42
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Marangozluk	387	23	410
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Marangozluk	370	21	391
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Marangozluk	328	14	342
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Marangozluk	294	20	314
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Marangozluk	297	4	301
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Marangozluk	111	3	114
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Marangozluk	93	4	97

Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Marangozluk	68	5	73
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Matbaacılık faaliyetleri	124	39	163
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Matbaacılık faaliyetleri	90	24	114
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Matbaacılık faaliyetleri	73	20	93
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Matbaacılık faaliyetleri	52	2	54
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Matbaacılık faaliyetleri	31	6	37
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Matbaacılık faaliyetleri	19	4	23
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Matbaacılık faaliyetleri	12	3	15
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Matbaacılık faaliyetleri	12	2	14
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	44	7	51
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	43	0	43
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	30	0	30
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	20	1	21
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	14	0	14
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	5	0	5
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	3	0	3
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	3	0	3
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Mobilya döşemeciliği	179	13	192
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Mobilya döşemeciliği	171	11	182
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Mobilya döşemeciliği	157	5	162
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Mobilya döşemeciliği	110	13	123
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Mobilya döşemeciliği	54	3	57
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Mobilya döşemeciliği	32	4	36

Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Mobilya döşemeciliği	29	2	31
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Mobilya döşemeciliği	17	5	22
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	786	94	880
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	615	89	704
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	598	82	680
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Mobilya imal, onarım ve ticareti	508	32	540
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	209	18	227
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	204	16	220
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	151	14	165
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	150	12	162
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Yakacak imalatı ve ticareti	174	5	179
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Yakacak imalatı ve ticareti	158	20	178
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Yakacak imalatı ve ticareti	139	17	156
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Yakacak imalatı ve ticareti	117	21	138
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Yakacak imalatı ve ticareti	73	14	87
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Yakacak imalatı ve ticareti	68	10	78
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Yakacak imalatı ve ticareti	37	7	44
Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Yakacak imalatı ve ticareti	32	4	36
Akdeniz Bölgesi	ADANA	Züccaciye ürünleri ticareti	266	62	328
Akdeniz Bölgesi	KAHRAMANMARAŞ	Züccaciye ürünleri ticareti	190	69	259
Akdeniz Bölgesi	MERSİN	Züccaciye ürünleri ticareti	159	62	221
Akdeniz Bölgesi	ANTALYA	Züccaciye ürünleri ticareti	167	41	208
Akdeniz Bölgesi	HATAY	Züccaciye ürünleri ticareti	148	59	207
Akdeniz Bölgesi	OSMANİYE	Züccaciye ürünleri ticareti	54	31	85

Akdeniz Bölgesi	BURDUR	Züccaciye ürünleri ticareti	36	16	52
Akdeniz Bölgesi	ISPARTA	Züccaciye ürünleri ticareti	44	8	52

Kaynak: (ESBİS 2016)

1.3.2. Doğu Anadolu Bölgesi

- Doğu Anadolu Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Elazığ, Van ve Malatya'dır. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Iğdır ilinde kayıtlıdır. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde, en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Elazığ'dır.
- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Erzurum, Ağrı ve Malatya'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ardahan'dır. Meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkâr Erzurum ilinde çalışmaktadır.
- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Erzurum, Malatya, Kars'tır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Tunceli'dir. En çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı iller ise Malatya ve Erzurum'dur.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Erzurum, Malatya, Elazığ'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ardahan'dır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Malatya'dır.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Van, Erzurum, Elazığ'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Tunceli'dir. Marangozluk mesleğinde en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Erzurum'dur.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Malatya, Erzurum, Elazığ'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Iğdır'dır. Meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Elazığ'dır.
- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Erzurum, Elazığ ve Van'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı iller Bingöl, Bitlis, Erzincan, Hakkâri ve Tunceli'dir. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ardahan'dır.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Elazığ, Malatya, Erzurum'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Tunceli'dir. Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Malatya'dır.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Erzurum, Malatya, Elazığ'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Tunceli olarak belirlenmiştir. Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Elazığ'dır.

- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğine bakıldığında, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Erzurum, Malatya, Ağrı olarak görülürken, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il ise Bitlis'tir. Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı iller Erzurum ve Malatya'dır.

Tablo 18. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Doğu Anadolu Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	55	4	59
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	37	1	38
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	29	5	34
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	33	0	33
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	27	2	29
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	13	0	13
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	11	1	12
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	9	0	9
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	7	1	8
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	7	0	7
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	4	0	4
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	1	1	2
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	131	17	148
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	101	1	102
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	33	16	49
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	36	5	41
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	24	13	37

Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	19	15	34
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	10	5	15
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	11	3	14
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	11	1	12
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	5	5	10
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	7	3	10
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	7	1	8
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	0	2	2
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Kereste imalatı ve ticareti	83	4	87
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Kereste imalatı ve ticareti	73	4	77
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Kereste imalatı ve ticareti	41	1	42
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Kereste imalatı ve ticareti	38	0	38
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Kereste imalatı ve ticareti	34	2	36
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Kereste imalatı ve ticareti	28	0	28
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Kereste imalatı ve ticareti	25	0	25
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Kereste imalatı ve ticareti	17	0	17
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Kereste imalatı ve ticareti	15	0	15
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Kereste imalatı ve ticareti	14	0	14
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Kereste imalatı ve ticareti	10	0	10
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Kereste imalatı ve ticareti	9	0	9
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Kereste imalatı ve ticareti	3	0	3
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Kereste imalatı ve ticareti	2	0	2

Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Kitap ve kırtasiyecilik	96	14	110
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Kitap ve kırtasiyecilik	75	28	103
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Kitap ve kırtasiyecilik	83	15	98
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Kitap ve kırtasiyecilik	53	11	64
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Kitap ve kırtasiyecilik	54	5	59
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Kitap ve kırtasiyecilik	41	3	44
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Kitap ve kırtasiyecilik	38	2	40
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Kitap ve kırtasiyecilik	33	3	36
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Kitap ve kırtasiyecilik	28	3	31
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Kitap ve kırtasiyecilik	20	7	27
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Kitap ve kırtasiyecilik	25	1	26
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Kitap ve kırtasiyecilik	12	6	18
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Kitap ve kırtasiyecilik	11	5	16
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Kitap ve kırtasiyecilik	9	5	14
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Marangozluk	240	2	242
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Marangozluk	107	3	110
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Marangozluk	71	1	72
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Marangozluk	71	0	71
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Marangozluk	61	4	65
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Marangozluk	54	1	55
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Marangozluk	42	1	43
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Marangozluk	42	0	42
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Marangozluk	39	0	39

Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Marangozluk	34	0	34
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Marangozluk	26	0	26
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Marangozluk	17	1	18
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Marangozluk	18	0	18
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Marangozluk	12	1	13
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Matbaacılık faaliyetleri	32	4	36
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Matbaacılık faaliyetleri	31	2	33
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Matbaacılık faaliyetleri	24	8	32
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Matbaacılık faaliyetleri	16	3	19
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Matbaacılık faaliyetleri	11	3	14
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Matbaacılık faaliyetleri	11	1	12
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Matbaacılık faaliyetleri	10	1	11
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Matbaacılık faaliyetleri	11	0	11
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Matbaacılık faaliyetleri	7	3	10
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Matbaacılık faaliyetleri	8	2	10
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Matbaacılık faaliyetleri	7	1	8
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Matbaacılık faaliyetleri	3	2	5
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Matbaacılık faaliyetleri	2	0	2
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	10	0	10
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	4	0	4
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	4	0	4
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2

Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	0	1	1
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Mobilya döşemeciliği	104	3	107
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Mobilya döşemeciliği	50	6	56
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Mobilya döşemeciliği	46	2	48
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Mobilya döşemeciliği	29	2	31
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Mobilya döşemeciliği	28	1	29
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Mobilya döşemeciliği	18	1	19
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Mobilya döşemeciliği	18	0	18
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Mobilya döşemeciliği	10	1	11
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Mobilya döşemeciliği	10	1	11
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Mobilya döşemeciliği	10	0	10
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Mobilya döşemeciliği	7	0	7
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Mobilya döşemeciliği	7	0	7
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Mobilya döşemeciliği	2	0	2
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Mobilya döşemeciliği	2	0	2
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Mobilya imal, onarım ve ticareti	213	7	220
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	183	12	195

Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	179	15	194
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	152	10	162
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	107	8	115
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Mobilya imal, onarım ve ticareti	92	8	100
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Mobilya imal, onarım ve ticareti	90	4	94
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZİNCAN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	80	7	87
Doğu Anadolu Bölgesi	KARS	Mobilya imal, onarım ve ticareti	66	5	71
Doğu Anadolu Bölgesi	BİNGÖL	Mobilya imal, onarım ve ticareti	61	2	63
Doğu Anadolu Bölgesi	HAKKÂRİ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	44	6	50
Doğu Anadolu Bölgesi	IĞDIR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	23	3	26
Doğu Anadolu Bölgesi	ARDAHAN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	12	3	15
Doğu Anadolu Bölgesi	TUNCELİ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	12	3	15
Doğu Anadolu Bölgesi	ERZURUM	Yakacak imalatı ve ticareti	78	6	84
Doğu Anadolu Bölgesi	MALATYA	Yakacak imalatı ve ticareti	61	6	67
Doğu Anadolu Bölgesi	AĞRI	Yakacak imalatı ve ticareti	42	1	43
Doğu Anadolu Bölgesi	VAN	Yakacak imalatı ve ticareti	41	1	42
Doğu Anadolu Bölgesi	MUŞ	Yakacak imalatı ve ticareti	40	1	41
Doğu Anadolu Bölgesi	ELAZIĞ	Yakacak imalatı ve ticareti	33	1	34
Doğu Anadolu Bölgesi	BİTLİS	Yakacak imalatı ve ticareti	22	2	24

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.3.3. Ege Bölgesi

- Ege Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Aydın'dır. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Uşak ilinde kayıtlıdır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.

- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Muğla, Aydın'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Aydın, Manisa'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Muğla'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Muğla, İzmir, Manisa'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Muğla'dır.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Denizli'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Denizli, Aydın'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kütahya'dır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Muğla'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Denizli'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.
- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Aydın'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Manisa'dır.
- Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İzmir, Manisa, Denizli'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Uşak'tır. Bu meslekte en çok kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İzmir'dir.

Tablo 19. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Ege Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
Ege Bölgesi	İZMİR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	193	26	219
Ege Bölgesi	MANİSA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	84	9	93
Ege Bölgesi	AYDIN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	82	7	89

Ege Bölgesi	MUĞLA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	73	16	89
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	52	13	65
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	36	0	36
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	29	5	34
Ege Bölgesi	UŞAK	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	17	3	20
Ege Bölgesi	İZMİR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	516	298	814
Ege Bölgesi	MUĞLA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	480	306	786
Ege Bölgesi	AYDIN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	206	117	323
Ege Bölgesi	MANİSA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	148	100	248
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	76	61	137
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	91	22	113
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	58	28	86
Ege Bölgesi	UŞAK	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	20	35	55
Ege Bölgesi	İZMİR	Kereste imalatı ve ticareti	135	17	152
Ege Bölgesi	AYDIN	Kereste imalatı ve ticareti	124	9	133
Ege Bölgesi	MANİSA	Kereste imalatı ve ticareti	111	13	124
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Kereste imalatı ve ticareti	106	17	123
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Kereste imalatı ve ticareti	73	10	83
Ege Bölgesi	MUĞLA	Kereste imalatı ve ticareti	65	8	73
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Kereste imalatı ve ticareti	55	5	60
Ege Bölgesi	UŞAK	Kereste imalatı ve ticareti	27	3	30
Ege Bölgesi	İZMİR	Kitap ve kırtasiyecilik	483	270	753
Ege Bölgesi	MANİSA	Kitap ve kırtasiyecilik	126	56	182
Ege Bölgesi	MUĞLA	Kitap ve kırtasiyecilik	81	44	125
Ege Bölgesi	AYDIN	Kitap ve kırtasiyecilik	70	49	119
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Kitap ve kırtasiyecilik	63	10	73
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Kitap ve kırtasiyecilik	49	22	71
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Kitap ve kırtasiyecilik	50	17	67
Ege Bölgesi	UŞAK	Kitap ve kırtasiyecilik	40	16	56
Ege Bölgesi	MUĞLA	Marangozluk	697	51	748
Ege Bölgesi	İZMİR	Marangozluk	666	47	713
Ege Bölgesi	MANİSA	Marangozluk	582	35	617
Ege Bölgesi	AYDIN	Marangozluk	454	35	489
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Marangozluk	369	27	396

Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Marangozluk	185	2	187
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Marangozluk	117	8	125
Ege Bölgesi	UŞAK	Marangozluk	111	10	121
Ege Bölgesi	İZMİR	Matbaacılık faaliyetleri	260	97	357
Ege Bölgesi	MANİSA	Matbaacılık faaliyetleri	78	17	95
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Matbaacılık faaliyetleri	60	12	72
Ege Bölgesi	AYDIN	Matbaacılık faaliyetleri	42	8	50
Ege Bölgesi	MUĞLA	Matbaacılık faaliyetleri	36	11	47
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Matbaacılık faaliyetleri	28	3	31
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Matbaacılık faaliyetleri	17	7	24
Ege Bölgesi	UŞAK	Matbaacılık faaliyetleri	17	4	21
Ege Bölgesi	İZMİR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	64	8	72
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	11	3	14
Ege Bölgesi	AYDIN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	11	1	12
Ege Bölgesi	MUĞLA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	10	1	11
Ege Bölgesi	MANİSA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	9	0	9
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	8	0	8
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	4	0	4
Ege Bölgesi	İZMİR	Mobilya döşemeciliği	247	43	290
Ege Bölgesi	MANİSA	Mobilya döşemeciliği	88	10	98
Ege Bölgesi	MUĞLA	Mobilya döşemeciliği	83	14	97
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Mobilya döşemeciliği	68	7	75
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Mobilya döşemeciliği	62	10	72
Ege Bölgesi	AYDIN	Mobilya döşemeciliği	65	5	70
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Mobilya döşemeciliği	52	7	59
Ege Bölgesi	UŞAK	Mobilya döşemeciliği	16	1	17
Ege Bölgesi	İZMİR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	1324	214	1538
Ege Bölgesi	MANİSA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	338	35	373
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	312	43	355
Ege Bölgesi	MUĞLA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	183	37	220
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	206	12	218
Ege Bölgesi	AYDIN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	177	21	198
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	179	17	196
Ege Bölgesi	UŞAK	Mobilya imal, onarım ve ticareti	164	24	188
Ege Bölgesi	İZMİR	Yakacak imalatı ve ticareti	268	43	311
Ege Bölgesi	MANİSA	Yakacak imalatı ve ticareti	263	44	307
Ege Bölgesi	AYDIN	Yakacak imalatı ve ticareti	117	23	140

Ege Bölgesi	DENİZLİ	Yakacak imalatı ve ticareti	98	13	111
Ege Bölgesi	MUĞLA	Yakacak imalatı ve ticareti	77	19	96
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Yakacak imalatı ve ticareti	75	5	80
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Yakacak imalatı ve ticareti	60	9	69
Ege Bölgesi	UŞAK	Yakacak imalatı ve ticareti	47	13	60
Ege Bölgesi	İZMİR	Züccaciye ürünleri ticareti	234	85	319
Ege Bölgesi	MANİSA	Züccaciye ürünleri ticareti	116	38	154
Ege Bölgesi	DENİZLİ	Züccaciye ürünleri ticareti	92	37	129
Ege Bölgesi	MUĞLA	Züccaciye ürünleri ticareti	69	25	94
Ege Bölgesi	AYDIN	Züccaciye ürünleri ticareti	70	15	85
Ege Bölgesi	AFYONKARAHİSAR	Züccaciye ürünleri ticareti	61	15	76
Ege Bölgesi	KÜTAHYA	Züccaciye ürünleri ticareti	48	14	62
Ege Bölgesi	UŞAK	Züccaciye ürünleri ticareti	23	22	45

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.3.4. Güneydoğu Anadolu Bölgesi

- Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Mardin, Adıyaman'dır. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Şırnak ilinde kayıtlıdır. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı iller Antep, Mardin ve Adıyaman'dır.
- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Şırnak'tır. Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.
- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Şanlıurfa, Gaziantep, Diyarbakır'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Şırnak'tır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı iller Urfa ve Diyarbakır'dır.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Şanlıurfa, Gaziantep, Adıyaman'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kilis'tir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Siirt'tir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Adıyaman, Şanlıurfa'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kilis'tir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.

- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Şanlıurfa, Adıyaman'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Siirt'tir. Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, Güneydoğu Anadolu bölgesinde kadın çalışan bulunmamaktadır.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Adıyaman, Mardin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Şırnak'tır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kilis'tir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.
- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Gaziantep, Şanlıurfa, Adıyaman'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Diyarbakır'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.
- Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Şanlıurfa, Gaziantep, Mardin'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kilis'tir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gaziantep'tir.

Tablo 20. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	64	3	67
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	39	3	42
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	36	3	39
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	24	1	25
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	20	1	21
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	19	0	19
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	15	1	16
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	6	0	6
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Cam ve cam ürünleri imalatı ve tic.	3	0	3

Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	61	13	74
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	62	5	67
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	50	11	61
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	46	3	49
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	31	12	43
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	12	1	13
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	7	5	12
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	6	2	8
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	4	0	4
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Kereste imalatı ve ticareti	52	2	54
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Kereste imalatı ve ticareti	40	0	40
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Kereste imalatı ve ticareti	25	2	27
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Kereste imalatı ve ticareti	13	0	13
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Kereste imalatı ve ticareti	11	1	12
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Kereste imalatı ve ticareti	7	1	8
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Kereste imalatı ve ticareti	7	0	7
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Kereste imalatı ve ticareti	4	1	5
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Kereste imalatı ve ticareti	1	0	1
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Kitap ve kırtasiyecilik	132	22	154
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Kitap ve kırtasiyecilik	104	25	129
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Kitap ve kırtasiyecilik	91	17	108
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Kitap ve kırtasiyecilik	80	13	93
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Kitap ve kırtasiyecilik	73	16	89

Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Kitap ve kırtasiyecilik	73	5	78
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Kitap ve kırtasiyecilik	44	4	48
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Kitap ve kırtasiyecilik	29	7	36
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Kitap ve kırtasiyecilik	20	1	21
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Marangozluk	349	10	359
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Marangozluk	240	5	245
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Marangozluk	114	3	117
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Marangozluk	78	0	78
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Marangozluk	51	0	51
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Marangozluk	39	2	41
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Marangozluk	20	0	20
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Marangozluk	16	0	16
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Marangozluk	9	0	9
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Matbaacılık faaliyetleri	95	7	102
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Matbaacılık faaliyetleri	25	4	29
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Matbaacılık faaliyetleri	22	1	23
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Matbaacılık faaliyetleri	18	2	20
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Matbaacılık faaliyetleri	19	1	20
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Matbaacılık faaliyetleri	12	0	12
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Matbaacılık faaliyetleri	6	0	6
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Matbaacılık faaliyetleri	6	0	6
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Matbaacılık faaliyetleri	2	0	2
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	41	0	41

Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	8	0	8
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	3	0	3
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Mobilya döşemeciliği	62	5	67
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Mobilya döşemeciliği	43	1	44
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Mobilya döşemeciliği	37	3	40
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Mobilya döşemeciliği	28	3	31
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Mobilya döşemeciliği	25	0	25
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Mobilya döşemeciliği	20	2	22
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Mobilya döşemeciliği	9	0	9
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Mobilya döşemeciliği	4	0	4
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Mobilya döşemeciliği	3	0	3
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Mobilya imal, onarım ve ticareti	244	20	264
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	214	15	229
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	154	23	177
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	157	15	172
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	133	12	145
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	81	11	92
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Mobilya imal, onarım ve ticareti	54	1	55
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Mobilya imal, onarım ve ticareti	42	4	46

Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Mobilya imal, onarım ve ticareti	17	1	18
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Yakacak imalatı ve ticareti	183	10	193
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Yakacak imalatı ve ticareti	145	4	149
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Yakacak imalatı ve ticareti	54	2	56
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Yakacak imalatı ve ticareti	26	4	30
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Yakacak imalatı ve ticareti	18	0	18
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Yakacak imalatı ve ticareti	13	0	13
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Yakacak imalatı ve ticareti	10	0	10
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Yakacak imalatı ve ticareti	8	0	8
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Yakacak imalatı ve ticareti	7	0	7
Güneydoğu Anadolu	ŞANLIURFA	Züccaciye ürünleri ticareti	254	32	286
Güneydoğu Anadolu	GAZİANTEP	Züccaciye ürünleri ticareti	166	35	201
Güneydoğu Anadolu	MARDİN	Züccaciye ürünleri ticareti	150	20	170
Güneydoğu Anadolu	DİYARBAKIR	Züccaciye ürünleri ticareti	125	10	135
Güneydoğu Anadolu	ADIYAMAN	Züccaciye ürünleri ticareti	83	19	102
Güneydoğu Anadolu	SİİRT	Züccaciye ürünleri ticareti	86	1	87
Güneydoğu Anadolu	ŞIRNAK	Züccaciye ürünleri ticareti	40	4	44
Güneydoğu Anadolu	BATMAN	Züccaciye ürünleri ticareti	42	1	43
Güneydoğu Anadolu	KİLİS	Züccaciye ürünleri ticareti	10	1	11

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.3.5. İç Anadolu Bölgesi

- İç Anadolu Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Konya, Kayseri'dir. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Çankırı ilinde kayıtlıdır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.

- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Nevşehir, Konya'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Karaman'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Konya, Sivas'tır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kırıkkale'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Konya, Kayseri'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Karaman'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Konya, Ankara, Karaman'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kırıkkale'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Konya, Kayseri'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Nevşehir'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Kayseri, Konya'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Niğde'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Konya, Aksaray'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Çankırı'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Kayseri, Konya'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Çankırı'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.
- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Konya, Ankara, Kayseri'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kırşehir'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Konya'dır.
- Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Ankara, Konya, Kayseri'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Çankırı'dır. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Ankara'dır.

Tablo 21. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları-İç Anadolu Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	310	23	333
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	84	6	90
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	64	4	68

İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	38	1	39
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	24	3	27
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	24	1	25
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	21	3	24
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	20	1	21
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	20	1	21
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	13	1	14
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	9	2	11
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	10	1	11
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	7	1	8
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	355	217	572
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	252	65	317
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	144	51	195
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	66	50	116
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	82	27	109
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	49	28	77
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	30	13	43
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	23	16	39
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	25	7	32
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	20	9	29
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	21	6	27
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	15	8	23
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	16	4	20
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Kereste imalatı ve ticareti	173	12	185
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Kereste imalatı ve ticareti	125	11	136
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Kereste imalatı ve ticareti	109	3	112
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Kereste imalatı ve ticareti	84	7	91
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Kereste imalatı ve ticareti	81	5	86
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Kereste imalatı ve ticareti	31	3	34
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Kereste imalatı ve ticareti	31	0	31
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Kereste imalatı ve ticareti	30	1	31
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Kereste imalatı ve ticareti	28	0	28
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Kereste imalatı ve ticareti	22	1	23
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Kereste imalatı ve ticareti	21	0	21
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Kereste imalatı ve ticareti	17	2	19
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Kereste imalatı ve ticareti	16	1	17
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Kitap ve kırtasiyecilik	552	190	742

İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Kitap ve kırtasiyecilik	183	31	214
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Kitap ve kırtasiyecilik	91	24	115
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Kitap ve kırtasiyecilik	43	30	73
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Kitap ve kırtasiyecilik	52	12	64
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Kitap ve kırtasiyecilik	57	5	62
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Kitap ve kırtasiyecilik	53	7	60
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Kitap ve kırtasiyecilik	32	9	41
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Kitap ve kırtasiyecilik	28	6	34
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Kitap ve kırtasiyecilik	27	6	33
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Kitap ve kırtasiyecilik	25	5	30
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Kitap ve kırtasiyecilik	25	4	29
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Kitap ve kırtasiyecilik	23	5	28
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Marangozluk	405	11	416
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Marangozluk	241	15	256
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Marangozluk	137	17	154
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Marangozluk	110	6	116
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Marangozluk	104	4	108
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Marangozluk	96	3	99
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Marangozluk	85	3	88
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Marangozluk	75	3	78
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Marangozluk	56	2	58
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Marangozluk	43	7	50
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Marangozluk	37	0	37
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Marangozluk	27	0	27
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Marangozluk	18	1	19
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Matbaacılık faaliyetleri	299	59	358
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Matbaacılık faaliyetleri	126	8	134
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Matbaacılık faaliyetleri	36	6	42
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Matbaacılık faaliyetleri	27	3	30
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Matbaacılık faaliyetleri	27	2	29
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Matbaacılık faaliyetleri	19	4	23
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Matbaacılık faaliyetleri	15	2	17
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Matbaacılık faaliyetleri	15	1	16
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Matbaacılık faaliyetleri	12	1	13
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Matbaacılık faaliyetleri	8	0	8
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Matbaacılık faaliyetleri	6	2	8
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Matbaacılık faaliyetleri	5	1	6

İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Matbaacılık faaliyetleri	5	0	5
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	178	9	187
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	38	3	41
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	19	0	19
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	13	0	13
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	12	0	12
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	7	2	9
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	5	1	6
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	6	0	6
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	5	0	5
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Mobilya döşemeciliği	463	47	510
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Mobilya döşemeciliği	125	7	132
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Mobilya döşemeciliği	112	2	114
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Mobilya döşemeciliği	95	7	102
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Mobilya döşemeciliği	75	7	82
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Mobilya döşemeciliği	58	2	60
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Mobilya döşemeciliği	51	3	54
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Mobilya döşemeciliği	50	2	52
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Mobilya döşemeciliği	34	4	38
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Mobilya döşemeciliği	25	3	28
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Mobilya döşemeciliği	18	0	18
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Mobilya döşemeciliği	13	0	13
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Mobilya döşemeciliği	6	1	7
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	1896	185	2081
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	775	87	862
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	618	38	656
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Mobilya imal, onarım ve ticareti	215	10	225
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	197	27	224
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Mobilya imal, onarım ve ticareti	173	14	187
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	133	8	141
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	126	6	132
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	116	8	124
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Mobilya imal, onarım ve ticareti	106	9	115
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	105	8	113

İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	88	3	91
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Mobilya imal, onarım ve ticareti	55	1	56
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Yakacak imalatı ve ticareti	129	14	143
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Yakacak imalatı ve ticareti	69	11	80
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Yakacak imalatı ve ticareti	63	8	71
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Yakacak imalatı ve ticareti	56	7	63
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Yakacak imalatı ve ticareti	53	5	58
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Yakacak imalatı ve ticareti	48	2	50
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Yakacak imalatı ve ticareti	40	3	43
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Yakacak imalatı ve ticareti	35	1	36
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Yakacak imalatı ve ticareti	26	1	27
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Yakacak imalatı ve ticareti	25	1	26
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Yakacak imalatı ve ticareti	19	2	21
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Yakacak imalatı ve ticareti	16	1	17
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Yakacak imalatı ve ticareti	16	0	16
İç Anadolu Bölgesi	ANKARA	Züccaciye ürünleri ticareti	256	97	353
İç Anadolu Bölgesi	KONYA	Züccaciye ürünleri ticareti	226	43	269
İç Anadolu Bölgesi	KAYSERİ	Züccaciye ürünleri ticareti	77	28	105
İç Anadolu Bölgesi	SİVAS	Züccaciye ürünleri ticareti	62	18	80
İç Anadolu Bölgesi	ESKİŞEHİR	Züccaciye ürünleri ticareti	59	14	73
İç Anadolu Bölgesi	YOZGAT	Züccaciye ürünleri ticareti	39	10	49
İç Anadolu Bölgesi	KIRIKKALE	Züccaciye ürünleri ticareti	40	6	46
İç Anadolu Bölgesi	NİĞDE	Züccaciye ürünleri ticareti	35	5	40
İç Anadolu Bölgesi	NEVŞEHİR	Züccaciye ürünleri ticareti	29	9	38
İç Anadolu Bölgesi	AKSARAY	Züccaciye ürünleri ticareti	32	3	35
İç Anadolu Bölgesi	KIRŞEHİR	Züccaciye ürünleri ticareti	25	9	34
İç Anadolu Bölgesi	KARAMAN	Züccaciye ürünleri ticareti	19	11	30
İç Anadolu Bölgesi	ÇANKIRI	Züccaciye ürünleri ticareti	15	3	18

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.3.6. Karadeniz Bölgesi

- Karadeniz Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Giresun'dur. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Gümüşhane ilinde kayıtlıdır. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Karabük, Trabzon, Samsun'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla

kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Karabük'tür.

- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Ordu, Kastamonu'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Giresun'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Kastamonu, Trabzon, Samsun'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Marangozluk mesleğinde en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Trabzon'dur.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Zonguldak'tır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gümüşhane'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Çorum'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gümüşhane'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Çorum'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Gümüşhane'dir. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Ordu'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Trabzon, Zonguldak'tır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.
- Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Samsun, Ordu, Trabzon'dur. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bayburt'tur. Bu meslekte en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Samsun'dur.

Tablo 22. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları-Karadeniz Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	56	10	66
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	49	5	54

Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	32	4	36
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	28	5	33
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	26	5	31
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	22	1	23
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	22	1	23
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	21	1	22
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	21	1	22
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	12	6	18
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	14	3	17
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	16	1	17
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	13	1	14
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	8	1	9
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	7	2	9
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	6	0	6
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	5	1	6
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	6	0	6
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	112	59	171
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	107	50	157
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	80	65	145
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	75	64	139
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	44	40	84
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	42	42	84
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	42	41	83

Karadeniz Bölgesi	BOLU	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	41	38	79
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	54	22	76
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	42	25	67
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	41	25	66
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	45	16	61
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	33	16	49
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	15	18	33
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	17	14	31
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	14	16	30
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	12	7	19
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	5	3	8
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Kereste imalatı ve ticareti	210	18	228
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Kereste imalatı ve ticareti	186	9	195
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Kereste imalatı ve ticareti	156	6	162
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Kereste imalatı ve ticareti	140	8	148
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Kereste imalatı ve ticareti	87	7	94
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Kereste imalatı ve ticareti	71	3	74
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Kereste imalatı ve ticareti	60	9	69
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Kereste imalatı ve ticareti	58	8	66
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Kereste imalatı ve ticareti	60	3	63
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Kereste imalatı ve ticareti	61	2	63
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Kereste imalatı ve ticareti	43	0	43
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Kereste imalatı ve ticareti	41	1	42

Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Kereste imalatı ve ticareti	36	5	41
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Kereste imalatı ve ticareti	36	1	37
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Kereste imalatı ve ticareti	35	1	36
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Kereste imalatı ve ticareti	28	7	35
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Kereste imalatı ve ticareti	32	2	34
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Kereste imalatı ve ticareti	16	0	16
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Kitap ve kırtasiyecilik	136	61	197
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Kitap ve kırtasiyecilik	111	33	144
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Kitap ve kırtasiyecilik	70	16	86
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Kitap ve kırtasiyecilik	60	23	83
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Kitap ve kırtasiyecilik	54	19	73
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Kitap ve kırtasiyecilik	47	21	68
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Kitap ve kırtasiyecilik	49	15	64
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Kitap ve kırtasiyecilik	43	16	59
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Kitap ve kırtasiyecilik	38	21	59
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Kitap ve kırtasiyecilik	35	12	47
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Kitap ve kırtasiyecilik	26	15	41
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Kitap ve kırtasiyecilik	29	11	40
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Kitap ve kırtasiyecilik	20	16	36
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Kitap ve kırtasiyecilik	28	7	35
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Kitap ve kırtasiyecilik	28	5	33
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Kitap ve kırtasiyecilik	23	9	32
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Kitap ve kırtasiyecilik	22	6	28

Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Kitap ve kırtasiyecilik	10	0	10
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Marangozluk	396	11	407
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Marangozluk	234	13	247
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Marangozluk	192	12	204
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Marangozluk	186	3	189
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Marangozluk	169	10	179
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Marangozluk	143	14	157
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Marangozluk	149	4	153
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Marangozluk	148	3	151
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Marangozluk	132	12	144
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Marangozluk	102	8	110
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Marangozluk	86	13	99
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Marangozluk	78	4	82
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Marangozluk	67	0	67
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Marangozluk	64	3	67
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Marangozluk	59	4	63
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Marangozluk	47	6	53
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Marangozluk	47	6	53
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Marangozluk	22	0	22
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Matbaacılık faaliyetleri	49	9	58
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Matbaacılık faaliyetleri	38	13	51
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Matbaacılık faaliyetleri	30	4	34
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Matbaacılık faaliyetleri	20	4	24

Karadeniz Bölgesi	ORDU	Matbaacılık faaliyetleri	15	7	22
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Matbaacılık faaliyetleri	14	7	21
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Matbaacılık faaliyetleri	18	3	21
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Matbaacılık faaliyetleri	15	5	20
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Matbaacılık faaliyetleri	17	3	20
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Matbaacılık faaliyetleri	14	4	18
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Matbaacılık faaliyetleri	13	0	13
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Matbaacılık faaliyetleri	8	3	11
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Matbaacılık faaliyetleri	8	3	11
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Matbaacılık faaliyetleri	7	1	8
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Matbaacılık faaliyetleri	4	3	7
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Matbaacılık faaliyetleri	6	0	6
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Matbaacılık faaliyetleri	6	0	6
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Matbaacılık faaliyetleri	2	0	2
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	33	4	37
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	15	2	17
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	14	0	14
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	14	0	14
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	9	2	11
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	9	0	9
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	5	0	5
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	5	0	5
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	3	0	3

Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	1	2
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Mobilya döşemeciliği	112	17	129
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Mobilya döşemeciliği	90	5	95
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Mobilya döşemeciliği	53	6	59
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Mobilya döşemeciliği	41	6	47
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Mobilya döşemeciliği	41	4	45
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Mobilya döşemeciliği	39	5	44
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Mobilya döşemeciliği	41	3	44
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Mobilya döşemeciliği	39	2	41
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Mobilya döşemeciliği	32	5	37
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Mobilya döşemeciliği	22	1	23
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Mobilya döşemeciliği	22	1	23
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Mobilya döşemeciliği	19	3	22
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Mobilya döşemeciliği	15	1	16
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Mobilya döşemeciliği	15	1	16
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Mobilya döşemeciliği	14	1	15
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Mobilya döşemeciliği	14	0	14

Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Mobilya döşemeciliği	5	0	5
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Mobilya döşemeciliği	4	1	5
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	646	113	759
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Mobilya imal, onarım ve ticareti	410	44	454
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Mobilya imal, onarım ve ticareti	262	39	301
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Mobilya imal, onarım ve ticareti	243	22	265
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Mobilya imal, onarım ve ticareti	195	30	225
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Mobilya imal, onarım ve ticareti	185	22	207
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Mobilya imal, onarım ve ticareti	159	9	168
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	139	28	167
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	133	26	159
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	128	7	135
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	111	8	119
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Mobilya imal, onarım ve ticareti	99	20	119
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Mobilya imal, onarım ve ticareti	97	22	119
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	87	11	98
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Mobilya imal, onarım ve ticareti	82	8	90
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Mobilya imal, onarım ve ticareti	54	7	61
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	26	7	33
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Mobilya imal, onarım ve ticareti	14	1	15
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Yakacak imalatı ve ticareti	117	26	143
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Yakacak imalatı ve ticareti	100	14	114
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Yakacak imalatı ve ticareti	94	11	105

Karadeniz Bölgesi	ORDU	Yakacak imalatı ve ticareti	68	11	79
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Yakacak imalatı ve ticareti	60	7	67
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Yakacak imalatı ve ticareti	58	7	65
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Yakacak imalatı ve ticareti	32	7	39
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Yakacak imalatı ve ticareti	34	4	38
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Yakacak imalatı ve ticareti	33	3	36
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Yakacak imalatı ve ticareti	27	7	34
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Yakacak imalatı ve ticareti	28	6	34
Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Yakacak imalatı ve ticareti	26	8	34
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Yakacak imalatı ve ticareti	30	4	34
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Yakacak imalatı ve ticareti	29	4	33
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Yakacak imalatı ve ticareti	25	4	29
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Yakacak imalatı ve ticareti	17	2	19
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Yakacak imalatı ve ticareti	12	0	12
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Yakacak imalatı ve ticareti	5	0	5
Karadeniz Bölgesi	SAMSUN	Züccaciye ürünleri ticareti	147	60	207
Karadeniz Bölgesi	ORDU	Züccaciye ürünleri ticareti	100	31	131
Karadeniz Bölgesi	TRABZON	Züccaciye ürünleri ticareti	93	35	128
Karadeniz Bölgesi	TOKAT	Züccaciye ürünleri ticareti	57	15	72
Karadeniz Bölgesi	ÇORUM	Züccaciye ürünleri ticareti	48	16	64
Karadeniz Bölgesi	ZONGULDAK	Züccaciye ürünleri ticareti	40	12	52
Karadeniz Bölgesi	KASTAMONU	Züccaciye ürünleri ticareti	39	8	47
Karadeniz Bölgesi	KARABÜK	Züccaciye ürünleri ticareti	28	15	43

Karadeniz Bölgesi	GİRESUN	Züccaciye ürünleri ticareti	26	10	36
Karadeniz Bölgesi	SİNOP	Züccaciye ürünleri ticareti	27	8	35
Karadeniz Bölgesi	AMASYA	Züccaciye ürünleri ticareti	26	8	34
Karadeniz Bölgesi	DÜZCE	Züccaciye ürünleri ticareti	20	12	32
Karadeniz Bölgesi	RİZE	Züccaciye ürünleri ticareti	29	2	31
Karadeniz Bölgesi	BOLU	Züccaciye ürünleri ticareti	24	5	29
Karadeniz Bölgesi	ARTVİN	Züccaciye ürünleri ticareti	18	7	25
Karadeniz Bölgesi	BARTIN	Züccaciye ürünleri ticareti	14	7	21
Karadeniz Bölgesi	GÜMÜŞHANE	Züccaciye ürünleri ticareti	7	6	13
Karadeniz Bölgesi	BAYBURT	Züccaciye ürünleri ticareti	5	0	5

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.3.7. Marmara Bölgesi

- Marmara Bölgesi'nde, cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Balıkesir'dir. Bu meslekte en az esnaf ve sanatkâr Yalova ve Edirne illerinde kayıtlıdır. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.
- Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Balıkesir'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bilecik'tir. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.
- Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Bursa, Sakarya, Balıkesir'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Yalova'dır. Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bursa'dır.
- Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Kocaeli'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Yalova'dır. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.
- Marangozluk mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Balıkesir, Bursa'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bilecik'tir. Marangozluk mesleğinde ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Balıkesir'dir.
- Matbaacılık mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstan-

bul, Bursa, Kocaeli'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bilecik'tir. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.

- Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Balıkesir'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Kırklareli'dir. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.
- Mobilya döşemeciliği mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Balıkesir'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Yalova'dır. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.
- Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Sakarya'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bilecik'tir. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.
- Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla Balıkesir, Çanakkale, Bursa'dır. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Yalova'dır. Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde en fazla kadın esnaf ve sanatkârın ve sanatkârın çalıştığı il Balıkesir'dir.
- Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde, en fazla esnaf ve sanatkârın bulunduğu 3 il sırasıyla İstanbul, Bursa, Balıkesir'dir. Bu meslekte, en az esnaf ve sanatkârın çalıştığı il Bilecik'tir. Bu meslekte ne fazla kadın esnaf ve sanatkârın çalıştığı il İstanbul'dur.

Tablo 23. Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Marmara Bölgesi

Bölge	İl	Meslek	Erkek	Kadın	Toplam
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	354	39	393
Marmara Bölgesi	BURSA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	132	18	150
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	70	12	82
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	70	8	78
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	46	4	50
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	37	7	44
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	29	4	33
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	20	2	22
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	8	2	10
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	6	3	9
Marmara Bölgesi	YALOVA	Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti	8	1	9
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	574	221	795
Marmara Bölgesi	BURSA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	271	201	472
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	175	152	327

Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	196	128	324
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	127	87	214
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	115	68	183
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	81	63	144
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	69	55	124
Marmara Bölgesi	YALOVA	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	43	31	74
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	32	31	63
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	30	17	47
Marmara Bölgesi	BURSA	Kereste imalatı ve ticareti	239	21	260
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Kereste imalatı ve ticareti	153	16	169
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Kereste imalatı ve ticareti	143	17	160
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Kereste imalatı ve ticareti	85	7	92
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Kereste imalatı ve ticareti	88	1	89
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Kereste imalatı ve ticareti	63	10	73
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Kereste imalatı ve ticareti	63	8	71
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Kereste imalatı ve ticareti	50	7	57
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Kereste imalatı ve ticareti	50	2	52
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Kereste imalatı ve ticareti	25	5	30
Marmara Bölgesi	YALOVA	Kereste imalatı ve ticareti	15	3	18
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Kitap ve kırtasiyecilik	700	326	1026
Marmara Bölgesi	BURSA	Kitap ve kırtasiyecilik	255	122	377
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Kitap ve kırtasiyecilik	165	70	235
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Kitap ve kırtasiyecilik	114	63	177
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Kitap ve kırtasiyecilik	100	41	141
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Kitap ve kırtasiyecilik	51	41	92
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Kitap ve kırtasiyecilik	66	26	92
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Kitap ve kırtasiyecilik	37	14	51
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Kitap ve kırtasiyecilik	37	13	50
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Kitap ve kırtasiyecilik	33	14	47
Marmara Bölgesi	YALOVA	Kitap ve kırtasiyecilik	25	5	30
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Marangozluk	632	49	681
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Marangozluk	526	58	584
Marmara Bölgesi	BURSA	Marangozluk	258	23	281
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Marangozluk	238	15	253
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Marangozluk	230	12	242
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Marangozluk	182	16	198
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Marangozluk	166	17	183

Marmara Bölgesi	EDİRNE	Marangozluk	143	6	149
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Marangozluk	106	6	112
Marmara Bölgesi	YALOVA	Marangozluk	36	2	38
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Marangozluk	21	2	23
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Matbaacılık faaliyetleri	568	126	694
Marmara Bölgesi	BURSA	Matbaacılık faaliyetleri	173	54	227
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Matbaacılık faaliyetleri	92	21	113
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Matbaacılık faaliyetleri	53	16	69
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Matbaacılık faaliyetleri	52	15	67
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Matbaacılık faaliyetleri	35	12	47
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Matbaacılık faaliyetleri	25	8	33
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Matbaacılık faaliyetleri	16	7	23
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Matbaacılık faaliyetleri	14	2	16
Marmara Bölgesi	YALOVA	Matbaacılık faaliyetleri	13	2	15
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Matbaacılık faaliyetleri	10	1	11
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	92	14	106
Marmara Bölgesi	BURSA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	48	5	53
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	28	4	32
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	16	2	18
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	15	0	15
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	10	1	11
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	4	0	4
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Marmara Bölgesi	YALOVA	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	2	0	2
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	1	0	1
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Mobilya döşemeciliği	345	39	384
Marmara Bölgesi	BURSA	Mobilya döşemeciliği	236	24	260
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Mobilya döşemeciliği	149	16	165
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Mobilya döşemeciliği	151	14	165
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Mobilya döşemeciliği	64	7	71
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Mobilya döşemeciliği	46	6	52
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Mobilya döşemeciliği	38	5	43
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Mobilya döşemeciliği	29	3	32
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Mobilya döşemeciliği	16	2	18
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Mobilya döşemeciliği	16	0	16
Marmara Bölgesi	YALOVA	Mobilya döşemeciliği	14	0	14
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Mobilya imal, onarım ve ticareti	1581	213	1794

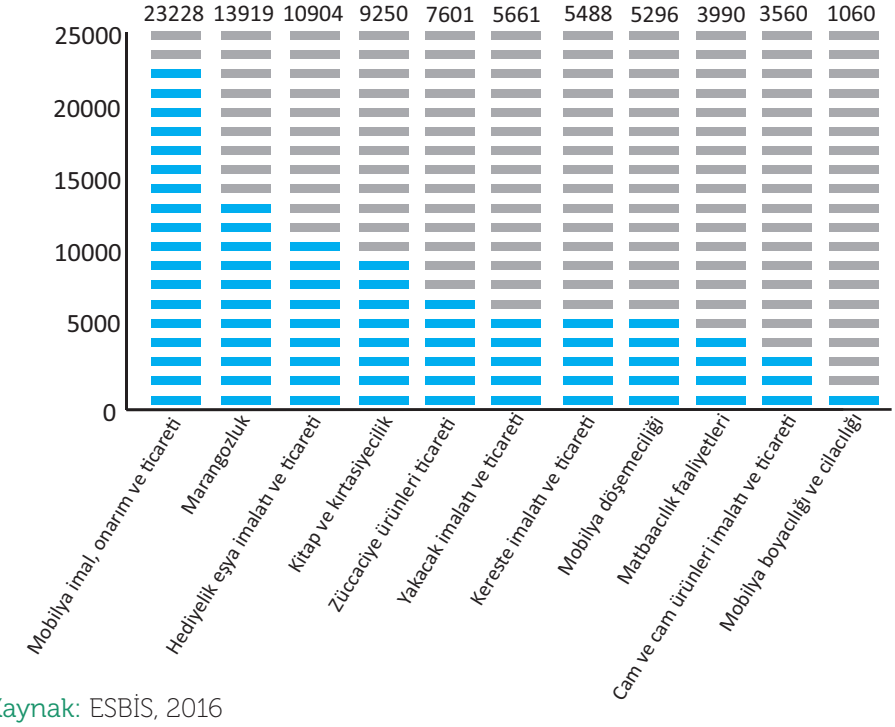
Marmara Bölgesi	BURSA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	1283	124	1407
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	422	46	468
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	357	70	427
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Mobilya imal, onarım ve ticareti	357	38	395
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	197	47	244
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	193	20	213
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Mobilya imal, onarım ve ticareti	90	16	106
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Mobilya imal, onarım ve ticareti	60	9	69
Marmara Bölgesi	YALOVA	Mobilya imal, onarım ve ticareti	61	7	68
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Mobilya imal, onarım ve ticareti	58	9	67
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Yakacak imalatı ve ticareti	125	31	156
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Yakacak imalatı ve ticareti	115	25	140
Marmara Bölgesi	BURSA	Yakacak imalatı ve ticareti	126	12	138
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Yakacak imalatı ve ticareti	123	15	138
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Yakacak imalatı ve ticareti	116	12	128
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Yakacak imalatı ve ticareti	102	17	119
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Yakacak imalatı ve ticareti	86	10	96
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Yakacak imalatı ve ticareti	82	10	92
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Yakacak imalatı ve ticareti	54	10	64
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Yakacak imalatı ve ticareti	19	1	20
Marmara Bölgesi	YALOVA	Yakacak imalatı ve ticareti	17	3	20
Marmara Bölgesi	İSTANBUL	Züccaciye ürünleri ticareti	370	103	473
Marmara Bölgesi	BURSA	Züccaciye ürünleri ticareti	149	59	208
Marmara Bölgesi	BALIKESİR	Züccaciye ürünleri ticareti	104	50	154
Marmara Bölgesi	KOCAELİ	Züccaciye ürünleri ticareti	100	34	134
Marmara Bölgesi	SAKARYA	Züccaciye ürünleri ticareti	80	24	104
Marmara Bölgesi	TEKİRDAĞ	Züccaciye ürünleri ticareti	47	21	68
Marmara Bölgesi	ÇANAKKALE	Züccaciye ürünleri ticareti	39	20	59
Marmara Bölgesi	EDİRNE	Züccaciye ürünleri ticareti	30	8	38
Marmara Bölgesi	KIRKLARELİ	Züccaciye ürünleri ticareti	28	7	35
Marmara Bölgesi	YALOVA	Züccaciye ürünleri ticareti	22	6	28
Marmara Bölgesi	BİLECİK	Züccaciye ürünleri ticareti	16	8	24

Kaynak: (ESBİS 2016).

1.4. SEKTÖRÜN ÜLKE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Türkiye'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörünün önemi sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar ile çalışan sayılarından anlaşılabilecektir. Sektörde çalışan esnaf ve sanatkâr sayısı 2016 ESBİS verilerine göre 89.957'dir. Şekil 1, esnaf ve sanatkârların mesleklere göre dağılımını göstermektedir.

Şekil 1. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Çalışan Esnaf ve Sanatkâr Sayısı



Kaynak: ESBİS, 2016

Sektörün Türkiye'deki demografik yapısına ilişkin bilgiler, 6.2. Sektöre İlişkin İstatistiki Veriler, 6.3. Sektörün Bölgeler İtibarıyla Dağılımı ve 6.5. Sektörün İnsan Kaynağı Analizi bölümlerinde ayrıca açıklanmıştır.

Sektörde kapasite kullanım oranlarını gösteren tablo ise aşağıda verilmiştir. Tablo 24'deki veriler, Esnaf ve Sanatkârlar özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi Projesi kapsamında yapılan anketlerden elde edilmiştir. Tablo 24'e göre, en yüksek kapasite kullanım oranları kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleğinde görünmektedir. Mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik mesleklerinde üretim kapasitesinin %25'ini veya daha altını kullananların %9,1'lik bir kısım olduğu, bununla birlikte, bu meslek grubunda kapasite kullanım oranının ağırlıklı olarak %50 ila %75 arasında olduğu da tablodan anlaşılmaktadır. Camcılık ve aynacılık, hediyelik eşya ve züccaciyecilik mesleklerinde kapasite kullanım oranına bakıldığında ise %50-%75 arasında bir yoğunluk gözlenmektedir. Bu durumun aslında bu sektörde genellikle eksik kapasite ile çalışıldığının bir göstergesi olarak düşünülebilir. Toplam değerler incelendiği zaman sektörde, %50'nin altında kapasite ile çalışanların toplamın %29'unu oluşturmaktadır. %90 ve üstünde kapasiteyle çalışanlar ise %12,6'lık bir bölümü oluşturmaktadır.

Tablo 24. Sektörde Kapasite Kullanım Oranları

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
25 ve altı	9,1%	5,7%	11,4%	8,8%
%25-%50 arası	20,7%	18,6%	18,2%	20,2%
%50-%75 arası	38,7%	41,4%	27,3%	38,1%
%75%-%90 arası	18,8%	22,9%	29,5%	20,4%
%90 ve üstü	12,6%	11,4%	13,6%	12,6%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Proje kapsamında yapılan anketlerden derlenen sonuçlarla birlikte sektörün istihdam düzeyindeki değişmeler incelenmiştir. Son üç yılda çalışan sayısındaki değişmeler Tablo 25'de gösterilmektedir. Buna göre, mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik mesleklerinde son üç yılda çalışan sayısının azaldığını ifade edenler yaklaşık %25 olurken, değişmediğini dile getirenler yaklaşık %60 olmuştur. Camcılık ve aynacılık, hediyelik eşya ve züccaciye için ise son üç yılda çalışan sayısının değişmediğini ifade edenler %70,6, kırtasiyecilik ve kitapçılık ve matbaacılık için ise bu oran %76,1 olmuştur.

Tablo 25. Son Üç Yılda Çalışan Sayısındaki Değişme

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
Azaldı	24,8%	15,4%	12,5%	20,3%
Değişmedi	60,3%	70,6%	76,1%	65,6%
Arttı	14,9%	14,0%	11,4%	14,1%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sektördeki esnaf ve sanatkârın üretimde kullandıkları hammaddelerin ve makinelerin menşei Tablo 26'da verilmiştir. Buna göre esnaf ve sanatkârın genel olarak %83'ünün yerli hammadde kullandığı, bunun yanında %47 oranında da yabancı hammadde kullanımı olduğu görülmektedir. Yabancı hammadde bağımlılığı meslekler arasında değişkenlik göstermektedir. Kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık mesleklerinde yabancı hammadde kullanımının %64 düzeyine çıktığı gözlemlenmektedir. Bu bulgu, yapılan odak grup toplantılarında özellikle matbaacılık mesleğindeki yabancı hammadde bağımlılığı ve buna bağlı olarak ortaya çıkan problemleri (döviz kurundaki değişimlere karşı korumasızlık, Çin'de hava kirliliği nedeniyle kömürle çalışan fabrikaların üretimi durdurmasıyla tüm dünyada kâğıt temininde sorunlar yaşanması vb.) destekler niteliktedir. Esnaf ve sanatkârlar, SEKA'nın kapatılmasının sektörü olumsuz etkilediğini belirtmiş devletin sektördeki yabancı hammadde bağımlılığını en aza indirecek şekilde politika çözümleri üretmesini talep etmiştir.

Tablo 26. Üretimde Kullanılan Ürün Ve Makinelerin Menşei

	Hammadde Yerli	Hammedde Yabancı	Makine Yerli	Makine Yabancı
Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	84,49	45,20	79,31	50,98
Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	87,21	35,71	84,57	68,33
Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	57,76	63,75	49,74	76,61
Toplam	83,09	47,21	78,40	56,99

Tablo 27 sektörün 2014, 2015 ve 2016 yıllarındaki toplam ciro, kar ve zarar miktarlarını göstermektedir. 2014 yılından 2016 yılına gelene kadar bu sektördeki esnaf ve sanatkârların sayısının azalmış olduğu göze çarpmaktadır. Bununla birlikte kârlar azalırken zararların artmış olması da önemli bir sonuç olarak görülebilir. 2016 yılında toplam ciroda da bir düşüş olduğu gözlenmektedir. Bu noktada, veriler Türkiye'de 2014, 2015 ve 2016 yıllarında gerçekleşen enflasyon oranlarıyla birlikte ele alınacak olursa sektörde kârlardaki düşüşün aslında reel anlamda kazançları da önemli ölçüde düşürdüğü sonucuna da varabiliriz.

Tablo 27. Sektörün Toplam Ciro ve Kâr – Zarar Değerleri (Milyon TL)

	Sayı	Ciro	Kâr	Zarar
2014	624256	48.158,75	2.869,14	2.072,51
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti (hareli cam, minecilik, üfleme cam vb. dâhil)	38587	4.196,38	139,35	142,25
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	42970	2.784,06	229,52	142,13
Kereste imalatı ve ticareti	48843	6.182,1	172,54	185,71
Kitap ve kırtasiyecilik	54584	4.125,06	325,36	179,59
Marangozluk	98473	7.549,42	409,37	299,30
Matbaacılık faaliyetleri	39997	3.517,27	166,37	278,36
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	13223	705,97	73,28	37,32
Mobilya döşemeciliği	17711	842,75	91,67	44,08
Mobilya imal, onarım ve ticareti	167330	1.1058,14	832,03	490,60
Yakacak imalatı ve ticareti	41620	2.484,79	139,58	98,34
Züccaciye ürünleri ticareti	60918	4.712,81	290,07	174,82
2015	619452	49.447,41	2.857,76	2.091,52
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti (hareli cam, minecilik, üfleme cam vb. dâhil)	40944	4.768,79	165,9	150,57

Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	45090	3.059,79	218,87	152,82
Kereste imalatı ve ticareti	49128	6.759,27	196,12	183,21
Kitap ve kırtasiyecilik	55136	4.320,5	246,03	182,89
Marangozluk	97502	7.856,30	403,78	290,59
Matbaacılık faaliyetleri	38962	3.347,37	173,99	302,5
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	12705	758,31	77,03	36,59
Mobilya döşemeciliği	18074	911,39	100,14	44,89
Mobilya imal, onarım ve ticareti	161891	10.558,27	864,67	472,54
Yakacak imalatı ve ticareti	42679	2.608,38	157,95	101,12
Züccaciye ürünleri ticareti	57341	4.499,06	253,29	173,80
2016	598530	47.322,69	2.440,38	3.243,53
Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti (hareli cam, minecilik, üfleme cam vb. dâhil)	36874	4.473,91	168,77	155,89
Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	43014	2.847,93	175,89	289,69
Kereste imalatı ve ticareti	46927	6.576,99	223,39	188,03
Kitap ve kırtasiyecilik	53070	3.965,33	204,08	323,57
Marangozluk	93664	7.655,8	385,87	378,43
Matbaacılık faaliyetleri	38177	3.688,42	288,38	199,44
Mobilya boyacılığı ve cilacılığı	12739	721,12	44,15	95,13
Mobilya döşemeciliği	18152	865,06	61,50	113,09
Mobilya imal, onarım ve ticareti	160863	9.919,74	559,06	1.021,61
Yakacak imalatı ve ticareti	38930	2.469,186	136,5908	202,2606
Züccaciye ürünleri ticareti	56120	4.139,207	192,7097	276,3857

Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Dış Ticaret ve Sektörün İhracat Potansiyeli

12 farklı meslekten oluşan sektörün ihracat değerleri mesleklere göre değişmektedir. Buna göre, mobilyacılık kapsamında ele alındığı zaman dış ticaret fazlası veren bir ürün grubu ile karşı karşıya olunmakla birlikte, mahrukatçılık mesleğinde ise önemli bir dış ticaret açığı karşımıza çıkmaktadır. Sektörün bütün olarak ihracat potansiyeline bakıldığı zaman, mobilyacılık ve cam ve cam ürünleri grubunun ihracatta önemli başarılar elde ettiğini söyleyebiliriz. Bununla birlikte, sektörün gelişmesi ve ihracat düzeylerini arttırması önemlidir. Bu noktada, sektörde farklı mesleklerin başarıları izlenerek örnek alınmalı ve kümelenme deneyiminin önemi dikkate alınmalıdır. Dış ticaret ve ihracat potansiyeli her bir meslek grubu için incelenmiştir. Aşağıda tüm mesleklerin Türkiye ekonomisindeki yeri ve dış ticaret bilgileri yer almaktadır.

1.4.1. Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Mobilya, Türkiye ve Dünya ekonomisinde önemli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Mobilya sanayi, Türkiye ekonomisi için stratejik bir önem arz etmektedir. Bunun nedeni, sektörde ortaya çıkan katma değerdir. Üretimin her aşamasında farklı bir meslek grubunun katkısı bulunmaktadır (marangozluk, mobilya boyamacılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya imal ve satıcılığı meslekleri) ve son aşamada nihai ürün karşımıza çıkmaktadır. Mobilya tüm dünyada, tüm kültürler tarafından kullanılan ve gelecekte de hep kullanılacak bir mal olduğu için talebi hiç bitmeyecek bir ürün olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte, Türkiye'de mobilya sanayi her geçen yıl gelişmekte, yeniliklere uyum sağlayarak, teknoloji kullanımını arttırmakta ve dünya piyasalarında rekabet gücü olan işletmeler ortaya çıkartmaktadır.

Marangozluk alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların sayısı 2016 yılında SGK verilerine göre, 13.919 olmuştur. Bununla birlikte, Tablo 28'de gösterildiği gibi, marangoz esnaf ve sanatkârın ağırlıklı olarak tek başlarına mikro ölçekli işletmelerde çalıştıkları söylenebilir.

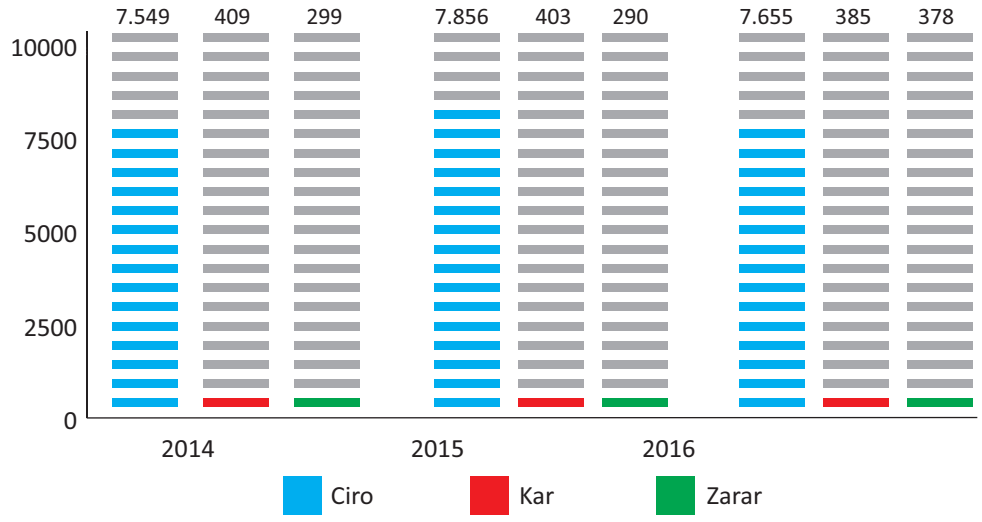
Tablo 28. Marangozluk Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	15.747	10.799	0,69
Küçük Ölçekli İşletmelerde	259	2.748	10,61

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 2'de ise marangozluk esnaf ve sanatkârının 2014, 2015 ve 2016 yılı ciro, kâr ve zarar değerleri gösterilmiştir. Buna göre, 2016 yılında zararın artarak, karların azaldığı açıktır. Bununla birlikte, 2014 yılından 2016 yılına kadar bu alanda çalışan işletme sayısında yaklaşık %5'lik bir azalma olduğu da dikkat çeken bir unsurdur.

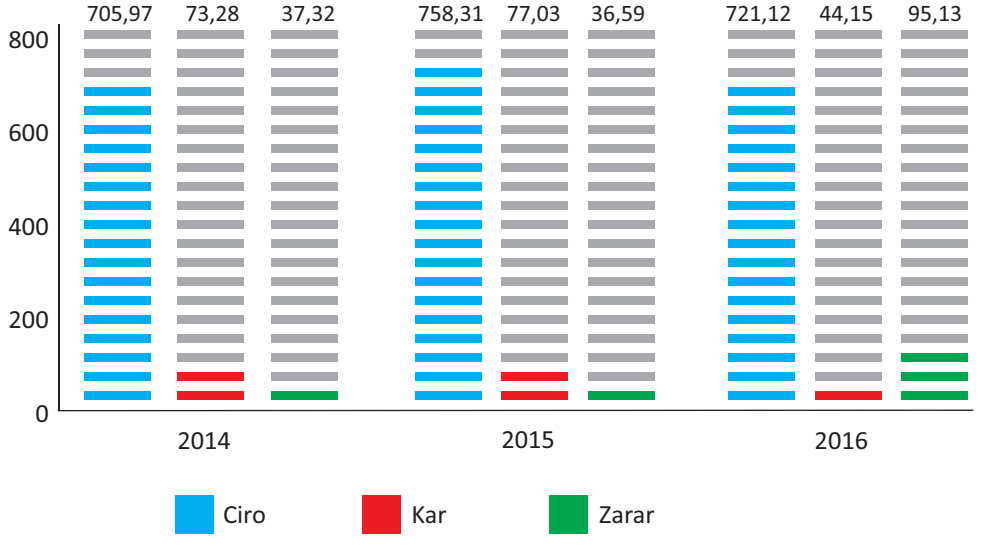
Şekil 2. Marangozluk Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Mobilya boyacılığı ve cilacılığı alanında çalışan esnaf ve sanatkâr sayısı ise yine ESBİS verilerine göre 2016 yılında 1.060 olmuştur. Şekil 3 ise bu alanda çalışan işletmelerin kâr, zarar ve ciro durumlarını göstermektedir. 2016 yılında bu meslek grubunda faaliyet gösteren işletmelerin toplam karının önemli ölçüde azaldığı ve toplam zararın da önemli ölçüde arttığı dikkat çekmektedir.

Şekil 3. Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)

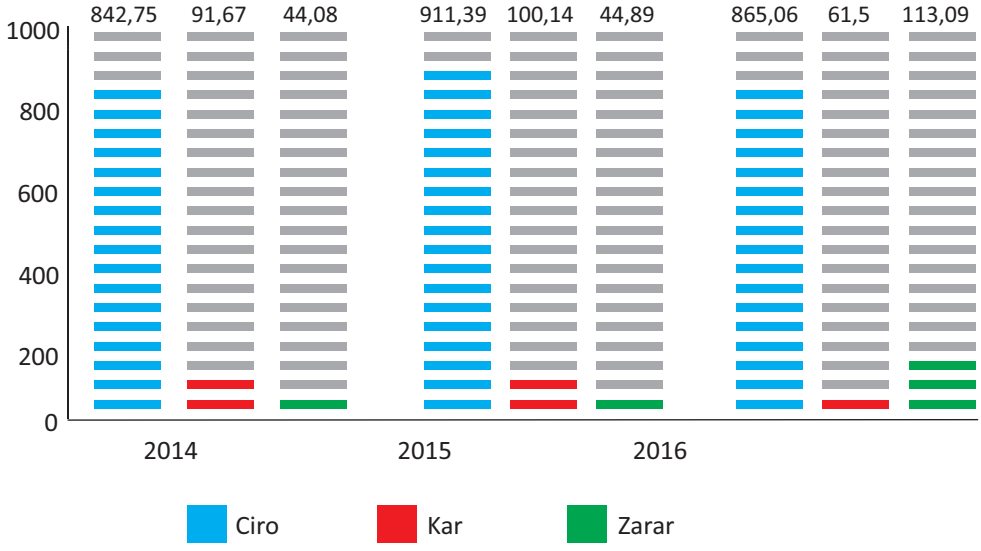


Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Mobilya döşemeciliği mesleğini icra eden esnaf ve sanatkârların sayısı ise 2016 yılında 5296 olmuştur. Şekil 4'te de mobilya döşemeciliği faaliyetini gerçekleştiren işletmelerin kâr ve zarar durumları verilmiştir. Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde olduğu gibi

döşemecilik mesleğinde de 2016 yılında kar düzeylerinde %40'a yaklaşan bir azalma ve zararlarda da 2,5 kat artış görülmüştür. Ancak mobilya döşemeciliği alanında faaliyet gösteren işletme sayısında büyük değişiklikler yoktur.

Şekil 4. Mobilya Döşemeciliği Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Mobilya imal, onarım ve ticareti alanında çalışan esnaf ve sanatkâr sayısı ise 2016 yılında 23228 olmuştur. ESBİS'ten elde edilen bu veriye göre, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü içinde en çok esnaf ve sanatkâr sayısına sahip meslek olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 29, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki çalışan sayısını göstermektedir. Bu tablodan anlaşılmaktadır ki, mobilya imal, onarım ve ticaretini yapan mikro ölçekli işletmelerde de pek çok başka mesleklerdeki mikro ölçekli işletmelerde olduğu gibi ortalama çalışan sayısı birden küçük bir değerdir. Bu da pek çok mikro ölçekli işletmede esnaf ve sanatkârın kendisinden ayrı bir çalışanı olmadığını göstermektedir.

Tablo 29. Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Çalışan Sayıları

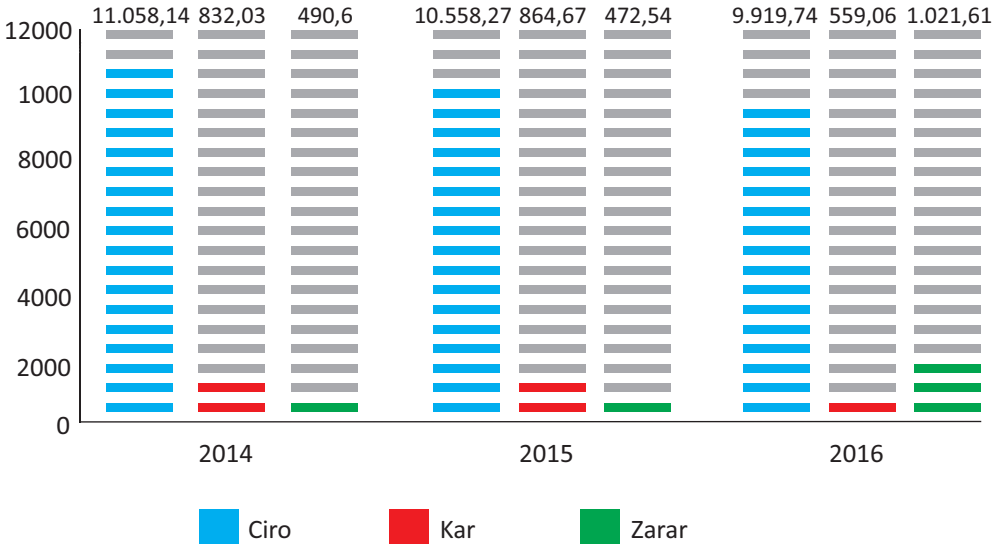
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	77013	62882	0,82
Küçük Ölçekli İşletmelerde	3609	27243	7,55
Orta Ölçekli İşletmelerde	98	2749	28,05

Kaynak: SGK 2016..

Şekil 5'te mobilya imal, onarım ve ticareti alanında faaliyet gösteren işletmelerin kâr, zarar ve ciro değerlerini göstermektedir. Bu grafikten anlaşılacağı gibi, 2016 yılında mobilya imal, onarım ve ticaret alanında çalışan işletmelerin karları büyük ölçüde düşmüş, zararları

ise artmıştır. Bununla birlikte, ciroların da düştüğü görülmektedir. 2014 yılında 2016 yılına kadar bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin sayısında da bir azalma görülmektedir.

Şekil 5. Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

1.4.1.1. Dış Ticaret

Dünya mobilya üretiminde son yıllarda ilk sırayı Çin'in aldığı görülmektedir. Çin'i ABD, İtalya ve Almanya takip etmektedir. Türkiye dünya üretiminde %1'lik payı ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir.[2] Mobilya ihracatı açısından ise 2014 yılında dünya ihracatı içinden % 1,4'lük bir pay aldığı gözlemlenmiştir. Dünya mobilya ihracatı sıralamasında Türkiye 14. sırada, İngiltere, Malezya ve Romanya'nın arkasında yer almaktadır.

Ticaret Bakanlığı raporuna[3] göre Türkiye'de mobilya sektörü 2001 yılından itibaren dış ticaret verilerinde sürekli olarak artı değerler göstermeye başlamıştır. Bu durum, ihracat değerlerinin ithalat değerlerinden yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bunun arkasında en önemli itici gücün 2001 yılında Türkiye'nin yaşadığı krizle birlikte ortaya çıkan yurt içi talepteki daralma olduğu söylenebilecektir. Üretici firmalar bu daralmayı ihracata yönelerek satışlarını arttırma biçiminde çözme yoluna gitmişlerdir.

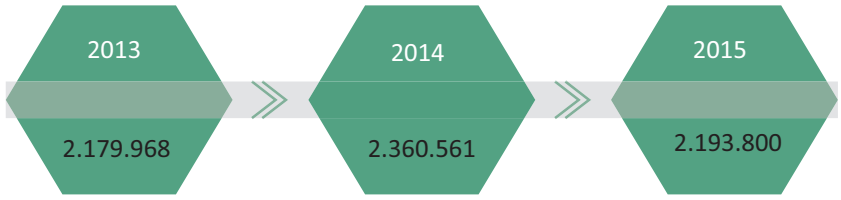
Mobilya sektöründe yapılan toplam ihracatın üçte biri AB ülkelerine yapılırken toplam ithalatın da yarısından fazlası yine AB ülkelerinden yapılmaktadır. Bu durum AB ile önemli bir organik bağ olarak görülebilir. Günümüzde cari işlemler açığının bir sorun olarak ülke ekonomisinde yerleşmiş olduğu bilinmektedir. Bu noktada, mobilya sektörünün dış ticarette sürekli artı değerler elde etmesi (ihracat değerlerinin ithalattan yüksek olması), ülke ekonomisi için de önemli bir rol oynayacak ve cari açığın kapanmasında etkili bir sektör

2 ASO Mobilya Sektörü Raporu

3 Ticaret Bakanlığı Raporu 2016

olarak karşımıza çıkacaktır. Tabi ki bu çerçevede, yeni pazarların bulunması, doğu ve batıdaki diğer ihracat olanaklarının araştırılması sektörün ihracat potansiyeli için de olumlu bir katkı sağlayacağı açıktır.

Tablo 30. Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (Bin ABD Doları)



Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Mobilyacılık alanında faaliyet gösteren işletmelerin bazıları doğrudan ihracat süreci içerisinde bulunurken büyük bir kısmı ise aracı firmalar yoluyla ya da diğer işletmeler aracılığıyla ürettikleri ürünlerini ihraç etmektedirler. Bununla birlikte, İnegöl örneğinde olduğu gibi, esnaf ve sanatkâr ve ticaret odalarının kanallarını kullanarak ihracat yapan işletmeler de bulunmaktadır.

TÜİK verilerine göre 2009 yılından sonra en çok ihracat yapılan ülkenin Irak olduğu görülmektedir. 2015 yılı verilerine göre, yaklaşık 426 milyon dolarlık ihracat değeriyle ilk sırada yer alan Irak'ı, Suudi Arabistan, Almanya, Libya, Fransa ve Azerbaycan izlemektedir. ABD ise Türkiye'nin en çok mobilya ihracatı yaptığı ülkeler sıralamasında 7. Sırada yer almaktadır. 2008 yılından itibaren dünyayı etkisi altına alan küresel finansal krizin ve daha sonrasında Avrupa'da yaşanan borç krizinin de ihracatı olumsuz etkilediği söylenebilecektir.

Türkiye'nin mobilya ithalatı, 1986 yılında serbestleştirilmeyle birlikte ve sonrasında 1996 yılında Gümrük Birliği'ne girilmesiyle artmıştır. 2001 yılına kadar artış trendi içinde olan mobilya ithalatı, Türkiye'nin yaşadığı para ve bankacılık krizi ile reel gelirdeki düşmenin etkisiyle %40 düzeyinde bir azalma yaşamıştır. Daha sonraki yıllarda da inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. Tablo 31, 2013, 2014 ve 2015 yıllarında Türkiye'nin toplam mobilya ithalatını göstermektedir. Tablo 30 ve 31 birlikte ele alındığı zaman, mobilya sektörünün önemli ölçüde dış ticaret fazlası yaratan bir sektör olduğu görülmektedir. Mobilya ihracatı, ithalatının üstünde seyretmektedir.

Tablo 31. Türkiye'nin Toplam Mobilya İthalatı (Bin ABD Doları)



Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Türkiye'nin en çok mobilya ithal ettiği ülkeler ağırlıklı olarak AB ülkeleridir. Ancak Çin, karşı karşıya olduğu maliyet avantajını da kullanarak toplam ithalatın 3'te birini karşılar hale gelmiştir. 2015 yılında Türkiye'nin ithalatının en fazla olduğu ülkeler sırasıyla Çin, İtalya, Almanya, Polonya ve Fransa'dır.

1.4.2. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Kırtasiye, okul ve büro malzemelerinin tümüne verilen bir isimdir. Kitap ve kırtasiyecilik mesleği çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olmakla birlikte, tüketimi hiç bitmeyecek ve kullanıldıkça tükenen ürünler söz konusu olduğu için talebin hiç bitmeyeceği söylenebilecektir.

Türkiye'de 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 9250 kitapçılık ve kırtasiyecilik alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Aşağıdaki Tablo 32, mikro ve küçük ölçekli işletmelerdeki çalışan sayısını ve ortalama çalışan sayısını göstermektedir. Buna göre, mikro ölçekli işletmelerde toplam 4558 çalışan bulunmaktadır. Bu durum bir işletmedeki ortalama çalışan sayısının 1'den az olduğunu göstermektedir. Bir diğer deyişle, kitapçı ve kırtasiyecilik mesleğindeki mikro işletmelerde genellikle esnaf ve sanatkârın kendisinden başka çalışanı bulunmadığı sonucu çıkartılabilir. Küçük ölçekli işletmelerde ise ortalama çalışan sayısı 6,4 olmuştur.

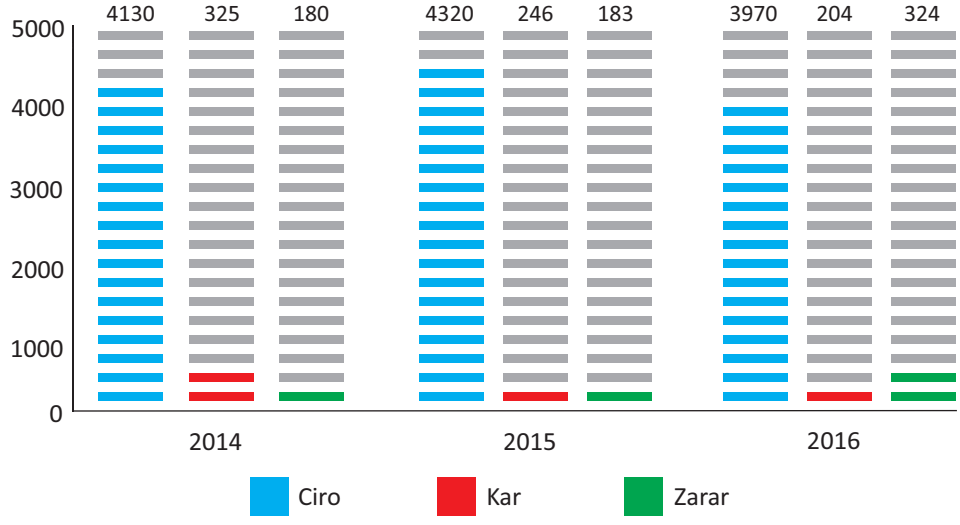
Tablo 32. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	8785	4558	0,52
Küçük Ölçekli İşletmelerde	174	1114	6,40

Kaynak: SGK 2016.

2014 yılında kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğinde faaliyet gösteren işletme sayısı 54584 iken 2015 yılında bu sayı 55136'ya yükselmiş ancak 2016 yılında 53070'e düşmüştür. Bu durumun ortaya çıkmasında bu meslek için ortaya çıkan zarar düzeylerindeki artışın bir etken olduğu söylenebilir.

Şekil 6. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

1.4.2.1. Dış Ticaret

Dünyada, kâğıt kırtasiye toplam ihracat miktarı 2016 yılında 4,2 milyar ABD Doları olmuştur. 2016'da kâğıt kırtasiye alanında en fazla ihracat ve aynı zamanda en fazla ithalatı ABD'nin yapmıştır. İhracat açısından ABD'yi Kanada, Japonya, Almanya ve İtalya takip etmektedir. Türkiye'nin dünya kâğıt kırtasiye ithalatındaki payı %1,6 olurken ihracattaki payı ise %0,9 olmuştur. Yazma araçları için ise, Türkiye'nin dünyadaki pazar payı %1 iken, dünya mürekkep ihracatındaki pay ise %0,7 olarak karşımıza çıkmaktadır.[4]

1.4.3. Camcılık ve Aynacılık Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türkiye'de cam ve cam ürünleri sektörünün köklerinin Selçuklu Dönemi'ne kadar dayandığı söylenebilir. Osmanlı İmparatorluğu zamanında da, özellikle 17. ve 18. yüzyıllarda önemli gelişmeler yaşamıştır. Cam sektörünün ürettiği ürünler, inşaat, otomotiv, beyaz eşya, gıda, içki, meşrubat, ilaç, kozmetik, mobilya, boru, elektrik ve elektronik gibi çok sayıda sektöre girdi üretmektedir. Cam üretiminde kullanılan en önemli girdiler, kum, soda, dolomit, kuvartz maddeleridir. Bu kaynaklar açısından Türkiye'nin zenginliği, Türkiye cam sanayiinde %98 oranında yerli hammadde kullanmasını sağlamaktadır.

Türkiye'de cam ürünleri sektörünün yaklaşık 2,3 milyar ABD Doları düzeyinde üretim değeri bulunmaktadır. Üretim kapasitesi ise 3,5 milyon tondur. Bununla birlikte sektörde çalışan sayısı yaklaşık 20 bin kişidir. Cam sektöründe ölçek ekonomileri[5] (*economies of scale*) geçerli olduğu için belirli bir kapasite ile faaliyet göstermek durumundadır. Cam sektörü aslen, kesintisiz üretim gerektiren izabe (ergitme) teknolojisine dayalı yüksek fırınların kullanıldığı bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle üretime ara verilmesi durumu pek söz konusu olmamaktadır.

Türkiye'nin üretim kapasitesinin %90'ı Şişecam tarafından karşılanmaktadır.[6] Şişecam hem yurtiçinde hem de yurtdışında üretim yapmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışı toplam üretim kapasitesi ise yaklaşık 4,7 milyon tondur. Cam ve cam ürünleri alanında Türkiye'deki en büyük üretici olarak karşımıza çıkan Şişecam 150 ülkeye ihracat yapmaktadır. Düz cam üretiminde, inşaat ve otomotiv sektöründe ortaya çıkan gelişmelerin etkisi doğrudan gözlemlenebilmektedir.

İstanbul, cam ve cam ürünleri üretiminde hem üretici sayısı, hem kapasite miktarı hem de üretim faaliyetlerinin çeşitliliğinin en yoğun olduğu şehirdir. İstanbul'dan sonra Kırklareli, Mersin, Bursa, Eskişehir, Konya, Ankara, İzmir ve Kayseri şehirleri bulunmaktadır.

Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti meslek grubunda 2016 ESBİS verilerine göre 3560 esnaf ve sanatkâr faaliyet göstermektedir. Bu meslek grubunda bulunan mikro ve küçük ölçekli işletmelerdeki çalışan sayıları Tablo 33'de gösterilmiştir. Buradan, cam ve cam ürünleri imalatı üzerine faaliyet gösteren işletmelerin ağırlıklı olarak mikro ölçekli işletmeler olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Mikro ölçekli işletmelerde de ortalama çalışan sayısının yaklaşık bir kişi olduğu görülmekteyken, küçük ölçekli işletmelerde ortalama çalışan sayısı yaklaşık 10,6 olmuştur.

4 Küçükçolak, R. A. Ve M. Kasımoğlu, Türkiye Kırtasiye Sektörü ve Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi, İTO/İDA, İstanbul, 2018.

5 Ölçek ekonomileri;

6 Cam ve Cam Ürünleri Sektörü, ASO: http://www.aso.org.tr/wp-content/uploads/2017/09/12.pdf Erişim tarihi: 10.02.2018.

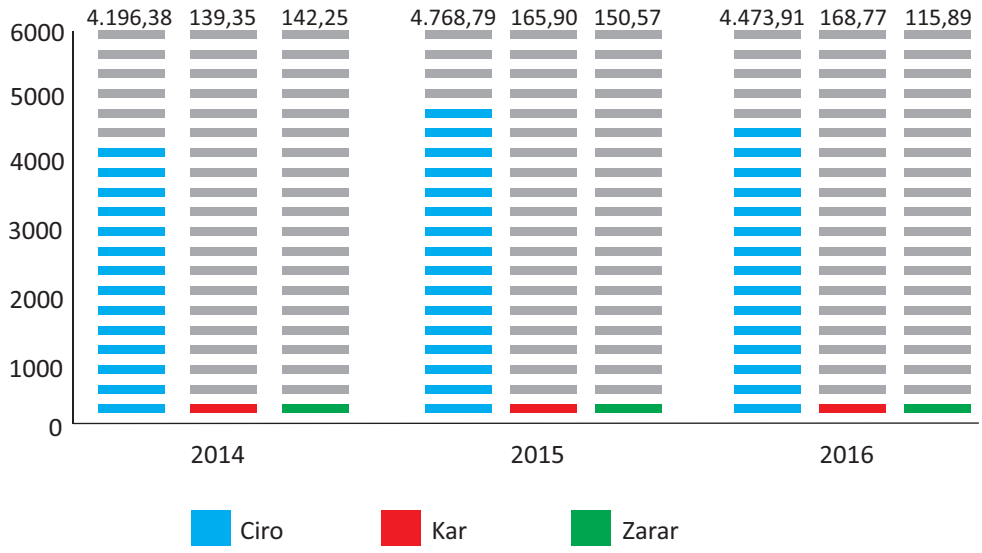
Tablo 33. Cam ve Cam Ürünleri İmalatı

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	2931	2837	0,97
Küçük Ölçekli İşletmelerde	69	731	10,59

Kaynak: SGK 2016.

2014 yılında toplam 38.587, 2015 yılında 40.944 işletme varken 2016 yılında bu sayı düşmüş ve bu meslek grubunda faaliyet gösteren işletme sayısı 36.874 olmuştur. Bu durum bazı işletmelerin kapanarak sektörü terk ettiğini düşündürmektedir. Bunun ortaya çıkmasında, meslek grubu için her geçen yıl artan zarar düzeylerinin etken olduğu söylenebilir. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti yapan işletmelerin toplam ciro ve kâr–zarar değerleri Şekil 7'de gösterilmiştir.

Şekil 7. Cam ve Cam Ürünleri İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Cam ve cam ürünleri alanında enerji tüketimi yüksek olmakla birlikte, cam sanayii yüksek katma değerli ürünler geliştirmekte ve çevre koruma ve enerji tasarrufu için önemli katkılar sağlamaktadır. Cam ve cam ürünleri alanında 2010 yılında ortaya çıkan net katma değer yaklaşık 1 buçuk milyar TL iken bu değer 2011 yılında artarak 1,8 milyar TL olmuştur. 2012 yılında ise tekrar düşerek 1,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

1.4.3.1. Dış Ticaret

Türkiye cam ve cam ürünleri sanayi yılda 4,7 milyon ton üretim kapasitesiyle Türkiye'de ve dünyada her geçen gün daha önemli bir konuma gelmektedir. Türkiye cam sanayi, yaklaşık 2,3 milyar Amerikan Doları düzeyindeki üretim değeri ve yaratılan yaklaşık 20 bin kişilik istihdam ile Türkiye ekonomisi için değerli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.4.3.1.1. İhracat

2009 yılından bu zamana dünya cam ve cam mamulleri ihracatında Çin, Almanya ve Japonya en fazla cam ihraç eden ilk üç ülke olarak görülmektedir. Türkiye ise, 2012 yılında 956 milyon ABD Doları cam ihracatı ile dünya sıralamasında 19. Sırada yer almıştır.[7]

Tablo 34. Dünya Cam İhracatı Sıralaması (milyon ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Çin	14.903	12.604	10.325	7.597	9.070	7.250
Almanya	6.518	6.734	6.107	5.867	6.891	6.437
Japonya	6.197	6.687	6.527	4.504	4.683	4.136
ABD	5.292	5.325	4.984	4.145	5.088	4.829
Fransa	3.382	3.681	3.459	3.265	4.281	4.245
İtalya	2.782	3.071	2.737	2.515	3.247	3.107
Tayvan	2.529	2.186	1.592	1.129	1.165	1.116
Belçika	2.414	2.860	2.642	2.603	3.489	3.385
Hong Kong	2.090	1.689	972	619	696	704
Çekya	1.823	1.942	1.736	1.621	2.186	2.084
Meksika	1.569	1.480	1.472	1.170	1.395	1.351
Polonya	1.499	1.552	1.285	1.132	1.545	1.434
Türkiye	956	978	903	839	1.017	829
Dünya Cam İhracatı (*)	72.000	71.036	63.120	53.714	65.313	60.174

(*) Yaklaşık değerdir.

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

Türkiye'de cam ürünlerinin 2012 yılı dış ticaret hacmi 1,599 milyon ABD Doları ve 1,1 milyon ton düzeyindedir. Bu noktada, cam sanayinin de mobilya sektörü gibi dış ticaret açısından artı veren bir sektör olduğu söylenebilecektir.

Tablo 35. Türkiye'nin Toplam Cam İhracatı (milyon ABD Doları ve bin ton)[8]

2009		2010		2011		2012	
Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar
839	635	903	720	978	710	956	641

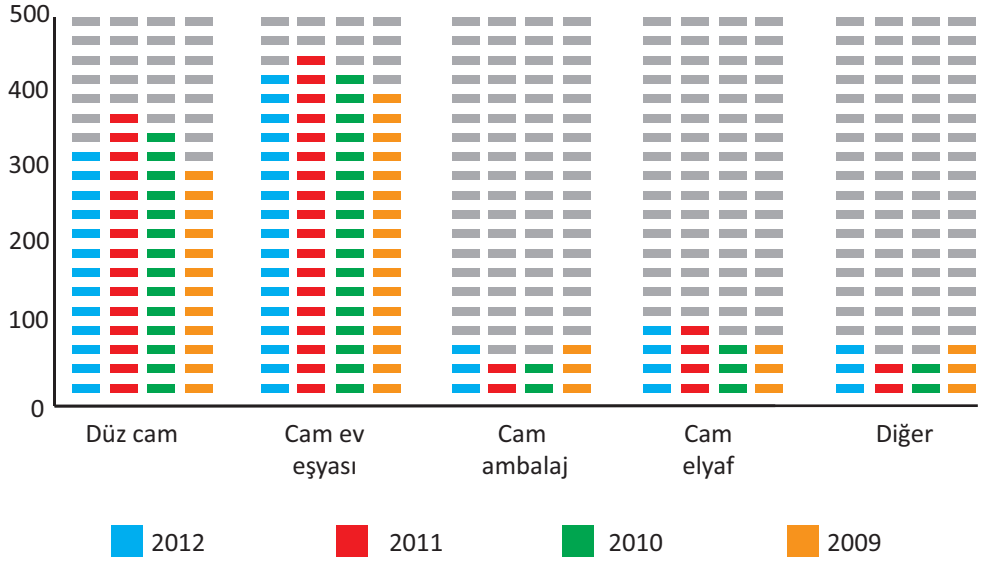
Cam ve cam ürünleri ihracatının 2008 yılında yaşanan küresel krizden etkilendiği de açıktır. Bu süreç içerisinde 2009 yılında 2008 yılına göre ihracat değerinde %17,5 kadarlık bir azalma söz konusu olmuştur. 2010 itibarıyla ise bir toparlanma sürecine girilmiş,

7 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 35.

8 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 43.

ancak daha sonra yurtiçinde ve dünyada yaşanan siyasi ilişkilerdeki sorunlar ve ekonomik istikrarsızlıklar sektör ihracat düzeylerini olumsuz etkilemiştir. Şekil 8, Türkiye'nin ürünlere göre cam ihracatı miktarlarını göstermektedir. Türkiye'nin en çok cam ihracatı yaptığı ülkeler ise Tablo 36'da gösterilmiştir.

Şekil 8. Türkiye Cam İhracatı (ürünlere göre) (Milyon ABD Doları)[9]



Tablo 36. Türkiye Cam İhracatının En Çok Yapıldığı Ülkeler (Milyon ABD Doları)[10]

İthalatçı Ülkeler	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Almanya	70	101	72	88	97	97
İngiltere	69	58	50	57	61	63
İtalya	67	78	58	60	67	62
Fransa	39	48	48	52	58	56
Irak	17	31	32	34	50	43
ABD	38	34	27	31	32	38
Bulgaristan	16	22	20	22	24	36
Rusya Federasyonu	31	43	16	25	27	32
Azerbaycan	12	19	18	21	24	31
İspanya	25	35	26	29	33	31
TOPLAM	829	1.017	839	903	978	956

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

Cam sanayi, inşaat, otomotiv, enerji, beyaz eşya, gıda – kozmetik gibi sektörlerle de

9 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 45.

10 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 47.

sürekli etkileşim içinde bulunmaktadır. Bu nedenle sürekli olarak gelişmeye, yenilenmeye açık bir üretim süreci gözlemlenebilmektedir. Türkiye cam ve cam ürünleri sektörü üretim kapasitesi ile Avrupa'da ve dünyada üst sıralarda yer almaktadır. Şişecam Cam Sektörü Raporu'na göre, üretim kapasitesi olarak cam ev eşyasında dünyada 3., Avrupa'da 2.; cam ambalajda dünyada 5., Avrupa'da 4. ve düz camda ise dünyada 6., Avrupa'da 4. Konumda bulunmaktadır.

1.4.3.1.2. İthalat

Türkiye cam ve cam ürünleri sanayii 2013 yılında 752 milyon ABD Doları ithalat yapmıştır. Bu da Türkiye'nin toplam ithalatının binde 3'ünü oluşturmaktadır. Dünyada ise 2012 yılında en büyük ithalatçı Çin iken, Çin'i, ABD, Almanya ve Güney Kore takip etmektedir.[11]

Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkelerin başında da Çin gelmektedir. Çin'i AB üyesi ülkeler takip etmektedir. Sırasıyla Almanya, Fransa ve İtalya Türkiye'nin en çok cam ve cam ürünleri ithalatı yaptığı ülkelerdir.

Tablo 37. Türkiye'nin En Çok Cam İthalatı Yaptığı Ülkeler (1000 ABD Doları)[12]

İhracatçı Ülkeler	2008	2009	2010	2011	2012
Çin	133.130	112.906	168.722	220.866	207.135
Almanya	63.146	52.371	59.951	73.396	65.004
Fransa	41.490	48.711	38.488	63.412	44.213
İtalya	45.934	33.914	38.409	41.908	42.126
Belçika	32.297	22.054	28.061	34.253	27.772
ABD	22.726	14.171	24.350	26.328	24.751
Çekya	17.063	15.413	20.004	19.974	22.759

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sektörü Raporu, 2013

1.4.4. Mahrukatçılık Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Yakacak imalatı ve ticareti alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr sayısı 2016 ESBİS verilerine göre 5661'dir. Türkiye'deki mahrukatçıların çoğunlukla mikro ölçekli işletmelerde faaliyet gösterdikleri Tablo 38'de görülmektedir. Burada ortalama çalışan sayısı ise mikro ölçekli işletmelerde genellikle esnaf ve sanatkârın kendisinden başka çalışan bulunmadığı anlaşılmaktadır.

11 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sektörü Raporu, ASO, 2013.

12 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sektörü Raporu, ASO, 2013, sy. 10.

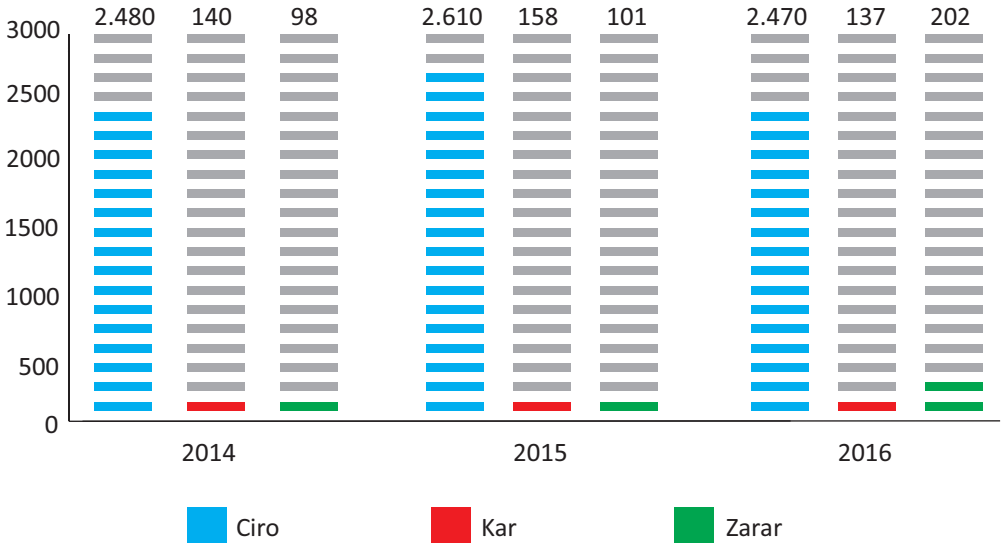
Tablo 38. Mahrukatçılık Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	11408	2610	0,23
Küçük Ölçekli İşletmelerde	134	551	4,11
Orta Ölçekli İşletmelerde	8	123	15,34

Kaynak: SGK 2016.

Hazine ve Maliye Bakanlığından alınan verilerden derlenen Şekil 9, Türkiye'de yakacak imalatı ve ticareti yapan işletmelerin 2014, 2015 ve 2016 ciro, kâr ve zarar değerlerini göstermektedir. Buna göre, 2014 yılından 2016 yılına kadar olan süreçte, mahrukatçılık işini yapan işletmelerin toplam karlarının azaldığı ve toplam zararın da arttığı görülmektedir. Bununla birlikte, 2016 yılında yakacak imalatı ve ticareti yapan işletmelerin sayısı 2005 yılına göre %8,8 azalmıştır. Bu durumun meslek grubunun karşı karşıya olduğu zarar düzeyindeki artıştan kaynaklandığı düşünülebilir.

Şekil 9. Yakacak İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

1.4.4.1. Dış Ticaret

Türkiye'de yakacak imalatı ve ticareti mesleğindeki ihracat oldukça düşük değerlere sahiptir. Bu açıdan dış ticaret açığı yaratan ürün gruplarından biri olduğu söylenebilecektir. Tablo 39 Türkiye'nin toplam maden kömürü, linyit ve turba için ihracat ve ithalat değerlerini göstermektedir. Yakacak imalatı ve ticareti aşağıda İhracat ve İthalat başlıkları altında ele alınacaktır.

Tablo 39. Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracat ve İthalat Değerleri (Bin ABD Doları)

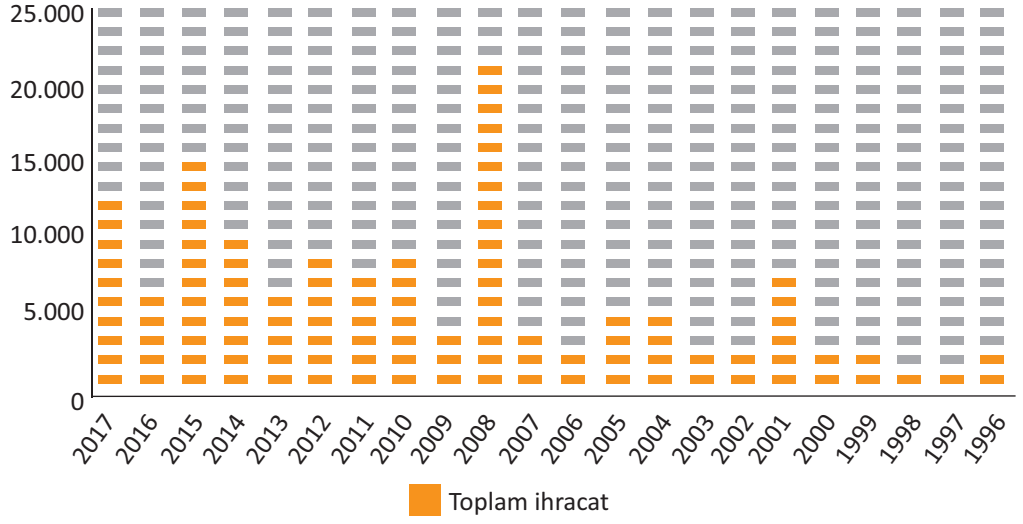
Yıl	Toplam ihracat	Toplam İthalat
2017	11.823	3.923.819
2016	5.387	2.643.119
2015	13.618	2.971.738
2014	8.524	846.252
2013	3.416	920.985
2012	6.660	1.149.032
2011	5.864	1.290.126
2010	6.538	1.161.246
2009	1.489	1.135.194
2008	20.914	1.265.749
2007	1.937	736.350
2006	1.208	613.539
2005	2.600	511.105
2004	2.317	264.580
2003	1.340	233.016
2002	1.453	337.728
2001	3.833	299.717
2000	1.640	615.145
1999	801	310.613
1998	294	464.293
1997	337	560.810
1996	694	580.832

Kaynak: TÜİK

1.4.4.1.1. İhracat

Maden kömürü, linyit ve turba için ihracat değerleri Tablo 39'dan da görüleceği gibi ithalat değerlerinin çok altındadır. Bu durum yakacak imal ve ticareti meslek grubunda faaliyet gösteren işletmelerin ihracatının az olduğu ve dış ticaret açığı yaratan bir ürün olduğunun bir göstergesidir. Şekil 10, Türkiye'nin maden kömürü, linyit ve turba ihracat değerlerini göstermektedir. Buna göre, 2008 yılında en üst değerine ulaşan yakacak ihracatı, 2009 yılında büyük bir düşüş göstermiştir. Sonraki dönemde ise inişli çıkışlı bir seyir izlediği görülmektedir.

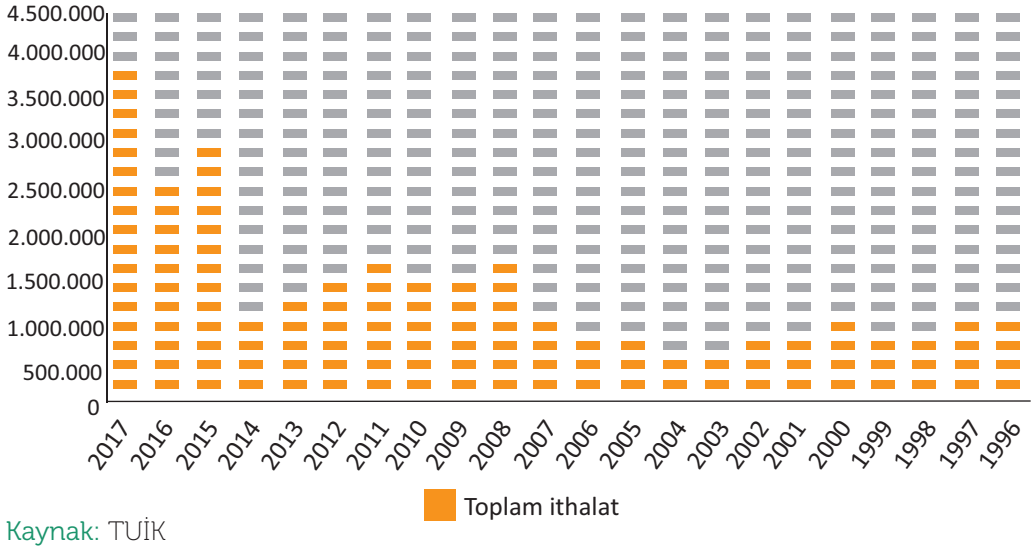
Şekil 10. Türkiye'nin Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracatı (Bin ABD Doları)



1.4.4.1.2. İthalat

Türkiye'nin yakacak ithalatı, ihracatına göre oldukça yüksektir. Bu nedenle dış ticaret açığını arttıran bir ürün grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. 2017 ithalat değerinin ihracat değerinin 330 katı olduğu görülmekte ve bu büyük farkın ortadan kaldırılabilmesi için de yerli üretimin desteklenmesi ve böylece ithalat değerlerinin düşürülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Şekil 11. Maden Kömürü, Linyit ve Turba İthalatı (Bin ABD Doları)



Kaynak: TUİK

1.4.5. Züccaciye Ürünleri Ticareti Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Züccaciye çok geniş bir ürün grubuna sahiptir. Plastikten, porselene, camdan, demire, bakıra kadar geniş bir yelpazeye yayılan ürün çeşitliliği görülmektedir. Bununla birlikte küçük ev aletleri de züccaciye sınıflaması içinde yer almaktadır.

Türkiye'de 2016 ESBİS verilerine göre züccaciye ürünleri ticareti alanında 7601 esnaf ve sanatkâr faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte Tablo 40'da görüldüğü gibi züccaciyecilik alanında mikro ölçekli işletmelerin hâkim olduğu açıktır. Ancak bu işletmelerde ortalama çalışan sayısı birden azdır, bu da işletmelerde genellikle esnaf ve sanatkârın kendisinden başka çalışanı olmadığını göstermektedir. Orta ölçekli işletmelerde ise ortalama çalışan sayısı 58'den fazladır.

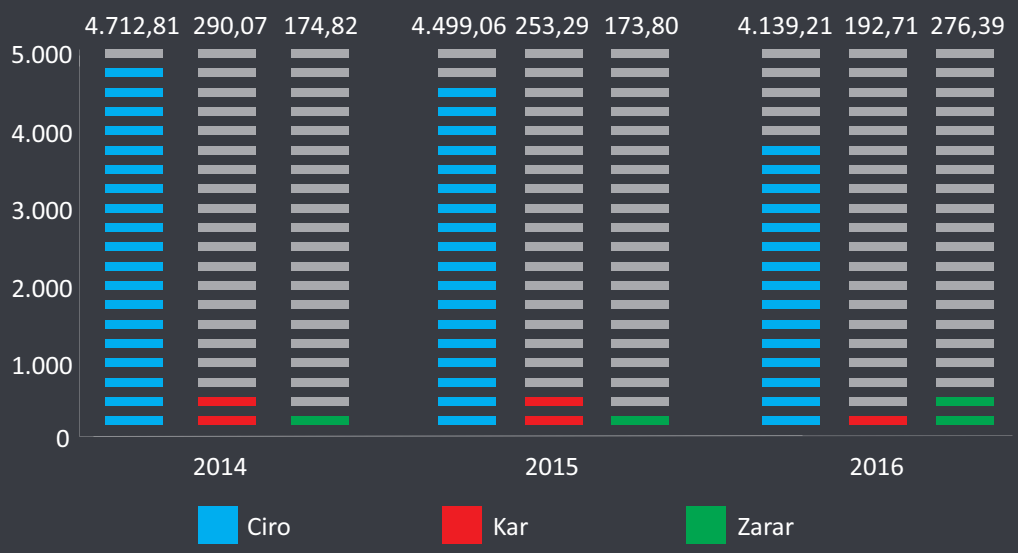
Tablo 40. Züccaciyecilik Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	13439	9841	0,73
Küçük Ölçekli İşletmelerde	100	572	5,72
Orta Ölçekli İşletmelerde	6	351	58,54

Kaynak: SGK 2016.

Züccaciyecilerin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ait ciro, kar ve zarar durumları da aşağıdaki Şekil 12'de gösterilmiştir. Buna göre, 2016'da bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin zararlarının arttığını, toplam karın düştüğünü ve yine toplam cironun azaldığını söylemek mümkündür.

Şekil 12. Züccaciyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

1.4.5.1. Dış Ticaret

Züccaciye ürünleri ticareti yapan işletmelerin toplam ithalat ve ihracatlarıyla ilgili bilgiler ayrı ayrı ihracat ve ithalat başlıkları altında açıklanmıştır. Buna göre züccaciye ürünleri ticareti dış ticaret fazlası veren bir meslek olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.4.5.1.1. İhracat

Türkiye'de züccaciye sektörü 2014 verileriyle yaklaşık 2,4 milyar ABD Doları kadar ihracat ve 1,1 milyar ABD Doları kadar ithalat gerçekleştirmektedir ve bu yönüyle Türkiye ekonomisinin önemli cari işlemler açığı verdiği süreçte dış ticaret fazlası yaratmaktadır. Tablo 41 Türkiye'nin züccaciye ürünleri ihracat değerlerini göstermektedir.

Tablo 41. Züccaciye Ürünleri İhracat Değerleri (1000 ABD Doları)[13]

Yıllar	İhracat
2004	900.617
2008	1.597.675
2009	1.423.366
2010	1.592.817
2011	1.848.716
2012	1.946.003
2013	2.127.206
2014	2.394.759

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

13 Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Mayıs 2015.

Züccaciye sektörünün toplam ihracatının yaklaşık %38'ini küçük ev aletleri oluşturmaktadır. Bunun yanında, cam, metal ürünler ve plastik ürün gruplarının her biri ise ihracattan yaklaşık %20'lik pay almaktadırlar. Porselen/çini sofra ve mutfak eşyası ürünleri ve seramik sofra ve mutfak eşyası ürünleri ihracatının en çok Almanya'ya yapıldığı görülmektedir. Almanya dışında farklı ürün gruplarında İngiltere, ABD, Azerbaycan, Mısır, Çek Cumhuriyeti, İtalya, Irak ve İran önemli ihracat ortakları olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.4.5.1.2. İthalat

Züccaciye ürünleri ithalatı 2004 – 2014 yılları arasında değişken bir yapı izlemiştir. Sektörde dış ticaret dengesine bakıldığında ise, ithalat değerlerinin ihracat değerlerinin altında kaldığı görülmektedir. Küçük ev aletleri ihracatta olduğu gibi ithalatta da en yüksek paya sahiptir. %25 olan bu pay ile bile küçük ev aletleri ticaretinde de dış ticaret fazlası söz konusudur. Cam ve plastik grubu züccaciye ürünleri ise ithalatta en düşük paya sahiptir.

Tablo 42. Züccaciye Ürünleri İthalat Değerleri (1000 ABD Doları)[14]

Yıllar	İthalat
2004	328.996
2008	849.808
2009	665.206
2010	889.819
2011	1.116.159
2012	942.722
2013	1.105.125
2014	1.133.842

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

1.4.6. Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türkiye'de çok çeşitli hediyelik eşya üretimi yapılmaktadır. Çok geniş ürün çeşidi olan bu alanda, zaman zaman bölgesel ürünler, zaman zaman da kültürel mirası temsil eden mallar karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte çeşitli mücevherat da hediyelik eşya kapsamında değerlendirilmelidir.

Özellikle turistik yörelerde daha fazla karşılaşılan hediyelik eşya imal ve ticareti faaliyetini icra eden işletmelerdeki çalışan sayıları Tablo 43'de gösterilmiştir. Daha çok mikro ölçekte karşımıza çıkan hediyelik eşya imal ve satıcılarının ortalama çalışan sayısı sektörde bulunan diğer pek çok meslekten farklı olarak birden büyüktür. Bu durum, ortalama olarak işletmelerin en az bir çalışan istihdam ettiğini göstermektedir.

14 Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Mayıs 2015.

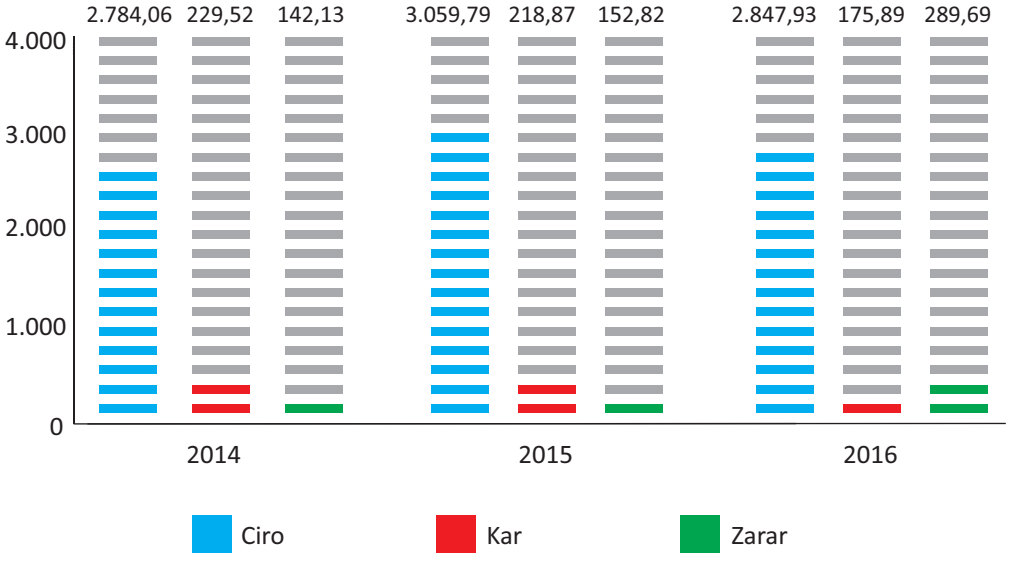
Tablo 43. Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	6337	7701	1,22
Küçük Ölçekli İşletmelerde	191	2133	11,17

Kaynak: SGK 2016.

Bununla birlikte, 2016 yılında Türkiye'de toplam 10.904 hediyelik eşya imal ve ticareti alanında çalışan esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Toplamda ise, bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısı 2016 yılında 43.014 olmuştur. Bu sayının 2015 yılındaki değerden daha az olduğunu vurgulamakta fayda vardır. Bunun nedeni, 2016 yılında 2015 yılına göre kârların azalması ve toplam zararın artması olabilir. Şekil 13 hediyelik eşya imal ve ticareti mesleğini icra eden işletmelerin kâr zarar ve ciro bilgilerini göstermektedir.

Şekil 13. Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

1.4.6.1. Dış Ticaret

Hediyelik eşya denildiğinde genellikle çok geniş bir ürün yelpazesinden söz edilir. Tablolar, ahşap eşyalar, çerçeveler, seramik, çini, bakır eşyalar, el, halısı, yapma çiçek vb. gibi mallar hediyelik eşya grubu içinde ele alınabilir. Türkiye'de özellikle turizmin gelişmiş olduğu bölgelerde hediyelik eşya imal ve ticareti yaygın olarak görülebilmektedir. Bununla birlikte hediyelik eşya üretiminde Türkiye'nin aslen ithalatçı bir konumda olduğunu da belirtmekte fayda vardır.

1.4.6.1.1. İhracat

2014 yılı verilerine göre hediyelik eşya ihracatı yaklaşık 46 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl ithalat değeri ise yaklaşık 218 milyon ABD Doları olmuştur. Burada, ithalatın ihracattan çok daha yüksek olduğu göze çarpmaktadır. 2012 yılından sonra ihracat değerleri iki katına çıkmış olmakla birlikte, hediyelik eşya ürün grubu için dış ticaret açığı bulunmaktadır. Tablo 44, hediyelik eşya ihracat düzeylerini göstermektedir.

Tablo 44. Hediyelik Eşya İhracat Değerleri (ABD Doları)

Yıllar	İhracat
2004	27.192.309
2008	28.931.624
2009	22.907.635
2010	24.829.641
2011	25.873.435
2012	24.030.943
2013	42.664.410
2014	46.197.436

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

Züccaciyeciler Derneğinin Züccaciye Sektörü için hazırladığı Dış Ticaret Raporuna göre, hediyelik eşya alt ürün gruplarından sadece saat makineli duvar saatleri ve çalar saatler için dış ticaret fazlası olduğu görülmekte, diğer tüm ürün grupları için ise dış ticaret açığı bulunmaktadır. Bununla birlikte bu raporda, el dokuması halılar hediyelik eşya içerisinde sayılmamıştır. İhracat açısından hediyelik eşya içinde en önemli ürün grubunun el dokuması halılar olduğu söylenebilecektir. Nitekim el dokuması halı ihracatı 2011 yılında 335,3 milyon ABD Doları olmuştur. ABD, Japonya ve Fransa ise en fazla ihracat yapılan ülkeler olmuştur. İkinci bir önemli ihracat ürünü ise gümüş mücevherattır. 2011 yılı ihracat değeri 103 milyon ABD Doları olmuştur.

1.4.6.1.2. İthalat

Hediyelik eşya önemli dış ticaret açığı veren meslek gruplarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 45 yıllara göre Türkiye'nin hediyelik eşya ithalatını göstermektedir. Tablodan görülebileceği gibi, hediyelik eşya ithalatı 2004–2014 yılları arasında dalgalı bir yol izlemiştir. Ancak her yıl dış ticaret açığı olduğu Tablo 44 ile birlikte ele alınınca anlaşılmaktadır.

Tablo 45. Hediyelik Eşya İthalat Değerleri (ABD Doları)

Yıllar	İthalat
2004	90.467.200
2008	162.391.246
2009	117.904.028
2010	163.265.910
2011	207.760.548
2012	175.770.816
2013	216.382.300
2014	218.220.911

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

1.4.7. Kerestecilik Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türkiye'de üretilen kerestenin yaklaşık %70'i inşaat, %20'si mobilya, %10'u ise ambalaj ve diğer sektörlerde kullanılmaktadır. Kişi başına kereste tüketimi is 0,075 – 0,085 metreküp arasındadır.[15] 2016 ESBİS verilerine göre, Türkiye'de kereste imalatı ve ticareti meslek grubunda faaliyet gösteren 5488 esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Kereste İmal ve ticareti alanında çalışan işletmelerin ağırlıklı olarak mikro ölçekli işletmeler olduğu göze çarpmaktadır. Burada da diğer pek çok meslekte olduğu gibi, mikro ölçekli işletmelerde ortalama çalışan sayısı birin altındadır. Tablo 46, bu konuda detaylı bilgi sunmaktadır.

Tablo 46. Kereste İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları

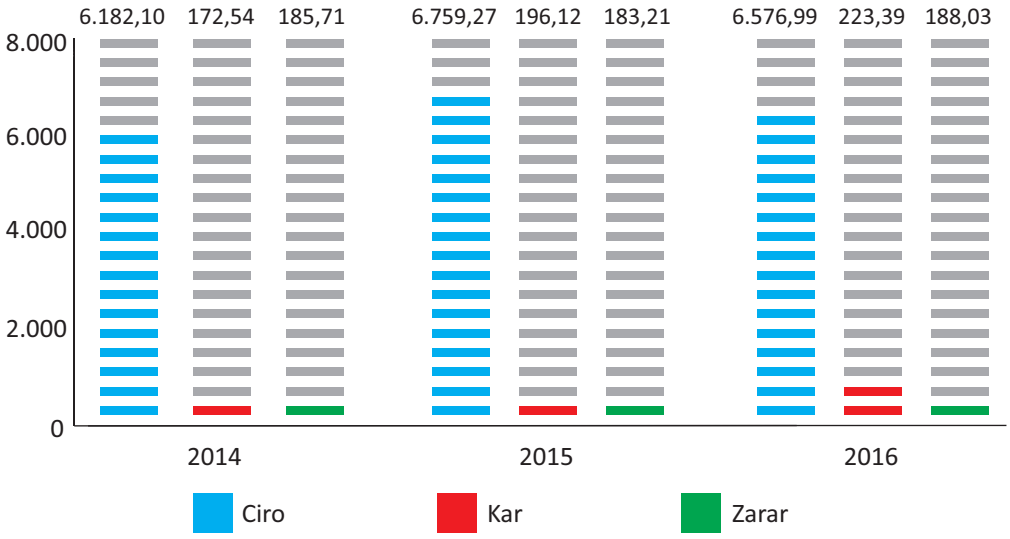
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	4240	3261	0,77
Küçük Ölçekli İşletmelerde	152	1051	6,91
Orta Ölçekli İşletmelerde	3	19	6,42

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 14'te de kereste imal ve ticareti alanında çalışan işletmelerin toplam ciro, kâr ve zarar durumları gösterilmiştir. Buna göre, 2015'ten 2016 yılına kar ve zarar düzeylerinde bir artış olduğu göze çarpmaktadır. Aynı zamanda 2016 yılında kereste imal ve ticareti faaliyetinde bulunan işletme sayısı 2015 yılına göre 2201 azalmıştır. Bu da bu alanda çalışan işletmelerin ortaya çıkan zararlar nedeniyle kapandığını düşündürtmektedir.

15 Orman ve Orman Ürünleri Sektör Raporu, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2012.

Şekil 14. Kerestecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)

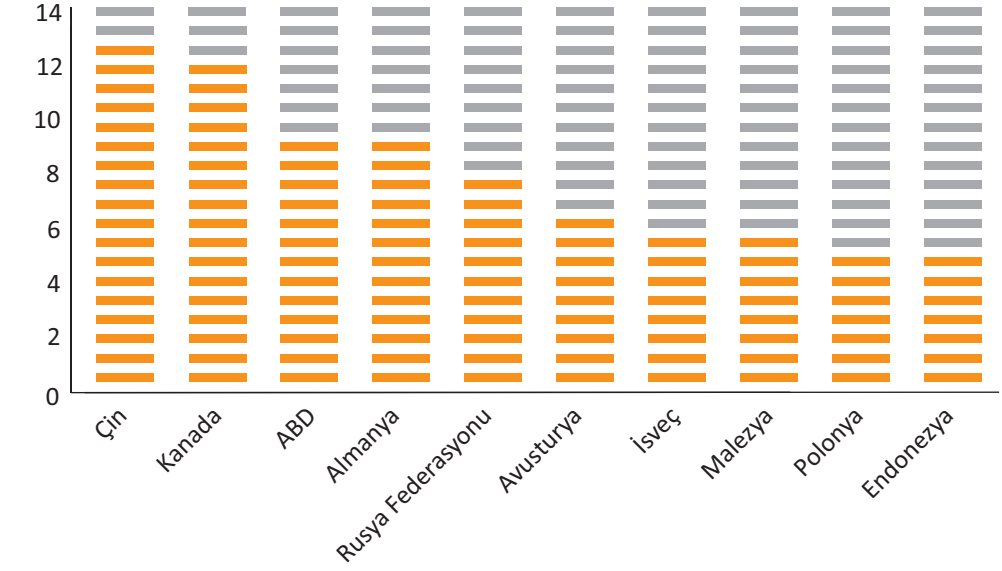


Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

1.4.7.1. Dış Ticaret

2013 yılında ağaç ve ahşap eşya dünya ihracatı %11 artmış ve 131,5 milyar ABD Doları olmuştur. 2014 yılında 145,9 milyar ABD Doları ve 2015'te ise daha da artarak 153,9 milyar ABD Doları olmuştur. Dünya ihracatında ise ilk sırada Çin yer almaktadır. Çin'i, Kanada, ABD, Almanya ve Rusya Federasyonu takip etmektedir.[16] Şekil 15, 2015 yılında dünya ağaç ve ahşap eşya ihracatı sıralaması gösterilmektedir. Türkiye bu sıralamada 37. olarak görünmektedir.

Şekil 15. Ağaç ve Ahşap Eşya İhracatı Yapan Ülkeler (2015, %)



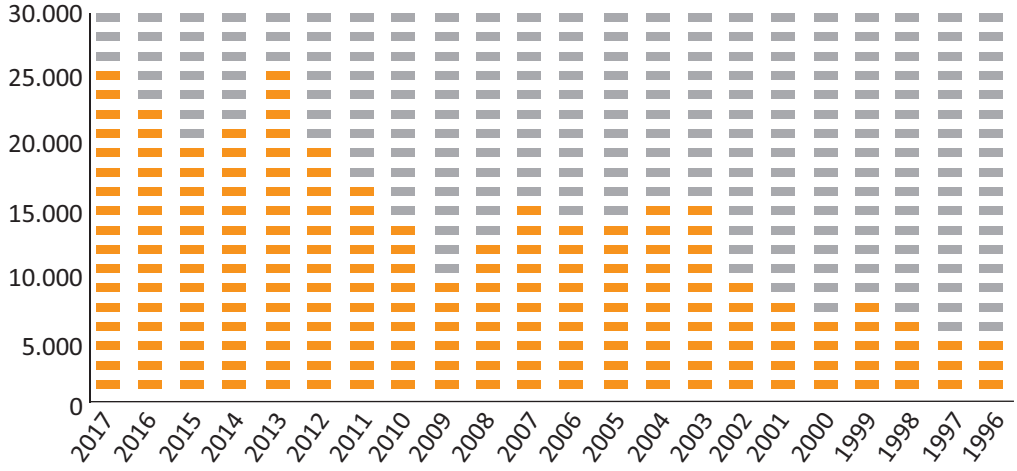
16 Ağaç ve Orman Ürünleri Raporu, Rize Ticaret ve Sanayi Odası, 2017.

Aşağıda Türkiye'nin kereste imal ve ticareti alanındaki dış ticaret bilgisi ihracat ve ithalat başlıkları altında açıklanmıştır.

1.4.7.1.1. İhracat

2015 yılı verilerine göre, Türkiye'nin en çok ağaç ve orman ürünleri ihracatı yaptığı ülkenin İran olduğu görünmektedir. İkinci sırada Irak bulunurken, onları Türkmenistan, Azerbaycan ve Gürcistan takip etmektedir. Bununla birlikte, 2015 yılında Türkiye ağaç ve orman ürünleri ihracatının 2014 yılına göre azaldığı da dikkat çekmektedir. Türkiye'nin 1996-2017 yılları arasındaki ormancılık ve tomrukçuluk ihracatı aşağıdaki Şekil 16'da gösterilmiştir.

Şekil 16. Türkiye'nin Ormancılık ve Tomrukçuluk İhracatı (Bin ABD Doları)

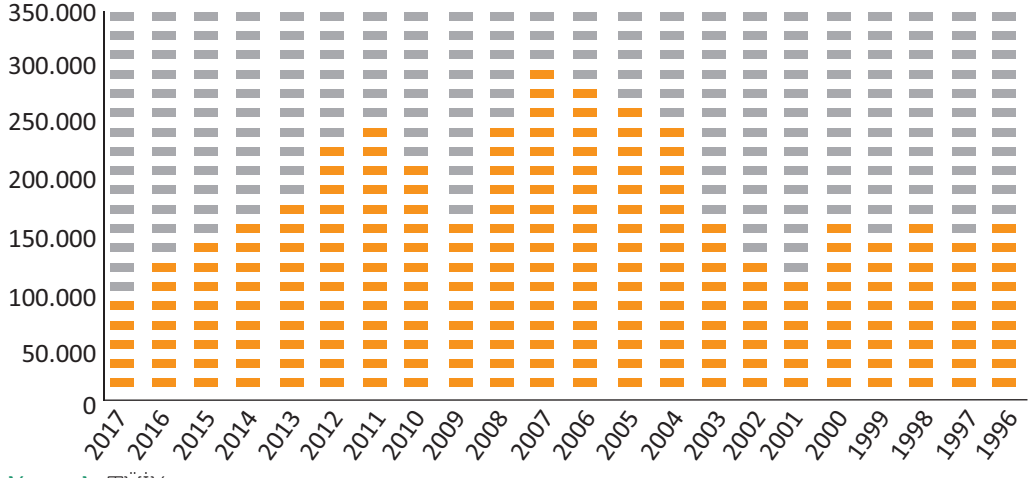


Kaynak: TÜİK

1.4.7.1.2. İthalat

Türkiye kerestecilik alanında da dış ticaret açığı vermektedir. Türkiye'nin tomruk ithalatı, ihracatının üzerinde seyretmektedir. Şekil 17, Türkiye'nin tomruk ithalatını göstermektedir.

Şekil 17. Yıllara Göre Tomruk İthalatı (Bin ABD Doları)



Kaynak: TÜİK

1.4.8. Matbaacılık Mesleğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

İmalat sanayinin önemli alanlarından biri olan Matbaacılık, teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli gelişen bir meslektir. Çok çeşitli basım işlevlerini ve işlerini kapsayan bir sanayi haline gelmiştir. Basım sanayinin en önemli yanlarından birinin, bilginin dolaşımını sağlaması ve böylece küreselleşme sürecine ve toplumsal gelişime katkıda bulunması olduğu söylenebilir. Matbaacılık mesleğine bakıldığında, gazetelerin basımı, dergi, mecmua basımı, baskı öncesi hizmetler, ciltçilik, kayıtlı medyanın çoğaltılması gibi çok çeşitli faaliyetler görülebilmektedir.

Matbaacılık faaliyetleri meslek grubuna kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısının 2016 ESBİS verilerine göre 3990 olduğu görülmektedir. Tablo 47, 2016 yılında matbaacılık faaliyetleri mesleğinde çalışan mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki çalışan sayılarını göstermektedir. Buna göre mikro ölçekli işletme sayısının, küçük ve orta ölçekli işletme sayışlarına göre dikkat çekici olduğu, bununla birlikte ortalama çalışan sayısının birden fazla olduğu görülmektedir.

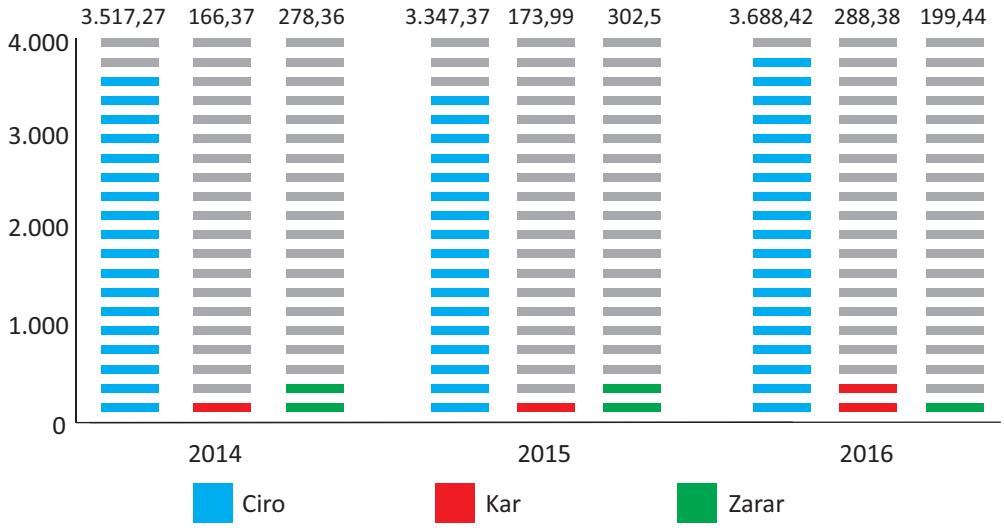
Tablo 47. Matbaacılık Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	4046	4578	1,13
Küçük Ölçekli İşletmelerde	90	846	9,40
Orta Ölçekli İşletmelerde	3	133	44,42

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 18'de ise matbaacılık mesleğinde faaliyet gösteren işletmelerin 2014, 2015 ve 2016 yıllarındaki toplam ciro, kâr ve zarar durumları gösterilmiştir. Bununla birlikte bu yıllarda matbaacılık faaliyetleri kapsamında çalışan işletme sayılarında da değişmeler yaşanmıştır. 2014 yılında 39997 işletme bulunmaktayken, 2016'da bu sayı 38177'ye düşmüştür. Bu noktada aşağıdaki şekilden de anlaşılabileceği gibi 2014 ve 2015 yıllarında toplam zararın toplam kar düzeyinden yüksek olması önemli bir etken olmuştur. 2016 yılında ise toplam ciroda da 2015'e göre artış gözlemlenirken, kâr düzeylerinde artış ve zarar miktarında da azalma görülmektedir.

Şekil 18. Matbaacılık Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2006 ve 2012 yılları arasında basım sanayiinde katma değerler nominal olarak artmıştır. Bu katma değerin toplam imalat sanayi içindeki payı ise 2012 yılında %1,18 olmuştur.[17] Matbaacılık faaliyetlerinin üretim değeri 2012 yılında tüm imalat sanayi içinden %0,93'lük bir pay almıştır.

1.4.8.1. Dış Ticaret

Türkiye'de matbaacılık faaliyetlerinin dış ticareti aşağıda İhracat ve İthalat başlıkları altında incelenmiştir. Bu noktada önemli bir sonuç, bu meslek grubunun dış ticaret açığı veriyor oluşudur.

1.4.8.1.1. İhracat

Basım sanayinin ihracat değerleri Tablo 48'de gösterilmiştir. Buna göre, 2013 yılında ihracat 94,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2005-2013 yılları arasında Türkiye'nin toplam ihracatı içinde basım sanayinin ihracatının payı hemen hemen aynı kalmıştır ve 2013 yılında %0,06 olmuştur.

17 Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi: Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, 2015.

Tablo 48. Basım Sanayi İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)[18]

Yıllar	İhracat
2005	49,5
2006	54
2007	74,8
2008	82,2
2009	84,7
2010	84,2
2011	89,8
2012	88,8
2013	94,7

Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin matbaacılık alanındaki ihracat pazarları komşu ve yakın ülkeler ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Azerbaycan, Almanya, Gürcistan, Irak, KKTC, Suudi Arabistan, Kazakistan ve Yunanistan 2013 yılında ihracat yapılan ülkeler arasında en üst sıralarda yer almaktadırlar.

Türkiye basım sanayi iş hacmi açısından bakıldığı zaman Avrupa' da 8. sırada yer almaktadır. Ancak bu mesleğin ağırlıklı olarak yurt içi odaklı olarak geliştiğini söylemek mümkündür. Dünya ihracatı içerisindeki payı %0,2 olmuştur. Bu düzeyin, Türkiye basım sanayi için potansiyelin altında olduğunun belirtilmesinde fayda bulunmaktadır.

1.4.8.1.2. İthalat

Basım sanayiinin ithalat değerleri ise Tablo 49'da gösterilmektedir. 2009 yılından itibaren ithalat değerlerinin arttığı görülmektedir. Bununa birlikte 2005-2012 yılları arasında basım sanayiinde dış ticaret açığı göze çarpmaktadır. Ülkemizin cari açık değerini destekleyen bir meslek grubu olduğunu buradan hareketle söyleyebileceğimiz matbaacılık faaliyetlerinin artarak, elindeki ihracat potansiyelini de değerlendirmesi, Türkiye ekonomisi için önemli bir gelişme olabilecektir.

18 Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, İSO 2015.

Tablo 49. Basım Sanayi İthalat Değerleri (milyon ABD Doları)[19]

Yıllar	İthalat
2005	138,0
2006	131,6
2007	153,6
2008	169,6
2009	127,8
2010	138,1
2011	170,9
2012	166,2
2013	176,8

Kaynak: TÜİK

1.5. SEKTÖRÜN İNSAN KAYNAĞI ANALİZİ

Tablo 50 ESBİS kayıtlarına göre işletme sayılarını ve bu işletmelerde çalışan toplam çalışan ve ortalama çalışan sayılarını vermektedir. Mikro ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en fazla olduğu meslek mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Mikro ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en az olduğu meslek cam ve cam ürünleri imalatıdır. Ortalama çalışan sayılarının çoğu meslekte birin altında olması, bu işletmelerde esnaf ve sanatkârın kendi dışında ücretli bir çalışanı olmadığına işaret etmektedir. Ortalama çalışan sayısının en yüksek olduğu meslek hediyelik eşya imalatı ve ticaretidir. Küçük ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en fazla olduğu meslek mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Küçük ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en az olduğu meslek ise cam ve cam ürünleri imalatıdır. Ortalama çalışan sayısının en yüksek olduğu meslek hediyelik eşya imalatı ve ticaretidir. Orta ölçekli işletme sayısının ve toplam çalışan sayısının en fazla olduğu meslek mobilya imal, onarım ve ticaretidir. Ortalama çalışan sayısının en yüksek olduğu meslek züccaciyeciliktir. Tabloya göre mikro, küçük ve orta ölçekli işletme sayılarına bakıldığında beklenildiği üzere sektörde en fazla mikro ölçekte esnaf ve sanatkâr işletmesi bulunmaktadır ve dolayısıyla en fazla çalışan da bu mikro ölçekteki işletmelerde istihdam edilmektedir.

19 Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi, İSO 2015.

Tablo 50. İşletmelerdeki Çalışan Sayıları

		İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
MİKRO	Cam ve cam ürünleri imalatı	2931	2837	0,97
	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	6337	7701	1,22
	Kereste imal ve ticareti	4240	3261	0,77
	Kitap ve kırtasiyecilik	8785	4558	0,52
	Mahrukatçılık	11408	2610	0,23
	Marangozluk	15747	10799	0,69
	Matbaacılık faaliyetleri	4046	4578	1,13
	Mobilya imal, onarım ve ticareti	77013	62882	0,82
	Züccaciyecilik	13439	9841	0,73
		İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
KÜÇÜK	Cam ve cam ürünleri imalatı	69	731	10,59
	Hediyelik eşya imalatı ve ticareti	191	2133	11,17
	Kereste imal ve ticareti	152	1051	6,91
	Kitap ve kırtasiyecilik	174	1114	6,40
	Mahrukatçılık	134	551	4,11
	Marangozluk	259	2748	10,61
	Matbaacılık faaliyetleri	90	846	9,40
	Mobilya imal, onarım ve ticareti	3609	27243	7,55
	Züccaciye ürünleri ticareti	100	572	5,72
		İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
ORTA	Matbaacılık faaliyetleri	3	133	44,42
	Kereste imal ve ticareti	3	19	6,42
	Mobilya imal, onarım ve ticareti	98	2749	28,05
	Mahrukatçılık	8	123	15,34
	Züccaciye ürünleri ticareti	6	351	58,54

Kaynak: SGK 2016

Tablo 51 proje kapsamında Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki esnaf ve sanatkârlar ile yapılan anket verilerine göre işletmelerdeki çalışan sayılarını vermektedir. Öncelikle tüm meslekler ve işçi sınıflarına genel olarak bakıldığında en fazla eleman çalıştıran meslekler mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik olup, daha sonra camcılık,

aynacılık, hediyelik eşya, züccaciyecilik ve en son da ise kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık gelmektedir. Sektör genelinde çırak sayılarına bakıldığında ağırlıklı olarak bir çırak çalıştırıldığı gözlenmektedir. En fazla 4 ve üzeri çırak çalıştıran meslekler mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik sektörleridir. Sektör genelinde çalıştırılan kalfa sayısı ağırlıklı olarak birdir. En çok kalfa çalıştıran (3 ve üstü) meslekler ise kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılıktır. Usta sayılarına bakıldığında ağırlıklı ortalamaya göre sektör genelinde 1 usta çalıştırıldığı anlaşılmaktadır. En fazla usta çalıştıran (3 ve üstü) meslekler mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik tir. Tüm mesleklerde geçici işçilerin de sıklıkla kullanıldığı gözlemlenmektedir. Tüm mesleklerde esnaf ve sanatkârın ailesinden en az bir kişinin çalıştığı görülmektedir.

Tablo 51. İşletmelerdeki Çalışan Sayıları

	Mobilyacılık Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık
Çırak			
0	0,50%	1,60%	0,00%
1	60,40%	53,20%	78,40%
2	22,60%	27,40%	13,70%
3	5,50%	8,10%	3,90%
4 ve üzeri	11,10%	9,60%	4,00%
Kalfa			
0	0,60%	0,00%	0,00%
1	42,90%	51,40%	41,40%
2	35,70%	29,70%	31,00%
3	8,90%	5,40%	10,30%
4 ve üzeri	12,00%	13,50%	17,10%
Usta			
1	39,80%	46,40%	48,90%
2	31,00%	32,10%	29,80%
3	11,30%	14,30%	8,50%
4 ve üzeri	18,20%	7,20%	12,70%
Geçici/Gündelik İşçi			
0	0,00%	5,30%	0,00%
1	42,30%	47,40%	36,40%
2	28,80%	21,10%	45,50%
3	13,50%	21,10%	18,20%
4 ve üzeri	15,30%	5,30%	0,00%
Aile Bireyi			
1	58,30%	60,40%	75,00%
2	28,50%	32,10%	21,90%

3	10,40%	5,70%	3,10%
4 ve üzeri	2,80%	1,90%	0,00%

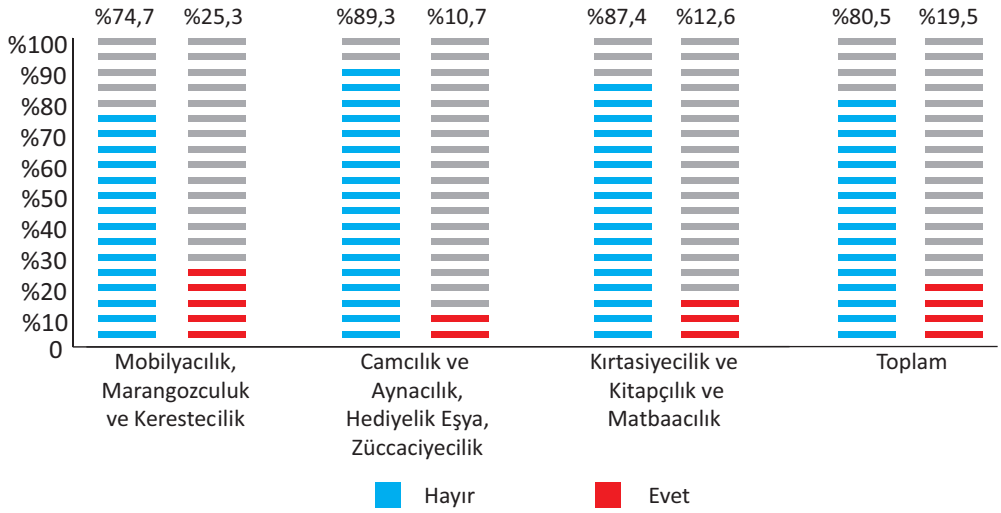
Tablo 52 sektördeki esnaf ve sanatkârların eğitim durumunu göstermektedir. Buna göre hem sektör genelinde hem alt meslek grupları bazında esnaf ve sanatkârın büyük çoğunluğunun lise mezunu olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi en yüksek esnaf ve sanatkârın kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık mesleklerinde olduğu dikkat çekmektedir. Lise üstü eğitime sahip esnaf ve sanatkâr oranı kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık mesleklerinde %30,8 iken diğer meslek gruplarında %10-15 düzeyindedir. Mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik mesleklerinin ise yoğun olarak ilkokul ve ortaokul mezunlarından oluştuğu görülmektedir.

Tablo 52. Sektördeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumları

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
Mezuniyet Yok, Okuma-yazma biliyor	2,0%	0,3%	0,6%	1,3%
İlkokul	33,1%	14,2%	7,9%	24,2%
Ortaokul	22,7%	20,6%	14,6%	20,9%
Lise	31,6%	46,6%	46,1%	37,8%
Ön lisans	4,9%	6,1%	11,2%	6,2%
Lisans	5,2%	11,5%	18,5%	9,0%
Yüksek lisans/doktora	0,5%	0,7%	1,1%	0,6%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sektördeki esnaf ve sanatkârın mesleki eğitim durumları Şekil 19 ve Tablo 53'de verilmektedir. Buna göre sektör genelinde esnaf ve sanatkârın %81'i herhangi bir eğitim almadıklarını beyan etmiştir. Bu oran camcılık ve aynacılık, hediyelik eşya, züccaciyecilik mesleklerinde %90 seviyesine ulaşmaktadır. Diğer iki meslek grubuna kıyasla, mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik mesleğindeki esnaf ve sanatkârın daha yüksek oranda mesleki eğitimden geçmiş gözükmektedir. Bu grubun %25'i meslekle ilgili bir kursta veya okulda eğitim almış gözükmektedir. Diğer gruplara kıyasla mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik meslekleri daha fazla teknik bilgi gerektirdiğinden bu grupta mesleki eğitim oranının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Şekil 19. Meslekle İlgili Herhangi Bir Kursa/Okula Gitme Durumu



Eğitim aldığını beyan eden esnaf ve sanatkâra alınan eğitimlerin içerikleri sorulmuştur. Buna göre, %60 oranında çoğunluğun Mesleki Eğitim Merkezleri'nde (Çıraklık Eğitim Merkezi) eğitim aldığı görülmektedir. İkinci sırada meslek liseleri ve mesleki eğitim kursları gelmektedir. Mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik ile kırtasiyecilik ve kitapçılık ve matbaacılık mesleklerinde bu dağılım benzer şekilde seyretmektedir. Camcılık ve aynacılık, hediyelik eşya, züccaciyecilik mesleklerinde ise mesleki eğitim kursları ilk sırada yer almaktadır.

Tablo 53. Meslekle İlgili Gidilen Bir Kurs/Okullar

	Mobilya, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
Meslek Yüksekokulu	5,1%	-	15,8%	5,3%
Meslek Lisesi / Teknik Lise	14,0%	9,4%	21,1%	13,9%
Mesleki Eğitim Merkezleri (Çıraklık Eğitim Merkezi)	70,1%	21,9%	36,8%	59,6%
Mesleki Eğitim Kursları (İş-kur, oda,belediye gibi kuruluşların kursları)	8,9%	50,0%	21,1%	16,3%
Diğer	1,9%	18,8%	5,3%	4,8%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Mesleki eğitim aldıklarını beyan eden gruba meslek ile ilgili alınan bu eğitimin mesleği icra ederken ne kadar faydalı olduğu sorulmuştur, sonuçlar Tablo 54'de verilmektedir. Verilere göre, esnaf ve sanatkârın %78'lik çoğunluğu aldıkları eğitimi çok faydalı veya faydalı bulurken sadece %10'u faydalı olmadığını düşünmektedir. Memnuniyet oranının yüksekliği ve eğitimden geçen esnaf ve sanatkâr oranının azlığı göz önüne alınırsa, sektörde-

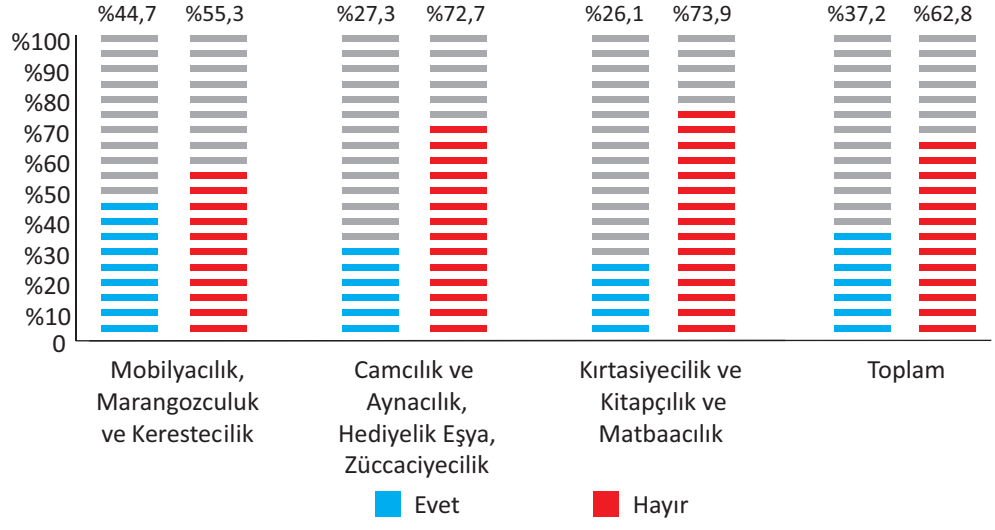
ki esnaf ve sanatkârın mesleki eğitime yönlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Meslek kuruluşlarının mesleki eğitimin yaygınlaştırılması noktasında hem bilgilendirici hem de hizmet sağlayıcı olarak rol alması yerinde olacaktır.

Tablo 54. Meslekle İlgili Alınan Eğitimin Mesleği İcra Ederken Faydalı Olma Durumu

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
Hiç faydalı olmadı	4,6%	3,0%	4,8%	4,4%
Faydalı olmadı	6,6%	-	4,8%	5,3%
Ne faydalı, ne faydasız oldu	12,5%	15,2%	4,8%	12,1%
Faydalı oldu	60,5%	45,5%	66,7%	58,7%
Çok faydalı oldu	15,8%	36,4%	19,0%	19,4%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Şekil 20 esnaf ve sanatkârın ustalık belgesine sahip olma durumunu özetlemektedir. Buna göre, sektör genelinde ustalık belgesine sahip olanların oranı sadece %37'dir. Alt meslek gruplarına bakıldığında mesleklerin yapısı gereği ustalık belgesine en çok sahip olan meslek gruplarının mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik olduğu görülmektedir. Bu meslek grubundaki esnaf ve sanatkârın %45'i ustalık belgesi sahibidir. Yapılan odak grup toplantılarında özellikle mobilyacılık esnaf ve sanatkârı, ustalık belgesinin gerekliliğinden bahsetmiş, ustalık belgesinin zorunlu olmamasının sektörde kaliteyi düşürdüğünü belirtmiştir. Elde edilen bu veriler tüm sektör genelinde ustalık belgesine sahip olanların oldukça azınlıkta olduğunu göstermektedir.

Şekil 20. Ustalık Belgesine Sahip Olma Durumu



Yapılan ankette esnaf ve sanatkâr işletmelerinde çalışan elemanlarının mesleki eğitimlerinden memnun olup olmadıkları sorulmuştur, sonuçlar Tablo 55'de verilmekte-

dir. Buna göre sektör genelinde, elemanlarını yeterli veya çok yeterli bulanların oranı %72 düzeyindedir. Sadece %9,4 oranında esnaf ve sanatkâr, elemanlarının mesleki eğitimini yetersiz bulmaktadır. Bu bulgu yapılan odak grup toplantılarında ve şirket ziyaretlerinde elde edilen bulgularla tezat oluşturmaktadır. Yapılan toplantılarda esnaf ve sanatkârın, ağırlıklı olarak mesleki eğitimlerin yetersizliğinden, özellikle 12 yıllık zorunlu eğitim sebebi ile çekirdekten eleman yetiştirememekten şikâyetçi oldukları tespit edilmesine rağmen anket verilerine göre tüm mesleklerde %64-%78 aralığında esnaf ve sanatkârın elemanlarının eğitimlerinden memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 55. Çalıştırılan Elemanların Mesleki Eğitimlerinin Yeterliliği

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
Hiç yeterli değil	5,5%	5,9%	2,8%	5,2%
Yeterli değil	5,1%	3,3%	1,8%	4,2%
Kararsız	16,8%	27,0%	17,4%	19,0%
Yeterli	40,4%	31,6%	39,4%	38,4%
Çok yeterli	32,2%	32,2%	38,5%	33,2%

Esnaf ve sanatkâra hâlihazırda çalıştırılan elemanlar dışında mevcut makine kapasitesi, atölye şartları, ürünlerine olan talep ve üretim kapasitesi göz önüne alındığında daha fazla elemana ihtiyaç duyup duymadıkları sorulmuştur. Esnaf ve sanatkârların %85'i eleman ihtiyaçlarının olmadığını belirtmiştir (Tablo 56).

Tablo 56. Eleman İhtiyacının Olup Olmaması

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaacılık	Toplam
Evet	18,6%	11,5%	12,4%	15,7%
Hayır	81,4%	88,5%	87,6%	84,3%
Toplam	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Elemana ihtiyaç duyduğunu belirten %15 oranında esnaf ve sanatkâra ise ayrıca hangi alanlarda eleman ihtiyaçları olduğu sorulmuştur (Tablo 57). Alt meslek grupları için ortaya çıkan tabloya bakıldığında, mobilya, marangozluk, kerestecilik, camcılık, aynacılık, hediyelik eşya ve züccaciyecilik mesleklerinde en fazla üretim alanında eleman ihtiyacı bulunmaktadır. Onun dışında 3 meslek grubu için de pazarlama, tanıtım ve tasarım alanlarında ciddi eleman ihtiyacı olduğu görülmektedir. Odak grup toplantılarında da ortaya konduğu üzere sektörde rekabette firmaları öne çıkaran kaliteli, yeni tasarımlar ve pazarlama çalışmalarıdır. Esnaf ve sanatkârların bu tespit doğrultusunda bu alandaki eksiklerini tamamlamak istedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 57. Elemana İhtiyaç Duyulan Alanlar

	Mobilyacılık, Marangozluk ve Kerestecilik	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaa
Üretim	65,0%	35,9%	24,0%
Pazarlama ve Tanıtım	25,8%	30,8%	36,0%
Tasarım	19,2%	17,9%	28,0%
Tezgâhtar/Satış Elemanı	13,3%	43,6%	36,0%
Sekreter	10,8%	20,5%	12,0%
Satın alma	8,3%	0,0%	8,0%
Ar-ge	7,5%	2,6%	4,0%
Bilgi İşlem	4,2%	12,8%	16,0%

Yeni eleman alımlarında sürecin değerlendirebilmesi için esnaf ve sanatkâra yeni eleman alırken en çok hangi hususlara dikkat ettikleri sorulmuştur. Tablo 58'de çıkan sıralamaya göre, elemanların güvenilirliği, yeteneği ve tecrübesi tüm meslekler için en çok önem verilen kıstaslardır. Elemanların eğitimi önem sıralamasında geri planda kalmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere, esnaf ve sanatkârlarla yapılan toplantılarda elemanların eğitimlerini yetersiz buldukları ortaya konmuşken, işe yeni alımlarda elemanların eğitimlerin çok fazla ağırlık teşkil etmediği görülmektedir.

Tablo 58. İşe Yeni Eleman Alırken Dikkat Edilen Hususlar

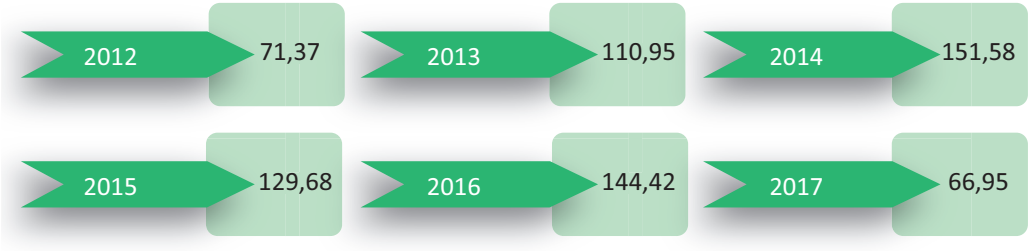
	Mobilya, Marangozluk ve Kereste	Camcılık ve Aynacılık, Hediyelik Eşya, Züccaciyecilik	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık ve Matbaa
Güvenilirliği	52,4%	54,4%	65,5%
Yeteneği / Hevesi	46,4%	40,1%	44,6%
Tecrübesi	43,8%	42,2%	35,1%
Maliyeti (Ücreti)	30,8%	27,9%	23,2%
Yaşı	24,8%	23,7%	26,2%
Eğitimi / Sahip olduğu belgeler	20,3%	13,9%	25,0%
Yaratıcılığı	20,4%	20,9%	15,5%
Fiziki görüntüsü, diksiyonu	16,9%	23,3%	17,9%
Tanıdık olması	9,7%	17,1%	19,6%

1.6. SEKTÖRÜN İHRACAT POTANSİYELİ

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Türkiye ekonomisi içinde ihracat bakımından yerinin oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu bölümde öncelikle sektörün bütünü hakkındaki ihracat verileri değerlendirilecek ve ardından sektörel bazda inceleme sunulacaktır.

Yıllara göre Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörünün ihracat değerleri Tablo 59'da gösterilmiştir. 2012 yılından 2015 yılına kadar sektörün ihracat hacminin arttığı görülmektedir. 2015 yılında ihracat değerinin düşmüş ve 2016'da tekrar artmıştır. Ancak 2017 yılında sektörün ihracat değerlerinde %50'den fazla düşüş gerçekleşmiştir.

Tablo 59. Yıllara Göre Sektörün İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)



Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Sektörün cinsiyete göre ihracat oranları ise Tablo 60'ta gösterilmiştir. Buna göre, sektörde erkek egemen bir ihracat yapısı göze çarpmaktadır. 2017 yılında, kadınların yaptığı ihracat düzeyinin yükseldiği ve sektörde toplam ihracatın %11,73'ünün kadınlar tarafından yapıldığı görülmektedir.

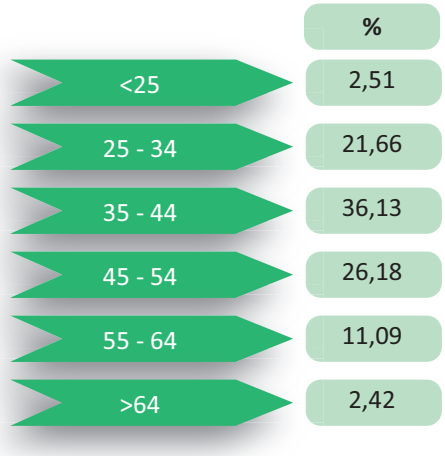
Tablo 60. Sektördeki İhracatın Cinsiyete Göre Dağılımı

	Erkek	Kadın
2012	92,94	7,06
2013	92,87	7,13
2014	93,32	6,68
2015	91,96	8,04
2016	91,06	8,94
2017	88,27	11,73

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe ihracatçıların yaşlara göre dağılımı Tablo 61'de verilmiştir. Türkiye'de sektörde ihracat yapanların yaklaşık % 36'sının 35–44 yaş aralığında olduğu dikkat çekmektedir. 25 yaşından küçük olup ihracat yapanların oranı ise %2,5 gibi oldukça küçük bir değerdir.

Tablo 61. Sektördeki İhracatın Yaş Grubuna Göre Dağılımı



Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Türkiye'nin Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü içinde en çok ihracat yaptığı ülkeler de Tablo 62'de gösterilmiştir. Tablo 62'ye göre, en çok ihracat yapılan ülke yaklaşık 187 milyon ABD Doları ile Irak olmuştur. Irak'ı yaklaşık 59 milyon ABD Doları ihracat değeriyle Azerbeycan-Nahçıvan takip etmektedir. Irak'ın açık ara ile en çok ihracat yapılan ülke olması, bu ülkedeki yeniden yapılan sürecinin bir sonucu olarak düşünülmektedir.

Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler sıralamasında ilk 10 içinde bulunan ülkelerde dikkat çekici olan bir özellik de bu ülkelerin Türkiye'ye coğrafi olarak yakın ülkeler olmasıdır. Bu kapsamda listede çoğunlukla komşu ülkeler ve Avrupa Birliği üyesi ülkeler olduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 62. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (milyon ABD Doları)

Ülkeler	İhracat Değeri
Irak	186,95
Azerbeycan-Nahçıvan	58,74
Libya	44,21
Almanya	43,16
Suudi Arabistan	32,00
Gürcistan	28,00
Fransa	22,74
İran (İslam Cumhuriyeti)	17,83
Tanzanya (Birleşik Cum.)	16,63
Avusturya	15,64

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Türkiye'nin illere göre en çok ihracat sıralaması ise Tablo 63'te verilmiştir. Buna göre, beklendiği gibi, İstanbul en yüksek ihracat değeriyle ilk sırada yer almaktadır. 2. Sırada yer

alan Bursa ile arasındaki fark ise yaklaşık 1 milyon ABD Doları kadardır. Bursa'yı sırasıyla Ankara, İzmir ve Kayseri takip etmektedir. Bursa'nın ikinci sırada yüksek bir ihracat düzeyiyle karşımıza çıkmasında İnegöl'deki mobilya ihracatının da yerinin önemli olduğu söylenebilecektir. Başkent Ankara ve en büyük 3. il olan İzmir'den sonra Kayseri beşinci sırada bulunmaktadır. Bunda serbest ticaret bölgesinin de etkisinin önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 63. İllere Göre İhracat Miktarları (Milyon ABD Doları)

İstanbul	128,42
Bursa	127,58
Ankara	70,74
İzmir	54,74
Kayseri	53,26
Adana	38,74
Gaziantep	38,74
Hatay	33,26
Şanlıurfa	24,21
Antalya	16,97

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 64'te Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) kodlarına göre ihracatı en çok yapılan ürünler gösterilmektedir. Yaklaşık 553 milyon ABD Doları değeriyle sektörün en büyük ihracat kalemini mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb. prefabrik yapılar almıştır. Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya 55 milyon ABD Doları ihracat değeriyle Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü içinde ikinci sırada karşımıza çıkmaktadır. Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü ihracat değeri ise yaklaşık 54 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Odun veya diğer lifli selülozik maddelerin hamurları, geri kazanılmış kâğıt veya karton (döküntü, kırpıntı ve hurdalar) için ihracat değerinin oldukça düşük olduğu da dikkat çekicidir.

Tablo 64. GTİP Kodlarına Göre En Çok İhracatı Yapılan Ürünler (ABD Doları)

Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb., prefabrik yapılar	553.684.210,5
Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya	55.157.894,74
Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	54.105.263,16
Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayiinin diğer mamulleri, el ve makina yazısı metinler ve planlar	11.010.526,32
Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası	1.241.951,789
Odun veya diğer lifli selülozik maddelerin hamurları, geri kazanılmış kâğıt veya karton (döküntü, kırpıntı ve hurdalar)	35.432

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 65, 66, 67, 68, 69 ve 70 ürün grubuna göre Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe ülkelere göre 2017 yılı ihracat değerlerini göstermektedir. Tablo 65'te ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü ihracatının en çok Irak'a yapıldığı görülmektedir. Sıralamada daha sonra, Irak'ın yaklaşık 3'te biri değeriyle Tanzanya ve Almanya yer almaktadır.

Tablo 65. Ağaç ve Ahşap Eşya, Odun Kömürü (ABD Doları)

Irak	12.568.421,05
Tanzanya (Birleşik Cum.)	4.947.368,42
Almanya	4.294.736,84

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 66'da ise hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası ürün grubunda yaklaşık 600 bin ABD Doları değerle en çok Almanya'ya ihracat yapıldığı dikkat çekmektedir. Almanya'dan sonra ikinci sırada Azerbeycan-Nahçıvan bulunmaktadır.

Tablo 66. Hasırdan, Sazdan Veya Örülmeye Elverişli Diğer Maddelerden Mamuller, Sepetçi Ve Hasırcı Eşyası (ABD Doları)

Almanya	591.781,26
Azerbeycan-Nahçıvan	173.711,01
Rusya Federasyonu	71.912

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 67'de yine ABD Doları cinsinden odun veya diğer lifli selülozik maddelerin hamurları, geri kazanılmış kâğıt veya karton (döküntü, kırpıntı ve hurdalar) için ihracat değerleri verilmiştir. Bu ürünlerin ihracatının oldukça düşük olduğu da gözden kaçmaması gereken bir unsurdur.

Tablo 67. Odun veya Diğer Lifli Selülozik Maddelerin Hamurları, Geri Kazanılmış Kâğıt veya Karton (döküntü, kırpıntı ve hurdalar) (ABD Doları)

İran (İslam Cumhuriyeti)	18.187,37
Irak	17.244,63

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 68'de kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya ihracat değerleri görülmektedir. İran İslam Cumhuriyeti 6 milyon ABD Doları ile ilk sırada yer almaktadır.

Tablo 68. Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya (ABD Doları)

İran (İslam Cumhuriyeti)	6.021.052,63
Gürcistan	5.978.947,37
Irak	5.726.315,79

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 69'da basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayiinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metin ve plan ürünlerinin ihracatının en çok Almanya'ya yapıldığı görülmektedir. 1,3 milyon ABD Doları olan bu ihracat değerini, yaklaşık 900 bin ABD Doları ile Rusya Federasyonu takip etmektedir.

Tablo 69. Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayiinin diğer mamulleri, el ve makina yazısı metinler ve planlar (ABD Doları)

Almanya	1.331.612,21
Rusya Federasyonu	899.443,37
Azerbeycan-Nahçıvan	748.967,79

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Tablo 70'te ise, mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb., prefabrik yapılar ihracat değerleri görülmektedir. Burada Irak 168 milyon ABD Doları değeriyle Türkiye'nin bu alandaki ihracatında ilk sırada yer almıştır.

Tablo 70. Mobilyalar, Yatak Takımları, Aydınlatma Cihazları, Reklam Lambaları, Işıklı Tabelalar vb., Prefabrik Yapılar (ABD Doları)

Irak	168.000.000
Azerbeycan-Nahçıvan	52.210.526,32
Libya	41.263.157,89

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Türkiye ekonomisi için önemli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sektörü analiz eden projemizde 12 alt meslek grubu ele alınmaktadır. Bu kapsamda bu mesleklerin her biri için ihracat potansiyeli incelenmiştir. Mesleklerin bazılarında ihracat potansiyelini birbirinden ayırmak zor olduğu için meslekler arasında bazı gruplamalara gidilmiş ve inceleme o şekilde yapılmıştır. Aşağıda her bir meslek grubu için Türkiye'nin ihracat potansiyeli açıklanmaya çalışılmıştır.

1.6.1. Mobilyacılık Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli

Mobilya sanayi, Türkiye ekonomisi için stratejik bir önem arz etmektedir. Bunun nedeni, sektörde ortaya çıkan katma değerdir. Üretimin her aşamasında farklı bir meslek grubunun katkısı bulunmaktadır (kerestecilik, marangozluk, mobilya boyamacılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya imal ve satıcılığı meslekleri) ve son aşamada nihai ürün karşımıza çıkmaktadır. Mobilya tüm dünyada, tüm kültürler tarafından kullanılan ve gelecekte de hep kullanılacak bir mal olduğu için talebi hiç bitmeyecek bir ürün olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte, Türkiye'de mobilya sanayi her geçen yıl gelişmekte, yeniliklere uyum sağlayarak, teknoloji kullanımını arttırmakta ve dünya piyasalarında rekabet gücü olan işletmeler ortaya çıkartmaktadır.

TÜİK Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı verilerine göre mobilya sektöründe 150.427 kişi istihdam edilmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısı ise 34.438'dir. Bu veriler, sektörün Türkiye ekonomisinde ne kadar önemli bir paya sahip olduğunun da bir göstergesidir. Bununla birlikte, sektördeki sürekli gelişmeyle paralel olarak, odak grup toplantılarından da çıkan bir sonuç, sektörde istihdam artışının devam edeceğidir.

Dünya mobilya üretiminde son yıllarda ilk sırayı Çin'in aldığı görülmektedir. Çin'i ABD, İtalya ve Almanya takip etmektedir. Türkiye dünya üretiminde %1'lik payı ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir. Mobilya ihracatı açısından ise 2014 yılında dünya ihracatı içinden % 1,4'lük bir pay aldığı gözlemlenmiştir. Dünya mobilya ihracatı sıralamasında Türkiye 14. sırada, İngiltere, Malezya ve Romanya'nın arkasında yer almaktadır.[20]

Ticaret Bakanlığı raporuna[21] göre Türkiye'de mobilya sektörü 2001 yılından itibaren dış ticaret verilerinde sürekli olarak artı değerler göstermeye başlamıştır. Bu durum, ihracat değerlerinin ithalat değerlerinden yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bunun arkasında en önemli itici gücün 2001 yılında Türkiye'nin yaşadığı krizle birlikte ortaya çıkan yurt içi talepteki daralma olduğu söylenebilecektir. Üretici firmalar bu daralmayı ihracata yönelerek satışlarını arttırma biçiminde çözme yoluna gitmişlerdir.

Mobilya sektöründe yapılan toplam ihracatın üçte biri AB ülkelerine yapılırken toplam ithalatın da yarısından fazlası yine AB ülkelerinden yapılmaktadır. Bu durum AB ile önemli bir organik bağ olarak görülebilir. Günümüzde cari işlemler açığının bir sorun olarak ülke ekonomisinde yerleşmiş olduğu bilinmektedir. Bu noktada, mobilya sektörünün dış ticarette sürekli artı değerler elde etmesi (ihracat değerlerinin ithalattan yüksek olması), ülke ekonomisi için de önemli bir rol oynayacak ve cari açığın kapanmasında etkili bir sektör olarak karşımıza çıkacaktır. Tabi ki bu çerçevede, yeni pazarların bulunması, doğu ve batıdaki diğer ihracat olanaklarının araştırılması sektörün ihracat potansiyeli için de olumlu bir katkı sağlayacağı açıktır.

Tablo 71. Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (1000 ABD Doları)

2013	2014	2015
2.179.968	2.360.561	2.193.800

Kaynak: Ticaret Bakanlığı

Mobilyacılık alanında faaliyet gösteren işletmelerin bazıları doğrudan ihracat süreci içerisinde bulunurken büyük bir kısmı ise aracı firmalar yoluyla ya da diğer işletmeler aracılığıyla ürettikleri ürünlerini ihraç etmektedirler. Bununla birlikte, İnegöl örneğinde olduğu gibi, esnaf ve sanatkârlar odaları ve ticaret odalarının kanallarını kullanarak ihracat yapan işletmeler de bulunmaktadır.

TÜİK verilerine göre 2009 yılından sonra en çok ihracat yapılan ülkenin Irak olduğu görülmektedir. 2015 yılı verilerine göre, yaklaşık 426 milyon Amerikan doları ihracat değeriyle

20 ASO Mobilya Sektörü Raporu

21 Ticaret Bakanlığı Raporu 2016

ilk sırada yer alan Irak'ı, Suudi Arabistan, Almanya, Libya, Fransa ve Azerbaycan izlemektedir. ABD ise Türkiye'nin en çok mobilya ihracatı yaptığı ülkeler sıralamasında 7. Sırada yer almaktadır. 2008 yılından itibaren dünyayı etkisi altına alan küresel finansal krizin ve daha sonrasında Avrupa'da yaşanan borç krizinin de ihracatı olumsuz etkilediği söylenebilecektir.

Türkiye'de mobilya ihracatı konusundaki mevcut durum bu olmakla birlikte, gelişen teknoloji, tasarıma verilmeye başlanan önem, başarılı kümelenme faaliyetleri gibi etkenler ihracat potansiyelinin artacağı beklentisini ortaya çıkartabilecektir. Bu noktada Türkiye'nin yeni pazarlar bulması önemli bir etken olacaktır. Ülkelere göre Türkiye'nin mobilya ihracatı incelendiğinde Uzakdoğu ülkelerinin olmaması dikkat çekici bir unsurdur. Bununla birlikte Rusya Federasyonu'na yapılan ihracat, coğrafi olarak yakın olmasına rağmen 2015 yılında %50'den fazla düşerek yaklaşık 31 milyon dolara gerilemiştir. Bunun arkasında dünyada yaşanan siyasi gerilimlerin olduğu düşünülebilir. Bu pazarların değerlendirilmesi ve geliştirilmesi için meslek örgütlerinin ve ilgili devlet organlarının birlikte çalışması etkili olacaktır.

1.6.2. Camcılık ve Aynacılık Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli

Cam, modern ve çok yönlü bir maddedir. Şeffaf olması ve şeklinin bozulmaması önemli özelliklerinden olan cam, koku ve tat vermemesi ve bununla birlikte pek çok kimyasal ürüne karşı dayanıklı olması nedeniyle yiyecek, içecek, kozmetik ve ilaç gibi pek çok ürünün ambalajlanmasında tercih edilmektedir. En basit araç gereçten iletişime, inşaattan süs eşyalarına ve uzay teknolojilerine kadar çok yaygın bir kullanım alanı bulunmaktadır.

Cam sektörü, üretim girdilerinin tamamına yakınını yurt içinde sağlayan, sermaye ve enerji yoğun ve aynı zamanda yüksek kapasite kullanımı ile çalışma zorunluluğu olan bir sektördür.[22] Ayrıca pek çok sektöre girdi sağlayan temel sanayi alanlarından birisidir ve Türkiye ekonomisi açısından önem taşımaktadır.

Türkiye cam ve cam ürünleri sanayi yılda 4,7 milyon ton üretim kapasitesiyle Türkiye'de ve dünyada her geçen gün daha önemli bir konuma gelmektedir. Türkiye cam sanayi, yaklaşık 2,3 milyar Amerikan Doları düzeyindeki üretim değeri ve yaratılan yaklaşık 20 bin kişilik istihdam ile Türkiye ekonomisi için değerli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

2009 yılından bu zamana dünya cam ve cam mamulleri ihracatında Çin, Almanya ve Japonya en fazla cam ihraç eden ilk üç ülke olarak görülmektedir. Türkiye ise, 2012 yılında 956 milyon ABD Doları cam ihracatı ile dünya sıralamasında 19. Sırada yer almıştır.[23]

Tablo 72. Dünya Cam İhracatı Sıralaması (milyon ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Çin	14.903	12.604	10.325	7.597	9.070	7.250
Almanya	6.518	6.734	6.107	5.867	6.891	6.437
Japonya	6.197	6.687	6.527	4.504	4.683	4.136
ABD	5.292	5.325	4.984	4.145	5.088	4.829

22 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 5.

23 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 35.

Fransa	3.382	3.681	3.459	3.265	4.281	4.245
İtalya	2.782	3.071	2.737	2.515	3.247	3.107
Tayvan	2.529	2.186	1.592	1.129	1.165	1.116
Belçika	2.414	2.860	2.642	2.603	3.489	3.385
Hong Kong	2.090	1.689	972	619	696	704
Çekya	1.823	1.942	1.736	1.621	2.186	2.084
Meksika	1.569	1.480	1.472	1.170	1.395	1.351
Polonya	1.499	1.552	1.285	1.132	1.545	1.434
Türkiye	956	978	903	839	1.017	829
Dünya Cam İhracatı (*)	72.000	71.036	63.120	53.714	65.313	60.174

(*) Yaklaşık değerdir.

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

Türkiye'de cam ürünlerinin 2012 yılı dış ticaret hacmi 1,599 milyon ABD Doları ve 1,1 milyon ton düzeyindedir. Bu noktada, cam sanayinin de mobilya sektörü gibi dış ticaret açısından artı veren bir sektör olduğu söylenebilecektir.

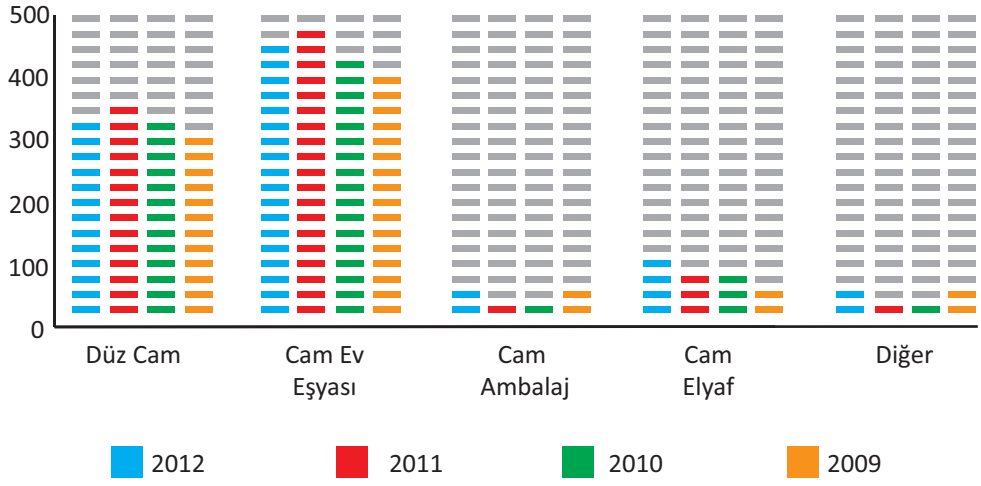
Tablo 73. Türkiye'nin Toplam Cam İhracatı (milyon ABD Doları ve bin ton)

2009		2010		2011		2012	
Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar
839	635	903	720	978	710	956	641

Kaynak: Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

Cam ve cam ürünleri ihracatının 2008 yılında yaşanan küresel krizden etkilendiği de açıktır. Bu süreç içerisinde 2009 yılında 2008 yılına göre ihracat değerinde %17,5 kadarlık bir azalma söz konusu olmuştur. 2010 itibarıyla ise bir toparlanma sürecine girilmiş, ancak daha sonra yurtiçinde ve dünyada yaşanan siyasi ilişkilerdeki sorunlar ve ekonomik istikrarsızlıklar sektör ihracat düzeylerini olumsuz etkilemiştir. Şekil 21, Türkiye'nin ürünlere göre cam ihracatı miktarlarını göstermektedir. Türkiye'nin en çok cam ihracatı yaptığı ülkeler ise Tablo 74'te gösterilmiştir.

Şekil 21. Türkiye Cam İhracatı (ürünlere göre) (Milyon ABD Doları)[24]



Tablo 74. Türkiye Cam İhracatının En Çok Yapıldığı Ülkeler (Milyon ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Almanya	70	101	72	88	97	97
İngiltere	69	58	50	57	61	63
İtalya	67	78	58	60	67	62
Fransa	39	48	48	52	58	56
Irak	17	31	32	34	50	43
ABD	38	34	27	31	32	38
Bulgaristan	16	22	20	22	24	36
Rusya Federasyonu	31	43	16	25	27	32
Azerbaycan	12	19	18	21	24	31
İspanya	25	35	26	29	33	31
TOPLAM	829	1.017	839	903	978	956

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

Cam sanayi, inşaat, otomotiv, enerji, beyaz eşya, gıda – kozmetik gibi sektörlerle de sürekli etkileşim içinde bulunmaktadır. Bu nedenle sürekli olarak gelişmeye, yenilenmeye açık bir üretim süreci gözlemlenebilmektedir. Türkiye cam ve cam ürünleri sektörü üretim kapasitesi ile Avrupa'da ve dünyada üst sıralarda yer almaktadır. Şişecam Cam Sektörü Raporu'na göre, üretim kapasitesi olarak cam ev eşyasında dünyada 3., Avrupa'da 2.; cam ambalajda dünyada 5., Avrupa'da 4. ve düzcamda ise dünyada 6., Avrupa'da 4. Konumda bulunmaktadır.

24 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 45.

Bu özelliklerinin de etkisiyle, Türkiye'de cam ve cam mamullerinin ihracat potansiyelinin yüksek olduğu söylenebilir. Bu noktada, yeni pazarların bulunması, özellikle ABD ve Uzakdoğu ülkelerine ihracat olanaklarının araştırılması önemli olacaktır.

1.6.3. Züccaciyecilik Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli

Züccaciye çok geniş bir ürün grubuna sahiptir. Plastikten, porselene, camdan, demire, bakıra kadar geniş bir yelpazeye yayılan ürün çeşitliliği görülmektedir. Bununla birlikte küçük ev aletleri de züccaciye sınıflaması içinde yer almaktadır.

Türkiye'de züccaciye sektörü 2014 verileriyle yaklaşık 2,4 milyar ABD Doları kadar ihracat ve 1,1 milyar ABD Doları kadar ithalat gerçekleştirmektedir ve bu yönüyle Türkiye ekonomisinin önemli cari işlemler açığı verdiği süreçte dış ticaret fazlası yaratmaktadır.

Tablo 75. Züccaciye Sektörü İhracat Değerleri (1000 ABD Doları)

Yıllar	İhracat
2004	900.617
2008	1.597.675
2009	1.423.366
2010	1.592.817
2011	1.848.716
2012	1.946.003
2013	2.127.206
2014	2.394.759

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

Züccaciye sektörünün toplam ihracatının yaklaşık %38'ini küçük ev aletleri oluşturmaktadır. Bunun yanında, cam, metal ürünler ve plastik ürün gruplarının her biri ise ihracattan yaklaşık %20'lik pay almaktadırlar. Porselen/çini sofra ve mutfak eşyası ürünleri ve seramik sofra ve mutfak eşyası ürünleri ihracatının en çok Almanya'ya yapıldığı görülmektedir. Almanya dışında farklı ürün gruplarında İngiltere, ABD, Azerbaycan, Mısır, Çek Cumhuriyeti, İtalya, Irak ve İran önemli ihracat ortakları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Züccaciye sektöründe ürün çeşitliliğinin ihracat olanaklarını arttırabileceği düşünülebilir. Farklı ülkelere Türkiye'de üretilen züccaciye ürünlerinin satışı ve pazarlanması için uygun ortamların yaratılabilmesi önemli olacaktır. Uzakdoğu ve özellikle Çin daha ziyade bir ithalat ortağı olarak görülmekteyse de, Uzakdoğu ülkelerinin önemli pazarlar olduğu da düşünülerek yeni ihracat olanaklarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Züccaciye, her kültür içinde ve dünyanın her yerinde kullanılan ürünleri barındırdığı için, tüketimi ve talebi hiç bitmeyecek mallar söz konusudur. Bu nedenle, gelişime sürekli açık bir sektördür ve ihracat açısından da artış yönünde hareket edeceği beklenmektedir.

1.6.4. Kitapçılık, Kırtasiyecilik ve Matbaacılık Mesleklerinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli

Kitap ve kırtasiyecilik mesleği çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olduğu için geniş kitlelere hitap etmektedir. Bununla birlikte, tüketimi hiç bitmeyecek ve kullanıldıkça tükenen ürünler söz konusu olduğu için talep hiç bitmeyecektir. Türkiye'de kitap ve kırtasiyeci olarak çalışan 9.250 kayıtlı esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Bununla birlikte, 2016 yılı verilerine göre, küçük ölçekli ve mikro ölçekli kitap ve kırtasiyeci işletmelerde toplam çalışan sayısı 5.672 olarak karşımıza çıkmıştır.

Dünyada, kâğıt kırtasiye toplam ihracat miktarı 2016 yılında 4,2 milyar ABD Doları olmuştur. 2016'da kâğıt kırtasiye alanında en fazla ihracat ve en fazla ithalatı ABD'nin yaptığı görülmektedir. İhracat açısından ABD'yi Kanada, Japonya, Almanya ve İtalya takip etmektedir. Türkiye'nin dünya kâğıt kırtasiye ithalatındaki payı %1,6 olurken ihracattaki payı ise %0,9 olmuştur. Yazma araçları için ise, Türkiye'nin dünyadaki pazar payı %1 iken, dünya mürekkep ihracatındaki pay ise %0,7 olarak karşımıza çıkmaktadır.[25]

Basım sanayi ise imalat sanayinin önemli bir parçası olarak görülebilecektir. Matbaacılık mesleğine bakıldığında, gazetelerin basımı, dergi, mecmua basımı, baskı öncesi hizmetler, ciltçilik, kayıtlı medyanın çoğaltılması gibi çok çeşitli faaliyetler görülebilmektedir. Matbaacılık faaliyetlerinin üretim değeri 2012 yılında tüm imalat sanayi içinden %0,93'lük bir pay almıştır.[26]

Basım sanayinin ihracat değerleri Tablo 76'da gösterilmiştir. Buna göre, 2013 yılında ihracat 94,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2005-2013 yılları arasında Türkiye'nin toplam ihracatı içinde basım sanayinin ihracatının payı hemen hemen aynı kalmıştır ve 2013 yılında %0,06 olmuştur.

Tablo 76. Basım Sanayi İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)

Yıllar	İhracat
2005	49,5
2006	54
2007	74,8
2008	82,2
2009	84,7
2010	84,2
2011	89,8
2012	88,8
2013	94,7

Kaynak: Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, İSO, Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi, 2015.

25 Küçükçolak, R. A. Ve M. Kasımoğlu, Türkiye Kırtasiye Sektörü ve Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi, İTO/İDA, İstanbul, 2018.

26 Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi, İSO, Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi, 2015.

Türkiye'nin matbaacılık alanındaki ihracat pazarları komşu ve yakın ülkeler ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Azerbaycan, Almanya, Gürcistan, Irak, KKTC, Suudi Arabistan, Kazakistan ve Yunanistan 2013 yılında ihracat yapılan ülkeler arasında en üst sıralarda yer almaktadırlar.

Türkiye basım sanayi iş hacmi açısından bakıldığında Avrupa'da 8. sırada yer almaktadır. Ancak bu mesleğin ağırlıklı olarak yurt içi odaklı olarak geliştiğini söylemek mümkündür. Dünya ihracatı içerisindeki payı %0,2 olmuştur. Bu düzeyin, Türkiye basım sanayi için potansiyelin altında olduğunun belirtilmesinde fayda bulunmaktadır.

Türkiye'nin basım sanayi ihracat potansiyeli de aslında bu çerçeve içinden çıkartılabilecektir. Avrupa Birliği ülkelerinin çok önemli bir ticaret ortağı olduğu açıktır. Ancak Almanya dışındaki AB ülkelerine ihracat düzeylerinin arttırılabilmesi için çalışma ve pazarlama faaliyetleri yapılması gerektiği düşünülebilir. Yeni pazarların bulunması için meslek kuruluşları ve devletin ilgili organları birlikte hareket ederek, ihracat düzeylerinin artmasını sağlamaya çalışmalarında fayda olduğu söylenebilir.

1.6.5. Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Mesleğinin İhracattaki Mevcut Durumu ve İhracat Potansiyeli

Hediyelik eşya denildiğinde genellikle çok geniş bir ürün yelpazesinden söz edilir. Tablolar, ahşap eşyalar, çerçeveler, seramik, çini, bakır eşyalar, el, halısı, yapma çiçek vb. gibi mallar hediyelik eşya grubu içinde ele alınabilir. Türkiye'de özellikle turizmin gelişmiş olduğu bölgelerde hediyelik eşya imal ve ticareti yaygın olarak görülebilmektedir. Bununla birlikte hediyelik eşya üretiminde Türkiye'nin aslen ithalatçı bir konumda olduğunu da belirtmekte fayda vardır.

2014 yılı verilerine göre hediyelik eşya ihracatı yaklaşık 46 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl ithalat değeri ise yaklaşık 218 milyon ABD Doları olmuştur. Burada, ithalatın ihracattan çok daha yüksek olduğu göze çarpmaktadır. 2012 yılından sonra ihracat değerleri iki katına çıkmış olmakla birlikte, hediyelik eşya ürün grubu için dış ticaret açığı bulunmaktadır. Tablo 77, hediyelik eşya ihracat düzeylerini göstermektedir.

Tablo 77. Hediyelik Eşya İhracat Değerleri (ABD Doları)

Yıllar	İhracat
2004	27.192.309
2008	28.931.624
2009	22.907.635
2010	24.829.641
2011	25.873.435
2012	24.030.943
2013	42.664.410
2014	46.197.436

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

Züccaciyeciler Derneğinin Züccaciye Sektörü için hazırladığı Dış Ticaret Raporu'na göre, hediyelik eşya alt ürün gruplarından sadece saat makineli duvar saatleri ve çalar saatler için dış ticaret fazlası olduğu görülmekte, diğer tüm ürün grupları için ise dış ticaret açığı bulunmaktadır. Bununla birlikte bu raporda, el dokuması halılar hediyelik eşya içerisinde sayılmamıştır. İhracat açısından hediyelik eşya içinde en önemli ürün grubunun el dokuması halılar olduğu söylenebilecektir. Nitekim el dokuması halı ihracatı 2011 yılında 335,3 milyon ABD Doları olmuştur. ABD, Japonya ve Fransa ise en fazla ihracat yapılan ülkeler olmuştur. İkinci bir önemli ihracat ürünü ise gümüş mücevherattır. 2011 yılı ihracat değeri 103 milyon ABD Doları olmuştur.

Bu çerçeve içinde, hediyelik eşya ihracatında bazı ürünlerde ihracat miktarı çok yüksek olurken, bazılarında ise bu miktarlar daha düşük olarak ortaya çıkmıştır. Hediyelik eşya imalatı ve ticareti alanında faaliyet gösteren işletmelerin ihracat potansiyeli ürün çeşitliliği ve özellikle el halısı ve gümüş mücevher üretimi ve ihracatı için var olan pazarların genişletilmesi ve yeni pazarların bulunmasıyla artacaktır. Bu noktada, el halısı gibi değer olarak daha büyük olan ürünlerin yanında diğer ürünlerin pazarlanması da etkili olabilecektir.

1.7. TÜKETİCİLERİN SEKTÖRÜN ÜRETTİĞİ MAL ve HİZMETLERDEN MEMNUNİYET DURUMU ve BEKLENTİLERİ

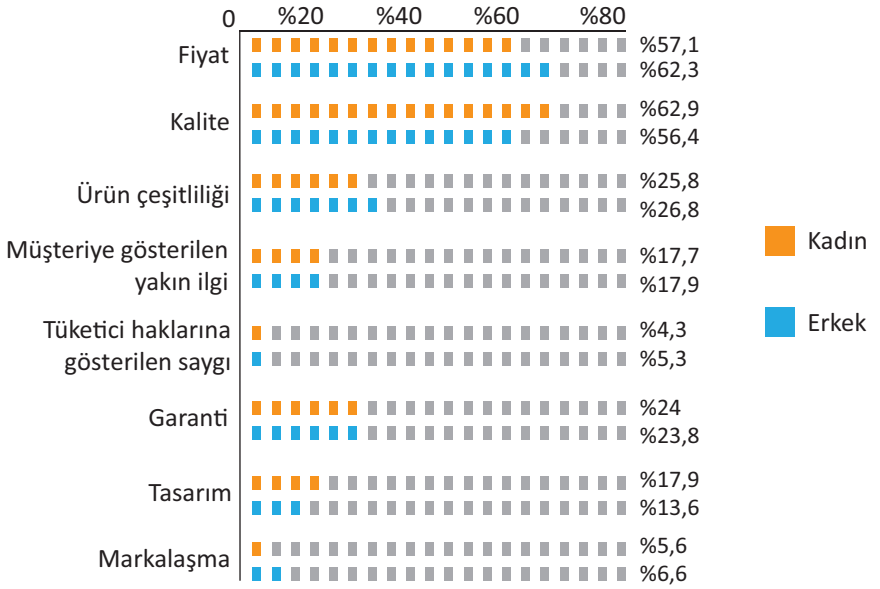
Bu bölüm proje kapsamında müşteriler ile yapılan anket çalışmasındaki veriler derlenerek hazırlanmıştır.

1.7.1. Mobilyacılık Esnaf ve Sanatkârlarının Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler

Müşterilerin mobilya alışverişini esnaf ve sanatkârdan yapmak istemesinde en etkili olan faktörlerin başında fiyat gelmektedir. Bu noktada erkeklerin fiyat konusuna kadın müşterilerden daha fazla önem veriyor oldukları da anketin önemli bir sonucu olarak görülebilir. İkinci en etkili faktörün ise, kalite olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumun, müşterilerin satın aldıkları ürünleri uzun dönem kullanma arzularından kaynaklandığı düşünülebilir. Bununla birlikte, kadın müşterilerin kaliteye fiyattan daha fazla dikkat ettiği de anketin bir başka çıktısı olarak not edilebilir.

Mobilya alışverişinin esnaf ve sanatkârdan yapılmasının diğer nedenlerinin başında, pazarlık yapabilme olanağının olması ve ödeme seçenekleri sunması gelmektedir. Esnaf ve sanatkârların ürün çeşitliliği sunması da bir diğer etken olarak karşımıza çıkmıştır. Burada belirtilmesi gereken husus, pazarlık olanağı, ödeme seçenekleri ve ürün çeşitliliğinin müşteriler için etkilerinin birbirine çok yakın olmasıdır. Ayrıca esnaf ve sanatkârın ürünleriyle ilgili sunduğu garanti de yine önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu etkenleri ise sırasıyla, müşteriye gösterilen yakın ilgi ve tasarımlar izlemektedir. Şekil 22, tüm etkenleri ayrıntılı olarak göstermektedir.

Şekil 22. Mobilya Alışverişlerinin Esnaf ve Sanatkârlardan Yapılmasında Etkili Olan Faktörler

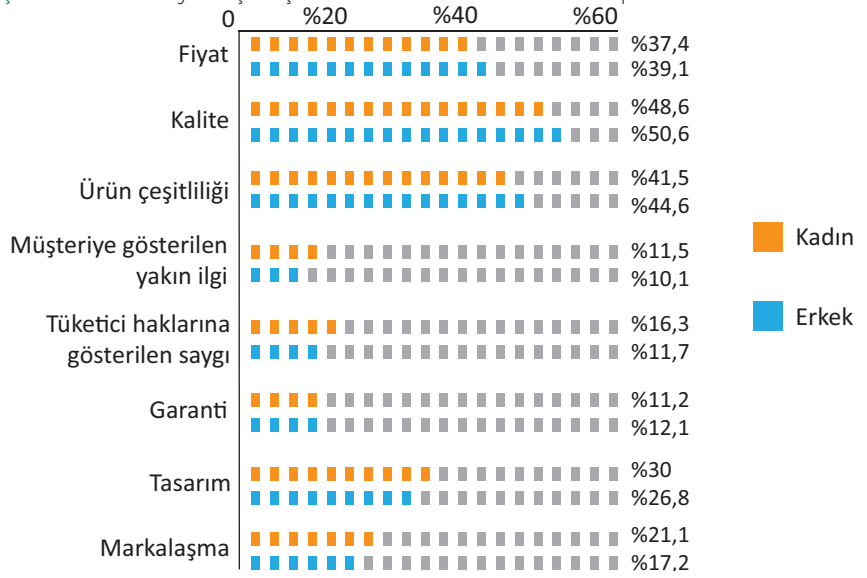


Anketten çıkan ilginç bir sonuç, müşterilerin, mobilya alışverişlerini esnaf ve sanatkârdan yapmamasında etkili olan faktörler ile esnaf ve sanatkârdan yapmasında etkili olan faktörlerin ilk üçünün aynı olmasıdır. Bu da müşterilerin kalite, ürün çeşitliliği ve fiyat konularına çok önem verdiği sonucunu ortaya çıkartmıştır (Şekil 23).

Müşterilerin mobilya alışverişini esnaf ve sanatkârdan yapmamasında en etkili olan faktörlerde ilk sırayı kalite başlığı almıştır. Önceki sorulara verilen cevaplar ışığında, bazı esnaf ve sanatkârın ürün kalitesi yüksek olduğu için tercih edilebildiği, ancak bazılarının da ürün kalitesi yüksek olmadığı için tercih edilmediği söylenebilir. Bu noktada müşteriler, kalite beklentilerinin karşılanmayacağını düşündüklerinde mobilya alışverişlerini esnaf ve sanatkâr dışındaki seçeneklerden yapmaya yönelebilmektedirler.

Ürün çeşitliliği ise ikinci sırada yer almaktadır. Esnafın yeterli ürün çeşitliliği sunamadığını düşünen müşteriler, mobilya alışverişlerinde esnaf ve sanatkâr dışı işletmeleri tercih edebilmektedirler. Üçüncü sırada ise fiyat bulunmaktadır. Bu durum, esnaf ve sanatkârın, diğer mobilya satıcılarına göre yüksek fiyat verebildiği ve bu nedenle tercih edilmiyor olabildiği şeklinde yorumlanabilir. Yine, ankette önceki sorulara verilen cevaplarla birlikte değerlendirildiği zaman ürün çeşitliliği çok olmayan esnaf ve sanatkârdan alışveriş yapmak yerine zincir mağazalar, mobilya merkezleri, modüler mobilyalar veya diğer seçeneklere taleplerini yönlendirdikleri söylenebilecektir.

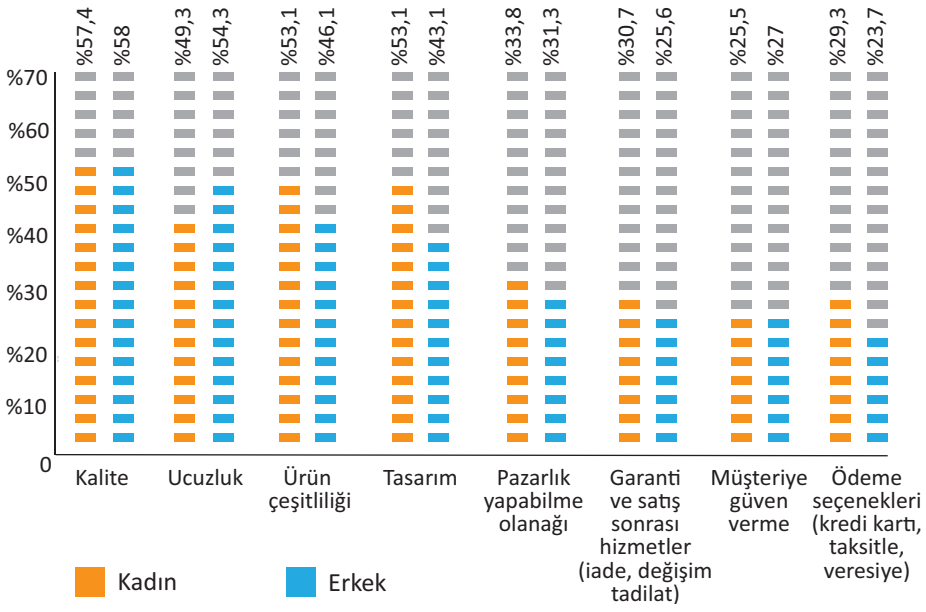
Şekil 23. Mobilya Alışverişinin Esnaf ve Sanatkârlardan Yapılmamasında Etkili Olan Faktörler



Mobilyacı seçiminde en etkili olan faktörlerin başında kalitenin geldiği görülmektedir. Ayrı ayrı hem kadınların hem de erkeklerin %60'a yakını kalitenin çok önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir. Şekil 24'de görüldüğü gibi, ucuzluk başlığı ise ikinci sırada yer almaktadır ancak, kadınlar için ürün çeşitliliği ve tasarım ucuzluktan daha öncelikli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkekler için ise, mobilyacı seçiminde, ucuzluk, ürün çeşitliliği ve tasarımın önüne geçmektedir.

Pazarlık yapabilme olanağı beşinci sırada yer almaktadır. Bunun dışında sırasıyla, garanti ve satış sonrası hizmetler, müşteriye güven veren satıcılar ve ödeme seçeneklerinin çeşitliliği de mobilyacı seçiminde etkili olan diğer faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak burada önemli nokta, ilk dört faktörün etkisinin diğer faktörlerden oldukça fazla olduğunun görülebilmesidir.

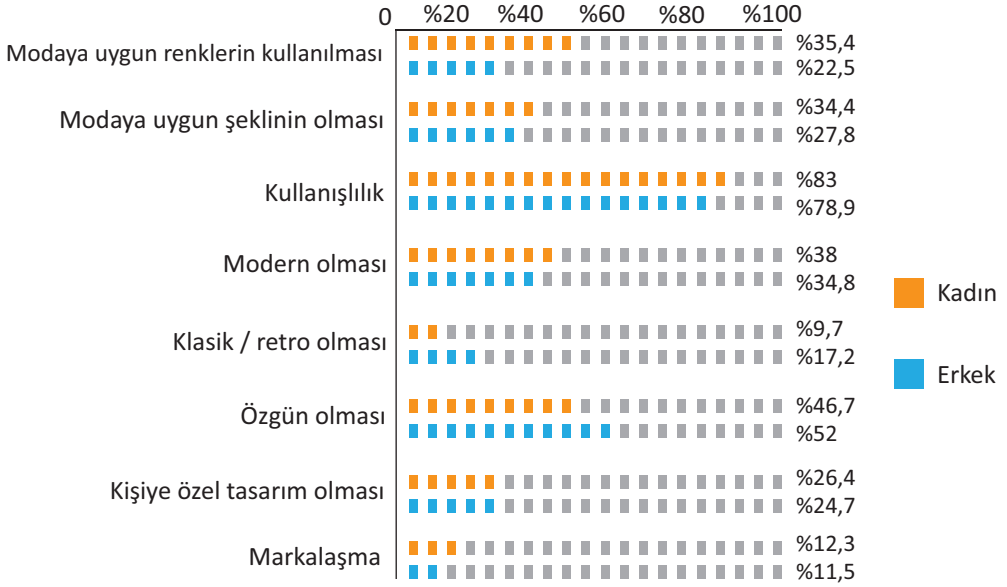
Şekil 24. Mobilyacı Seçiminde En Etkili Olan Faktörler



Mobilyacı müşterilerinin mobilya tasarımında önem verdiği unsurlara bakılacak olursa; ilk sırada kullanışlılığın yer aldığı görülmüştür. Ankete katılanların yaklaşık %80'i mobilya tasarımında kullanışlılığın ön planda olduğunu belirtmiştir. Kullanılan malzeme ise mobilya tasarımında önem verilen ikinci unsur olarak ortaya çıkmıştır. Ankete katılanların yaklaşık %50'si kullanılan malzemenin en önemli unsurlardan biri olduğunu ifade etmiştir.

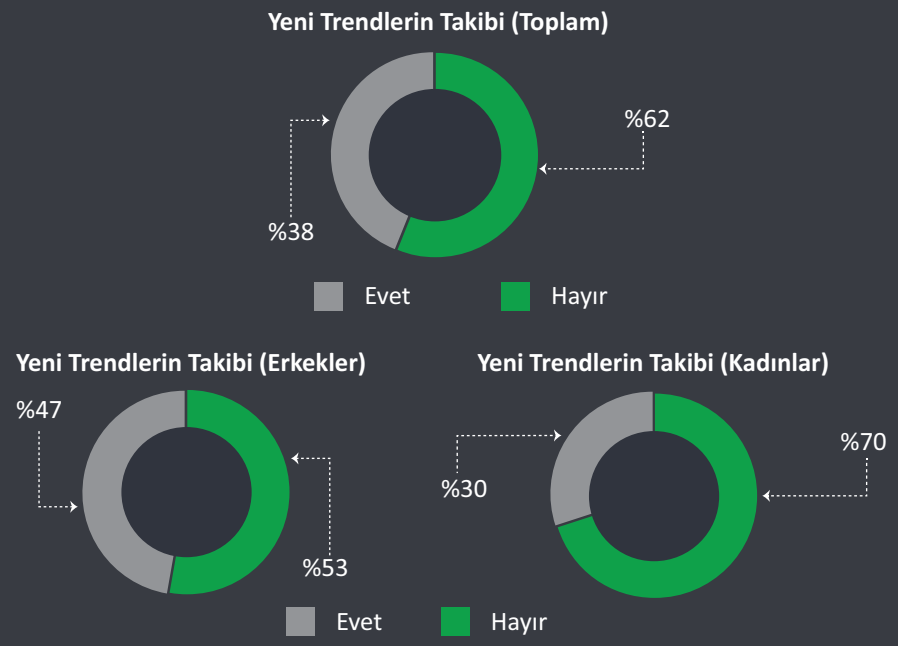
Mobilya tasarımının modern olması ise katılımcıların yaklaşık %35'i tarafından önem sıralamasında üst sıralara taşınmıştır. Bununla birlikte, modaya uygun şekil ve modaya uygun renk kullanımının da önemli bir unsur olduğu anlaşılmıştır. Özellikle kadın müşterilerin, modaya uygunluğa erkeklerden daha fazla önem verdiği belirtilebilir. Şekil 25'de müşterilerin mobilya tasarımında önem verdiği unsurlar gösterilmiştir.

Şekil 25. Mobilya Tasarımında Önem Verilen Unsurlar



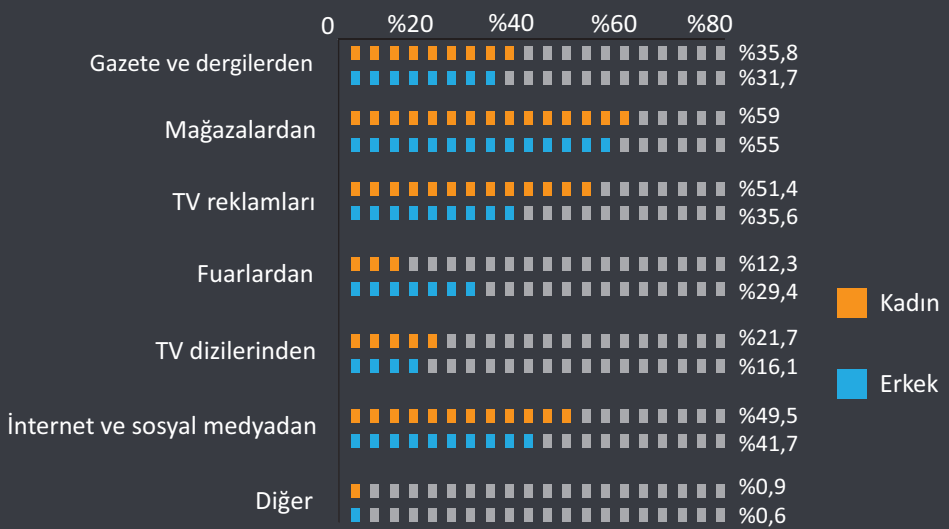
Mobilya ürünlerinde yeni trendleri müşterilerin önemli bir çoğunluğunun takip etmediği anlaşılmaktadır. Ancak burada kadın müşteriler ve erkek müşteriler arasında önemli bir fark olduğu görülmüştür. Şekil 26'da gösterildiği gibi katılımcıların yalnızca %37,6'sı mobilya ürünlerinde yeni trendleri takip etmektedir. Ancak mobilya ürünlerinde, kadınların erkeklerden daha fazla yeni trendleri takip ettiği söylenebilir. Buna göre, kadınların %47,3'ü mobilya ürünlerinde yeni trendleri takip etmekle birlikte, erkeklerde bu oran %29,9 olarak gerçekleşmektedir. Bu sonuç aslında beklenen bir sonuç olarak düşünülebilir.

Şekil 26. Yeni Trendlerin Takibi



Mobilya trendlerinin takibinin en çok mağazalardan yapıldığı anketin müşterilerle ilgili bir diğer sonucudur. İnternet ve sosyal medya ise ikinci sırada yer almaktadır. Mobilya ile ilgili bilgi arayışıyla ilgili sorunun cevabına paralel biçimde müşteriler internetten bilgi almakla birlikte, yeni trend takibini de oradan yapabilmektedirler. Televizyon reklamları üzerinden trend takibi ise üçüncü sırada görülmektedir. Gazete ve dergilerden de mobilyadaki yeni trendleri takip ettiklerini belirten müşterilere göre, gazete ve dergiler dördüncü sırada yer almaktadır. Kadın ve erkek müşteriler arasında belirgin fark ise televizyon reklamlarında karşımıza çıkmıştır. Buna göre televizyon reklamları üzerinden kadınlar daha fazla yeni trend takibi yapmaktadırlar.

Şekil 27. Mobilya Trendlerinin Takip Edildiği Mecralar

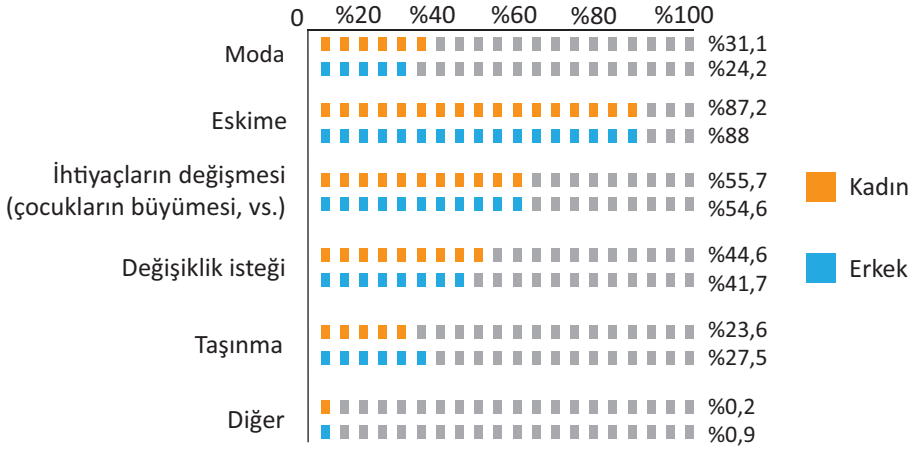


Müşterilerin mobilya değiştirme nedenlerine bakıldığında, ilk sırada mevcut mobilyaların eskimesi seçeneği görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %90'ı eskimenin önemli bir değiştirme etkeni olduğunu ifade etmiştir. Bu, beklenen bir sonuçtur, çünkü mobilya ürünlerinin alışılmış bir aile bütçesi içindeki payı oldukça büyük olacaktır. Bu nedenle, uzun dönemli kullanımların olması, yani mobilya ürünlerinin sıklıkla eskiyene kadar kullanılması söz konusu olacaktır.

Mobilyaların eskimesinden sonra, çocukların büyümesi gibi nedenlerle ortaya çıkan ihtiyaçların değişmesi durumu bir mobilya değiştirme nedeni olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcıların yaklaşık %55'i önemli bir mobilya değiştirme nedeni olarak, ihtiyaçlardaki değişmeyi dile getirmişlerdir. Bunların dışında, üçüncü bir değiştirme nedeni, ek bir gerekçe olmadan müşterilerin mobilyalarını değiştirmek istemesi olarak ifade edilmiştir. %43 gibi azımsanmayacak bir oran ile karşımıza çıkan değiştirme isteği, aslında mobilyanın bir ihtiyaç olmanın ötesine geçtiğinin de bir göstergesi olarak düşünülebilir.

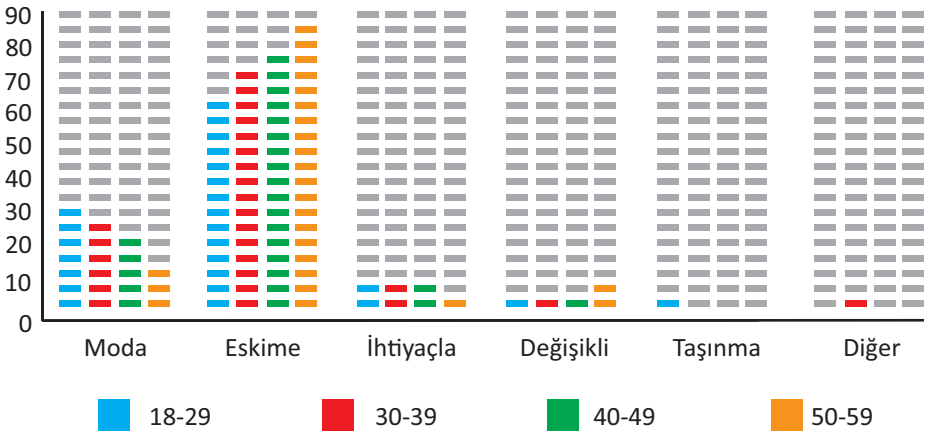
Mobilya değiştirme nedenlerinde sonraki sıralarda ise önce moda, hemen ardından da taşınma durumu gelmektedir. Aslında moda, değiştirme isteği ile birlikte de ele alınabilir, çünkü bazen değiştirme isteğinin arkasındaki gizli neden modadaki değişmeler de olabilmektedir. Taşınma durumunda gerçekleşen mobilya değişimi ise, bireylerin sıklıkla yeni evlerinde yeni mobilyalarla daha iyi bir hayat beklentisinden kaynaklanıyor olabilir.

Şekil 28. Mobilya Değiştirme Nedenleri



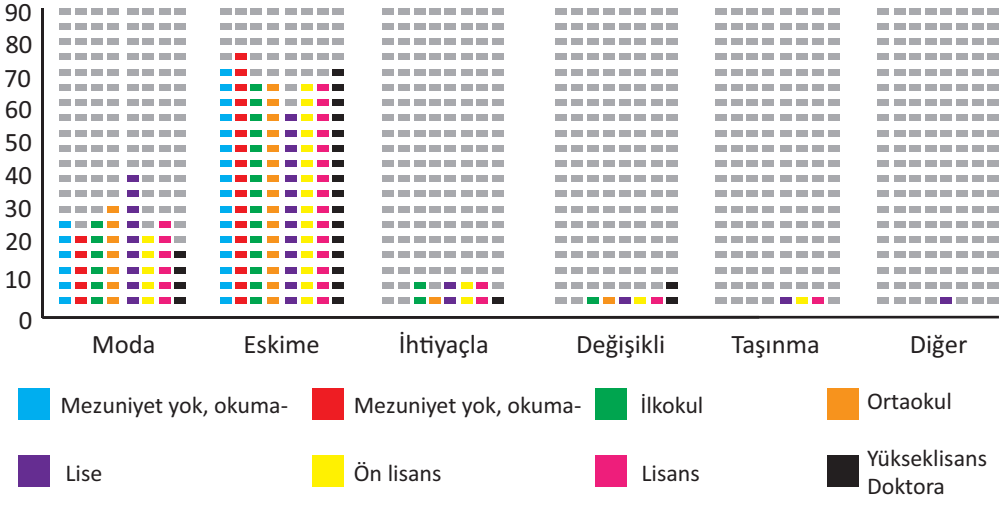
Mobilya değiştirme isteğine ilişkin daha detaylı analizler çerçevesinde, yaşın etkisi incelenmiştir (Şekil 29). Anket sonuçlarına göre, moda nedeniyle değişiklik yapmak isteyenlerin çoğunluğunu 18-29 yaş arası gençler oluştururken, değişiklik isteği sebebiyle mobilyasını değiştirenler içinde 50-59 yaş aralığındaki kesim göze çarpmaktadır. Özellikle daha ileri yaşlarda, çocukların evden ayrılması, emeklilik gibi olayların gerçekleşmesiyle insanların değişiklik ihtiyaçlarında artış olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, gözlenen sonuç şaşırtıcı değildir. Öte yandan, ihtiyaçların değişmesi nedeniyle değişiklik yapanlarda da yine 18-29 yaş aralığı görülmektedir. Evlenme ya da bebek sahibi olma gibi hayat döngüsünde yaşanan önemli olaylar genelde o yaş aralığında gerçekleştiğinden, bu sonucun beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir.

Şekil 29. Yaşa Göre Mobilya Değiştirme Nedenleri



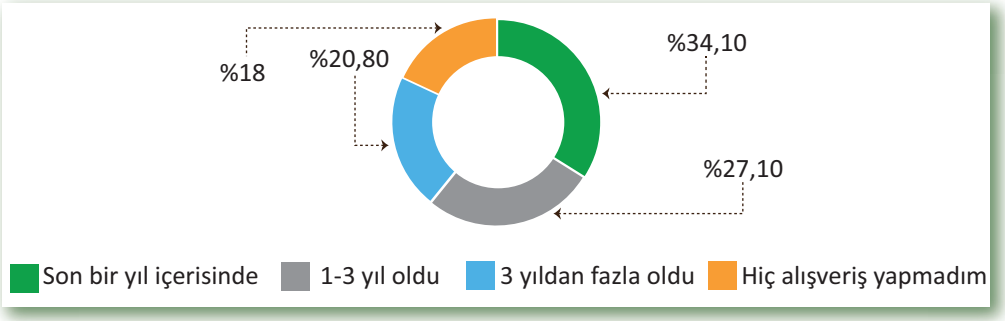
Mobilya değiştirme nedenlerinin eğitim durumuna göre yapılan analizinde, Şekil 30'da da görüldüğü üzere, eğitimin mobilya değiştirme sebepleri üzerinde önemli bir farklılaşma yaratmadığı görülmektedir.

Şekil 30. Eğitim Durumuna Göre Mobilya Değiştirme Nedenleri



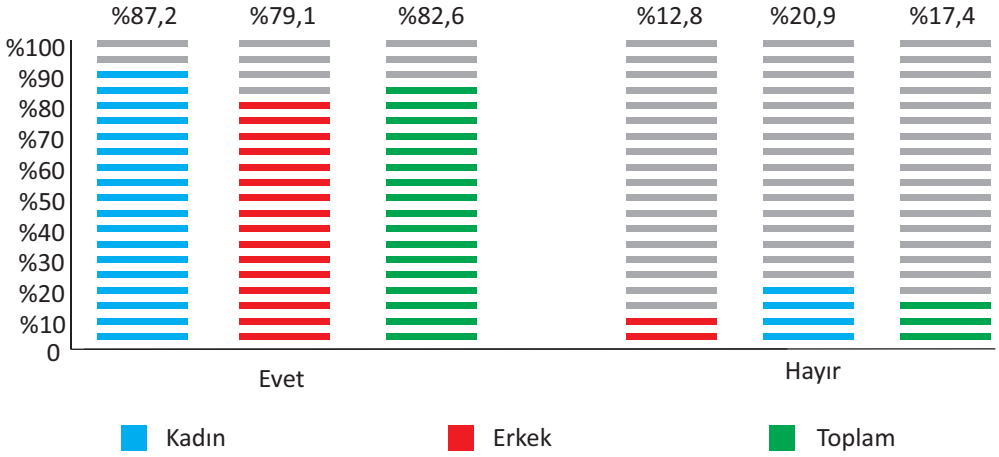
Anketi cevaplayan müşterilerin %34,1'i en son üç yıldan uzun zaman önce esnaf ve sanatkârdan mobilya alışverişi yaptığını belirtmiştir. Son bir yıl içerisinde esnaf ve sanatkârdan mobilya alışverişi yapanların oranı %20,8 iken, daha önce hiç mobilya alışverişi yapmamış olanların yüzdesi %18 olarak göze çarpmaktadır.

Şekil 31. Esnaf ve Sanatkârdan En Son Mobilya Alışverişi Yapılan Zaman



Bununla birlikte, aynı kişilerin son aldıkları mobilya ürününden memnuniyetleri konusundaki yanıtları da Şekil 32'de gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların %82,6'sı alınan mobilya ürününden memnun kaldığını ifade etmiştir. Memnun olmayan grupta da erkek müşterilerin ağırlıklı olduğu gözlemlenmiştir.

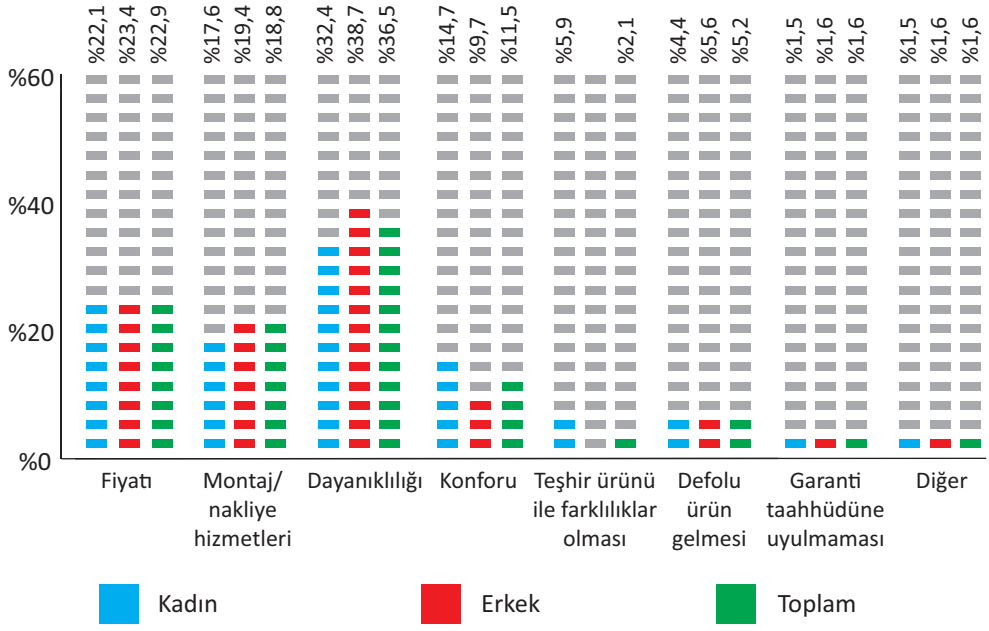
Şekil 32. Son Alınan Mobilya Ürününden Memnuniyet Durumu



Son satın alınan mobilya ürününden memnun kalmayan müşterilere, memnuniyetsizliklerinin nedeni sorulmuştur. Şekil 33'de verilen cevapların dağılımı görülmektedir. Buna göre, en önemli memnuniyetsizlik nedeni satın alınan ürünün dayanıksızlığı olmuştur. Daha önce de ifade edildiği gibi, bir müşteri sık sık mobilya alışverişi yapmadığı için, dayanıklı ürün tercihi ön plana çıkabilmektedir. Bu nedenle de, dayanıksız mobilya ürünleriyle karşı karşıya kalan müşterilerin memnun olmamaları anlaşılabilir bir durumdur.

İkinci sırada ise fiyat memnuniyetsizliği gelmektedir. Memnun olmayan müşterilerin yaklaşık %23'ü satın aldıkları ürünün fiyatı nedeniyle mutsuz olmuşlardır. Üçüncü sırada, montaj ve/veya nakliye hizmetlerinden duyulan memnuniyetsizlik dile getirilmiştir. Daha sonra ise, sırada konfor ile ilgili memnuniyetsizlik yer almıştır. Şekil 33'de tüm memnuniyetsizlik durumları ile ilgili istatistiksel veriler gösterilmiştir.

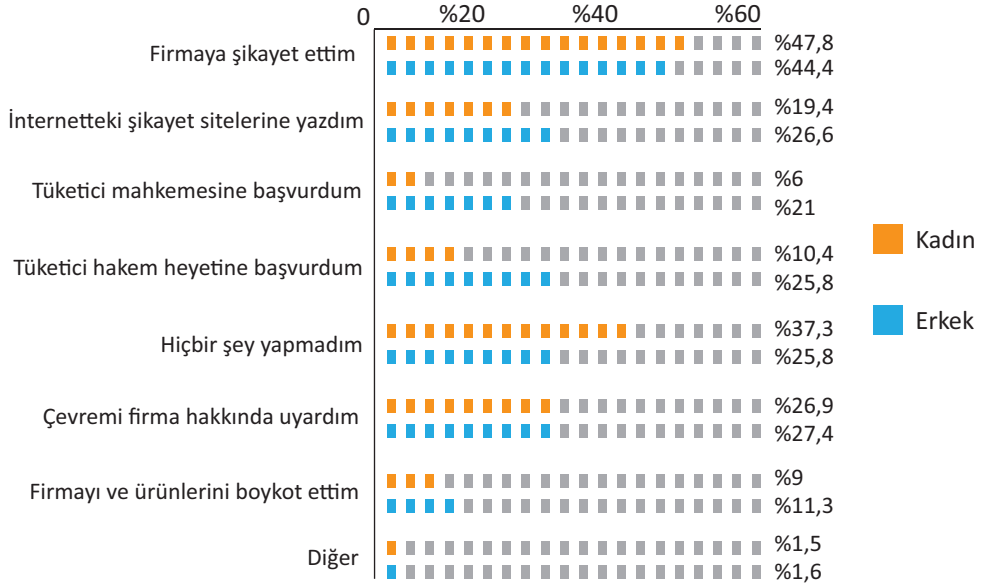
Şekil 33. Memnuniyetsizlik Nedenleri



Üründen memnun olmayanların önemli bir kısmı firmaya şikâyet ettiğini belirtmiştir. Memnun olmayan müşterilerin %30'u hiçbir şey yapmadıklarını dile getirmiştir. Bunun dışında, çevresini firma hakkında uyaranlar ve internetteki şikâyet sitelerine memnuniyetsizliklerini yazan müşteriler toplamı %54 olarak gerçekleşmektedir.

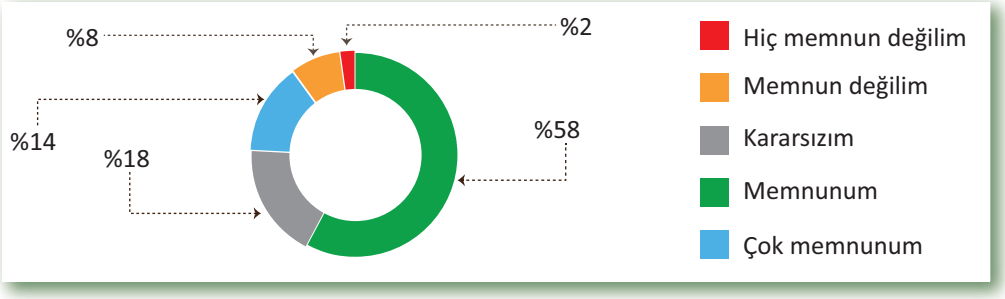
Tüketici hakem heyetine veya tüketici mahkemesine başvuran müşteriler ise memnuniyetsiz müşterilerin %36'sını oluşturmaktadır. Burada, erkek müşteriler pek çok başlık altında daha büyük bir kesimi oluşturmaktadır. Özellikle tüketici hakem heyeti ve tüketici mahkemelerine başvurmak gibi, süreci yasal yollara naklettiren müşterilerin ağırlıklı olarak erkek müşteriler olduğu görülmektedir.

Şekil 34. Memnun Kalınmamasına Verilen Tepki



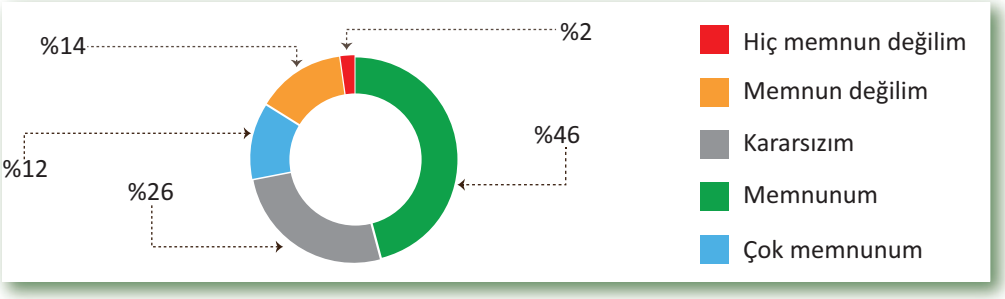
Mobilya sektöründeki esnaf ve sanatkârdan yapılan alışverişlerde müşterilerin ürün ve hizmet kalitesi konusundaki memnuniyetleri de Şekil 35'de gösterilmiştir. Buna göre, ürün ve hizmet kalitesinden memnun olmayanların oranı %10 iken, müşterilerin %71,8'i ise ürün ve hizmet kalitesinden memnun kaldıklarını ifade etmiştir.

Şekil 35. Ürün ve Hizmet Kalitesi Memnuniyeti



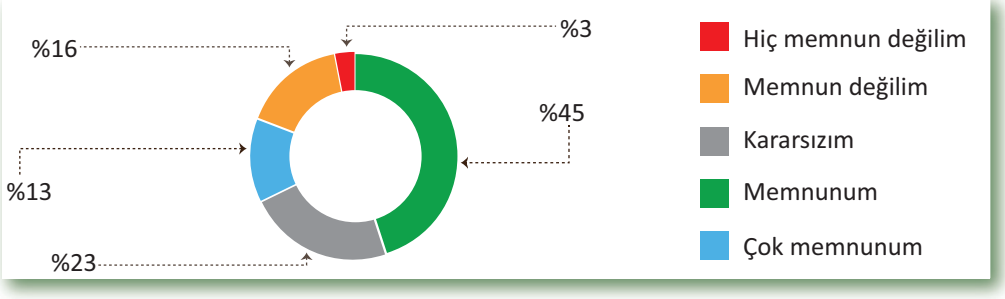
Esnaf ve sanatkârlardan yapılan mobilya alışverişlerinde ürün ve hizmet çeşitliliği konusundaki müşteri memnuniyeti Şekil 36'da gösterilmiştir. Ürün ve hizmet çeşitliliği konusunda memnun olmayanların oranı %15,8 iken, memnun olanların oranı %58,3 olmuştur. Bu konuda, kararsız kalan müşteri oranının (%25,9) da çarpıcı olduğunu ifade etmekte yarar vardır.

Şekil 36. Ürün ve Hizmet Çeşitliliği Memnuniyeti



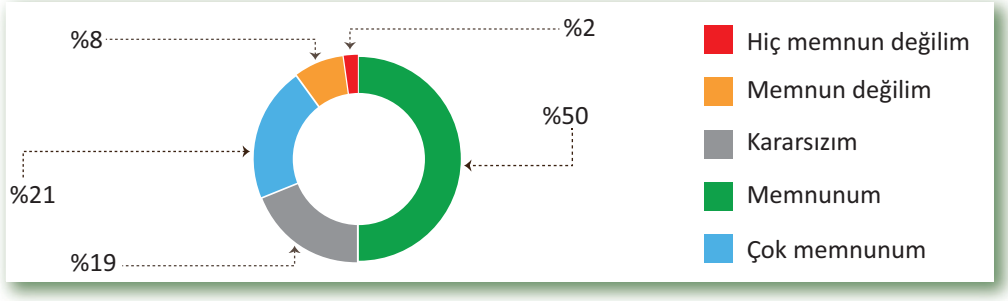
Mobilya sektöründeki esnaf ve sanatkârdan yapılan alışverişlerde fiyatların ucuzluğu konusundaki müşteri memnuniyeti ise Şekil 37'de gösterilmiştir. Fiyatların ucuzluğu konusunda memnun kalmayanlar %19,5 kadarlık bir bölümü oluştururken, memnun olanların oranı ise %57,7 olmuştur. Burada da kararsız müşteriler yaklaşık %23 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 37. Fiyat Memnuniyeti



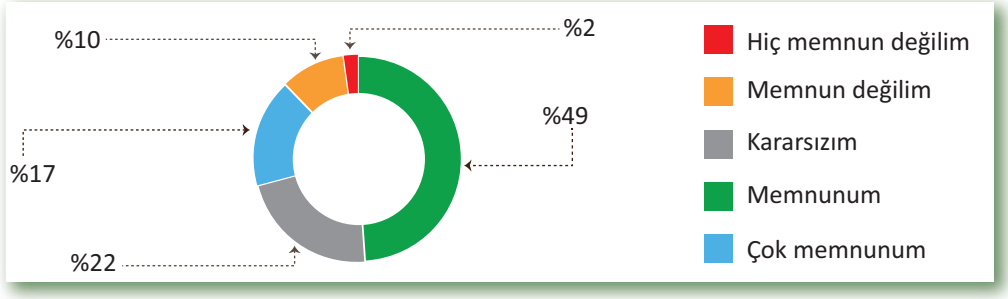
Esnaf ve sanatkârlardan yapılan mobilya alışverişlerinde müşterilerin pazarlık yapabilme konusundaki memnuniyetleri de Şekil 38'de gösterilmektedir. Buna göre, pazarlık edilebilmesi konusunda memnun olmayanlar katılımcıların %10'unu oluşturmaktadır. Pazarlık yapılabilmesi açısından memnun kalmış olan bölüm ise %80,3 kadarlık kısmı oluşturmaktadır.

Şekil 38. Pazarlık Etme Olanağına İlişkin Memnuniyet



Esnaf ve sanatkârlardan yapılan mobilya alışverişinde güvence konusundaki memnuniyet ise Şekil 39'da gösterilmektedir. Burada güvence açısından memnuniyetsiz olan müşteriler toplamın %11,8'ini oluştururken, memnun olanlar ise %66,2'lik kısmını oluşturmaktadır. Kararsız kalan müşteriler ise bu konuda da %20'nin üzerindedir.

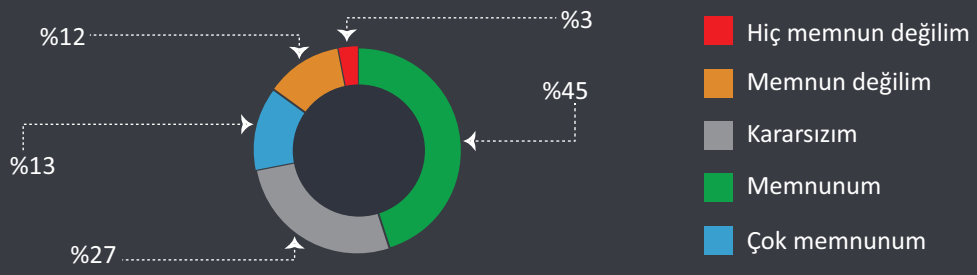
Şekil 39. Güvence Bakımından Memnuniyet



Tüketici hakları konusundaki memnuniyet düzeyleriyle ilgili olarak müşterilerin verdikleri cevaplar ise aşağıdaki Şekil 40'da gösterilmiştir. Buna göre, mobilya sektöründeki esnaf ve sanatkârdan yapılan alışverişlerde tüketici hakları bakımından memnun olanlar %58,4 kadarlık bir bölümü oluştururken, memnun olmayanlar %14,7 kadarlık bölümdedirler. Kararsızların oranının ise, %26,9 ile oldukça yüksek bir oran olduğu göze çarpmaktadır.

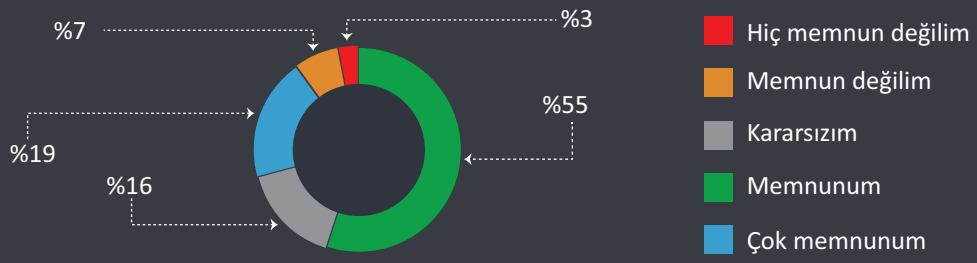
Bununla birlikte, tüketici hakları açısından memnun olmayan müşterilerin daha büyük bir kısmını erkeklerin, memnun olan müşterilerin ise daha büyük bir kısmını kadınların oluşturduğu da dikkate değerdir.

Şekil 40. Tüketici Hakları Bakımından Memnuniyet



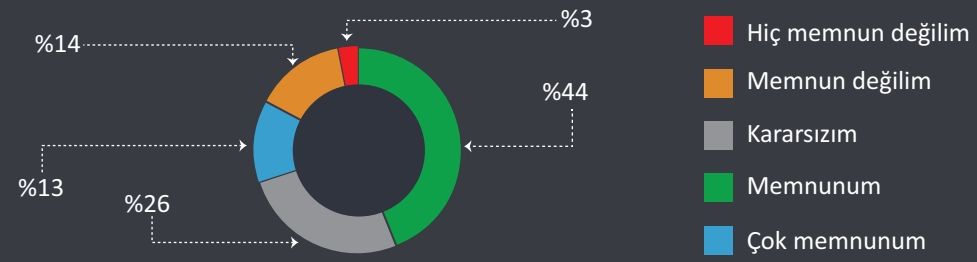
Mobilya sektöründeki esnaf ve sanatkârdan yapılan alışverişlerde müşteriye gösterilen ilgi bakımından memnuniyet konusunda müşterilerin verdikleri cevaplar Şekil 41'de gösterilmiştir. Buradan çıkan sonuç ise, müşterilerin %10,1'inin gördüğü ilgiden memnun kalmadığı, %74'ünün ise memnun kaldığı olmuştur. Memnuniyet düzeyinin yüksek olduğunun söylenebileceği ilgi konusu, müşterilerin mobilya ürünlerini satın aldıkları esnaf ve sanatkârı, tanıdıklarına tavsiye etmesi için önemli bir neden olabilecektir.

Şekil 41. Müşteriye Gösterilen İlgiden Duyulan Memnuniyet



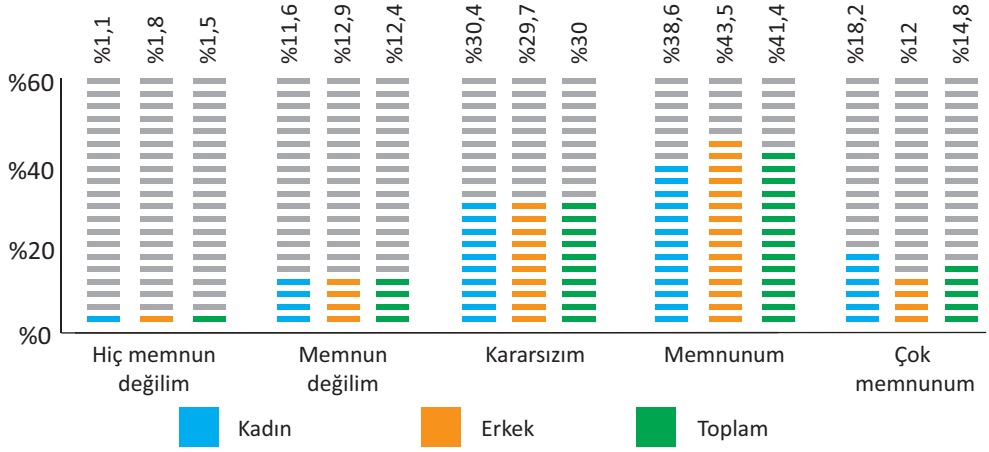
Müşterilerin tercihlerine uygun özel ürün bulabilme olanağı ile ilgili yanıtları da Şekil 42'de gösterilmiştir. Buna göre, mobilyacı esnaf ve sanatkârdan yaptıkları alışverişlerinde tercihlerine uygun özel ürün bulabilme olanağına sahip olduklarını düşünen, yani memnun olanlar %57,8 olarak görülmektedir. Memnun olmayanlar ise, %16,5 olarak karşımıza çıkmıştır. Kararsız kalanların yüzdesi de %25,6 değerini almıştır.

Şekil 42. Tercihlere Uygun Özel Ürün Bulabilme Olanağı ile İlgili Memnuniyet



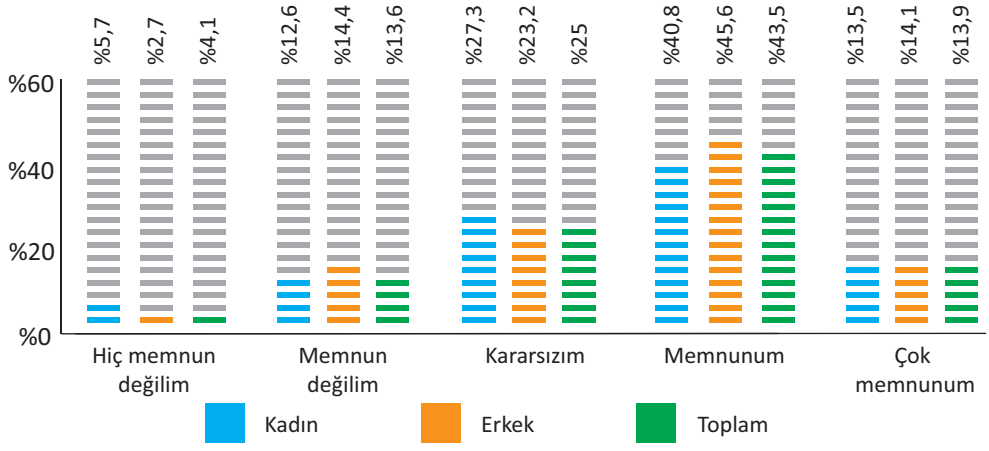
Esnaf ve sanatkârlardan yapılan mobilya alışverişlerinde müşterilere yöneltilen bir başka soru ise iş yerinin fiziksel şartları ile ilgili memnuniyeti olmuştur. Burada, memnun olmayanlar %13,9'luk kesimi oluşturmaktadırlar. Memnuniyetleri ile ilgili kararsız kalan müşterilerin ise %30 olduğu görülmektedir. Memnun kalan müşteriler de, %56,2'lik bölümü oluşturmuştur. Bu noktada, kadınların ve erkeklerin memnuniyet düzeyleri için "memnunum" ve "çok memnunum" değerlerinin toplamına bakıldığında yakın bir değer göstermekle birlikte, esnaf ve sanatkârın iş yerinin fiziksel şartları ile ilgili kadınların memnuniyet düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğunu belirtmekte de fayda olacaktır. Bu durum, Şekil 43'de gösterilmiştir.

Şekil 43. Esnaf ve Sanatkârın İş Yerinin Fiziksel Şartları ile İlgili Memnuniyet



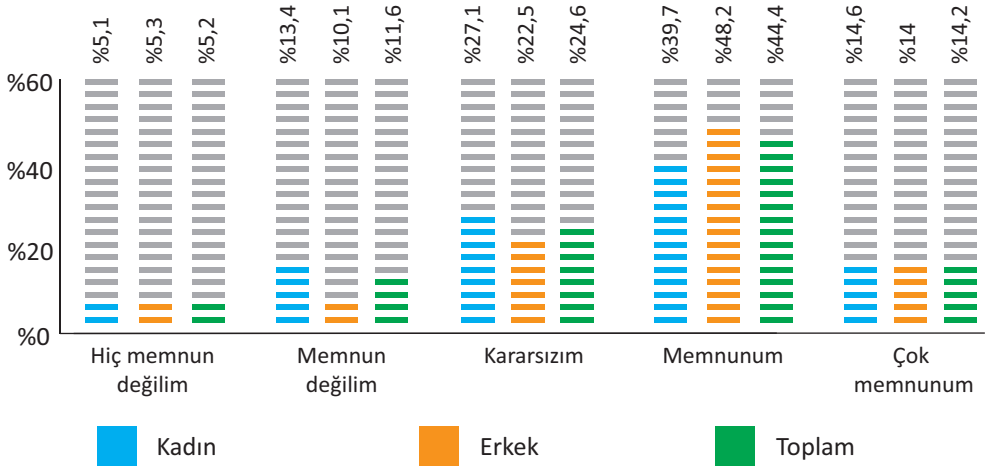
Mobilya sektöründeki esnaf ve sanatkârdan yapılan alışverişlerinde müşterilerin orijinal ya da marka ürün temini ile ilgili memnuniyetleri de Şekil 44'de gösterilmiştir. Buna göre, memnun olmayanların oranı %17,7 değerini almıştır. Kararsızlar toplamın tam olarak dörtte birini oluşturmaktadırlar. Bununla birlikte, memnun olanlar ise %57,4 olmuştur. Burada, kararsız kalan kadınların oranının erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, sadece memnun olan erkekler, kadınlardan daha fazla olmuştur. Bu durum, aslında bazı kadınların memnuniyet noktasında kararsız konuma düştüğünü düşündürebilir.

Şekil 44. Orijinal/Marka Ürün Temini Konusundaki Memnuniyet



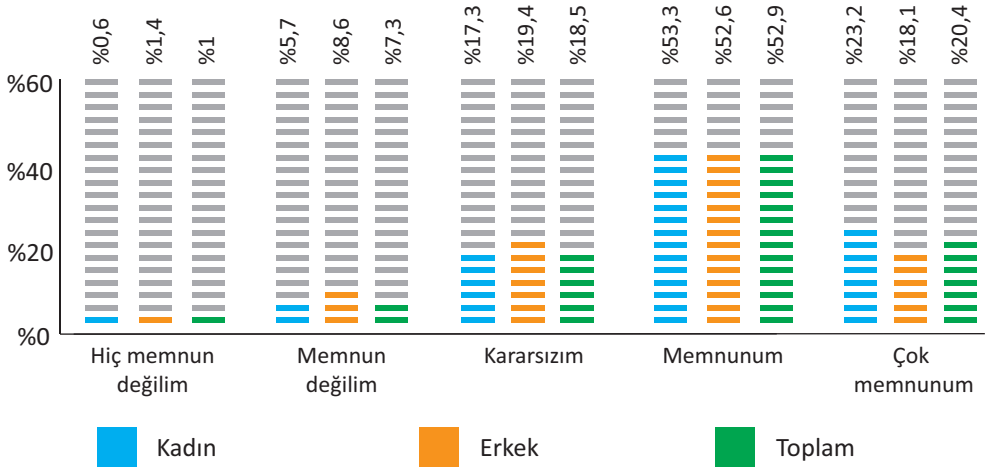
Müşterilerin kaliteli imitasyon veya taklit ürün bulabilme olanağı açısından memnuniyetleri ile ilgili sonuçlar Şekil 45'de verilmiştir. Buna göre, memnun kalmamış olanların %16,8; memnun olanların ise %58,6'lık bölümü oluşturduğu söylenebilmektedir. Ancak "memnunum" diyen erkek müşterilerin sayısı ile kadın müşterilerin sayısı arasında belirgin bir fark göze çarpmaktadır. Kadınların, kaliteli imitasyon ve taklit ürün bulabilme olanağı konusunda memnuniyetlerinin erkeklere göre daha az olduğu açıktır.

Şekil 45. Kaliteli İmitasyon veya Taklit Ürün Bulabilme Olanağı ile İlgili Memnuniyet



Mobilyacı esnaf ve sanatkârın müşterileri genel itibarıyla esnaf ve sanatkârın insan ilişkileri ve nezaket açısından olumlu düşünmektedirler. Anketten çıkan sonuca göre, insan ilişkileri ve nezaket açısından memnuniyetsiz olan müşteriler toplamın %8,3'ünü oluştururken, %73,3'lük bölümü ise memnun olan müşteriler oluşturmaktadır. Karasızların oranı da %18,5 olarak karşımıza çıkmıştır. Şekil 46, müşterilerin memnuniyet durumunu dağılımını açıkça göstermektedir. Nezaketten çok memnun olan kadınların oranı ise açık biçimde erkeklerden yüksektir.

Şekil 46. İnsan İlişkileri ve Nezaket Bakımından Müşteri Memnuniyeti



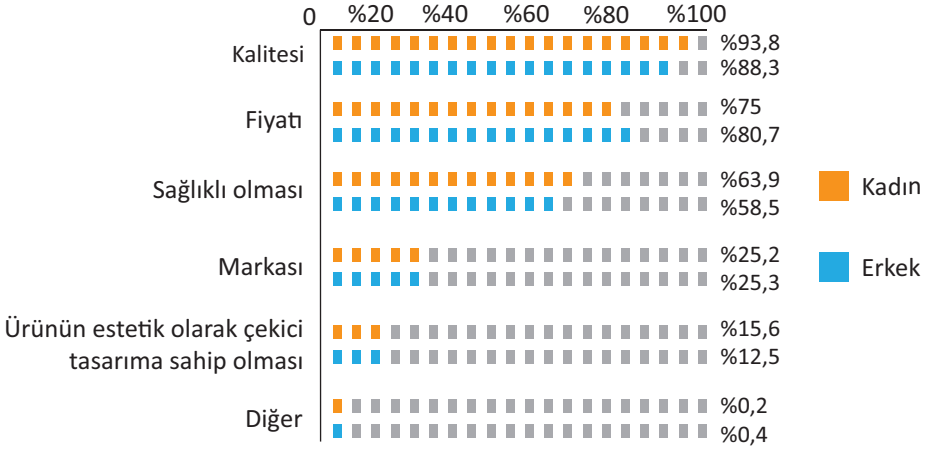
1.7.2. Kırtasiyecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler

Tablo 78. Kırtasiye Alışverişi Yapılan Yeri Seçerken Dikkat Edilen Faktörler

	Kadın	Erkek
Kalite	80,8%	72,1%
Ürün çeşitliliği	55,9%	55,8%
Ucuzluk	55,2%	59,8%
Evime yakın olması	24,1%	17,6%
Müşteriye güven verme	14,5%	13,6%
Ödeme seçenekleri (kredi kartı, taksitle, veresiye)	11,1%	9,9%
Tüketici haklarına gösterilen saygı (iade, değişim, tadilat)	9,9%	9,4%
Müşteriye gösterilen yakın ilgi	8,4%	12,5%
Pazarlık yapabilme olanağı	8,1%	10,8%
Rahatsız edilmeden ürün seçebilme olanağı	7,6%	6,1%
Kişisel ilişkiler, sosyallik	5,4%	7,3%
Konfor (klima, dinlenme yerleri, WC, vb.)	5,2%	5,0%
Park yeri kolaylığı	3,9%	7,0%
Mağazadaki hijyen, temizlik	2,2%	1,5%

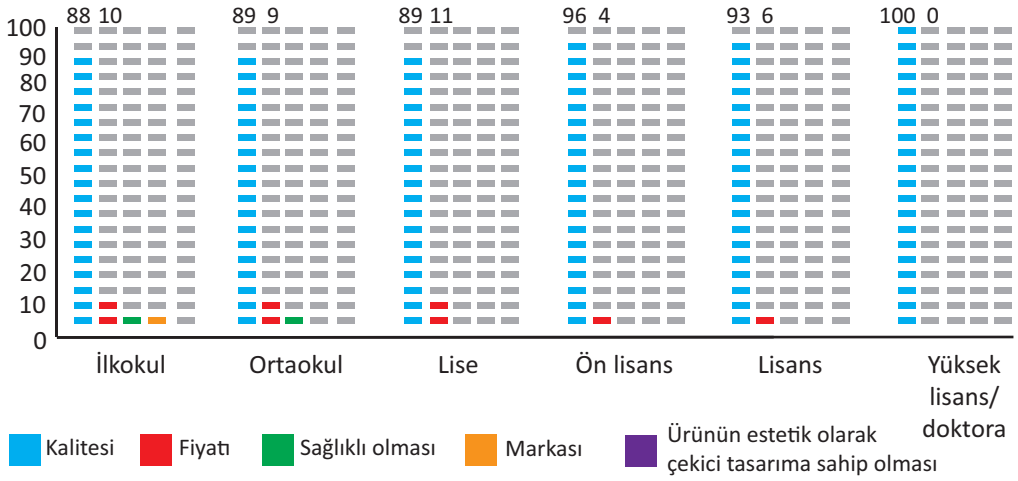
Kırtasiye ürünlerini satın alırken önem verilen özellikler sorulduğunda ankete katılan kadınların yaklaşık %94'ü ve erkeklerin de %88'i önceki soruya verilen yanıta paralel biçimde kalite cevabını vermiştir. Yine önceki soruyla paralellik gösteren ve ikinci sırada karşımıza çıkan özellik ise kırtasiye ürünlerinin fiyatı olmuştur. Katılımcılar içindeki kadınların 75'i ve erkeklerin yaklaşık %81'i fiyatın önemli olduğunu belirtmişlerdir. Üçüncü sırada alınan kırtasiye ürünlerinin sağlıklı olması karşımıza çıkmıştır. Burada katılımcıları yaklaşık %60'ı bu seçeneğin önemine işaret etmişlerdir. Şekil 47 müşterilerin kırtasiye ürünü satın alırken önem verdikleri özellikleri göstermektedir.

Şekil 47. Kırtasiye Ürünü Satın Alırken Önem Verilen Özellikler



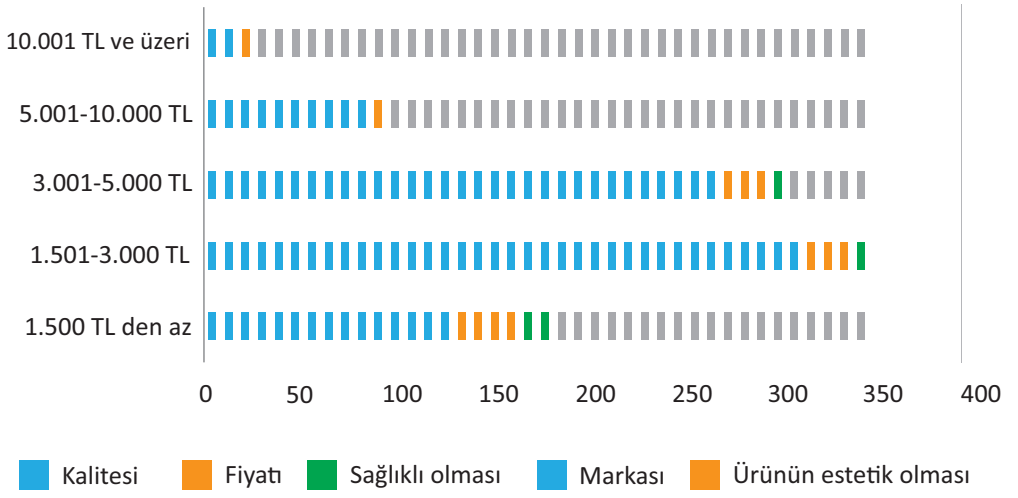
Kırtasiye ürünü alırken önem verilen faktörlerin eğitime göre farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiş olup, sonuçlar Şekil 48'de görülmektedir. Buna göre, eğitim durumuna göre bir farklılık olmaksızın, en önemli özelliğin kalite olduğu görülmektedir. İkinci önemli unsur olan fiyat ise, en fazla lise mezunları tarafından %11'lik bir seviye ile önemli görülmüştür.

Şekil 48. Eğitim Durumuna Göre Kırtasiye Ürünü Satın Alırken Önem Verilen Özellikler



Kırtasiye ürünleri alışverişinde gelir durumuna göre de analiz yapılmış, ancak sonuçlarda şaşırtıcı bir duruma rastlanmamıştır. Şekil 49'da görüleceği gibi, kırtasiye ürünlerinde düşük gelir gruplarında fiyat faktörü öne çıkmakta, ancak yine de tüm gelir gruplarında en önemli unsur kalite olarak dikkat çekmektedir. Kırtasiye ürünlerinde markaya dikkat eden grubun en düşük gelire sahip kişilerden oluşması ise dikkat çekici olarak nitelendirilebilir.

Şekil 49. Gelir Durumuna Göre Kırtasiye Ürünü Satın Alırken Önem Verilen Özellikler



En çok satın alınan kırtasiye ürünleri sorusuna da verilen yanıtlar Şekil 50'de gösterilmiştir. Buna göre en çok defter, kalem, silgi, cetvel vb. gibi okul gereçleri ilk sırada yer almaktadır. Kadınların yaklaşık %81'i, erkeklerin de yaklaşık %73'ü bu seçeneğin en çok satın alınan kırtasiye ürünleri arasında olduğunu vurgulamışlardır. Bu durum, okul gereçleri alışverişlerinin daha çok kadınlar tarafından yapıldığını da göstermektedir.

İkinci sırada kalemlik, zımba, dosya, pano vb. gibi ofis malzemelerinin satın alındığı görülmektedir. Katılımcıların %45'i bu ürün grubunun önemine işaret etmişlerdir. Sıralamada daha sonra test kitapları yer alırken, bunun, çocukların ve gençlerin hayatlarının her aşamasında test sınavlarına giriyor oluşunun bir sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülebilir. Katılımcıların yaklaşık %36'sı bu seçeneği en çok satın alınan ürünler arasında göstermişlerdir.

Bunları roman ve benzeri nitelikteki kitaplar takip etmektedir. Test kitapları ile romanlar arasında belirgin bir farklılık olmamakla birlikte kadınların yaklaşık %39'u, erkeklerin de yaklaşık %34'ü roman ve benzeri kitapları en çok satın alınan kırtasiye ürünü olarak belirtmişlerdir.

1.7.3. Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler

Züccaciye ve cam ürünleri alışverişinin yapılacağı yer seçiminde en etkili olan faktörlere bakıldığı zaman, kalitenin ilk, ürünlerin fiyatlarının ucuz olmasının ise ikinci sırada olduğu görülmektedir. Buna göre, ankete katılan kadınların %81,1'i ve erkeklerin %76,8'i kaliteyi en etkili faktörler arasında göstermiştir. Bununla birlikte, ucuz olmasını en etkili faktörlerden biri olarak değerlendiren kadınların oranı %63,1, erkeklerin oranı ise %71,8 olmuştur. Buradan çıkarılabilecek sonuç, züccaciye ve cam ürünleri alışverişinin yapılacağı yer seçiminde, ucuzluğa, erkeklerin kadınlardan daha çok önem verdiği görülmektedir. Bunların dışında ürün çeşitliliği ve tasarım da alışverişlerin yapılacağı yer seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Tablo 79, züccaciye ve cam ürünleri alışverişinin yapılacağı yer seçiminde en etkili olduğu ifade edilen tüm faktörleri göstermektedir.

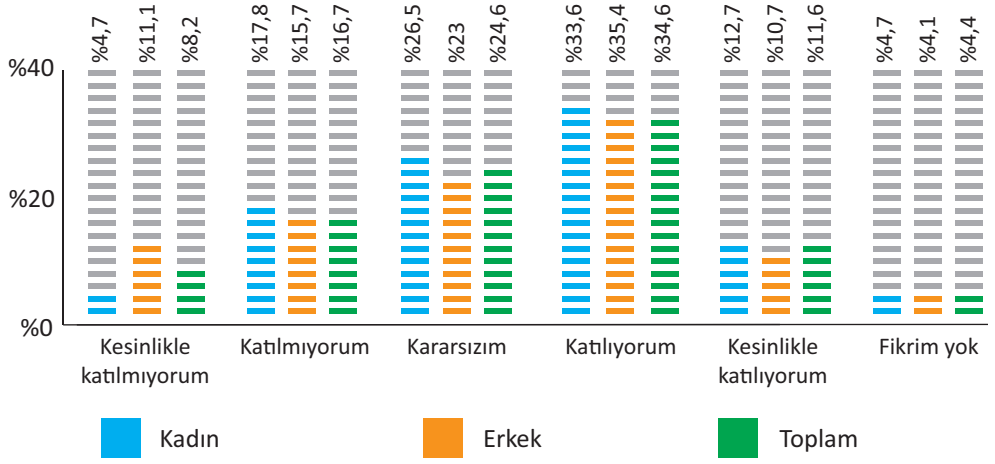
Tablo 79. Züccaciye ve Cam Ürünleri Alışverişlerinin Yapılacağı Yer Seçiminde Etkili Olan Faktörler

	Kadın	Erkek
Kalite	81,1%	76,8%
Ucuzluk	63,1%	71,8%
Ürün çeşitliliği	52,2%	49,2%
Tasarım	39,3%	35,4%
Müşteriye gösterilen yakın ilgi	13,1%	13,2%
Müşteriye güven verme	11,2%	9,8%
Evime yakın olması	10,7%	7,3%
Rahatsız edilmeden ürün seçebilme olanağı	5,6%	4,2%
Ödeme seçenekleri (kredi kartı, taksitle, veresiye)	4,9%	5,2%
Kişisel ilişkiler, sosyallik	3,6%	2,5%
Tüketici haklarına gösterilen saygı (iade, değişim, tadilat)	2,4%	1,3%
Park yeri kolaylığı	2,4%	5,0%
Pazarlık yapabilme olanağı	1,9%	4,0%
Tercihlerine uygun özel ürün ısmarlayabilme/sipariş verebilme	1,9%	1,7%
Mağazadaki hijyen, temizlik	1,2%	0,8%
Ürünlerindeki hijyen, temizlik, sağlık	0,7%	1,7%
Konfor (klima, dinlenme yerleri, WC, vb.)	0,5%	0,4%
Ücretsiz ürün ekleme, nakliye ya da montaj gibi ek hizmetler	0,5%	0,4%

1.7.4. Müşterilerin Esnaf ve Sanatkâr Algısına İlişkin Genel Sorular

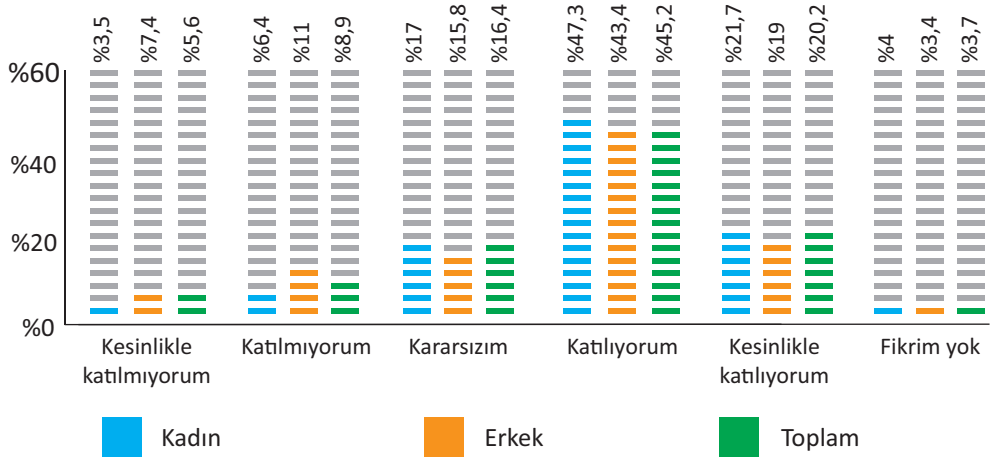
Katılımcılardan belli sorular karşılığında "esnaf ve sanatkâr" sözcüğünün kendilerinde çağrıştırdığı ifadeleri işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre, esnaf ve sanatkârın yüksek kaliteli ürünler sunduğunu düşünenler %46,2'lik bir bölümü oluşturmuştur. Katılımcıların %24,9'u ise esnaf ve sanatkârın yüksek kaliteli ürünler sunmadığını düşünmektedir. Bu noktada, katılımcıların daha önceki sorulara verdikleri yanıtlar da dikkate alındığı zaman, müşteriler için satın aldıkları ürünlerin kaliteli olmasının en önemli etken olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, esnaf ve sanatkârın kaliteli ürünler sunduğunu düşünenlerin oranının sunmadığını düşünenlere göre yüksek oluşu, esnaf ve sanatkâr açısından önemli olarak düşünülebilir çünkü bu durum, kaliteli ürünler sunan esnaf ve sanatkârın müşteri potansiyelinin artabileceğinin bir göstergesi olacaktır.

Şekil 50. Esnaf ve Sanatkârın Yüksek Kaliteli Ürünler Sunmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



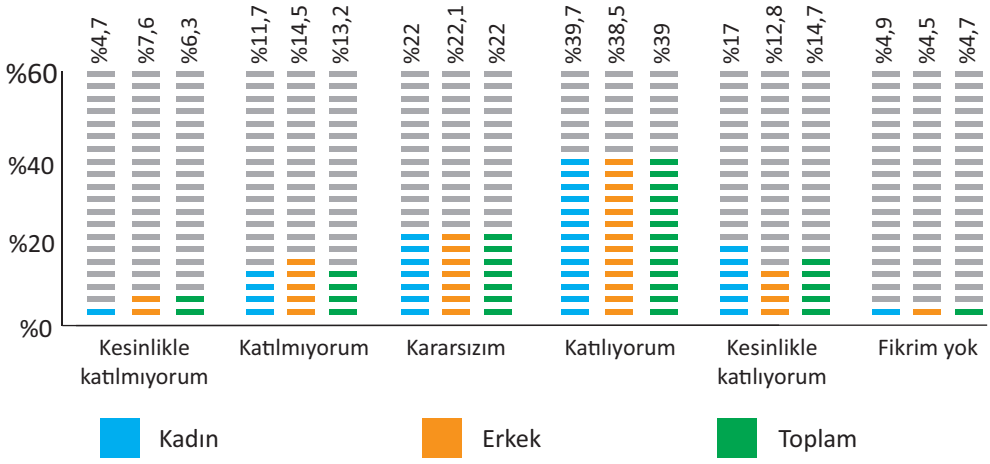
Esnaf ve sanatkârların saygın işletmeler olduğunu düşünenlerin toplam katılımcılara oranı %65,4 olurken, esnaf ve sanatkâr işletmelerinin saygın olmadığını düşünenlerin oranı ise %14,5 olmuştur. Şekil 51'de, bu konuda müşterilerin fikirleri gösterilmiştir. Buradaki bir nokta, esnaf ve sanatkârın saygın bir müessese olduğu konusunda "kesinlikle katılıyorum" diyenlerin yüzdesinin %20 gibi önemli bir değer almış olmasıdır.

Şekil 51. Esnaf ve Sanatkârın Saygın İşletmeler Olduğuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



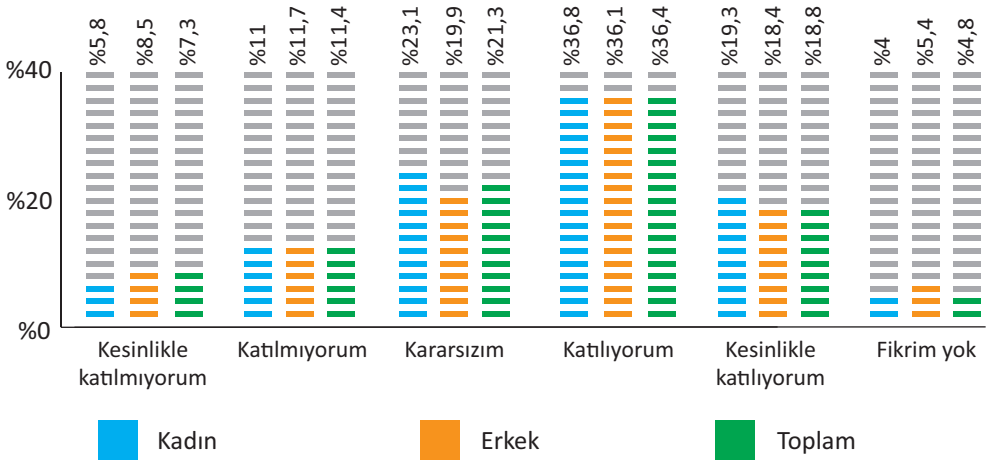
Esnaf ve sanatkârların satış sonrası gereken hizmeti sunduğunu düşünenler ankete katılanların %53,7'sini oluşturmaktadır. Satış sonrası hizmet gerektiren durumlarda müşterilerin çoğunlukla esnaf ve sanatkâra güvendiklerini düşündüren bu sonuç, müşterilerin satış sonrası hizmet gerektirebilecek durumlarda esnaf ve sanatkâr işletmelerini daha çok tercih etmeye yöneltebilecektir. Esnaf ve sanatkârların satış sonrası gereken hizmeti sunmadığını düşünenler ise %19,5 olmuştur. Şekil 52, katılımcıların esnaf ve sanatkârın satış sonrası hizmet sunmasıyla ilgili fikirlerini göstermektedir.

Şekil 52. Esnaf ve Sanatkârın Satış Sonrası Hizmet Sunmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



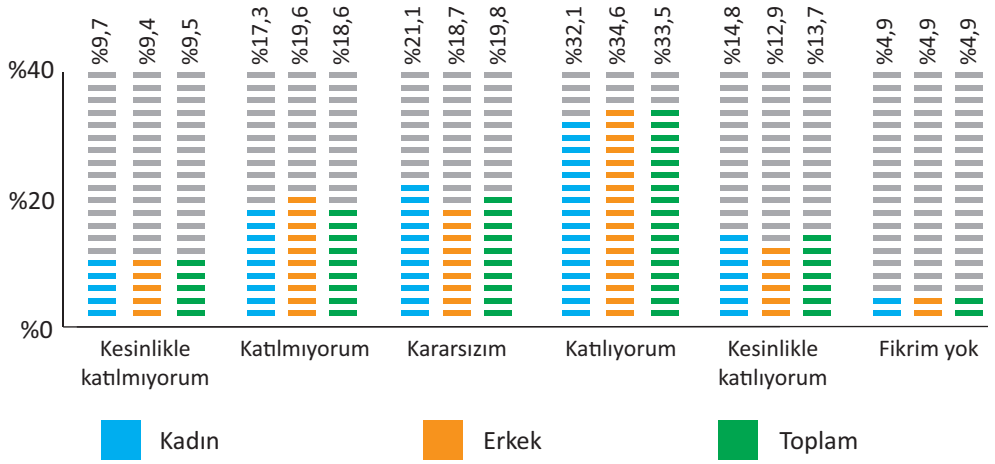
Esnaf ve sanatkârların sattığı ürünlerin arkasında durduğunu yani kendi ürünlerine güvendiğini belirten katılımcıların oranı %55,2 olmuştur. Burada esnaf ve sanatkârın sattığı ürünün arkasında durmadığını düşünenler ise %18,7'lik kısmı oluşturmuşlardır. Şekil 53, müşterilerin bu konudaki fikirlerinin dağılımını göstermektedir.

Şekil 53. Esnaf ve Sanatkârın Sattığı Ürüne Güvenine İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



Esnaf ve sanatkârların ürün seçeneklerinin fazla olduğunu düşünenler %47,2, fazla olmadığını düşünenler ise %28,1 olarak görülmektedir. Esnaf ve sanatkârların fazla ürün seçeneği sunmadığını düşünenlerin yüzdesinin düşük olmaması, esnaf ve sanatkârın bu yönde kendini geliştirmesi için bir gerekçe olabilecektir. Ürün seçeneğinin arttırılması, esnaf ve sanatkârın satış potansiyelini arttırabilecek bir etken olarak görülebilir. Şekil 54, esnaf ve sanatkârın ürün seçeneği sunması konusunda müşteri görüşlerini sunmaktadır.

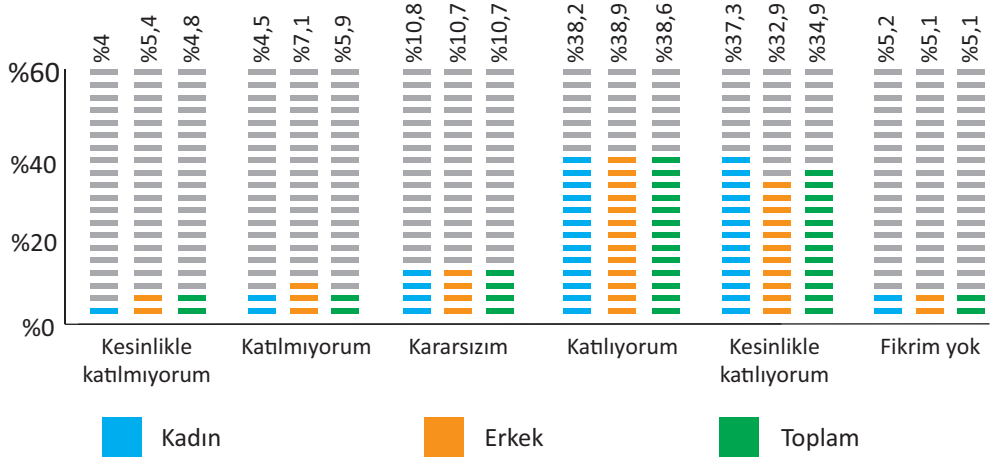
Şekil 54. Esnaf ve Sanatkârın Ürün Seçeneğinin Fazlalığına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



Ankette katılımcılara, esnaf ve sanatkârın toplumsal yapının önemli bir unsuru olduğunu düşünüp düşünmedikleri de sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların %73,5'i esnaf ve sanatkârın toplumsal yapının önemli bir unsurunu oluşturduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların %10,7'si ise, esnaf ve sanatkârın toplumsal yaşam içinde önemli bir unsur olmadığını belirtmiştir.

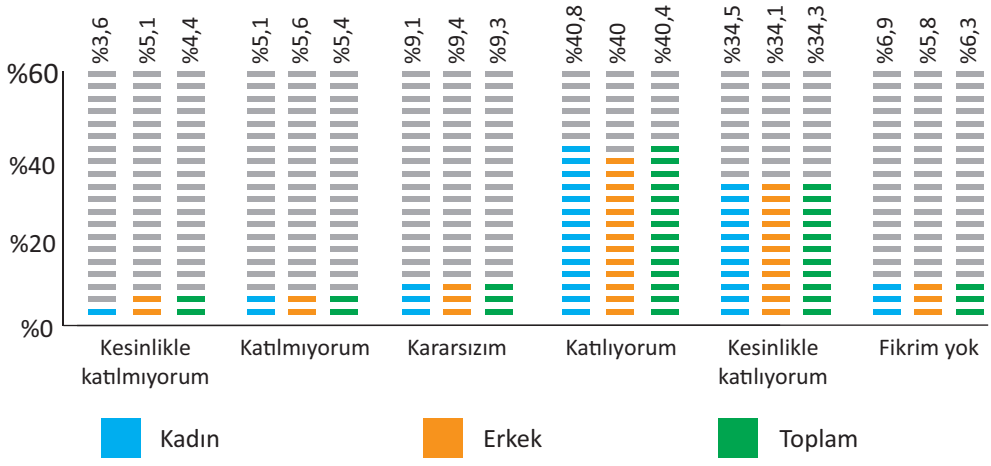
Buradan çıkan sonuç, katılımcıların büyük bir kısmının esnaf ve sanatkârı, sosyal yapının önemli bir parçası olarak görmesidir. Aslında Türkiye nüfusunun yaklaşık %10'unu esnaf ve sanatkâr ve onların ailelerinin oluşturduğu düşünülünce, bunun beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir. Bu noktada, esnaf ve sanatkârın önemli bir unsur olduğu sorusuna "kesinlikle katılıyorum" cevabını verenler yaklaşık %35'lik bir kesimi oluşturmaktadır. Bu da, bu yönde güçlü bir düşünce olduğu sonucunu getirmektedir. Şekil 55'de esnaf ve sanatkârın toplumsal yapının önemli bir unsuru oluşuna ilişkin katılımcıların görüşleri gösterilmiştir.

Şekil 55. Esnaf ve Sanatkârın Toplumsal Yapının Önemli Bir Unsuru Oluşuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



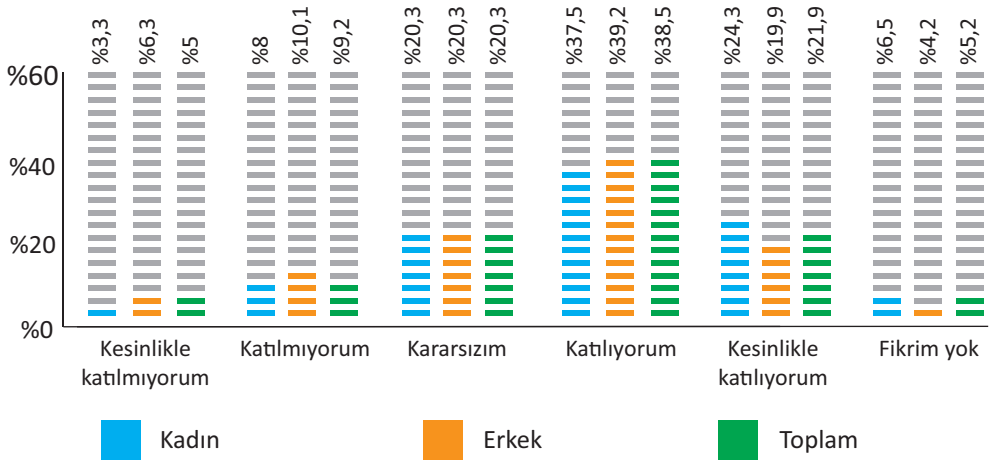
Esnaf ve sanatkârların ekonomi için önemli olduğunu düşünenler katılımcıların %74,7'sini oluşturmaktadır. Önemli olmadığını düşünenler ise %9,8 olmuştur. Buradan hareketle, ekonomi için önemi açık olan esnaf ve sanatkârın kendini geliştirmesi için birlik içinde faaliyet göstermesi gerektiği söylenebilir. Şekil 56'da esnaf ve sanatkârın ekonomi için önemi konusunda verilen müşteri yanıtlarının dağılımı gösterilmiştir.

Şekil 56. Esnaf ve Sanatkârın Ekonomi için Önemine İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



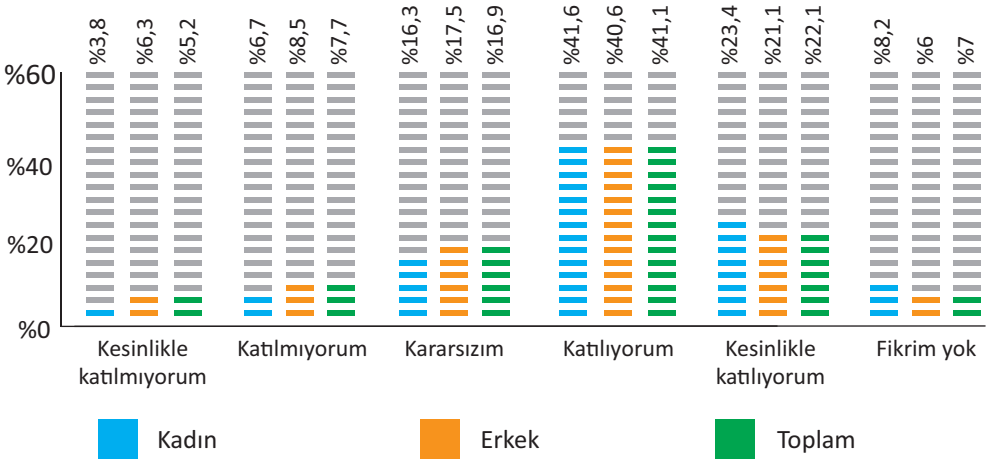
Esnaf ve sanatkârların dürüst ve güvenilir oluşuna ilişkin müşteri değerlendirmeleri Şekil 57'de gösterilmektedir. Buna göre, esnaf ve sanatkârın dürüst ve güvenilir olduğunu düşünenler katılımcıların %60,4'ünü oluşturmaktadır. Bu durum toplumun önemli bir kesiminde esnaf ve sanatkârın dürüst ve güvenilir olduğu düşüncesinin var olduğunu yansıtmaktadır. Esnaf ve sanatkârların dürüst ve güvenilir olmadığını düşünenler ise %14,2 oranında olmuştur.

Şekil 57. Esnaf ve Sanatkârın Dürüst ve Güvenilir Oluşuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



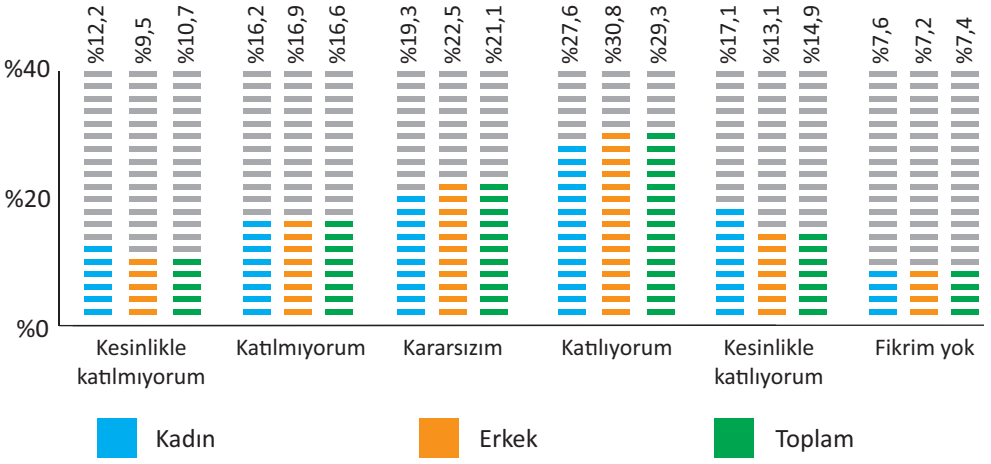
Esnaf ve sanatkârların samimi olmasına dair müşteri fikirleri ise Şekil 58'de gösterilmiştir. Esnaf ve sanatkârların samimi olduğunu düşünen katılımcılar %63,2'lik bir bölümü oluşturmaktadır. Samimi olmadığını düşünenler ise %12,9 olmuştur.

Şekil 58. Esnaf ve Sanatkârın Samimi Olmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



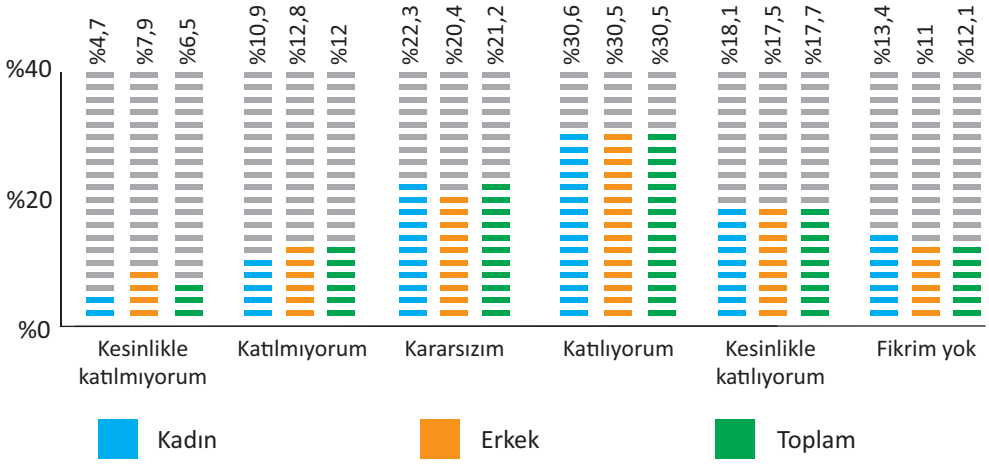
Şekil 59, katılımcıların, esnaf ve sanatkârın yeniliklere açıklığına ilişkin değerlendirmelerini sunmaktadır. Esnaf ve sanatkârların yeniliklere açık olmadığını düşünen katılımcıların oranı %27,3 olmuştur. Bu düşük olmayan oran ve esnaf ve sanatkârın yeniliklere açık olduğunu düşünenlerin oranı (%44,2), esnaf ve sanatkârın yenilikler konusunda müşterilerinin memnun edecek kadar açık olmadığını düşündürmektedir. Bu konuda, esnaf ve sanatkârın, müşterilerin yenilik arayışına cevap verebilecek ölçüde yeni gelişmeleri takip edip uyarlamaları yararlarına olabilecektir.

Şekil 59. Esnaf ve Sanatkârın Yeniliklere Açık Olmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



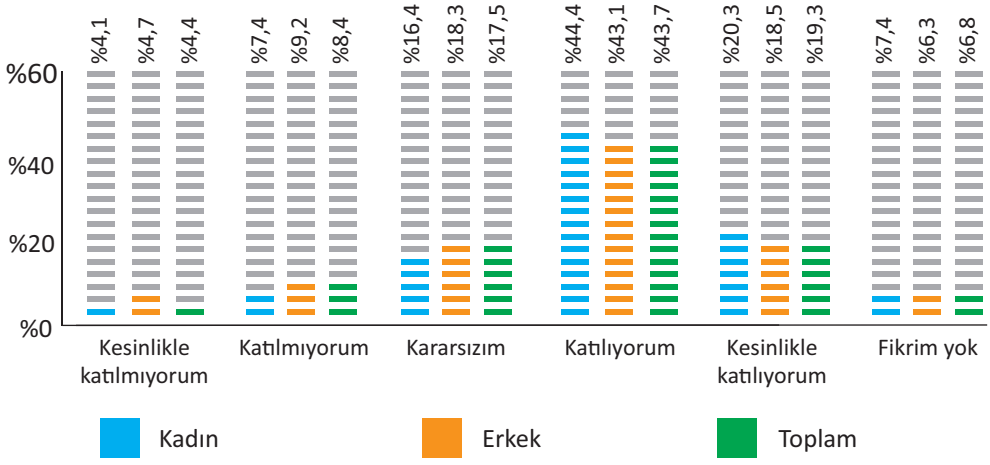
Esnaf ve sanatkârların rakiplerine göre ucuz ürün satışına dair müşteri değerlendirmeleri de Şekil 60'da gösterilmiştir. Buna göre, esnaf ve sanatkârın rakiplerine göre ucuz ürün sattığını düşünenler %48,2 iken ucuz ürün satmadığını düşünenler de %18,5 olmuştur. Ankette, önceki sorulara verilen cevaplarla birlikte değerlendirilecek olursa, pek çok alanda, ucuzluk, müşteriler için satın alınacak ürünle ilgili kaliteden sonra gelen en önemli etken olduğu için, esnaf ve sanatkârın rakiplere göre daha ucuz ürün sattığının düşünülmesi, müşterilerin esnaf ve sanatkâra yöneleceği anlamına gelebilecektir.

Şekil 60. Esnaf ve Sanatkârın Rakiplerine Göre Ucuz Ürün Satışına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



Esnaf ve sanatkârların ticaret ahlakına sahip olduğunu düşünenler katılımcıların %63'ünü oluşturmaktadır. %12,8'lik kısım ise esnaf ve sanatkârın ticaret ahlakına sahip olmadığını düşünmektedir. Burada ağırlıklı olarak ticari ahlaka sahip olduğunun düşünülmesi, esnaf ve sanatkârın güvenilir ve dürüst olduğu düşüncesi ile de birleştirilebilir. Esnaf ve sanatkârların ticaret ahlakına sahip oluşuna ilişkin değerlendirmeler Şekil 61'de sunulmuştur.

Şekil 61. Esnaf ve Sanatkârın Ticaret Ahlakına Sahip Oluşuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri



1.7.5. Müşterileri Beklentileri ve Önerileri

Mobilya sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların ekonomik açıdan daha iyi bir konuma gelebilmeleri için atmaları gereken en önemli adımlar konusunda müşterilerin verdikleri cevaplar Şekil 62'de gösterilmektedir. Buradan çıkan sonucun, aslında müşterilerin beklentilerini de yansıtmakta olduğu söylenebilecektir. Buna göre, ürün ve hizmet çeşitliliğinin artması özellikle kadınların yaklaşık %50'si tarafından vurgulanmıştır. Erkeklerin ise %40, 6'sı bu noktanın önemine işaret etmiştir.

Esnaf ve sanatkârların teknolojik gelişmeleri takip etmeleri gerektiğini ifade edenlerin sayısı ise bu durumu atılması gereken adımlar sıralamasında ikinci sıraya taşımıştır. Aradaki farklar çok büyük olmamakla birlikte, erkeklerin teknolojik gelişmelerin takibine önem verilmesi beklentilerin kadınlardan daha fazla olmuştur.

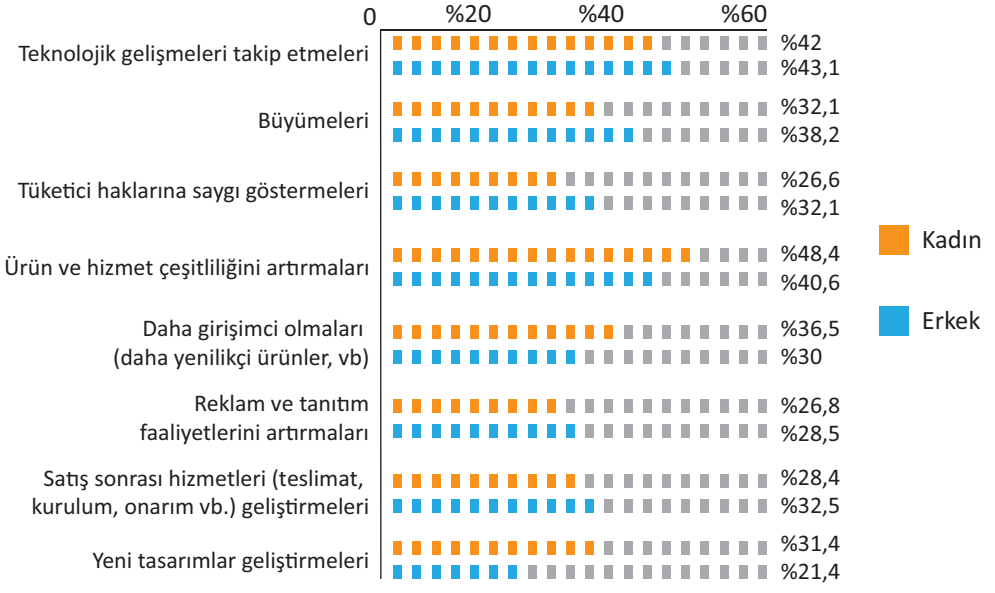
Bunun dışında esnaf ve sanatkârların işlerini büyütmeleri gerektiğini düşünenler, bu adımı üçüncü sıraya yerleştirmiştir. Erkek müşteriler, kadınlardan daha fazla bu adıma ağırlık vermişlerdir. Daha girişimci olmaları, örneğin daha yenilikçi ürünler sunmaları gerektiğini ifade edenler yaklaşık %33'lük bir kesimi oluşturmaktadırlar. Burada da kadınların oranının erkeklerden fazla olduğunu belirtmek mümkündür.

Satış sonrası hizmetlerle ilgili gelişmelerin artması ise beşinci sırada karşımıza çıkmaktadır. Satış sonrası hizmetler, bu aşamada, teslimat, kurulum ve tamir gerektiren durumlarda onarım hizmetlerini içermektedir.

Bu adımlar dışında müşterilerin sıralaması, tüketici haklarına saygı gösterilmesi, reklam ve anıtım faaliyetlerinin arttırılması, yeni tasarımlar geliştirilmesi, internet ve sosyal medyanın etkin kullanılması ve yurt dışına açılmaları şeklinde verilmiştir.

Müşteriler, bunların gelişmesiyle, esnaf ve sanatkârların ekonomik olarak daha iyi duruma gelebileceğini düşünmektedirler.

Şekil 62. Esnaf ve Sanatkârların Ekonomik Açıda Daha İyi Konuma Gelebilmeleri için Atmaları Gereken Adımlar



1.8. SEKTÖRÜN GZFT ANALİZİ

1.8.1. Ağaç Ürünleri Alt Sektörü

Güçlü Yönler

- İşçilik maliyetlerinin düşük olması
- İşletmelerin teknoloji kullanımındaki artış
- Yüksek kaliteli ve çeşitli ürünler
- Coğrafi konum ve lojistik uygunluk
- Sektörde güçlü işbirlikleri ve kümelenme örneklerinin oluşmaya başlaması
- Kalite bilincinin artarak yüksek kaliteli ürünlerin imalatı
- Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmalarının artması
- Sektördeki işletmelerin çoğunluğunun özel sektöre ait olması nedeniyle dinamik ve gelişmeye açık bir yönetime sahip olmaları
- Mesleğe ait çatı kuruluşların birçok uluslararası kuruluşa üye olmaları
- Uluslararası fuar ve organizasyonlara katılım gösterilmesi

Zayıf Yönler

- Yenilikçi tasarımların azlığı
- Ar-Ge çalışmalarının yetersizliği
- Markalaşma yetersizliği
- Mesleki eğitimin yetersizliği
- Kalifiye eleman ve çırak bulunamaması
- Yerli hammadde temininde mevcut olan zorluklar
- Yasa ve yönetmeliklerde mevcut olan eksiklikler
- Enerji maliyetlerinin yüksekliği
- Sektörün bir arada ortak hareket edememesi
- Kurumsallaşmadaki eksiklikler ve aile şirketi görünümünün korunması
- Atölye tipi üretimin kısıtları
- İşletme büyüklüklerinin daha çok küçük ve orta ölçekte olması dolayısıyla, düşük rekabet gücü
- Kayıt dışı işçi çalıştırma ve merdiven altı imalathaneler
- Finansmana erişimdeki sıkıntılar

- Uzun vadeli alacaklar
- Ürün standartları bilgisinin yetersizliği,
- İşletmelerin uluslararası pazarlarda tanıtım eksikliği,

Fırsatlar

- Artan inşaat sayısı ile birlikte artan mobilya ve kereste talebi
- TL'nin değer kaybetmesi ile fiyatların ucuzlamasının ihracatı artırma potansiyeli
- Avrupa, Ortadoğu ve Türki Cumhuriyetlerdeki artan mobilya talebi
- Özellikle Ortadoğu ve Arap ülkelerinde artan Türk dizileri ile Türk mallarına olan talebin artması
- Artan devlet destekleri
- Şömine ve kuzine gibi dekoratif tasarımların artan kullanımı

Tehditler

- Çin'deki işletmelerin üretim hacmi ve maliyeti
- İmalatta kullanılacak ithal hammaddede, dövizin artması dolayısıyla maliyetin artması
- AB ülkelerinde görülen ekonomik krizler
- Ekonomik belirsizlikler
- Doğalgazın yaygınlaşması ile beraber, yakacak olarak odun ve kömüre ihtiyacın azalması
- Belediyeler ya da vakıfların, yoksul vatandaşa yönelik bedava kömür yardımları

1.8.2. Kâğıt Ürünleri Alt Sektörü

Güçlü Yönler

- Genç nüfus dolayısıyla kitap ve kırtasiye grubu ürünlere yüksek talep
- Ürün çeşitliliği
- Tüketicilerde bilinç seviyesinin artması
- Özellikle matbaacılık alanında artan iş imkânları
- TÜKİD, BASEV, ASD gibi başarılı mesleki derneklerin varlığı

Zayıf Yönler

- Marka yatırımlarının yetersizliği
- Alacak vadelerinin uzun olması

- Kar marjının düşüklüğü
- Kalifiye eleman açısından görülen eksiklikler
- Stok yönetiminin etkili şekilde yapılamaması
- Kayıt dışılık

Fırsatlar

- Artan ambalaj talebi
- Sektöre sunulan teşvik ve destekler

Tehditler

- Baskı için kullanılan beyazlatılmış selülozun Türkiye'de üretilmiyor olması dolayısıyla, karşılaşılan kur riski
- Özellikle satışların en fazla olduğu okul sezonunda büyük marketlerin kırtasiye ürünlerini büyük indirimlerle satmaları

1.8.3. Cam Ürünleri Alt Sektörü

Güçlü Yönler

- Dünya çapında üretim ve satış yapan işletmelerin varlığı
- Yüksek marka değerine sahip kurumların varlığı
- İç pazarın büyüyor olması
- Önemli ihracat alanlarından biri olması
- Çok çeşitli ürün üretilebiliyor olması
- Ölçek ekonomisinin etkili şekilde kullanılması
- Inovasyon ve teknolojik yenilik yapabilme kabiliyetine sahip olunması
- Otomotiv, inşaat, gıda, ilaç gibi temel sanayi alanlarıyla ilişki

Zayıf Yönler

- Yüksek katma değerli ekran görüntü camlarının üretilmemesi
- Kalifiye eleman sıkıntısı
- Meslek liselerindeki müfredatların ve programların yetersiz olması
- Yüksek enerji maliyetleri
- Üretim tekniği dolayısıyla kesintisiz üretim yapılması zorunluluğu
- Yüksek sermaye gereksinimi

- Kayıtışı eleman istihdamının yüksekliği
- Navlun giderlerinin yüksekliği
- Özellikle düzcam ürünlerinde özel lojistik yatırımlarının gerekliliği
- Teşviklerin yeterli düzeyde olmaması

Fırsatlar

- Yurtiçinde artan cam talebi
- Yurtdışında gelişen pazarlara yakınlık
- Artan Ar-Ge harcamaları

Tehditler

- Enerjideki dışa bağımlılık dolayısıyla artan maliyetler
- Özelikle Çin gibi daha ucuz imalat yapabilen ülkelerin küresel piyasalara girmesi
- Tasarımların kopyalanması
- Cam ev eşyasında taklit ve düşü kaliteli ürünlerin kolay ithalatı
- Uluslararası firmaların Türkiye'de yatırım yapmaları ile yeni rakipler oluşması
- Terör, coğrafyadaki savaş ve ekonomik sıkıntılar nedeniyle kredi maliyetlerinin artması

1.9. SEKTÖRÜN REKABET ANALİZİ

Sektörün rekabet analizi, Michael Porter tarafından yapılan Rekabetçi Güç Analizi'ne dayandırılarak yapılmıştır. Buna göre, mevcut işletmeler arasındaki rekabet, ikame ürünler, pazara olası yeni girişler ile alıcıların ve satıcıların pazarlık güçleri incelenmektedir. İncelenen bu güçlerin yüksek olması, sektörde yoğun bir rekabet olduğunu ve işletmenin özellikle fiyatlandırmada serbest olmadığını göstermektedir. Bu durum, karlılığın düşmesine yol açacağından, sektörün cazibesinin de aynı oranda düşeceği şeklinde yorumlanabilir. Bu faktörlerin zayıf olması ise işletmenin istediği gibi fiyatları arttırma kabiliyeti olduğunu ve dolayısıyla, sektörün daha karlı ve cazip olmasına yol açmaktadır.

Aşağıda, sektör içerisinde yer alan meslekler gruplanmış ve ağaç ürünleri alt sektörü, kâğıt ürünleri alt sektörü ve camdan mamul eşya alt sektörü olmak üzere üç alt sektörün rekabet analizi yukarıda belirtilen güçlere göre incelenmektedir.

1.9.1. Ağaç Ürünleri Alt Sektörü

Mevcut İşletmeler Arasındaki Rekabet

Proje kapsamında değerlendirilen ağaç ürünleri alt sektöründe rekabet yoğun olarak yaşanmaktadır. 2016 yılı ESBİS verilerine göre, bu alt sektör içerisinde kayıtlı olan

54652 kişi bulunmaktadır. Daha detaylı analizde, 2016 yılı verilerine göre, 23228 kişilik kayıt ile en fazla esnaf ve sanatkârın mobilya imalatı, onarım ve ticareti mesleğinde olduğu görülmektedir. Bu yüksek sayı, meslekler içerisinde mevcut rekabetin yoğun olduğuna işaret ederken, anket sonuçları da bu veriyi destekler nitelikte bulunmuştur. Anket çalışmasında mobilyacılık, marangozluk ve kerestecilik mesleklerinde, katılımcıların %62'si en önemli rakip olarak "diğer esnaflar"ı işaret etmişlerdir. Bunu takiben, "kayıt dışı çalışan işletmeler" seçeneği katılımcılar tarafından ikinci sırada işaretlenmiştir. Aynı meslek grubunda, üçüncü ve dördüncü sırada ise "yapı marketler" ile "büyük ve marka firmalar" yer almaktadırlar. (Tablo 80)

Tablo 80. Esnaf ve Sanatkârların Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler

Diğer esnaflarla	62,3%
Kayıt dışı çalışan işletmelerle	38,5%
Yapı marketlerle (Koçtaş, Tekzen, Bauhaus vb.)	37,4%
Büyük ve marka firmalar (Doğtaş, Kelebek, D&R, Officestore, Korkmaz, Karaca vb.)	36,3%
İnternet üzerinden satış yapan web siteleriyle	23,8%
Zincir mağazalarla (BİM, A101 vb.)	12,5%

Tablo 81 esnaf ve sanatkârın rakip gördüğü işletmelerin esnaf ve sanatkârın gelir durumuna göre değişimini vermektedir. Yine tüm gelir grupları için en önemli rakibin diğer esnaf ve sanatkârlar olduğu anlaşılmaktadır. Beklenildiği üzere esnaf ve sanatkârın gelir durumu iyileştikçe zincir mağaza, kayıt dışı işletmeler ve internetten üzerinden satış yapan sitelerin kendi rekabetleri içerisindeki payı azalmaktadır. Düşük gelir düzeyindeki esnaf ve sanatkârın bu 3 grubun fiyat avantajı ile rekabet etmekte daha fazla zorlandığı görülmektedir.

Tablo 81. Gelir Durumuna Göre Esnaf Ve Sanatkârın Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler

	Diğer esnaflar	Yapı marketlerle	Büyük ve marka firmalar	Zincir mağazalarla (BİM, A101 vb.)	Kayıt dışı çalışan işletmeler	İnternet üzerinden satış yapan web siteler
0 –1500 TL	49,73%	13,37%	16,04%	8,02%	5,88%	3,21%
1501 – 3000 TL	63,58%	16,56%	5,30%	3,97%	5,96%	1,99%
3001 – 5000 TL	65,27%	11,58%	10,29%	3,86%	5,47%	0,64%
5001 – 10000 TL	69,15%	13,83%	3,72%	4,26%	5,32%	2,13%
10001 ve üzeri	64,29%	15,71%	10,00%	1,43%	4,29%	1,43%

Ağaç ürünleri alt sektöründe, çok sayıda işletme olduğu görülmekte ve bu işletmelerin ürünleri arasında da çok fazla farklılaşma olmadığı göze çarpmaktadır. Bununla beraber, özellikle yapı marketler, daha büyük kurumsal işletmeler ve internet üzerinden yapılan

satışlar da dikkate alındığında, esnaf ve sanatkârın oldukça yoğun ve şiddetli bir rekabet içerisinde olduğu rahatlıkla söylenebilmektedir.

Sektöre Yeni Girişler

Sektöre yeni girişler, mevcut giriş ve çıkış engellerinin yüksekliğine göre değişmektedir. Sektörde yer alabilmek için gerekli olan yatırım miktarı, kalifiye personel bulabilme ve sektördeki ürünlere yönelik patent gibi koruyucu girişimler ve mevzuat sektöre girmeyi planlayan işletmeler önündeki engelleri oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, mevcut rekabetin şiddeti ve sektördeki karlılık da, sektöre yeni giriş olmasının belirleyici unsurları olarak görülmektedir. Bu açılardan değerlendirildiğinde, gerekli olan makine ve teçhizatın özellikle teşviklerle de elde edilebildiği, ürünlerde patent, tescil gibi korumaların düşük oranda olduğu görülmektedir. Bununla beraber, sektörde kalifiye eleman eksikliğinin yaşanıyor olması ve genel olarak sektörün karlılık oranının yüksek olmamasının, sektöre yeni giriş yapmayı planlayan işletmeler açısından cesaret kırıcı olduğu ifade edilmektedir.

Sektöre yeni giriş olarak ithal ürünlerin ya da uluslararası şirketlerin girişi değerlendirildiğinde, yeni bir uluslararası işletmenin, yukarıda sayılan sebepler dolayısıyla Türkiye pazarına girmesinin beklenmediği görülmektedir. Bununla beraber, yapılan anket çalışmasında, mobilya, marangozluk ve kereste sektöründe katılımcıların yarıya yakınının (%42,5), yabancı ürünlerin kendi satışlarını etkilemediğini belirttiği görülmektedir. Buradan da, sektöre yeni giriş tehdidinin düşük olduğu söylenebilir.

İkame Ürünler

Dünyada hızlı nüfus artışına paralel olarak mevcut orman kaynaklarının talebi karşılamakta eksik kalması, orman kaynaklarının sürdürülebilirliğinin sağlanarak optimum yararlanma isteği ile birlikte, ağaç ürünlerini içeren mobilyacılık, marangozluk, kerestecilik gibi mesleklerde, ikame ürün olarak farklı malzemelerin aynı fonksiyon amacıyla kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu bağlamda, teknolojinin gelişmesiyle beraber, pek çok ürünün yeni malzemeler ile daha ucuza yapılabildiği görülmektedir. Kaplama, yonga, şerit yongalar ve lif gibi ağaç esaslı parçaların tutkallanarak sıcaklık ve basınç altında preslenerek şekil verilmesiyle elde edilen kompozit malzeme olarak anılan mühendislik ürünü ağaç malzemelerin[27] gitgide daha yüksek bir hızla geleneksel şekillerde üretilen kereste ve levha ürünlerinin yerini aldığı belirtilmektedir. Yalnız yapısal olarak kullanılan kereste ve benzeri malzemeler için değil, aynı zamanda nihai ürünlerde de ağaç dışı malzemelerin kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, mobilyacılıkta masif ahşap yerine epoksi ile kaplanmış masalar, metal malzemeden üretilmiş sandalye, konsol, karyola gibi ürünler, poliüretan ve polikarbonat sandalyeler günümüzde artan bir talep ile karşı karşıyadır[28].

Sağlık açısından incelendiğinde, doğal malzeme olan ahşabın avantajı diğer malzemelerde olmamasına rağmen, yine teknolojinin gelişimi ile birlikte, özellikle polimer malzemelerdeki sağlığa zararlı bileşenler izole edilerek, bu malzemelerin daha da ucuza ve yaygın şekilde kullanılması beklenmektedir. Bu nedenle, ağaç ürünlerinde, ikame ürünlerin tehdi-

27 ÇAVUŞ, V. KURT, R.,ÇİL, M ,ASLAN, K (2012) https://www.researchgate.net/profile/Muhammet_Cil/publication/309211883_Mobilya_ve_Icmekan_Tasariminda_Agac_Esasli_Malzemelere_Yeni_Bir_Yaklasim_Muhendislik_Urunu_Agac_Malzemeler/links/5805f94808ae5ad1881548eb.pdf

28 KILIÇ, O. (2017) Kafe İç Mekan Tasarımında Ahşap Kompozit Malzemelerin Kullanımının İrdelenmesi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 16, 63, sy. 1270-1281 http://dergipark.gov.tr/download/article-file/346648

dinin yüksek olduğu söylenebilir.

Müşteriler (Alıcıların Pazarlık Gücü)

Ağaç ürünlerinin kapsadığı meslekler içerisinde mobilya imal ve satıcılığı, mobilya tamirciliği ve marangozluk mesleklerinde, alıcıların nihai müşteriler olduğu bilinmektedir. Nitekim yapılan anket çalışmasında da, bireysel müşterilerin payının yaklaşık %78 seviyesinde olduğu görülmektedir. İkinci sırada görülen alıcılar ise, tüm müşterilerin %10'unu oluşturan diğer esnaf-sanatkâr işletmeleri olarak belirlenmiştir (Tablo 82).

Tablo 82. Müşteri profili

Bireysel müşteri (Nihai Kullanıcı)	Diğer Esnaf-Sanatkâr İşletmesi	Kamu Kurumları	Yerel Şirket	Uluslararası Şirket
77,51	12,30	4,11	6,73	1,71

Alıcıların büyük çoğunluğunun bireysel müşterilerden oluşması, fiyat belirleme aşamasında müşterinin fazla gücünün olmayacağı anlamına gelmektedir. Bir diğer ifade ile müşteri eğer o ürünün fiyatında indirim talep ederse, yüksek miktarlarda satın alım yapmadığından, bu isteğinin gerçekleşmesi mümkün olmayabilecektir. Öte yandan, uygulamada, esnaf ve sanatkârın satış hacmi göz önüne alındığında, bir müşteriyi kaybetmek bile önem taşıdığından, fiyatta indirim yapıldığı ya da üründe istenen değişikliklerin yapıldığı görülmektedir.

Buna ek olarak, yine anket çalışmasında görüldüğü üzere, bireysel müşteriler üründen memnun kalmadıkları takdirde büyük tepkiler vermemekte ve örgütlü hareket etmemektedirler. Anket sonuçlarına göre, üründen ya da hizmetten memnun kalmayan müşterilerin %30'u hiçbir şey yapmazken, %45'i firmaya ya da şikâyet sitelerine durumu bildirmekte, tüketici mahkemelerine başvuranlar ise ancak %10 seviyesinde kalmaktadır.

Tüm bu veriler incelendiğinde, mobilya ürünleri için, alıcıların pazarlık gücünün çok yüksek olmadığı söylenebilir.

Tedarikçiler (Satıcıların Pazarlık Gücü)

Yapılan odak grup görüşmelerinde ve işyeri ziyaretlerinde, mobilya imalatçıları ve marangozlar kullandıkları ahşabın yurtiçinden olduğu kadar yurtdışından da temin edildiğini ifade etmişlerdir. Öte yandan mobilya boya ve cilasının ise daha çoğunlukla yurtdışından temin edildiği bilinmektedir. Esnaf ve sanatkârlar, kullanacağı ithal ürünleri ilişki içerisinde oldukları tedarikçilerden temin etmekte ve bu tedarikçiler dövizde yaşanan dalgalanmaları ürünlerine yansıtmak zorunda kalmaktadırlar. Görüşülen esnaf ve sanatkâr, tedarikçi değiştirmediklerini, genellikle bir ya da az sayıdaki tedarikçi ile çalıştıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla, ihtiyaç duyulan hammaddenin fiyatında, eğer ki satın alan işletme daha büyük ve kurumsal bir işletme değilse, çalışılan tedarikçinin daha fazla belirleyici olduğu ifade edilmiştir. Bu nedenle, mobilya grubu ürünlerin esnaf ve sanatkâr ölçeğindeki üreticileri için, satıcıların pazarlık gücünün yüksek olduğu söylenebilir.

1.9.2. Kâğıt Ürünleri Alt Sektörü

Mevcut İşletmeler Arası Rekabet

Kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık mesleklerinde çok sayıda küçük ve mikro ölçekte üretici ve ithalatçı bulunmaktadır[29]. 2016 yılı ESBİS verilerine göre, adı geçen mesleklerde 13240 esnaf ve sanatkâr kayıtlı bulunmaktadır. Kayıtlı olan bu sayı, oldukça yüksek olduğundan, sektörde yoğun bir rekabetin yaşandığı açıktır.

Bu veriye ek olarak anket çalışmasının sonucunun da eşzamanlı değerlendirilmesi gerekmektedir. Kâğıt ürünleri alt sektöründeki esnaf ve sanatkâra, en fazla rekabet ettikleri kurumlar sorulduğunda, katılımcıların %70'lik bir kesimi, asıl rekabetin diğer esnaf ve sanatkârlarla yapıldığını belirtmişlerdir. Diğer esnaf ve sanatkârları takiben, internet üzerinden satış yapan siteler (ofix.com, avansas.com, vb.) katılımcılarca ikinci önemli rakip olarak görülmüş olup, üçüncü sırada ise BİM, A101 gibi zincir mağazalar belirtilmiştir. Nitekim yapılan odak grup görüşmeleri ve işyeri ziyaretlerinde de, esnaf ve sanatkâr, normalde kırtasiye ürünleri satan market gibi diğer işletmelerin kırtasiye ürünü satmalarından rahatsızlık duyduklarını, ancak asıl rekabetin kendileri gibi kırtasiyeci esnaf ve sanatkâr ile yaşandığını belirtmişlerdir.

Tablo 83. Esnaf ve Sanatkârların Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler

Diğer esnaflarla	70,3%
İnternet üzerinden satış yapan web siteleriyle	39,5%
Zincir mağazalarla (BİM, A101 vb.)	33,7%
Büyük ve marka firmalar (Doğtaş, Kelebek, D&R, Officestore, Korkmaz, Karaca vb.)	25,0%
Kayıt dışı çalışan işletmelerle	23,3%
Yapı marketlerle (Koçtaş, Tekzen, Bauhaus vb.)	10,5%

Kırtasiye, kitapçı ve matbaa esnaf ve sanatkârının sayıca fazla olması, ürünlerde her mağazada birbirinin aynısı ya da çok benzeri olması ve başka mağazalarda da ürünlerin temin edilebilir olması dolayısıyla kar marjı düşük olup, sektörün mevcut rekabetinin yoğun olarak yaşandığı görülmektedir.

İkame Ürünler

İncelenen kırtasiyecilik, kitapçılık ve matbaacılık mesleklerinde en büyük ikame, dijitalleşme ile kendini göstermektedir. Basılı yayınlar yerine artık dijital kitaplar, dergiler ve gazeteler tercih edilmekte, gençler defter yerine tabletlerine not tutmakta, işletmeler ise yazışmalarını elektronik belge yönetimi sistemleri (EBYS) ile gerçekleştirmektedirler. Bu nedenle, ikame ürünler olarak adlandırılabilecek olan dijital medyanın, sektör açısından büyük bir risk olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

29 http://www.istka.org.tr/media/67277/t%C3%BCrkiye-k%C4%B1rtasiye-sekt%C3%B6r%C3%BC-ve-rekabet-g%C3%BCc%C3%BCn%C3%BCn-de%C4%9Ferlendirilmesi.pdf

Sektöre Yeni Girişler

Kâğıt ürünleri alt sektörüne yeni giriş yapmayı düşünen bir işletme, bu mesleklerdeki yapılması gereken yatırım, insan kaynağına erişim, ürünlere yönelik var olan patentler ve dağıtım kanallarına erişim gibi konuları gözden geçirmek zorundadır. Kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleğinde, işe başlangıç için büyük sermaye gerekmese de bile, matbaacılıkta yeni teknoloji bir makine almak için büyük miktarlarda sermaye gerekmektedir. Öte yanda, bu gerekli sermayeyi başta KOSGEB olmak üzere çeşitli destekler ile temin etmek mümkündür.

Satılan ürünlere bakıldığında, bu ürünlerin taklitlerinin ya da daha düşük kaliteli benzerlerinin de piyasada rahatça bulunduğu görülmektedir. Bununla beraber, tescilli kırtasiye ürünü markalarının telif haklarının ihlaline ilişkin sorunlar çıktığında, anlaşmazlıkların mahkemelerde çözümü uzun zaman almakta, bu nedenle patentlerin koruyuculuğuna çok fazla güvenilememektedir.

Kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleğine konu olan ürünlerin satışının yapılabilmesi için ise herhangi bir engel bulunmamaktadır. Öyle ki, pek çok meslekte gerek duyulan ustalık belgesi, büyük marketlerde kırtasiye satışı için zorunlu olmamaktadır. Benzer şekilde, ürünlerin sağlıklı ve güvenilir olduğunun göstergesi niteliğinde olan "K Belgesi", yalnız başvuru yapan işletmelere verilirken, toplumda bu bilincin yeterince yüksek olmadığı, bu nedenle bu belgeye sahip olmayanlarında ürün satışı yapabildiği görülmektedir.

Bunlara ek olarak, internetten yapılan satışlar ise sektör açısından en büyük yeni giriş tehditlerinden biri olarak değerlendirilmelidir. Sanal mağazalar aracılığı ile yapılan satışlarda pek çok maliyete katlanılmıyor olması, sektöre bu şekilde girişi cazip kılmaktadır.

Tüm bu tartışmaların ışığında, kâğıt ürünleri alt sektörüne yeni girişlerin tehdidinin yüksek olduğu söylenebilir. Çok fazla yeni firmanın bu alt sektöre giriş yapmamasının nedeni ise, mesleklerdeki düşük kar marjı ve ödemelerdeki vadenin uzun olmasından dolayı, mesleğin çok çekici olmamasından kaynaklanmaktadır.

Müşteriler (Alıcıların Pazarlık Gücü)

Müşteriler ile işletme arasında, hangisinin pazarlık gücünün daha fazla olacağını belirleyen unsurların başında, alıcıların tek bir siparişte aldıkları miktar gelmektedir. Anket çalışması ile incelenen müşteri profilinde, katılımcılar müşterilerinin %70'e yakınını bireysel nihai müşteriler olduğunu belirtmişlerdir. Bireysel müşteriler, gerek alım yaptıkları miktarlar gerekse işletmelere uygulayabilecekleri yaptırımlar açısından, işletmeler karşısında güçlü görülmemektedirler. Buna karşın, katılımcıların yaklaşık %10'u müşterilerinin diğer esnaf-sanatkâr işletmeleri olduklarını ifade etmişlerdir. Diğer esnaf ve sanatkâr işletmesi ile değerlendirildiğinde, işletmelerin pazarlık gücünün, hangi işletme daha fazla alternatif kaynağa sahipse onun daha güçlü olacağı söylenebilir. Bir diğer ifade ile esnaf ve sanatkârın müşterisi konumunda olan esnaf ve sanatkâr, çok miktarda satın alım yapıyor ya da başka bir kaynaktan ihtiyaç duyduğu tedariği elde edebilecek konumunda ise, o durumda daha yüksek pazarlık gücüne sahip olmaktadır.

Kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleklerinde nihai müşterilerin payının çok büyük farkla

önde olmasına rağmen, matbaacılık mesleğinde ise diğer işletmelerin alıcı rolündeki paylarının daha büyük olması beklenmektedir. Bu durumda, matbaacılık mesleğinde, alıcıların pazarlık gücünün, kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleklerindeki müşteri gücünden daha fazla olacağı söylenebilir. Ancak, anket çalışmasında zaman ve bütçe kısıtları dolayısıyla, her bir meslek için ayrı ayrı çalışma yapılamadığından, ayrıntılı müşteri profili çıkarılamamıştır. Bu durum çalışmanın bir kısıtını oluşturmaktadır.

Eldeki verilere dayanarak, incelenen mesleklerin yer aldığı kâğıt ürünleri alt sektöründe, müşterilerin pazarlık gücünün düşük olduğu, bu nedenle esnaf ve sanatkârın çeşitli kararlarında daha özgür karar verebildiği sonucu çıkarılabilir.

Tedarikçiler (Satıcıların Pazarlık Gücü)

Kâğıt ürünleri alt sektöründe, tedarikçilerin daha çok yurtdışından ürün getiren ithalatçılar ve toptancılar olduğu görülmektedir. Ayrıca, yurtiçinde de az sayıdaki üretici firmalar bu mesleklerdeki ana satıcılar olmaktadırlar. Sayı olarak incelendiğinde, tedarikçi sayısının, nihai tüketiciye satış yapan kitapçı, kırtasiyeci ya da matbaacılık esnaf ve sanatkârı ile kıyaslandığında, oldukça az sayıda olduğu görülmektedir. Bu durum, tedarikçi değiştirme maliyetinin esnaf ve sanatkâr açısından yüksek olmasına yol açmakta, tedarikçilerle yapılacak herhangi bir pazarlıkta daha güçsüz taraf olmalarına yol açmaktadır.

Mevcut tedarikçilerin sayıca az olmalarının yanı sıra, dikey büyüme ile kendi perakende mağazalarını açan ya da internet kanalıyla nihai tüketiciye ulaşan satıcılar da bulunmaktadır. Bu durum da yine, tedarikçilerin gücünü artıran bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu veriler birlikte değerlendirildiğinde, sektörde tedarikçilerin gücünün yüksek olduğu söylenebilir.

1.9.3. Camdan Mamul Eşya Alt Sektörü

Mevcut Rekabet

Camcılık ve aynacılık, hediyelik eşya ile züccaciyecilik mesleklerinin kapsandığı cam ürünleri alt sektöründe, 2016 ESBİS verilerine göre, 22065 adet kayıtlı esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Bu sayının içerisinde en fazla pay hediyelik- otantik eşya imal ve satıcılığı mesleklerinde görülmektedir. Öte yandan, camcılık aynacılık ve züccaciye mesleklerinde ise esnaf ve sanatkâr olarak anılamayacak, büyük ölçekli işletmeler bulunmaktadır. Bu nedenle, alt sektörde mevcut işletmeler arasında yoğun bir rekabet yaşandığı görülmektedir. Nitekim yapılan anket çalışmasında da katılımcıların %65'i, en önemli rakip olarak diğer esnaf ve sanatkârları kabul etmektedirler. Sektörde ürünler arasında farklılaşmalar olduğunda, mevcut rekabet işletmeleri çok fazla etkilememektedir. Ancak, sektörün şu andaki durumu göz önüne alındığında, ürünler arası farklılaşmaların yeterince oluşmadığı, genellikle birbirine benzer ürünlerin olduğu görülmektedir. Bu nedenle, işletme sayısının yüksek olması, sektördeki mevcut işletmeler arasındaki rekabetin yoğun olarak yaşandığını göstermekte ve işletmelerin çeşitli kararlardaki serbestliğini azaltmaktadır.

Tablo 84. Esnafın Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler

Diğer esnaflarla	65,9%
İnternet üzerinden satış yapan web siteleriyle	35,5%
Kayıt dışı çalışan işletmelerle	33,8%
Yapı marketlerle (Koçtaş, Tekzen, Bauhaus vb.)	28,7%
Zincir mağazalarla (BİM, A101 vb.)	24,9%
Büyük ve marka firmalar (Doğtaş, Kelebek, D&R, Officestore, Korkmaz, Karaca vb.)	20,1%

İkame Ürünler

Özellikle cam ambalaj ve züccaciye ürünleri incelendiğinde, bu ürünlere ikame pek çok farklı malzeme olduğu görülmektedir. Yeni teknoloji ile beraber kâğıttan uzun süre dayanabilen ve içerisindeki malzemeyi de koruyabilen ambalajların kullanımı yaygınlaşmıştır. Metal ve plastik malzemeler ise, ucuzluğu ve dayanıklılığı ile tercih edilen malzemeler olarak kullanılmaya devam etmektedir. Bu malzemelerin sağlığa zararlı olduğuna yönelik eleştiriler ise, yine bir başka ikame malzeme olan bambu ile karşılanmakta, özellikle masa ve servis grubunda kullanımı artan bir malzeme olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, ambalaj ve züccaciye açısından bakıldığında, diğer malzemelerin cam malzeme kullanımını tehdit ettiği görülmektedir. Buna karşın, hala en sağlıklı malzemenin cam olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, yeni malzemeler dolayısıyla, ambalaj ve züccaciye alanında sektörde ikame malların tehdidi olsa da, bu tehdidin çok yüksek olarak görülmediği söylenebilir.

Camın diğer kullanım alanları açısından ise, diğer malzemelerin cam açısından değil, camın diğer malzemeler açısından tehdit yarattığı görülmektedir. Gelişen cam teknolojisi ile birlikte, inşaatlarda, ev seramiklerinde, yapısal elemanlarda camın çok farklı fonksiyonlarda kullanıldığı görülmektedir.

Bu noktada, hediyelik ve otantik eşya imal ve satıcılığı mesleğinin ikame ürünleri dikkate alındığında, ambalajlamadaki eksiklikler dolayısıyla plastik ya da ahşaptan malzemelerin dayanıklılıkları dolayısıyla tercih edilirliklerinin yüksek olduğu söylenebilir. Öte yandan, tanımı gereği, otantik eşyaların ikamesi bulunmamakta, ancak fabrikasyon şekilde taklitleri yapılmaktadır. Bu durum, hedef müşteri kitlesinin ürün hakkındaki bilgi ve değerlendirmesine bağlı olarak değerlendirilmelidir. Müşterilerin ürünler hakkında bilgili olmaları ya da esnaf ve sanatkâr tarafından bu konuda bilgilendirilmeleri halinde, bahsedilen fabrikasyon taklit ürünlerin herhangi bir tehdit oluşturması beklenmemektedir.

Sektöre Yeni Girişler (İthal Mallar)

Sektörde en fazla rekabet mevcut esnaf ve sanatkâr ile yapılmakta olmasına rağmen anket sonuçlarına göre ikinci sırada esnaf ve sanatkârın rekabet ettiği işletmeler açısından ikinci sırada internet üzerinden satış yapan web siteleri yer almaktadır. Projenin önceki safhalarında gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde, özellikle züccaciye ve hediyelik eşya alanında, indirim sitelerinin (trendyol.com, evmanya.com, vb.) rekabete katılması hususu

gündeme getirilmiş ve bu nedenle esnaf ve sanatkârın gelirlerinin düştüğü ifade edilmiş olup, anket bulguları, odak grup görüşmelerindeki sonuçları destekler niteliktedir. Öte yandan, yine odak grup görüşmelerinde ve işyeri ziyaretlerinde vurgulanan "yurtdışından ve özellikle Çin'den getirilen kaçak ürünler" konusu, anket sonuçlarında da katılımcılar tarafından üçüncü sırada seçilen "kayıt dışı çalışan işletmeler" seçeneğinde kendini göstermektedir. Esnaf ve sanatkârlar, gerek gümrüklerde gerekse satış yerlerinde denetimin artırılmasını talep etmiştir. Buradan hareketle, sektöre yeni girişler önündeki engellerin yeterince fazla olmadığı ve sektöre yeni giriş tehdidinin yüksek olduğu söylenebilir.

Müşteriler (Alıcıların Pazarlık Gücü)

Camcılık, aynacılık, züccaciyecilik ve hediyelik- otantik eşya imal ve satıcılığı mesleklerinde incelenen müşteri profiline ilişkin yapılan incelemede, tüm mesleklerde en önemli müşteri grubunun, çok büyük bir farkla bireysel nihai müşteriler olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise katılımcıların %10 kadarı diğer esnaf ve sanatkâr işletmesi cevabını vermişlerdir. Bireysel müşterilerin beraber hareket etme yeteneğinin olmaması, satın alım miktarlarının küçük olması ve tek seferde işletmenin ürünlerinin büyük kısmını almıyor olmaları dolayısıyla, müşterilerin pazarlık gücünün düşük olduğu değerlendirilmektedir. Bununla beraber, ürünlerde görülebilecek olan farklılaşma ile de müşterinin farklı işletmeden satın alma olasılığı azaltılarak, pazarlık gücü düşürülebilmektedir.

Tedarikçiler (Satıcıların Pazarlık Gücü)

Camdan mamul eşya alt sektörünün rekabet analizi için incelenen son kuvvet tedarikçilerin pazarlık gücüdür. Porter'a göre temin edilmesi zor ve ikamesi mümkün olmayan ürün ve hizmet üreten tedarikçiler ile yatay bütünleşmeye gidebilecek tedarikçilerin varlığı, sektördeki satıcıların pazarlık gücünü artırmakta ve bu işletmelerden ürün alan işletmeler için tedarikçi değiştirmenin maliyetini yükseltmektedir. Böyle bir durumda, sektörde tedarik maliyetleri yükseleceğinden sektördeki işletmelerin karlılığı azalacak ve sektörün çekiciliği düşecektir. Camdan mamul eşya alt sektöründe, hammadde sağlayıcıları ve ithalatçılar temel tedarikçi konumundadırlar. Yapılan görüşmelerde defaten belirtildiği gibi, özellikle züccaciye ve hediyelik eşya ürünlerinde üretimde kullanılacak olan hammadde ve yarı mamul, yurtiçinde bulunamamakta, bunlar yurtdışından temin edilmektedir. İthal ürünlere olan bu bağlılık, özellikle döviz kurunda meydana gelen yükselme ile birlikte maliyeti artırmakta, ancak gerekli hammaddenin yerli ikamesi olmadığından, esnaf ve sanatkâr bu maliyete katlanmak durumundadır. Buna ek olarak, sektördeki tedarikçi sayısının yeterince olmaması dolayısıyla da, üreticinin tedarikçisini değiştirme maliyeti yüksek olarak görülmektedir. Tüm bu değerlendirmelerin ışığında, camdan mamul eşya alt sektöründe, tedarikçilerin pazarlık gücünün yüksek olduğu söylenebilir.

1.10. SEKTÖRÜN DÜNYADAKİ ve İNCELENEN ÜLKELERDEKİ DURUMU

1.10.1. Genel Durum

Ağaç ürünlerinin önemi hem diğer sektörlerle olan yakın ilişkisinden hem de bizzat insanların pek çok ihtiyacını karşılıyor olmasından gelmektedir. Ağacın işlenmemiş haliyle kullanım alanı çok sınırlı olmasına karşın, üretim süreci sonrasında 6.000'in üzerinde farklı

ağaç ürünü elde edilebilmektedir. Dünya Bankası verilerine göre, dünyadaki arazi alanının %30,8'i orman alanıdır. 1990 yılıyla kıyaslandığında 2015 yılında bu oranın yaklaşık bir puan düştüğü görülmektedir. Başka bir ifadeyle 1990 yılında 4.128 milyon hektar olan ormanlık alan 2015 yılına gelindiğinde 3.999 milyon hektar alana düşmüştür (Keenan ve diğerleri, 2015, s.17). Orman sektörü, küresel GSYİH'ya yıllık 600 milyar dolar katkıda bulunmaktadır ve bu düzey dünya ekonomisinin yaklaşık %1'ini oluşturmaktadır (FAO, 2014, s.20). Avrupa Birliği'ne üye olan 28 ülkede (AB28) ise, yaklaşık 182 milyon hektar ormanlık ve diğer ağaçlık alanlar bulunmaktadır (Eurostat, 2017, s.113). Bu miktar AB-28 ülke arazilerinin yaklaşık %43'üne denk gelmektedir (Eurostat, 2017, s.113). Diğer taraftan, ağaç bazlı sektörler AB üretim GSYH'sinin yaklaşık %7'sini temsil etmektedir ve AB-28 ülkeleri yuvarlak odun ve kesilmiş odun üretiminde G20 ülkeleri arasındaki en büyük üretici durumundadır (European Commission, 2013, s.3). Avrupa'nın ağaç sektöründeki gelişiminin etkisi özellikle üretim tekniklerindeki ilerlemede ve istihdamın yapısının yıllar içerisindeki değişiminde kendini göstermiştir. Gelişimin diğer bir boyutunda ise, sektöre yönelik üretim ve tüketim talepleri Avrupa için üretim süreçlerinde toplumsal farkındalık ve duyarlılıkların geliştirilmesini de sağlamıştır. Bu durumun yansıması olarak, AB içerisinde çeşitli politikalarla ormanlara ve doğaya zarar vermeden üretimin gerçekleştirilmesi yönünde adımlar atılmıştır.

Artan nüfusla beraber bir zamanlar yalnızca yazmak için kullanılan kâğıt, kullanım alanını geliştirerek, bugün hem nihai mal hem ara mal hem de ham madde olarak üretim sürecine katılarak pek çok sektöre katkı vermektedir. Dünyada kâğıt sektörü hacminin 2012-2016 döneminde 399 milyon tondan 409 milyon tona yükseldiği görülmektedir (FAO, 2016, s.12). Avrupa Birliği'nde kâğıt endüstrisi, 21.000 şirkette yaklaşık 647.500 işçi istihdam ederek yıllık 180 milyar Avro ciro oluşturmaktadır (European Commission, 2013a, s.24). Kâğıt imalatı sektörü enerji ve hammadde yoğun yapısının yanında, yüksek sermaye maliyetleri ve uzun dönemli yatırım ihtiyaçlarıyla karşı karşıya kalmaktadır. AB kâğıt sektörü dünyadaki pek çok örneğinden farklı olarak; kaynak verimliliği ve Ar-Ge faaliyetlerine yaptığı yatırımlar sayesinde sektörünün gelişiminin sürekliliğini sağlamıştır. Bunun önemli bir yansıması artan ürün çeşitliliğinde kendini göstermiştir. Ayrıca üretim sürecine eklenen yeni teknolojiler sayesinde yalnız verimlilik artışı sağlanmamış, aynı zamanda düşük karbonlu biyo-ekonomiye geçiş yönünde adımlar atılmıştır. Diğer taraftan artan dijitalleşmeyle beraber kâğıt talebinde dalgalanmalar yaşandığı da ortadadır. Bu duruma rağmen, AB'de kâğıt geri dönüşümüne yönelik olarak uygulanan yasal düzenlemeler ve kâğıt sektörünün diğer sektörlerle olan uyumlu ilişkisi, kâğıt geri dönüşüm oranının %70'in üzerinde gerçekleşmesine olanak sağlamakta ve sektörün dinamizmini sürekli kılmaktadır.

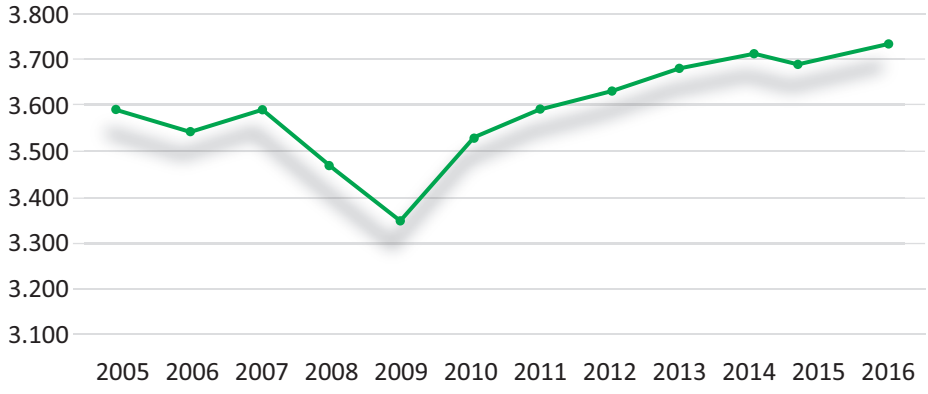
Cam sektörüne ilişkin olarak ise, cam üretiminin dünyada 180 milyon ton kapasiteye ulaşarak, 140 milyar dolar düzeylerinde bir değer yarattığı belirtilmektedir (Sanayi Genel Müdürlüğü, 2017, s.5). AB, toplam cam üretiminin üçte birini gerçekleştirmesi sebebiyle dünyada en büyük paya sahip cam üreticisi durumundadır. Diğer taraftan, üretilen camın yaklaşık %80'i AB içinde işlem görmektedir. AB cam sektörü; ürünlerinin kalitesi, teknolojiye açıklığı ve vasıflı iş gücünün potansiyeliyle sıklıkla anılmaktadır. AB'de cam sektörünün bu kadar güçlü olmasının yansıması olarak, AB Komisyonu, cam sektörünün uluslararası rekabet gücünü artırmaya yönelik olarak sürekli gözlemler yaparak, sektörün gelişimine destek vermektedir. AB komisyonunun desteği, bu sektörde gözlenen yüksek başlangıç ma-

liyetleri ile üretim sürecinin enerji yoğun olması dolayısıyla, sektörün gelişimi açısından büyük öneme sahiptir. Kâğıt sektöründe olduğu gibi, cam sektöründe de AB özellikle üretimde enerji tasarrufuna, geri dönüşüme ve çevrenin korunmasına dikkat etmektedir.

1.10.2. Yıllara Bağlı Gelişim

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verileri incelendiğinde, ağaç sektörünün büyük çoğunluğunu tomruk ve kereste üretiminin oluşturduğu görülmektedir (FAO, 2016). Dünya tomruk üretimi 2000'li yılların ortasından günümüze 3.500 milyon metreküp üretim kapasitesi bandında gerçekleşmiştir (Şekil 63). Dünya tomruk üretiminde ABD'nin üstünlüğü göze çarpmaktadır. 2007 yılının son çeyreğinde ABD'de patlak verip, dünyaya yayılan emlak krizinin etkisiyle 2007 sonrasında dünya tomruk üretiminde keskin bir düşüş yaşanmıştır ve 2009 yılında geçici olsa dahi Hindistan ABD'den tomruk üretim liderliğini almıştır. Krizin etkisinin geçmeye başlamasıyla beraber ABD tomruk üretim liderliğini ele almıştır ve dünya tomruk üretimi yükselen bir trende girmiştir (Tablo 85).

Şekil 63. Dünya Tomruk Üretimi (Milyon Metreküp)



Kaynak: FAO

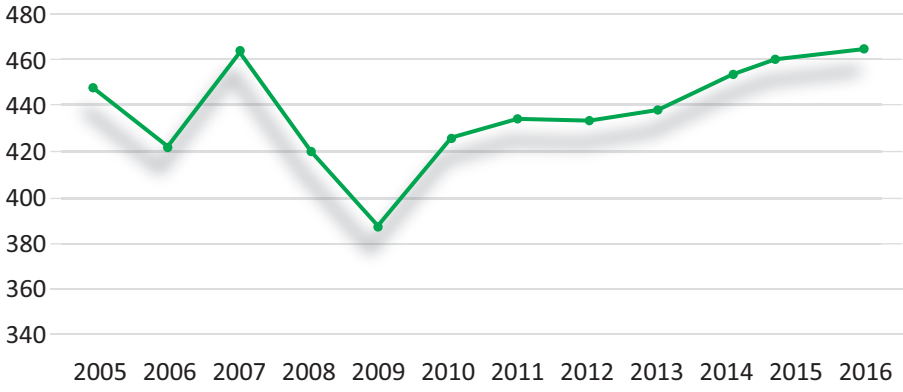
Tablo 85. Dünya Tomruk Üretimi – Ülkeler Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ABD	ABD	ABD	ABD	Hindistan	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD
Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Çin	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan
Çin	Çin	Çin	Çin	ABD	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya	Brezilya
Kanada	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya

Kaynak: FAO

Ağaç sektörünün içerisinde yer alan tomruk üretiminin AB28 ülkeleri için 2007 yılıyla beraber düşüş gösterdiği ve 2008 krizinin etkisiyle düşüşün keskinleştiği görülmektedir (Şekil 64). 2008 ve 2009 yıllarında görülen ortalama %8'lik üretim daralması, 2010 yılındaki %10'luk artışla kırılmış ve ilerleyen yıllarda tomruk üretiminde görece istikrarlı bir seyir izlenmiştir. Ancak 2016 itibarıyla, 2007 yılının üretim seviyesine halen ulaşılamamıştır. Diğer taraftan, AB tomruk üretiminde en önemli rolü İsveç'in üstlendiği ve Almanya ve Finlandiya'nın da İsveç'i takip ettiği görülmektedir. (Tablo 86).

Şekil 64. AB28 – Tomruk Üretimi (Milyon Metreküp)



Kaynak: FAO

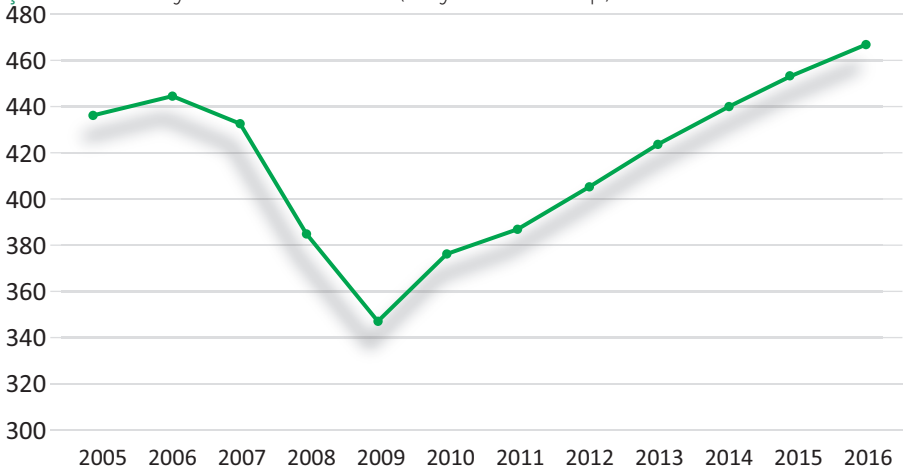
Tablo 86. AB28 Tomruk Üretimi – Ülkeler Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Fransa	Fransa	Almanya	Almanya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya
Fransa	Fransa	Finlandiya	Fransa	Almanya	Almanya	Fransa	Finlandiya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Finlandiya	Finlan-diya	Fransa	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa
Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya	Polonya

Kaynak: FAO

Dünya kereste üretimi 2005-2016 yılları arasında ortalama 417 milyon metreküp seviyesinde gerçekleşmiş ve 2009 yılındaki keskin düşüşün ardından hızlı bir yükseliş yaşanmıştır (Bkz. Şekil 65). Kuzey Amerika ülkelerinin kereste üretiminde üstünlükleri göze çarparken, özellikle Çin'in yükselişi ve 2011 yılından itibaren halen tomruk üretiminde dünyada 2. sırada yer alıyor oluşu dikkate değerdir. (Bkz. Tablo 87).

Şekil 65. Dünya Kereste Üretimi (Milyon Metreküp)



Kaynak: FAO

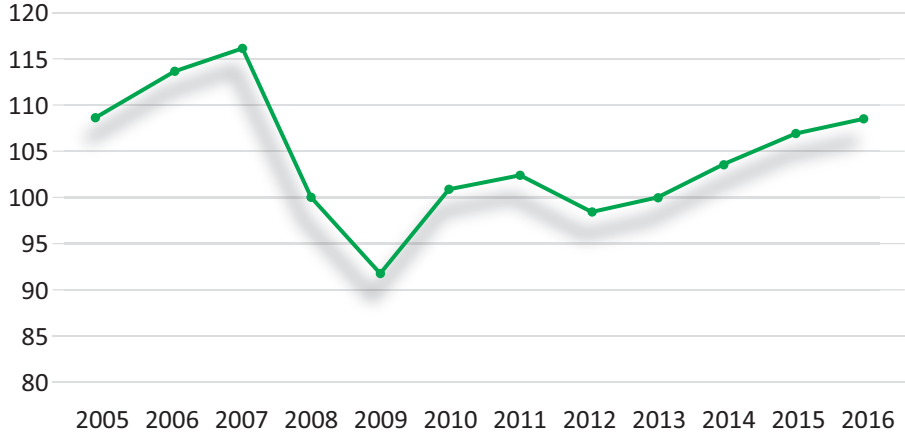
Tablo 87. Dünya Kereste Üretimi – Ülkeler Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD
Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
Rusya	Rusya	Rusya	Çin	Çin	Çin	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada
Brezilya	Çin	Çin	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya
Almanya	Almanya	Almanya	Brezilya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya

Kaynak: FAO

Kereste üretimi de tomruk üretimiyle benzer şekilde AB28 ülkelerinin bütünü için 2007 yılının sonrasında keskin düşüş yaşamıştır. Krizin yaşandığı 2008 yılında, bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %14'lük bir daralma gerçekleşmiştir. 2009 yılı sonrasında ise üretimin dalgalı olsa da arttığı görülmektedir (Bkz. Şekil 66). AB içerisinde Almanya ve İsveç'in kereste üretiminde söz sahibi oldukları görülmektedir. Onları çoğunlukla Finlandiya ve Avusturya izlemektedir (Bkz. Tablo 88).

Şekil 66. AB28 – Kereste Üretimi (Milyon Metreküp)



Kaynak: FAO

Tablo 88. AB28 Kereste Üretimi – Ülkeler Sıralaması

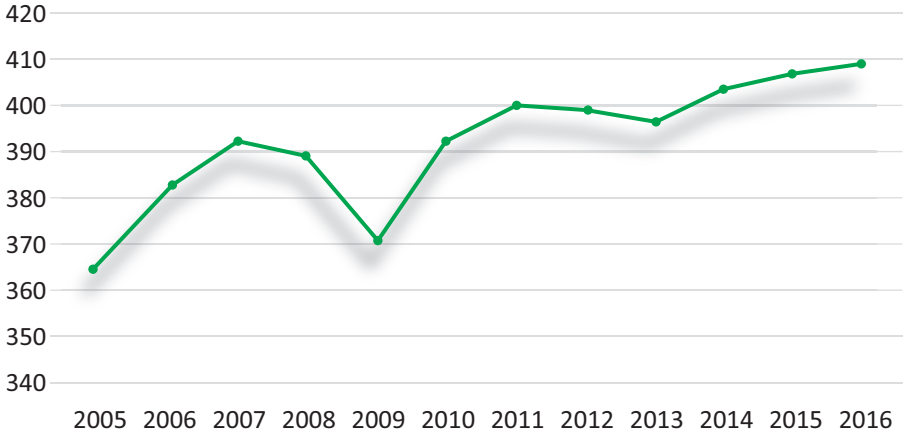
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç
Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Avusturya	Avusturya	Avusturya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya
Avusturya	Avusturya	Avusturya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Avusturya	Avusturya	Avusturya	Avusturya	Avusturya	Avusturya
Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa

Kaynak: FAO

Dünya kâğıt ve karton üretimi 2005-2016 yılları arasında ortalama 392,3 milyon metreküp olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılından 2008 krizine kadar önemli bir yükseliş gerçekleşmiştir. 2008 yılında yaşanan krizin olumsuz etkisi hızla atlatılarak, 2009 yılından günümüze kadar küresel kâğıt ve karton üretiminin dikkate değer bir yükseliş sergilemiş olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 67). Ülkeler özelinde incelediğinde, ABD'de başlayan 2008 krizine kadar kâğıt ve karton üretiminde ABD'nin üstünlüğü göze çarpmaktadır. Ancak krizden etkilenen ABD ekonomisindeki olumsuzluklar, pek çok alanda olduğu gibi, kâğıt ve karton üretiminde de görece azalmaya neden olmuş ve böylece 2009 yılı itibarıyla Çin bu üretim sektöründe öncü konuma gelmiştir. Halen, kâğıt ve karton imalatında Çin, dünya lideri konumundadır.

ABD ve Çin'in kâğıt ve karton üretimindeki mücadelesini Japonya ve Almanya takip etmektedir. Diğer taraftan, Kanada'nın 2011 yılı sonrasında mevcut konumunu önce İsveç'e sonrasında ise Hindistan'a kaptırdığı gözlemlenmektedir (Bkz. Tablo 89).

Şekil 67. Dünya Kâğıt ve Karton Üretimi (Milyon Ton)



Kaynak: FAO

Tablo 89. Dünya Kâğıt ve Karton Üretimi – Ülkeler Sıralaması

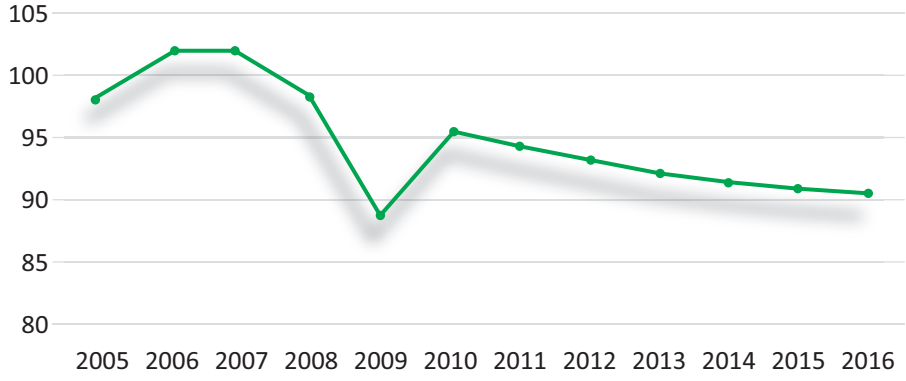
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ABD	ABD	ABD	ABD	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
Çin	Çin	Çin	Çin	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD
Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	İsveç	Hindistan	Hindistan	Hindistan	Hindistan

Kaynak: FAO

AB28 ülkeleri için kâğıt ve karton üretiminin 2006 yılında tepe noktasına ulaştıktan sonra düşüşe geçtiği ve düşüşün önlenemediği görülmektedir (Bkz. Şekil 68). Bu durumun oluşmasındaki temel neden kâğıt ürünlerinin yerine özellikle teknoloji temelli alternatif-

lerin gelmiş olmasıdır. Diğer taraftan 2005-2016 arasında AB'de 95 milyon ton ortalama kâğıt ve karton üretimi gerçekleşmiştir. AB içerisinde bu üretimin ana aktörü Almanya olarak görülmektedir. 2005-2016 arasında Almanya kâğıt ve karton üretimindeki öncülüğünü Birlik içerisindeki hiçbir üye ülkeye kaptırmamıştır. Finlandiya ve İsveç arasındaki rekabet sonucunda, sıralamada yıllar içerisinde karşılıklı yer değişimleri olsa dahi, Finlandiya ve İsveç'in kâğıt ve karton üretiminde Almanya'yı takip ettiği görülmektedir. Bu üç ülkenin ardından gelen Fransa ve İtalya arasında da benzer bir mücadele göze çarpmakla beraber, son yıllarda İtalya'nın AB kâğıt ve karton üretiminde Fransa'ya nazaran üretim ölçeğini genişletmiş olduğu görülmektedir (Tablo 90).

Şekil 68. AB28 – Kâğıt ve Karton Üretimi (Milyon Ton)



Kaynak: FAO

Tablo 90. AB28 Kâğıt ve Karton Üretimi – Ülkeler Sıralaması

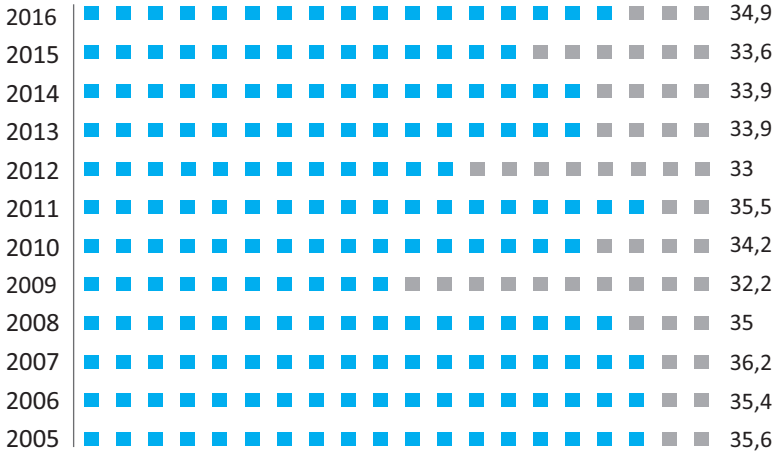
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	İsveç	Finlandiya	Finlandiya	İsveç	İsveç	İsveç	Finlandiya	Finlandiya
İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	Finlandiya	İsveç	İsveç	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	İsveç	İsveç
Fransa	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya
İtalya	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa

Kaynak: FAO

Dünya cam sektörü 180 milyon ton üretim ölçeği ve sürekli artan üretim kapasitesiyle birlikte yıllık 140 milyar dolarlık bir pazar haline gelmiştir (Sanayi Genel Müdürlüğü, 2017, s.5). Cam sektöründe, ülkelerin bizzat üretimde söz sahibi olmasından ziyade ülkelerde faaliyet gösteren çokuluslu firmaların piyasada hâkim olduğundan söz edilebilir. Avrupa'dan 13 firma, ABD'den 7 firma, Türkiye ve Endonezya'dan da birer firmanın cam sektöründe önemli bir konuma sahip olduğu söylenebilir (Sanayi Genel Müdürlüğü, 2017, s.5). AB28 ülkeleri arasında cam üretimi 2016 yılında yaklaşık 35 milyon ton hacme ulaşmıştır. Bu üretim seviyesi AB'yi, dünya pazarının yaklaşık üçte birinde payını kontrol etmesi sebebiyle, dünyanın en büyük cam üreticisi olarak tescillemektedir. 2008'de yaşanan krizin küresel ölçekte etkili olması pek çok sektörü olduğu gibi cam sektörünü de olumsuz

biçimde etkilemiştir. AB'nin cam üretimi 2009 yılında bir önceki yıla göre %8 küçülerek olumsuz bir performans sergilemiştir. Kriz öncesi seviyeye birkaç yıl içerisinde erişilmiş olsa dahi, kriz sonrasında cam üretimi AB'de dalgalı bir seyir izlemiştir. 2016 yılında ise, AB'de cam üretimi 35 milyon ton seviyesine yaklaşarak bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %4'lük bir artış sağlanmıştır (Bkz. Şekil 69). 2016 yılında, bir önceki yılda olduğu gibi, cam mamuller ağırlıklı olarak inşaat sektöründe, otomobil endüstrisinde, mühendislik alanlarında ve gıda sektöründe kendine kullanım alanı bulmuş olup, bu sektörlerdeki canlanma, cam imalatındaki artışı tetiklemiştir.

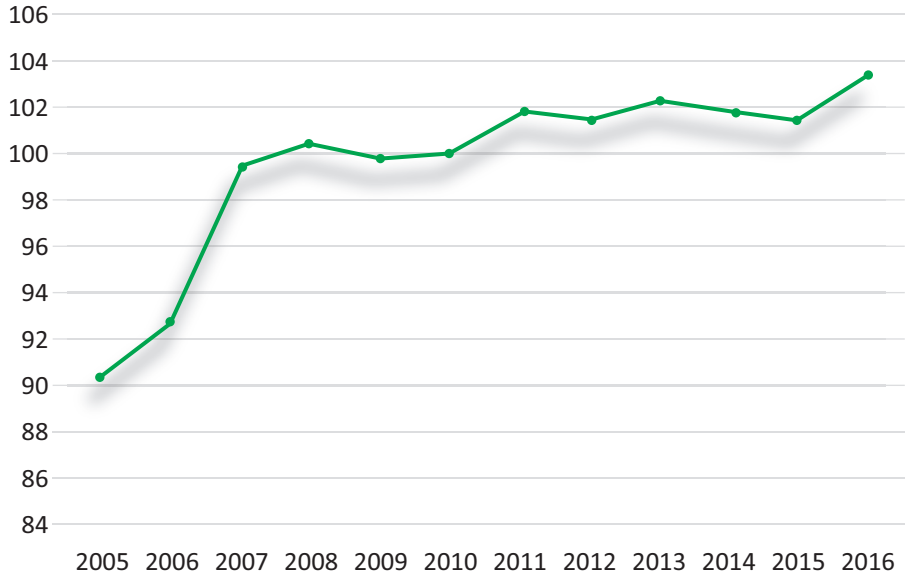
Şekil 69. AB28 – Cam Üretimi (Milyon Ton)



Kaynak: Glass Alliance Europe

Otomobil, inşaat, ambalajlama gibi sektörlerden gelen müşteriler 2009'dan bu yana siparişlerini artırmakta, bunun yansıması olarak da uluslararası ekonomik ve finansal krizden bu yana cam talebi artmaktadır. Bu toparlanma, 2010 yılından beri bu sektörlerin büyük bölümünde hissedilmektedir. Cam ürünleri imalatının toplam çıktı fiyat endeksinin yıllar içerisindeki seyri incelendiğinde, 2005 – 2008 yılları arasında hızlı bir artıştan bahsetmek mümkündür (Bkz. Şekil 70). Bu durum yıllar içerisindeki cam üretimine dinamik şekilde yansımıştır (Bkz. Şekil 69). Ancak 2008 yılı sonrasında, krizin de etkisiyle, fiyat endeksinde dalgalanmaların yaşandığı, 2011 yılından itibaren ise görece istikrarlı bir seyrin sürdüğü görülmektedir (Bkz. Şekil 70). 2016 yılında cam ve cam ürünleri imalatı fiyat endeksinin önceki yıla göre %1,7 artış göstererek (Bkz. Şekil 70) üretim artışını tetiklediği söylenebilir (Bkz. Şekil 69).

Şekil 70. AB28 – Cam ve Cam Ürünleri İmalatı (Toplam Çıktı Fiyat Endeksi – 2010=100)

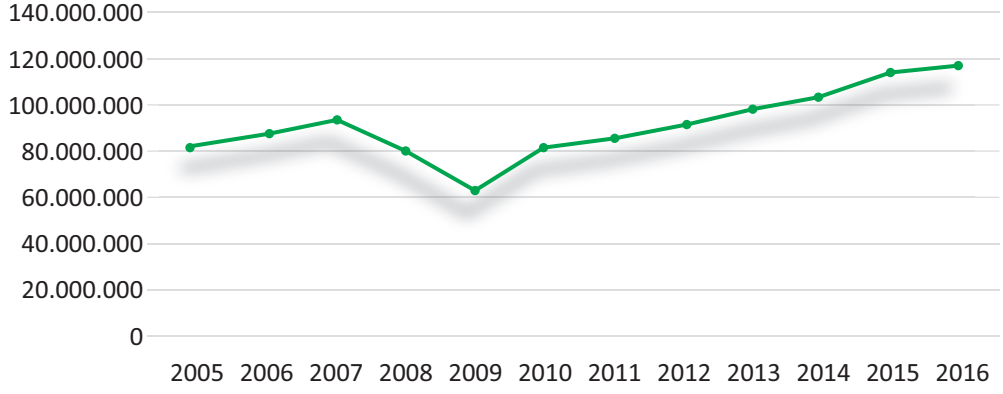


Kaynak: Eurostat

1.10.3. Ekonomi İçindeki Yeri

Ağaç ve ahşap eşya ihracatının dünyadaki değeri üretilen tomruk ve kereste miktarıyla uyum göstermektedir. Buna bağlı olarak ağaç ve ahşap eşya ihracatının 2009 yılında dip noktayı görmesinin ardından kademeli bir yükseliş gösterdiği görülmektedir (Bkz. Şekil 71). 2005 yılıyla birlikte Kanada'nın, ağaç ürünleri ihracatında birkaç yıl sürecek öncülüğü göze çarpmaktadır. 2008 ve 2009 yıllarında Almanya'nın ağaç ürünleri ihracında öne çıkmasını takiben, 2010 yılından günümüze Çin'in baskın bir şekilde lider konuma yükselip, bu durumu koruduğu gözlemlenmektedir. Almanya'nın orman ürünleri ihraç gücünün görece gerilemesiyle beraber yerine geçen ülke ise ABD olmuştur. (Bkz. Tablo 91).

Şekil 71. Dünya Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

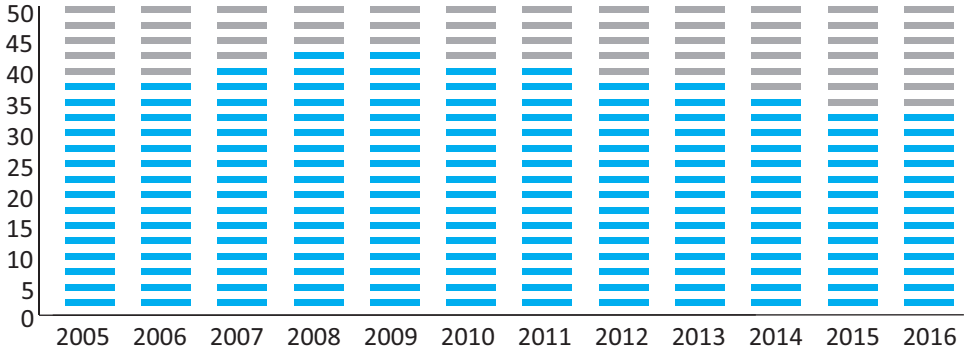
Tablo 91. Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı – Dünya Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kanada	Kanada	Kanada	Almanya	Almanya	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
Almanya	Çin	Almanya	Çin	Çin	Almanya	Almanya	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada
Çin	Almanya	Çin	Kanada	Kanada	Kanada	Kanada	Almanya	ABD	ABD	ABD	ABD
ABD	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	ABD	ABD	ABD	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Rusya	ABD	ABD	ABD	ABD	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya	Rusya

Kaynak: FAO

AB28 ülkelerinin ağaç ve ahşap eşyalar ihracatının dünyadaki payı incelendiğinde, uzun yıllar boyunca %40 civarlarında bir payın kontrol edilmiş olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 72). 2008 yılı sonrasında dış ticaretin pek çok sektörde gerilediği göz önüne alındığında, AB28 ülkelerinin ihracat paylarında düşüş yaşanmaması sektörün gücünü ortaya koymaktadır.

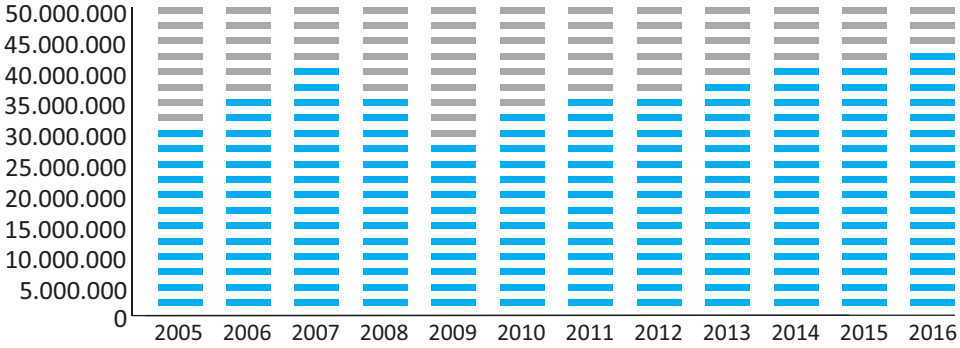
Şekil 72. AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar – Dünya İhracat Payı (%)



Kaynak: Trade Map

Yukarıda 2008 krizi sonrasında AB28 ülkelerinin ağaç ve ahşap eşyalar ihracatının dünya genelindeki payının korunduğu belirtilmesine rağmen, Şekil 73'de görüldüğü üzere ihracat tutarında düşüşler meydana gelmiştir. İlerleyen yıllarda ise, hızlı bir şekilde toparlanma gerçekleşmiş ve 2016 yılına gelindiğinde ise, son 10 yılın en yüksek seviyesine ulaşıldığı görülmüştür. (Bkz. Şekil 73).

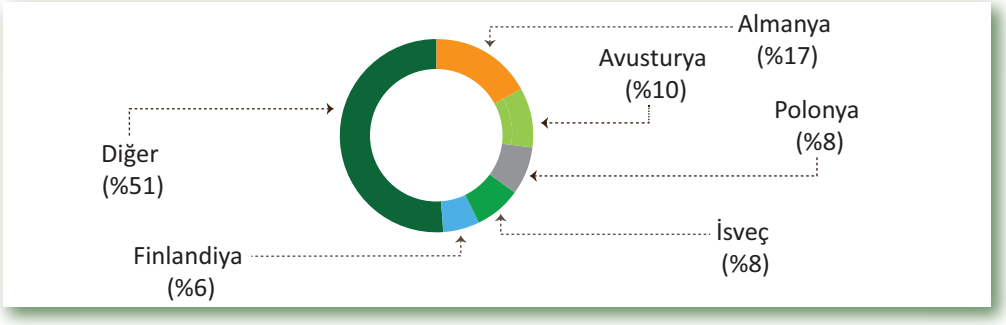
Şekil 73. AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

2016 yılında AB28 ülkelerinin gerçekleştirmiş olduğu ağaç ve ahşap eşya ihracatının %17'lik kısmını gerçekleştirmiş olan Almanya sektördeki ana oyuncu konumundadır. İhracatın yarıya yakını (%49) beş ülkede gerçekleşirken, kalan %51'lik kısım 23 ülke arasında paylaşılmıştır (Bkz. Şekil 74).

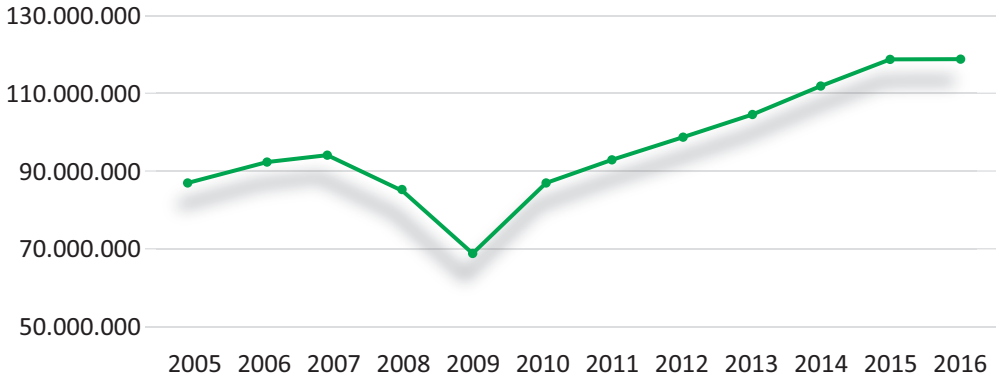
Şekil 74. AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı (%'lik Dağılım – 2016)



Kaynak: Trade Map

Ağaç ve ahşap eşyalar ithalatının dünya ihracatıyla benzer hareketler içerisinde olduğu göze çarpmaktadır (Bkz. Şekil 74 ve Şekil 75). 2005-2010 yılları arasında ağaç ürünleri ithalatında birinci sırayı alan ABD'nin, ilerleyen yıllarda bu konumu Çin'e kaptırmış olduğu görülmektedir. Bu iki ülkenin ardından üçüncü sırada ithalat değerlerinde iniş çıkışlar yaşayan Japonya gelmektedir. Kuzey Amerika ve Asya ülkelerinin ağaç ürünleri ithalatını Avrupa ülkeleri izlemektedir (Bkz. Tablo 92).

Şekil 75. Dünya Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

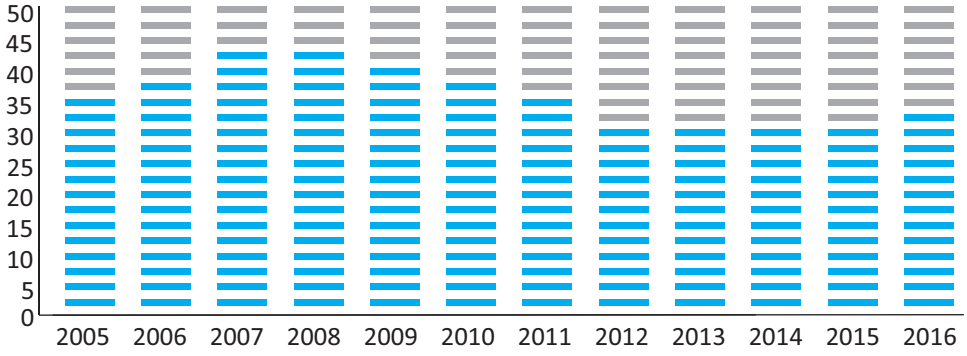
Tablo 92. Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı – Dünya Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Çin	Japonya	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD
İngiltere	Çin	Çin	Çin	Çin	Japonya	ABD	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya	Japonya
Çin	Almanya	İngiltere	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Almanya	İtalya	Almanya	İtalya	İtalya	İngiltere	İtalya	İngiltere	İngiltere	İngiltere	İngiltere	İngiltere

Kaynak: FAO

Ağaç ve ahşap eşyalar ithalatı incelendiğinde, 2007 yılında dünyadaki ihracatın %44'ünün AB28 ülkeleri tarafından gerçekleştirilmiş olduğu görülmektedir. Ancak bu başarılı oran aynı şekilde sürdürülememiş ve 2013 yılında AB28 ülkelerinin ihracatının dünya içerisindeki payı %34'lere kadar düşmüştür (Bkz. Şekil 76). Yıllar içerisindeki bu gerilemeye rağmen, ithalat payının görece yüksek olduğu gözden kaçmamalıdır.

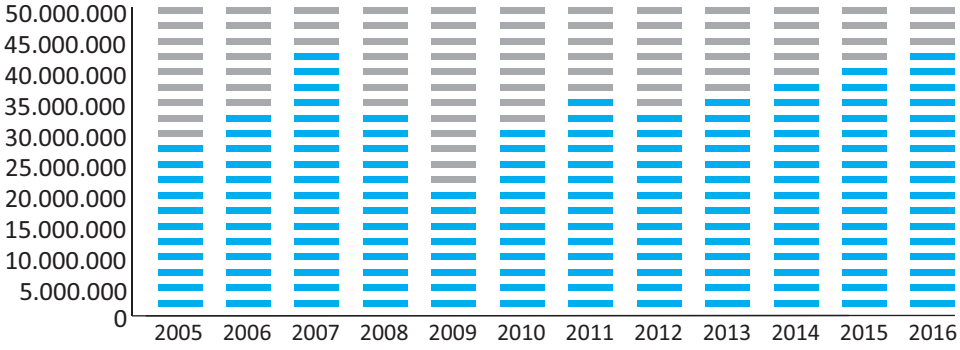
Şekil 76. AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar – Dünya İthalat Payı (%)



Kaynak: Trade Map

Ağaç ve ahşap eşyalar ithalatının AB28 ülkeleri için 2008 krizinin etkisiyle keskin bir düşüşe maruz kaldığı görülmektedir (Bkz. Şekil 77). Krizin olumsuz etkisinden yıllar içerisinde çıkılmış olduğu görülüyor ise de, 2016 yılı ithalat seviyesinin halen 2007 yılı seviyesinin altında olduğu vurgulanmalıdır (Bkz. Şekil 77).

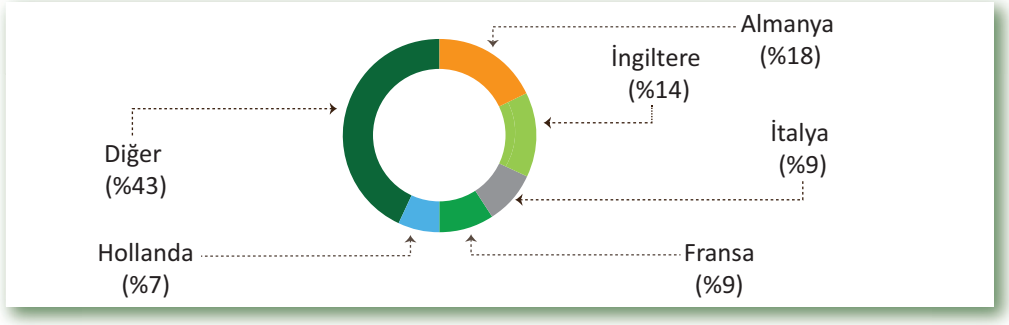
Şekil 77. AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

Ağaç ve ahşap eşyalar ihracatında olduğu gibi aynı ürün grubunun ithalatında da Almanya başı çekmektedir. İthalatın en üst diliminde yer alan ilk beş ülkenin %57'lik bir dilime sahip olduğu, kalan 23 ülkenin ise kalan kısmı bölüştüğü görülmektedir (Bkz. Şekil 78).

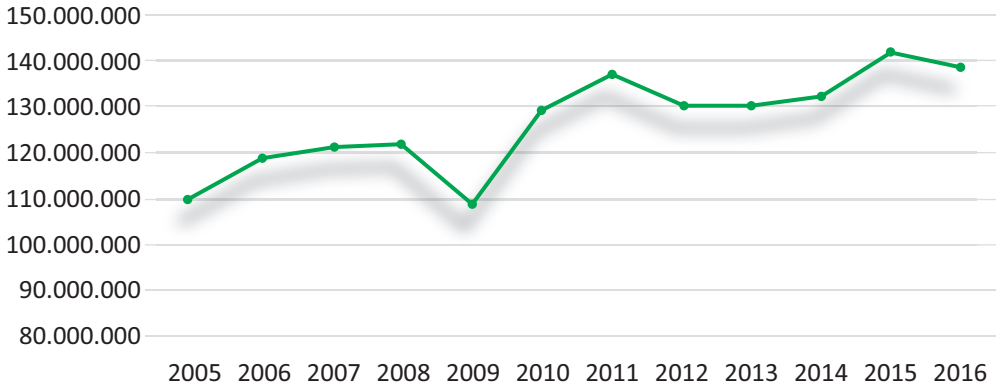
Şekil 78. AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı (%'lik Dağılım – 2016)



Kaynak: Trade Map

Kâğıt ürünleri ihracat değerlerinde 2015-2016 yılları arasında dalgalanmalar yaşanmasına rağmen hareketin pozitif yönlü olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 79). Kâğıt ürünleri ihracında Almanya'nın üstünlüğü göze çarpmaktadır. En ilginç noktalardan biri de, 2011 yılına kadar dünya kâğıt ihracatı değerlerinde ilk beş ülke arasında yer almayan Çin'in, 2014 yılıyla beraber ABD'nin önüne geçmesi ve ilk sırada yer alan Almanya'yı ciddi olarak zorlamasıdır (Tablo 93).

Şekil 79. Dünya Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

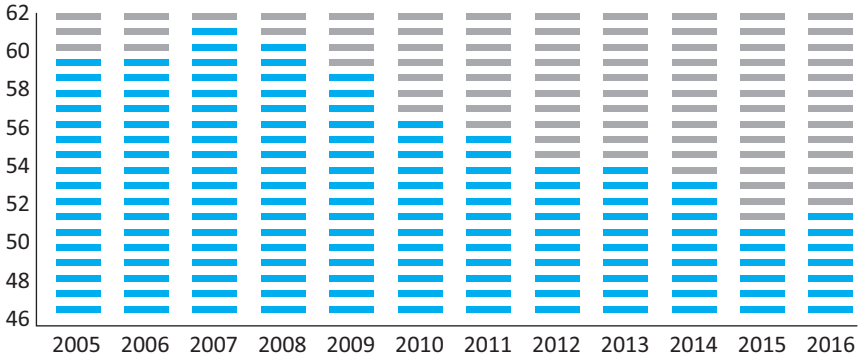
Tablo 93. Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı – Dünya Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Kanada	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	Çin	Çin	Çin
ABD	Kanada	Kanada	Kanada	İsveç	İsveç	Çin	Çin	Çin	ABD	ABD	ABD
İsveç	Finlandiya	Finlandiya	İsveç	Kanada	Finlandiya	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç	İsveç
Finlandiya	İsveç	İsveç	Finlandiya	Finlandiya	Kanada	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya	Finlandiya

Kaynak: FAO

Kâğıt ve kâğıt ürünleri ihracatının dünya içerisindeki payının AB28 ülkeleri için kriz öncesinde (2008 yılı) %60'lara kadar yükselmiş olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 80). Ancak kriz sonrasında bu yüksek oranın hem krizin etkisi hem de değişen ihtiyaçlar ve pazarlar sebebiyle %52'lere kadar düşmüştür (bkz. Şekil 80). Buna rağmen, AB28 ülkelerinin, uzun yıllardır kâğıt ve kâğıt ürünlerinin dünyadaki ihracatının yaklaşık yarısına sahip olduğu unutulmamalıdır.

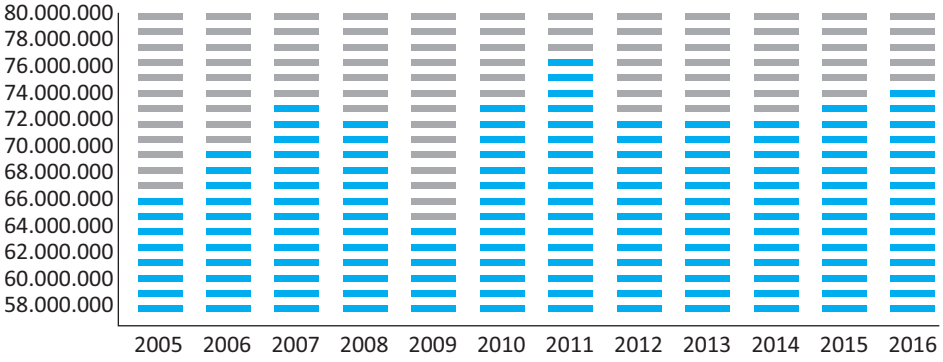
Şekil 80. B28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri – Dünya İhracat Payı (%)



Kaynak: Trade Map

Kâğıt ve kâğıt ürünleri ihracat tutarları AB28 ülkeleri için incelendiğinde 2005 yılı sonrasındaki gelişimin 2008 krizi sonrasında kesintiye uğradığı ancak toparlanmanın görece hızlı olduğu söylenebilir (Bkz. Şekil 81). Diğer taraftan 2011 yılında sergilenen ihracat performansının diğer yılların çok ötesine geçmiş olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 81).

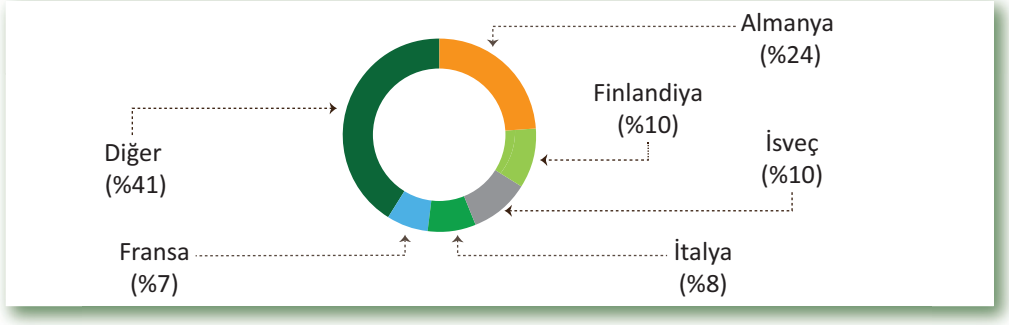
Şekil 81. AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

AB28 ülkeleri arasında Almanya'nın kâğıt ve kâğıt ürünleri ihracatında %24'lük pay ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir (Bkz. Şekil 82). Tüm ihracatın %59'luk kısmının Almanya, Finlandiya, İsveç, İtalya ve Fransa tarafından yapıldığı, kalan 23 ülkenin ise 2016 yılında %41'lik payı bölüştükleri görülmektedir (Bkz. Şekil 82).

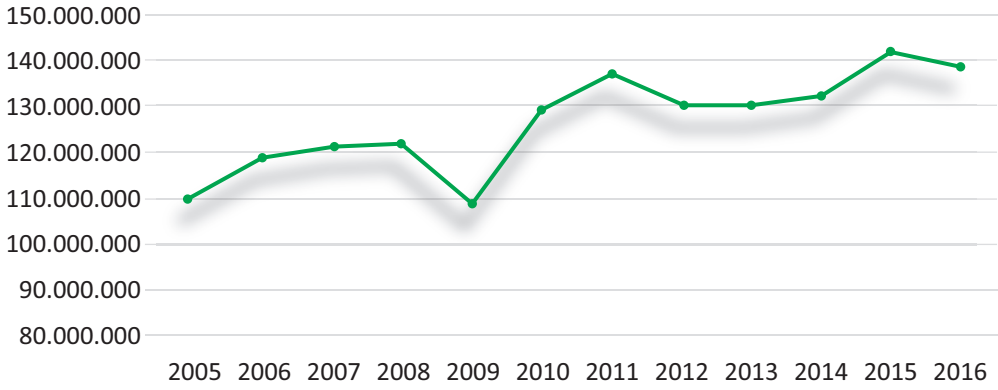
Şekil 82. AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı (%'lik Dağılım– 2016)



Kaynak: Trade Map

Dünya kâğıt ve kâğıt ürünleri ithalat değeri, 2005-2016 yılları arasında artan bir trende sahip olmuştur (Bkz. Şekil 83). Kâğıt ithalatında ilk sırayı ABD almaktadır. Onu Almanya ve diğer Avrupa ülkeleri takip etmektedir (Tablo 94). Bunda esas olarak, Avrupa Birliği içerisindeki ülkelerin kendileri içerisinde yapmış oldukları ticaretin yoğunluğunun rolü büyüktür.

Şekil 83. Dünya Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

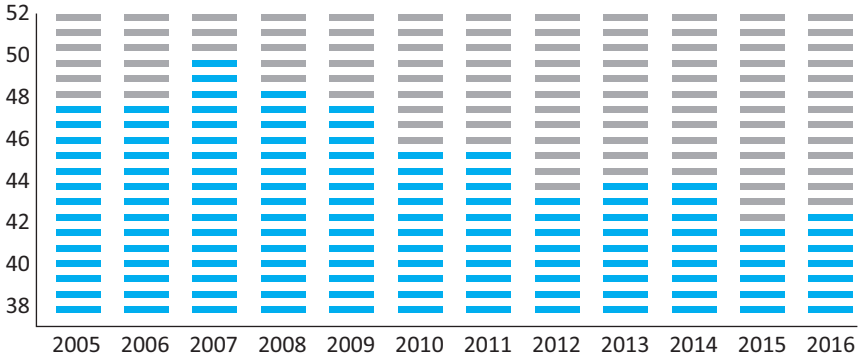
Tablo 94. Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı – Dünya Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
İngiltere	İngiltere	İngiltere	Fransa	Fransa	İngiltere	Fransa	Fransa	Fransa	İngiltere	İngiltere	Fransa
Fransa	Fransa	Fransa	İngiltere	İngiltere	Fransa	İngiltere	İngiltere	İngiltere	Fransa	Fransa	İngiltere
İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	İtalya	Meksika	Meksika

Kaynak: FAO

2007 yılında AB28 ülkeleri için kâğıt ve kâğıt ürünleri dünya ithalat payının %50'lerde olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 84). Ancak daha sonraki yıllar içerisinde AB28 ülkelerinin payının düşme eğiliminde olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 84).

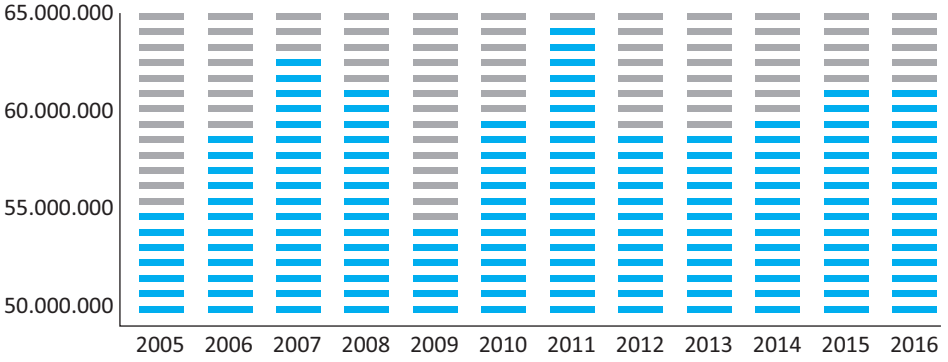
Şekil 84. AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri – Dünya İthalat Payı (%)



Kaynak: Trade Map

AB28 ülkelerinin kâğıt ve kâğıt ürünleri dünya ithalat paylarının yıllar içerisindeki görece düşüşünün yansıması ithalat tutarlarındaki dalgalanmalarda kendini göstermiştir. AB28 ülkeleri için 2008 krizi sonrasında, beklendiği gibi, ithalat tutarında keskin bir düşüş yaşanmıştır (Bkz. Şekil 85). İlerleyen yıllarda ise 2011 yılındaki dikkate değer artışın haricinde önemli bir yükseliş yaşanmamış ve 2016 yılına kadar olan süreçte kriz öncesi seviye yakalanamamıştır (Bkz. Şekil 85).

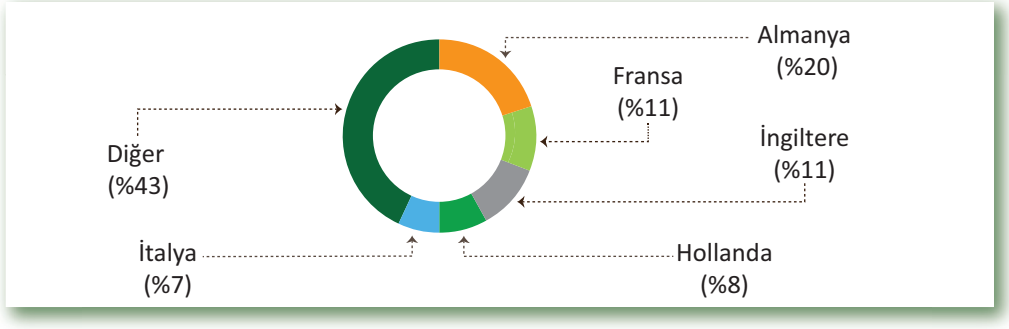
Şekil 85. AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

Kâğıt ve kâğıt ürünleri ithalatının AB28 ülkeleri arasındaki dağılımı incelendiğinde Almanya'nın bireysel olarak en büyük oranı aldığı, Fransa ve İngiltere'nin de %11'lik bir oran yakaladığı görülmektedir. Bu üç ülke dışında kalan 25 ülke ithalat tutarının %69'unu paylaşmaktadır (Bkz. Şekil 86).

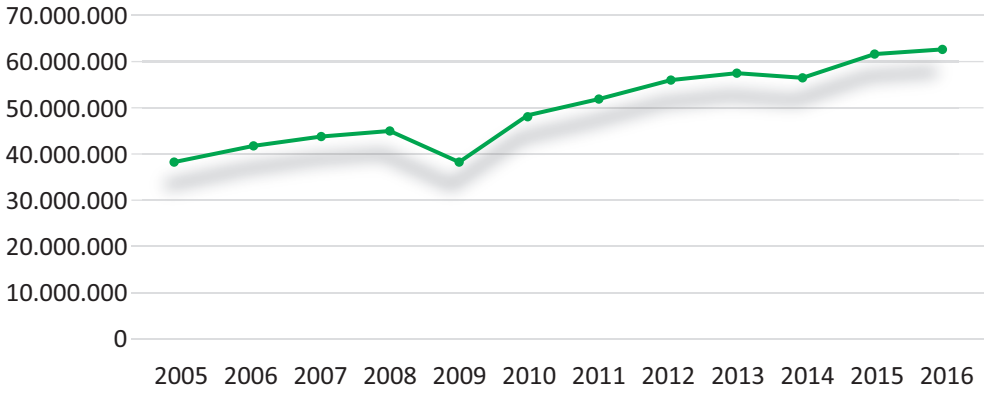
Şekil 86. AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı (%'lik Dağılım – 2016)



Kaynak: Trade Map

Cam ve camdan eşyalara artan taleple beraber dünyadaki ihracat gelirlerinin ülkeler için birkaç yıl haricinde yükseldiği görülmektedir (Bkz. Şekil 87). Cam ihracatında, esas olarak Çin ve Almanya arasındaki rekabet öne çıkmakta, onları ABD ve Japonya izlemektedir. Diğer taraftan, cam ürünleri ihracatındaki rekabete rağmen, Çin uzun yıllardır ilk sıradaki pozisyonunu korumaktadır (Tablo 95)

Şekil 87. Dünya Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

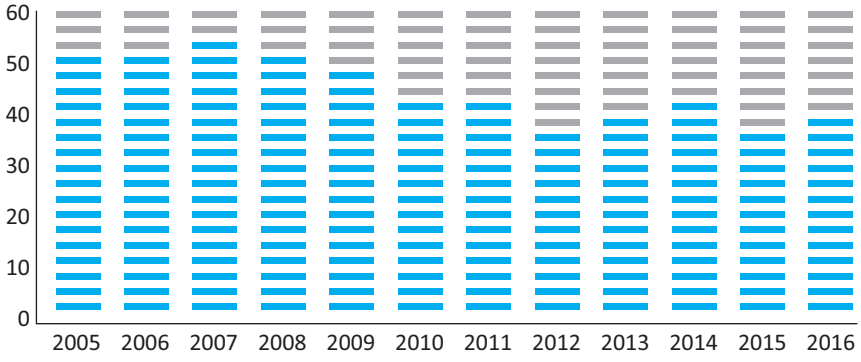
Tablo 95. Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı – Dünya Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Almanya	Almanya	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Çin
Çin	Çin	Almanya	Almanya	Almanya	Japonya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Japonya	ABD	ABD	ABD	Japonya	Almanya	Japonya	Japonya	ABD	ABD	ABD	ABD
ABD	Japonya	Fransa	Japonya	ABD	ABD	ABD	ABD	Japonya	Japonya	Fransa	Fransa
Fransa	Fransa	Japonya	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Japonya	Japonya

Kaynak: FAO

Cam ve cam eşyalar ihracatında AB28 ülkelerinin tamamı göz önüne alındığında ihracatın yarıya yakınının bu bölgeden gerçekleştiği görülmektedir. 2000'lerden krizin yaşandığı 2008 yılına kadar AB28 ülkeleri cam ve cam eşya ihracatının %50'sinden fazlasını kontrol etmiştir. Ancak krizle beraber bu oranın yıllar içerisinde %40'lara kadar gerilediği görülmektedir (Bkz. Şekil 88). Tüm bu gerilemeye rağmen, AB28 ülkelerinin sektör içerisindeki hâkimiyetinden halen bahsetmek mümkündür.

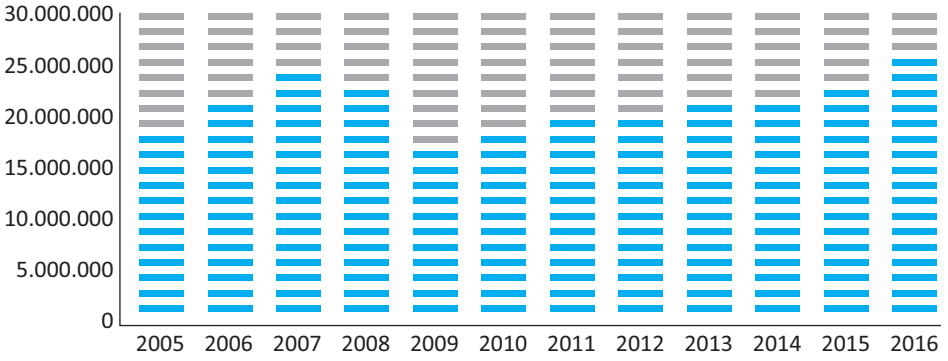
Şekil 88. AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar – Dünya İhracat Payı (%)



Kaynak: Trade Map

AB28 ülkeleri için cam ve cam eşyalar ihracatı 2008 kriz yılı sonrasında %17'lik keskin bir düşüş yaşamıştır. Sonraki yıllarda ihracat rakamlarında kademeli yükselişler yaşanmasına rağmen, kriz öncesi seviyelere ulaşılması birkaç yıl almıştır. Diğer taraftan krizin etkilerinden sonra sergilenen yükselişin 2015 ve 2016 yıllarında istikrarlı bir hale geldiği ve %4'lük bir artış seviyesinin sağlandığı görülmektedir (Bkz. Şekil 89).

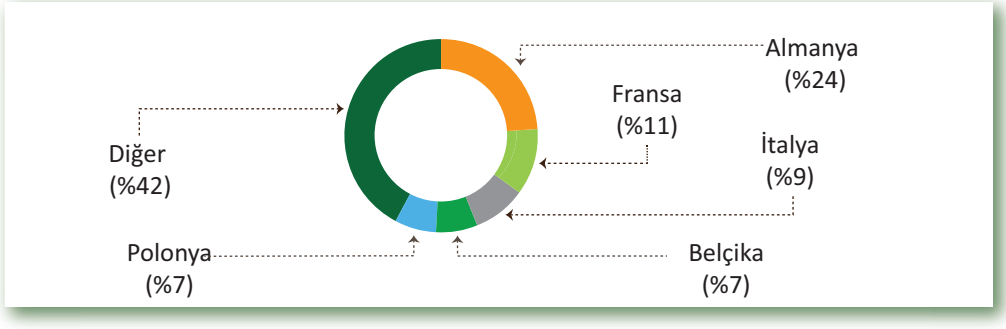
Şekil 89. AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

2016 yılının cam ve camdan eşyalar ihracatı AB28 ülkeleri için incelendiğinde Almanya'nın neredeyse dörtte birlik dilime kendi başına sahip olarak ihracatı sürüklediği görülmektedir (Bkz. Şekil 90). AB'nin diğer bir önemli gücü olan Fransa ise %11'lik payla ikinci sırada yer almaktadır. Cam ve camdan eşya ihracatında ilk 5'te yer alan ülkelerin toplamda %48'lik bir paya sahip olduğu, geri kalan 23 AB üyesi ülkenin ise toplamda yalnızca %42'lik payı olduğu görülmektedir.

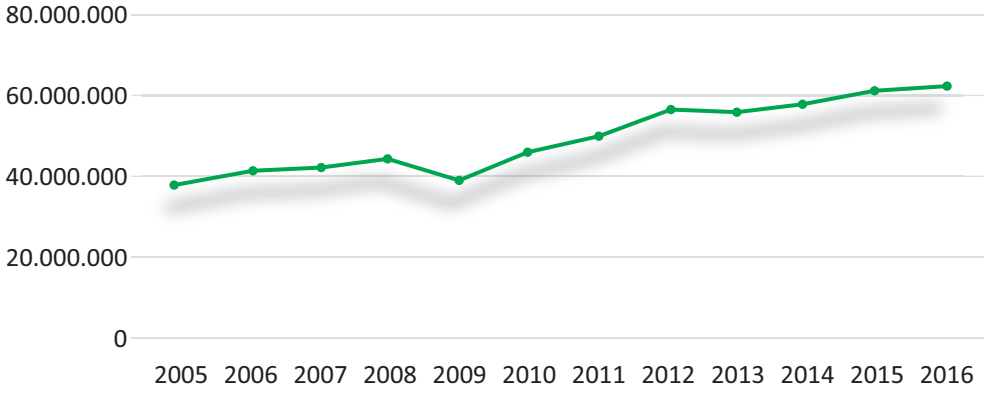
Şekil 90. AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı – (%'lik Dilim – 2016)



Kaynak: Trade Map

Cam ve camdan eşyaların farklı sektörlerde ara mal olarak kullanılmasından ötürü cam ve camdan eşyaya olan talebin dünya ithalat değerlerini uzun yıllardır yükselttiği görülmektedir (Bkz. Şekil 91). Bunun yanında oluşan talebi çeken ülkelerin başında ABD, Almanya ve Çin gelmektedir. Bu üç ülke arasında cam ürünleri ithalatı sıralaması sürekli el değiştirmektedir. Son yıllarda ABD'nin Çin'in ithalat değerini geçtiği görülmektedir. Bunların dışında, Güney Kore ve Kanada gibi ülkelerin de cam ürünlerine yönelik önemli miktarda ithalat talebi bulunmaktadır.

Şekil 91. Dünya Cam ve Camdan Eşya İthalatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

Tablo 96. Cam ve Camdan Eşya İthalatı – Dünya Sıralaması

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ABD	ABD	ABD	ABD	Almanya	ABD	Çin	Çin	Çin	ABD	ABD	ABD
Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	ABD	Almanya	ABD	ABD	ABD	Çin	Çin	Çin
Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa	Çin	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya	Almanya
Çin	Çin	Çin	Çin	Çin	Fransa	Güney Kore	Güney Kore	Fransa	Fransa	Fransa	Fransa
İngiltere	Japonya	Güney Kore	Güney Kore	Güney Kore	Güney Kore	Fransa	Fransa	Güney Kore	Güney Kore	Kanada	Kanada

Kaynak: FAO

Cam ve camdan eşyalar dünya ithalatı incelendiğinde AB28 ülkelerinin ortalama %40 civarlarında bir orana sahip olduğu görülmektedir. Krizin yaşandığı yıl olan 2008'de %44 civarlarında olan ithalat payının, 2016'ya gelindiğinde %37'lere düşmüş olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 92).

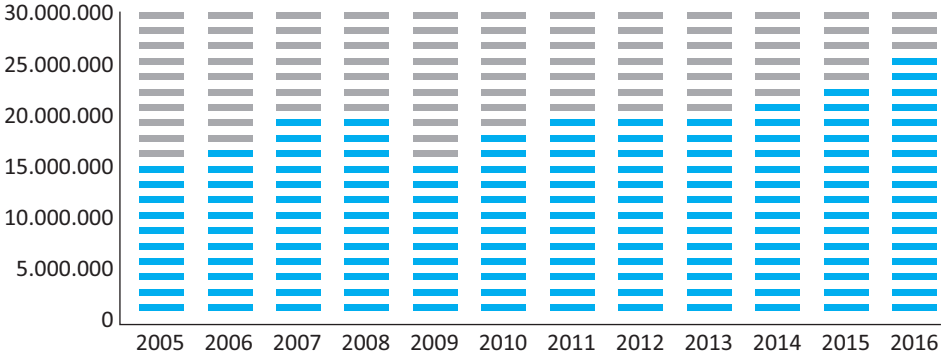
Şekil 92. AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar – Dünya İthalat Payı (%)



Kaynak: Trade Map

AB28 ülkelerinin cam ve camdan eşyalar ithalatında dünyadaki payındaki azalmaya rağmen ithalat tutarlarının yıldan yıla yükseldiği görülmektedir ki bunun ana sebebi ham madde fiyatlarındaki oynaklıktır (Şekil 93).

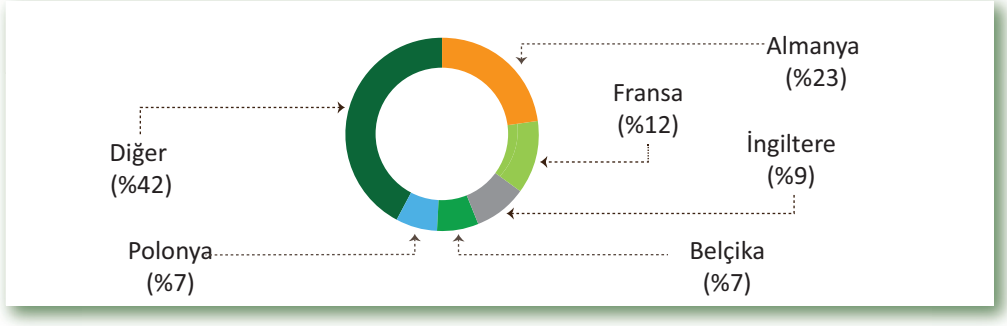
Şekil 93. AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar – Dünya İthalatı (Bin Euro)



Kaynak: Trade Map

AB28 ülkelerinin kendi aralarındaki ithalat tutarlarının dağılımı incelendiğinde ilk beş ülkenin %58'lik bir dilime sahip olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 94). Pek çok ürünün hem ihracat hem ithalat tutarlarında olduğu gibi, bu ürün grubu ithalat tutarında da Almanya %23'lük bir oranla ilk sırada yer almaktadır. (Bkz. Şekil 94).

Şekil 94. AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar İthalatı (%'lik Dilim – 2016)



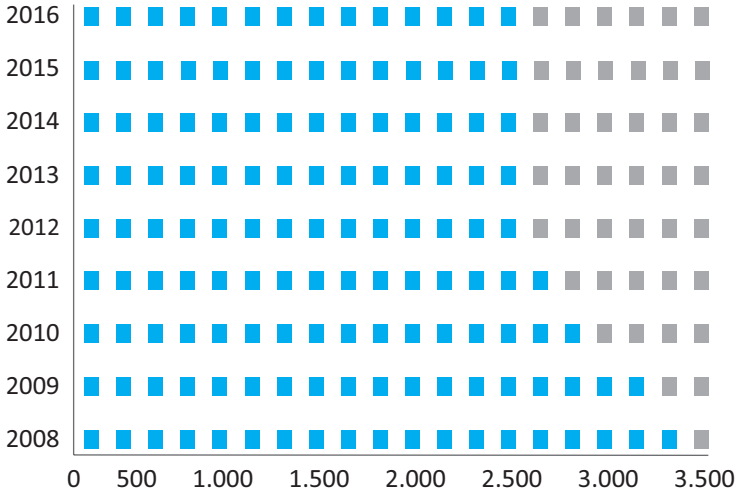
Kaynak: Trade Map

1.10.4. İstihdama Etkisi

Ormancılık sektöründe kayıtlı 13,2 milyon kişi ve kayıtlı olmayan 41 milyon kişi çalışmaktadır ve bu sayıların toplamı, küresel işgücünün yaklaşık %1,7'sini temsil etmektedir (FAO, 2014, s.77). Burada, 8,8 milyon kayıtlı istihdamla, tomruk ve ağaç işleri, kayıtlı çalışanın %67'sini oluşturmaktadır (FAO, 2014, s.107). Çin tomruk ve ağaç işlerinde kayıtlı çalışan 2,3 milyon kişiyle dünyada bu alanda kapsadığı %26'lık payıyla ilk sırada yer almaktadır. Çin'in ardından gelen Brezilya, Hindistan, Rusya ve ABD'den her biri yaklaşık %5'lik bir kayıtlı istihdam payına sahiptirler (FAO, 2014, ss.100-107). AB28 ülkeleri için ağaç ve ağaç ürünleri imalatında istihdam incelendiğinde ise, göze çarpan ilk nokta istih-

dam edilen kişi sayısının azalma eğilimde olduğudur (Bkz. Şekil 95). Buna sebep olarak üretim tekniklerindeki gelişmelerin sağladığı verimlilik artışı gösterilebilir.

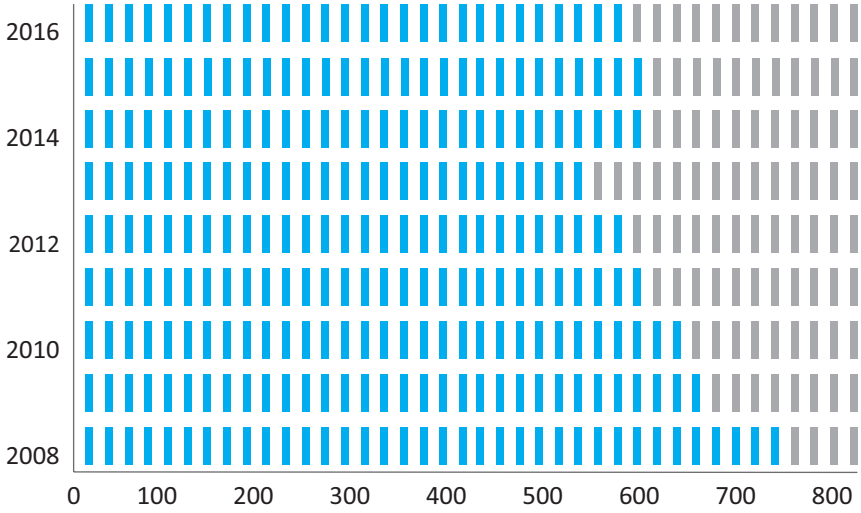
Şekil 95. AB28 – Ağaç ve Ağaç Ürünleri İmalatında İstihdam (Bin Kişi)



Kaynak: Eurostat

Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı, dünyada kayıtlı 4,3 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Çin, 1,5 milyon kayıtlı çalışan ile bu istihdamın %35'lik kısmını oluşturmaktadır. Çin'i kâğıt sektöründe üç yüz bin kişiye sağlanan kayıtlı istihdam miktarı ve dünya kâğıt istihdamının %8,7'lik kısmına sahip olarak ABD takip ederken, Hindistan, Brezilya ve Japonya dünya kâğıt istihdamında %4-5 aralığında pay sahibidir (FAO, 2014, ss.100-107). Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatında istihdamın AB28 ülkeleri içerisindeki hareketi incelendiğinde ağaç ve ağaç ürünleri imalatındaki istihdam yapısının inişli çıkışlı bir yapıyı barındırdığından bahsedilebilir (Bkz. Şekil 96).

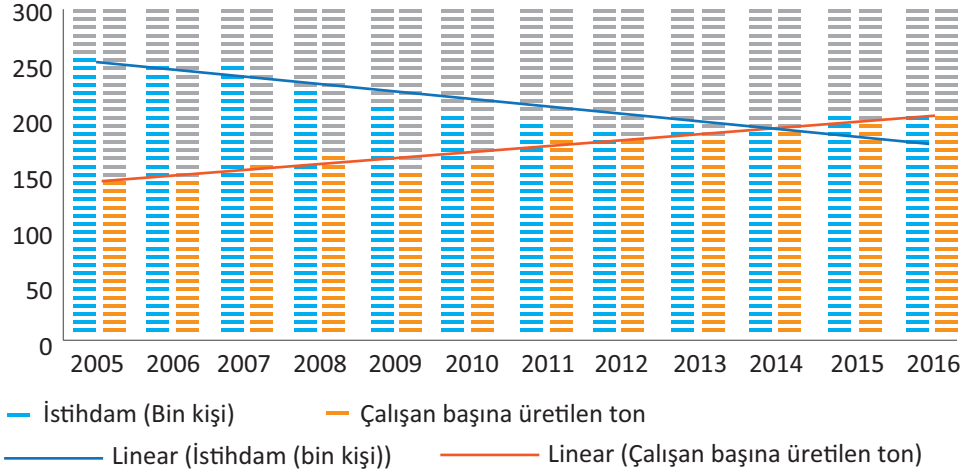
Şekil 96. AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalatında İstihdam (Bin Kişi)



Kaynak: Eurostat

Cam sektöründeki istihdam durumu ele alındığında AB ülkelerinde 2005 yılından 2014 yılına kadar her yıl istihdam edilen kişi sayısının kademeli olarak azaldığı görülmektedir (Şekil 97). 2014 yılından sonra ise, istihdamda belli bir artış gerçekleşmiş olsa dahi istihdam düzeyi geçmiş yılların önemli ölçüde gerisinde kalmıştır (Şekil 97). Üretim, son yıllardaki inovasyon, Ar-Ge faaliyetleri ve otomasyondaki gelişmelere bağlı olarak, pek çok sektör için emek yoğun niteliğini kaybetmektedir. Cam sektöründeki istihdam daralması da bu süreç içerisinde yorumlanabilir. Bu dönüşüm sürecinin gerçekleşmesinin ana amacı verimlilikte artış sağlamaktır. Bu bağlamda, AB cam sektöründe verimlilik artışının görece sağlanmış olduğu söylenebilir (Şekil 97).

Şekil 97. AB28 – Cam Sektörü İstihdamı ve Verimlilik



Kaynak: Glass Alliance Europe

1.10.5. Diğer Sektörler İle İlişkiler, Etkileşimde Olunan Diğer Makro Politikalar ve Gelişmeler

Avrupa Birliği orman sektörü politika yapıcıları, orman politikalarını tasarlarken son yıllarda artan talebi karşılamak için çeşitli zorluklarla uğraşmaktadırlar. Üretilecek politikalarda iklim değişikliği, biyolojik çeşitliliğin korunması, enerji ve hammadde ihtiyaçları gibi konular dikkate alınmaktadır. AB ağaç sektörü, sürdürülebilirliği sağlamak için ulusal kanunlara ve uluslararası taahhütlere tabidir. Bununla beraber, ağaç bazlı ürünlere ilişkin pazarın AB ekonomisi içerisindeki payının artırılması amaçlanmaktadır.

AB'nin çevre, enerji ve ulaştırma politikalarının, sektörün geleceği üzerinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bu eksende, sürdürülebilir büyümenin desteklenebilmesi için üzerinde düşünülmüş ve detaylandırılmış bir düzenleyici yasal çerçeve olması gerekmektedir. 2013 yılında uygulamaya konulan ve orman kaynaklarına yönelik artan talebi ortaya koymak ve sosyo-politik değişimlere göre güncellemek için kabul edilen AB Ormancılık Stratejileri bu amacı taşımaktadır.

Kâğıt sektörünün varlığının istikrarlı bir şekilde sürdürülebilmesi noktasında ise, Av-

rupa Birliği üyeleri, kâğıt üretiminde uygun hammaddeye erişim kolaylığı sağlamak amacıyla biyo-enerji ve geri-dönüşüm firmalarını desteklemektedir. Kâğıt sektöründeki geri dönüşüm oranının %70 seviyelerini aşmış olması, AB'de yürütülen politikaların başarısını göstermektedir. Bununla beraber, belirtilen oranın altında gerçekleşen geri dönüşüm oranı, bazı yasal düzenlemelere ve cezai işleme tabi olabilmektedir. Bu durum, sektörün AB Ormancılık Stratejisi ile uyum yaratmaktadır.

Cam sektöründe, her ne kadar farklı türde ve nitelikte cam mamul bulunsa da, üretim sürecinin ilk aşaması olan cam eritme işlemi tüm cam üretim süreçleri için ortaktır. Bu fiziksel süreç, hammaddeleri, enerjiyi ve en ileri üretim tesislerini içerir. Bu yönüyle dünya pazarında rekabetçi kalabilmek için, cam endüstrisinde sağlıklı çevre yönetim sistemleri kurulup önemli yatırımlar gerçekleştirilmelidir.

Cam sektörü; ev eşyası, hediyelik eşya, inşaat ve otomotiv sektörleriyle yoğun ilişki içerisindedir. Bu sektörün geliştirilebilmesi için, camda yeni kullanım alanları geliştirilmesi, yeni ürünlerin sunulması ve geri dönüşümün desteklenmesi gerekmektedir. Tüm bu sayılan işlemler için, yoğun Ar-Ge programları yürütülmekte ve bu konularda önemli yatırımlar yapılmaktadır. Aynı zamanda imalat alanlarının enerji verimliliği artırılarak, cam ürünlerinin çevresel performansının geliştirilmesi hususunda da girişimlerde bulunulmaktadır.

Bu sürekli çabalar, AB cam endüstrisinin teknolojik yenilikleri takip edebilmesine yardımcı olmaktadır. Böylece, AB'de üretilen cam ürünleri, dünya çapında rekabet gücüne sahip olmaktadır. Aynı zamanda, belirtilen alanlardaki yenilik çalışmaları, müşterilerin kalite, performans, tasarım ve çevre dostu malzeme kullanım ihtiyaçlarına ilişkin taleplerini büyük ölçüde tatmin etmektir. Diğer taraftan, Ar-Ge faaliyetlerinin sürdürülebilirliği birçok katı AB politikasını gerektirmektedir. Bunlardan biri, tasarım haklarının korunması için sahteciliği önleme politikasıdır. Bu kapsamda, yerli cam sektöründe olan üreticilerin tasarımları korunabilmekte ve yabancı ülkelerden gelen ve daha ucuz olan ürünlere karşı rekabet avantajı elde edilebilmektedir. AB cam sektörünün sürdürülebilir rekabetçiliğine yönelik bir diğer destek de, sektördeki enerji tüketimini azaltacak ve mevcut teknik sınırları geliştirmek amacıyla yapılacak yenilikçi süreç yatırımlarıdır. Bu eksende kamu finansmanı, cam endüstrisinin enerji kullanımını azaltmaya yönelik gerçekleştirilen AR-GE faaliyetlerini desteklemektedir.

1.10.6. Sektörde Yer Alan Büyük Ölçekli Şirketler

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi kapsamında çalışan sayısı 50'den fazla olan 11 adet büyük ölçekli şirketin yönetici düzeyinde yetkilileri ile mülakatlar yapılmıştır. Mülakatların genel amacı, büyük ölçekli şirketlerin başarı hikâyesini tespit etmek, sektördeki esnaf ve sanatkârlara ilişkin tespit ve değerlendirmelerini almak, esnaf ve sanatkârlarla mevcut durumda var olan ve gelecekte hayata geçirilebilecek işbirlikleri konusundaki görüş, öneri ve sorunlarını belirleyerek, esnaf ve sanatkârlarla yaşadıkları rekabete ilişkin tespitlerini almaktır.

Bu kapsamda, proje araştırma ekibi tarafından Kayseri, İnegöl ve İstanbul'da yerleşik toplam 11 adet büyük ölçekli şirketle yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Görüşülen

şirketler, Weltew Mobilya, Çilek Mobilya, Ladin Mobilya, Redof Ofis Mobilyaları, Sefes Mobilya, Serhat Mobilya, Atlas Kırtasiye, Korkmaz A.Ş, Karaca Züccaciye, Kastamonu Entegre ve Şişecam A.Ş'den oluşmaktadır.

İncelenen şirketler içerisinde, gerek kuruluş şekli, gerekse ortaklık yapısı ile Şişecam A.Ş. esnaf ve sanatkârlıktan gelerek büyüyen diğer şirketlerden ayrılmaktadır. Atatürk'ün direktifleriyle 1935 yılında Türkiye İş Bankası tarafından kurulan Şişecam, 83 yıllık geçmişiyle Türkiye'nin en köklü sanayi kuruluşlarından biri olmanın yanı sıra ihtisaslaşma derecesi ve rekabet gücü yüksek faaliyetleriyle dünyanın en büyük cam üreticileri arasında yer almaktadır. Günümüzde, Türkiye'nin en önemli sanayii kuruluşlarından biri olmasına ek olarak, 150 ülkeye ihracatı ve 13 ülkedeki faaliyetleriyle küresel işletmeler arasında da önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Bu nedenle, özellikle Ar-ge açısından lider rolde olduğu, bunun yanı sıra mesleğe ilişkin standartların oluşturulması, mesleği eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi gibi pek çok politikanın belirlenmesinde de önemli söz sahibi olduğu görülmektedir.

Diğer işletmeler arasında, büyüme hızı ile dikkat çeken Çilek Mobilya, 1995 yılında kurulmasına rağmen şu anda 5 kıtada 71 ülkede 500'den fazla satış noktasına sahip olup, gelecek 5 yıl içinde bu sayının 1000'in üzerine çıkması hedeflenmektedir. Büyüme ve başarı hikâyelerinde hiç kuşkusuz en önemli etken, doğru pazar hedefinin seçilerek, tek bir pazar segmentine yoğunlaşılmasıdır. Bu noktada, pazar analizi yapılması ve doğru öngörülerde bulunulması önem taşımaktadır. Bunlara ek olarak, büyümenin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından pazarlama ve tanıtım çalışmalarına çok önem verildiği, hem yurt içi hem de yurt dışı fuarlara katılım gösterildiği belirtilmiştir. Teşviklerden etkili şekilde yararlanıldığı, vergi indirimi, AR-GE ve tasarım merkezi teşvikleri ve TURQUALITY teşviklerinin kullanıldığı da, Çilek Mobilya ile ilgili dikkat çekici diğer özellikler olarak sayılabilir.

Çilek Mobilya'nın üretim süreçlerindeki uygulamaları, şirketin en önemli ayırt edici özelliği olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de, mobilya ürünleri sektöründe yalın- tam zamanlı üretim sistemini kullanan, kurumsal kaynak planlaması (ERP) ve tahminleme sistemleri kullanan, elemanların performansına ilişkin otomasyon sistemini uygulamaya koymuş olan tek firma olarak göze çarpmaktadır.

Bir diğer önemli üretim faktörü olan insan kaynağına ilişkin uygulamalarına bakıldığında ise, Çilek Mobilya'nın bu alana ayrı bir önem verdiği görülmektedir. Çalışanlarının gelişimi için Çilek Akademi'nin kurulduğunu ve çalışanların mutluluğunu hedefleyerek, emekli olana kadar beraber çalışmak hedefinde oldukları belirtilmiştir.

Sektördeki bir diğer köklü ve etkili şirket ise Kastamonu Entegre A.Ş.'dir. Şirketin ana faaliyet alanı ham ve melamin kaplı yonga levha, parlak panel, MDF, laminant parke, tezgâh, kapı paneli gibi mobilya, dekorasyon ve inşaat sektörünün ihtiyaç duyduğu ürünlerdir. Şirket'in dikkat çekici büyümesinin 1990'ların başında şu andaki Genel Müdür Haluk Yıldız'ın göreve gelmesiyle başladığı ve bu tarihten itibaren sürekli olarak yeni yatırımlarla büyümesini gerçekleştirdiği görülmektedir. Özellikle hedef pazar seçimi ve ürün tasarımında, hem şirketin bünyesinde bulunan kendi pazarlama araştırması bölümünün, hem de uluslararası araştırma şirketlerince yürütülen çalışmalardan faydalanılarak karar verilmesi,

başarının şansa bırakılmadığının bir göstergesi niteliğindedir. Bunun yanı sıra, şirketin ulusal olduğu kadar, uluslararası finansman olanaklarına erişim sağlandığı, özellikle bankalarla işbirliği içinde olunduğu belirtilmiştir. Buradan hareketle, şirketin büyümesinde başka şirketlerle kurulan işbirliklerinin ve mümkün olduğunca fazla finansman alternatifinin değerlendirilmesinin önemi görülmektedir.

Özellikle son yıllarda yaptığı inovasyonlarla dikkat çeken Karaca A.Ş., yalnızca Türkiye'de değil, Dünya çapında züccaciye ürünlerinde önemli bir oyuncu olarak görülmektedir. 1973'te ticaret hayatına başlayan Karaca A.Ş., 1994 yılında çelik tencere ve çatal bıçak kaşık takımları üretmeye başlanmıştır.

Karaca'nın, büyümesinde özellikle satın alma stratejisini benimsediği görülmektedir. Bu stratejiye uygun olarak Emsan ve Jumbo gibi rakip markalar Karaca bünyesine dâhil edilmiş ve böylece, sektör liderliği konumu elde edilmiştir. Bununla beraber, 2014'te uluslararasılaşma süreci başlamış olup, şu anda toplam 16 ülkede ticari faaliyetlerini sürdürmektedir.

Karaca'nın inovatif ürünler geliştirmesi büyümesindeki en önemli rolü oynamaktadır. Gerek "Game Changer" ödülünü kazandıran BioGranit malzeme, gerekse inci tozu eklenerek üretilen " "Fine Pearl" seri porselen ürünler dünyada ilk defa üretilmiş olup, patentinin Karaca'da olduğu belirtilmiştir. Bu inovatif ürünler sayesinde, şirketin dünya çapında bir oyuncu olması sürecinin hızlanacağını düşünmek yanlış olmayacaktır.

Görüşülen büyük şirketler içerisinde yer alan ve züccaciye alanında faaliyet gösteren bir diğer şirket 1972 yılında sürahi, çay tabağı ve çay kaşığı üretimi ile faaliyetlerine başlamış olan Korkmaz AŞ'dir. Her ne kadar ilk başlarda tercih edilen bir seçim olmasa da, 1994 yılında yaşanan büyük ekonomik krizin de etkisiyle şirket uluslararası pazarlara açılmış, şu anda ise 80 ülkeye ihracat yapılmaktadır.

Şirketin sağlıklı büyümesinde, tüketici taleplerine ve müşteri memnuniyetine verilen önemin değerli olduğu düşünülmektedir. Bu konularda GfK ve Ipsos gibi dünya çapında olan firmalarla çalışılmakta ve sonuçlar titizlikle değerlendirilmektedir. Özellikle ürün tasarımında yakalanan başarının bu araştırmaların sonucu ortaya çıktığı düşünülürse, şirketler için pazar araştırmasının bir maliyet değil, yatırım unsuru olarak görülmesi gerektiği söylenebilir.

Sektörde bulunduğu 30 yıl içerisindeki büyüme başarısıyla dikkat çeken mobilya imalatçılarından biri olan Ladin Mobilya, çek-yat kanepelerin talep potansiyelini doğru tahmin edilmesi ve kaliteli üretimi ile başarıyı sağlamış bir şirket olarak görülmektedir. 2000'li yılların başlarında giderek kurumsallaşan firma, iç piyasanın iyi gitmesinden cesaretle dış ticarete atılmaya karar vermiş, 2001 krizinden sonra hem iç piyasada hem yurt dışında gelişme kaydetmiştir. Özellikle finansmanda, banka kredisi yerine bayilerin kendilerine güveni kullanılarak, bayilerden ön ödeme almaları, daha ucuz finansmana ulaşılmasında Ladin Mobilya için büyük avantaj sağlamıştır. Dolayısıyla, güvenilir olmanın faydası somut olarak görülebilmiştir. Üretilen ürünün arkasında durulması, hem tedarikçilerle hem de bayilerle uzun dönemli ilişkiler kurulması başarılarında büyük önem taşımaktadır.

Bir diğer büyük şirket olan Serhat Mobilya, diğer işletmelere kıyasla daha olgun bir

işletmedir. 1970'lerin sonunda toptan mobilya satışı yapılırken, şu anda çok çeşitli ev mobilyası ürünleri imal edilmektedir. Yurt içinde 160, yurt dışında da çeşitli önemli şehirlerde "Serhat Mobilya" ismi ile bayileri bulunmaktadır. Serhat Mobilya, ucuz bir mobilya markası olmayıp, sağlamlığı ve kalitesi ile ön plana çıkmayı hedef edinmiş olup, müşterilerden aldığı geri bildirime göre de, bu hedefini gerçekleştirmiş görünmektedir. Finansmanda ise öz kaynak kullanımı ile büyüme gerçekleştirdiği, kredi kullanmadığı gibi, devlet teşviklerinden de faydalanılmadığı ifade edilmiştir. Bu noktada, Serhat Mobilya'nın biraz daha esnek olup, büyük avantajlar sunan devlet desteklerinden faydalanması önerilmektedir.

Devlet tarafından verilen teşviklerin kullanımı, ürün farklılaştırma ve yaratıcı tanıtım faaliyetleri açısından esnaf ve sanatkâra örnek olarak gösterilebilecek bir şirket olarak Redof Mobilya dikkat çekmektedir. 90m²'lik bir üretim yeri ile ticari hayatına başlayan Redof Mobilya'nın, çok kısa bir süre içinde kapasitesini ve ürün çeşitliliğini arttırması planlanmaktadır. Bu dikkat çekici büyümenin Kalkınma Ajansı'ndan alınan destek ile mümkün olduğu ifade edilmiştir. Ajanstan alınan destek sayesinde yapılan teknoloji yatırımı, Redof'un en önemli ürünü olan spor dikişli ofis mobilyasının üretimini mümkün kılmıştır. Ürün tasarımındaki farklılığa ek olarak, pazarlama alanında da Redof Mobilya'nın başarılı uygulamaları olduğu görülmektedir. Internet sitesi, fuar katılımları, katalog çalışmalarının yanı sıra, rakiplerinden farklı olarak Redof Mobilya çeşitli dizilere sponsorluk yapmaktadır. Redof Mobilya'nın pazarlama alanında kullandığı ürün yerleştirme stratejisi sayesinde, başta İstanbul olmak üzere başka illerden de yoğun talepler alındığı ifade edilmiş, bu taleplere cevap verilebilmesi açısından ise lojistik maliyetleri azaltacak bir çözüm arayışında oldukları belirtilmiştir.

Müşterilerle yoğun şekilde ilişki kurarak, onların geri bildirimleri sayesinde sağlıklı bir büyüme gerçekleştiren bir şirket olan Weltew Mobilya, özellikle doğu illerde bayilik sistemi ile çalışmakta ve bayilik sistemi ile büyümektedir. Büyüme hedefinin tutturulması için finansal analizlerin ve öngörülerin doğru şekilde yapılması gerektiği ifade edilmiş, sektörde kurumsallaşma ve profesyonel yönetici bulunmamasının önemli sorunlar olduğu dile getirilmiştir. Kaliteli ve hatasız üretim yapılarak maliyetlerin azaltılması sayesinde, kazanmaya daha üretim aşamasında başlandığı belirtilmiş, bu durumun büyümede etkili olduğu vurgulanmıştır.

Bunlara ek olarak, müşterinin sesine önem verildiği, Weltew Mobilya olarak katılım gösterilen fuarlarda müşterilerden öneri ve geri bildirim topladıkları, koleksiyonlarını belirlerken de anketörlerle çalıştıkları belirtilmiştir. Weltew Mobilya'da reklama önem verildiğinin altı çizilmiş olup, bunun dışında bazı dizilerde de sponsorluk ya da yerleştirme gibi uygulamaları olduğu ifade edilmiştir. Weltew Mobilya'da büyümesinde ayrıca gerekli olan tüm ara mamulün de kendi bünyelerinde hazırlandığı ve bu sayede maliyetten tasarruf edildiği ifade edilmiştir. Bu durum belirtildiği gibi maliyette tasarruf sağlamak açısından olumlu olmakla beraber, yönetimde odak noktasının kayması açısından bir risk oluşturmaktadır.

Görüşme yapılan bir diğer büyük şirket olan Sefes Mobilya, tesadüflerle mesleğe başlamış bir işletme olarak dikkat çekmektedir. Önlerine çıkan fırsatların değerlendirilmesi noktasında gerekli olan pazar analizleri ve finansal analizlerin etkili bir şekilde kullanılması ile beraber nakdi ve gayri nakdi teşviklerin değerlendirilmesi açısından da esnaf ve sanatkâra

örnek olarak gösterilebilecek önemli işletmelerden biridir. 2000'li yılların başında ticari hayatına sandalye ve puf üretimi ile başlayan Sefes Mobilya'nın ürün karmasına, 2007 yılında döşeme karyola da eklenmiş olup, şu anda en büyük cirolarını döşeme karyoladan kazandıkları ifade edilmiştir. Yenilikleri takip etme amacıyla, düzenli olarak Köln, Çin, Malezya ve Milano fuarlarına ziyaretçi olarak gidip, buralardaki tasarımlardan ilham alınmakta, aynı zamanda orada görüşülen kişilerle işbirlikleri yapma şansları da kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, fuar katılımlarının özellikle uzun vadede tanınırlık ve başarı getirdiği ifade edilmiş, bu nedenle işletmelerin fuarlar gibi organizasyonlara sürekli ve düzenli olarak katılım göstermelerinin önemi vurgulanmıştır.

Her türlü işe girmeden önce de gerekli fizibilite çalışması ve pazar analizi yapılıyor olmasının, Sefes Mobilya'yı rakiplerine göre daha avantajlı bir hale getirdiği görülmektedir. Şirket'in en başarılı olduğu konulardan biri de, Eximbank ve KOSGEB gibi devlet desteklerinin etkili bir şekilde kullanılmasıdır. İnsan kaynaklarına olan yaklaşımının da yine gelişmelerinde önem taşıdığı belirtilmiştir. Şirkette çalışanların hemen hepsinin sektör ortalamasının üzerinde maaş aldığı, bu nedenle de, çalışanların hem daha özverili, hem de daha sadık çalıştıkları ve dolaysıyla da çalışanların burada olmaktan mutlu olmaları sayesinde verimliliklerinin de arttığı ifade edilmiştir. Personelin memnun edilmesinin şirketlerin büyüme performansları üzerinde doğrudan etkisi olduğu vurgulanmıştır.

Proje'nin büyük şirketler ile görüşmeler ayağında kırtasiyecilik mesleğini temsil etmesi amacıyla Atlas Kırtasiye ile görüşülmüştür. Atlas Kırtasiye'nin, kuruluşu sırasında KOSGEB'den diplomalı eleman desteği alındığı belirtilmiştir. Kırtasiye sektöründe üç büyük mağazası bulunan Atlas Kırtasiye, sektörde, barkotlu sistemi ilk kullanan firmalardan biridir. Buna ek olarak, şirkette hangi ürünün hangisiyle beraber satıldığı, hangi ürünlerin talep görmediği ve benzeri konularda sepet analizi uygulamaları da yapılmaktadır. Bu analizler sayesinde daha karlı ürünlerin belirlenip satış arttırıcı faaliyetlerde o ürünlere yönelinmesi mümkün olmaktadır.

Diğer kırtasiyelerden farklı olarak, Atlas Kırtasiye'de yalnızca satış yapılmakla kalmayıp, aynı zamanda müşteriyi mağazaya çekecek sınav giriş belgelerinin verilmesi gibi farklı alternatifler de hayata geçirilmiştir. Ayrıca, günümüzde, e-ticaretin her sektörde olduğu gibi, kırtasiye ve ofis gereçleri sektöründe de büyük önem taşıdığı ifade edilmiş ve satış oranlarının artması ve yaygınlaşması amacıyla kendilerinin de e-ticaret yapmak için girişimlerde bulundukları belirtilmiştir.

Özetle, Şişecam A.Ş. dışında kalan tüm diğer şirketlerin tarihçeleri incelendiğinde, hepsinin şu anki yönetici pozisyonundaki kişinin çıraklıktan ya da aileden bu mesleğe başladığı görülmektedir. İşin her aşamasındaki zorlukların bilinmesi ve yönetim fonksiyonun daha etkili yapılabilmesi açısından bu durum olumu bir katkı yaratmaktadır. Şirketlerin ölçeği büyürken, ortaklılıklar ve işbirliklerinden faydalanıldığı görülse de, büyümenin ilk aşamalarında aile içinden ya da tanıdıklarla büyüme gerçekleştirildiği göze çarpmaktadır. Bunun yanında, sonraki nesillere daha sağlıklı bir işletme yapısı bırakarak, şirketin devamlılığını sağlamak amacıyla kurumsallaşma yönünde de hızlı adımlar atıldığı görülmektedir.

Büyüme aşamasında akıllıca risk alınmış olması yine büyük şirketlerde ortak olarak

belirlenen bir noktadır. Bunun yanında, kuşkusuz pazarda tatmin edilmemiş istek ve ihtiyaçları doğru şekilde tespit edilip, hızlı davranıldığı görülmektedir. Rekabetin olmadığı pazarların doğru tespitinin tek başına yeterli olmayacağı açıktır. Uzun vadede başarı için belirlenen boşluğun yüksek kaliteli ve yenilikçi ürünlerle doldurulması, büyümenin sürdürülebilir olmasını sağlamıştır. Bunun yanında, görüşülen şirketlerde, iç piyasadaki başarılarının yanı sıra, dış pazarlarda da faaliyet gösteriyor olmaları dikkat çekicidir. Gerek iç gerekse dış pazara ilişkin değerlendirmelerini, kapsamlı ve etkili pazar araştırmaları sonucunda yapmaktadırlar.

Sektörde örnek konumda olan büyük ölçekli şirketlerin, ürün geliştirme alanında rekabetçi oldukları ve patentli ürünlere sahip oldukları görülmektedir. Bu sayede, pazarda rakiplerinin önüne geçerek, kendilerine kalıcı yer edinebilmektedirler. Görüşülen şirketlerdeki yetkililer, kalitede oluşacak bir düşüşün şirketlerini derinden etkileyeceğini, bu nedenle de kalite konusunda hassas olduklarını ve sürekli kontrol altında tutuklarını vurgulamışlardır.

Ürün kalitesinin sürekliliğinin yanı sıra, büyük şirketlerin markalaşma konusundaki yatırımları da dikkat çekmektedir. Marka isimlerinin yaratılmasından, tüketicilerle iletişime kadar pek çok alanda sektörün uzmanları ile çalışıldığı, tutarlı ve ayırt edici yönde konumlandırma yapıldığı göze çarpmaktadır. Ayrıca, görüşülen şirketlerde internet ve her türlü dijital kanalın etkili bir şekilde kullanıldığı, gerek yurt içi gerekse yurtdışı fuarlara katılım sağlandığı dikkat çeken diğer unsurlardır.

Şirketlerin büyümesinde, yalnız müşterilere değil, çalışanlara ve toplumun geneline sunulan yüksek değerin etkili olduğu bilinmektedir. Bu görüşe paralel olarak, görüşülen şirketlerde de çalışanlara mümkün olduğunca iyi koşullar sunulduğu, eğitim ve geliştirme olanaklarının sağlandığı, bu nedenle de çalışanların uzun süreler ayrılmadığı belirtilmiştir. Buna ek olarak, üretimde çevreye duyarlı tekniklerin kullanımı, atıklar konusunda gerekli önlemlerin alınması ile insan sağlığını ön plana koyan ürünler ve üretim tekniklerinin tercih ediliyor olması bir diğer ortak özellik olarak belirlenmiştir.

Tüm dünyada gerçekleşen ticaret serbestliği, işletmeler için müthiş bir pazar fırsatı sunarken, aynı zamanda büyük tehditler de içermektedir. İşletmelerin artık yalnız kendi çevrelerinde değil, tüm dünyadan sayısız işletme ile rekabet etmek zorunda olduğu açıktır. Bu nedenle, en önemli rekabet silahının bilgi olduğunu kavrayarak, gerek tüketici eğilimleri ve sektördeki trendler ve gerekse rakip işletmelerin adımlarını en erken öğrenerek, bunlara uygun şekilde adaptif stratejiler ile cevap verebilen işletmelerin başarı şansının büyük olduğu görülmektedir. Nitekim proje kapsamında incelenen büyük ölçekli şirketlerin hepsinde de bilginin en önemli güç olarak kullanıldığı görülmektedir. Pazardaki tatmin edilmemiş bölümlerin bulunması, bu bölümlerin doğru şekilde doldurulabilmesi için gerekli olan yenilikçi ve inovatif ürünlerin tasarlanması, ihtiyaç duyulan finansmanın en az maliyetle elde edilmesi ve son olarak büyümenin sürdürülebilir olması için gerekli olan kurumsal kültürün oluşmasında gerek kurucuların kişisel çaba ve deneyimleri ile gerekse profesyonellerden alınan destekler ile başarıya ulaşıldığı görülmektedir. Buradan hareketle, esnaf ve sanatkârların işlerini büyütebilmeleri için daha fazla araştırmacı, çevredeki gelişmelere karşı daha fazla duyarlı olmaları ve belirledikleri fırsatları doğru şekilde değerlendirebilmek amacıyla profesyonellerden de destek almaları önerilebilir.

1.11. SEKTÖRDEKİ İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü Analizi'nin veri toplama yöntemlerinden biri alanlarında iyi örnek teşkil eden işletme, kurum ve kuruluşların yerinde incelenmesidir. Buradaki mülakatların genel amacı, iyi uygulama örneği olarak ortaya çıkan bu başarı öykülerini öğrenerek, bunların yaygınlaştırılması ve esnaf ve sanatkârların bu konularda bilgilendirilebilmesi için gerekli öneri ve görüşleri belirlemektir.

Bu amaçla, proje araştırma ekibi tarafından, İnegöl, Kayseri ve İstanbul'da toplam 10 kurum/kuruluş ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bursa İnegöl'de, İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası, MODEF Fuarcılık, MOBİLİYUM Alışveriş Merkezi, İnegöl Ağaç İşleri Mobilya İhtisas Organize Sanayi Bölgesi, Hacı Sevim Yıldız Mesleki Eğitim Kampüsü, İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği, İnegöl Mobilya Ağaç Sanayi Müzesi, Kayseri'de, Mobilyakent ve İstanbul'da MOBSAD ve MASKO SS. ile görüşülmüştür.

İyi uygulama ziyaretleri kapsamında en fazla göze çarpan oluşumlar kümelenmelerdir. Kümelenme, aralarında benzerlikler ve çeşitli ticari ve üretimsel ilişkiler bulunan işletme ve şirketlerin aynı coğrafi alanda toplu halde faaliyette bulunması ile ortaya çıkan yapılardır. Kümelenme modeli, ulusal ve bölgesel rekabetçiliği arttıran, katılımcılar arasında pozitif dışsallıklar yaratarak, firmaların tek başlarına sağlayabileceğinden daha fazla üretim artışı sağlayan bir sistemdir.

Kayseri'deki Mobilyakent iyi bir kümelenme örneği olarak öne çıkmaktadır. Mobilyakent, Kayseri ve Türk mobilya sektörünü geliştirmek, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet gücünü artırmak, esnaf ve sanatkârın sorunlarına çözümler üretmek, sektörün birlik ve beraberlik içinde hareket etmesini sağlayacak sürdürülebilir bir ekonomik ve sosyal altyapı projesi ortaya çıkarmak amacı ile kurulmuştur. Mobilyakent, sadece satış odaklı bir oluşum olmayıp araştırma ve tasarım altyapısı oluşturması açısından da son derece önemli bir projedir. Bünyesinde bulunan Mobitek ile yeni ve katma değerli üretimler yapılması ve uluslararası düzeyde rekabet edebilir tasarımlar geliştirebilmesi amaçlanmaktadır. Sektörün ihracat potansiyelini arttırması ve dolayısıyla ülke ekonomisine daha fazla katkıda bulunması, yenilikçi ürün üretmesi ve dünya standartlarında kalite ve tasarım sunması yoluyla gerçekleşecektir. Mobilyakent projesi ile ilgili bir diğer önemli özellik ise ulusal ve uluslararası destekleri başarılı bir şekilde kullanmasıdır. Projenin inşaatı devlet imkânları ile TOKİ tarafından üstlenilmiştir. Ayrıca AB'den ve ulusal kaynaklardan destekler alınmıştır. Tamamen ulusal ve uluslararası destekler ile esnaf ve sanatkâra ve mobilyacılık sektörüne yeni bir ufuk çizilmiş, dünya standartlarında üretim ve satış yapabilmesi için imkân yaratılmıştır.

Mobilyacılık alanındaki bir diğer kümelenme örneği ise İnegöl'de görülmektedir. Tarih boyunca ahşap ve mobilya üretiminin önemli bir yer tuttuğu İnegöl'deki Mobiliyum Alışveriş Merkezi, İnegöl'deki mobilya üreticisi ve satıcılarını bir araya toplamış başarılı bir kümelenme örneğidir. Mobiliyum ve yapımı halen devam etmekte olan İnegöl 2. Mobilya İhtisas Organize Sanayi Bölgesi aslen rakip olan işletmeleri bir araya getirerek, hem mobilyacıların kendilerini rekabet, satış ve ihracat alanlarında gelişmeye zorlamakta hem de müşteriler için bir çekim merkezi yaratmaktadır.

Yine bir kümelenme örneği olan MASKO, 1998'de mağaza olarak faaliyete başlamış

olup, günümüzde, 480.000 metrekare 350 dönüm üzerinde 550 firma 778 mağazası ile İstanbul İkitelli'de yer alan, Avrupa'nın en büyük perakende mobilya sitesidir. Günümüzde ısmarlama mobilyanın daha çok tercih edilmesini fırsat olarak değerlendiren MASKO, 2016 yılında "Mobilyanın Terzisi" sloganı ile kişiye özel hizmet vurgusu yaparak Türkiye'de ve dünyada öne çıkmıştır. Bir başka önemli başarı ise MASKO bünyesinde devam eden, MEP (*MASKO Exclusive Project*) projesidir. Bu projede müşteriye kaliteli ve güvenli bir ortamda mobilya alışverişi için sağlıklı koşullar oluşturulmaya çalışılmıştır. Teknolojinin başarılı kullanımı açısından "360 Derece MASKO" projesi öne çıkmaktadır. Bu projede tüketiciler MASKO'ya gelmeden önce, internetten 360 derecede sanal olarak mağazaları gezebilmekte ve zaman kaybı olmadan, alışverişlerini önceden planlayabilmektedirler.

Bu tür başarılı kümelenme örneklerinin sektörde yaygınlaştırılmasının çok faydalı olacağı, ulusal ve uluslararası rekabette fark yaratacağı düşünülmektedir. Bu tür oluşumlar ön plana çıkarılarak diğer esnaf ve sanatkâra örnek olması sağlanmalı ve ayrıca devlet kurum ve kuruluşları tarafından finansal olarak desteklenmelidir. Sektörde kümelenmenin yaygınlaşması hem sektör hem de Türkiye ekonomisi için olumlu bir gelişme sağlayacaktır.

Proje kapsamında ziyaret edilen iyi uygulamaların yoğunlaştığı bir diğer grup ise başarılı işbirliği örnekleridir. Bu oluşumlar amaç ve güç birliği sayesinde sektörün gelişmesini ve esnaf ve sanatkârın çalışma şartlarını ve ekonomik durumunu iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Bunlardan İnegöl'deki İnegöl Marangozlar ve Mobilyacılar Odası 1965 yılında mobilya işi ile uğraşan esnaf ve sanatkârların mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak ve sorunlara ortak çözüm bulmak amacıyla 165 mobilyacının bir araya gelmesi ile kurulmuştur. 100 ülkeye yıllık 350 milyon dolarlık mobilya ihracatı yapan İnegöl'de odanın 4600 esnaf ve sanatkâr üyesi bulunmaktadır. Oda, ihracat odaklı üretimi ön plana çıkarmakta ve bu bağlamda fuar vb. pazarlama tekniklerini etkin bir şekilde kullanmayı teşvik etmekte, İnegöl'ü bir mobilya merkezi yapmaya ve İnegöl mobilyasını markalaştırmaya çalışmaktadır. Bu noktada MODEF Fuarcılık da İnegöl'ü bir çekim merkezi yapmaya çalışması ve uluslararası pazarları hedeflemesi ile sektördeki önemli işbirliklerindendir.

İnegöl'de kolektif çalışmanın ürünü olan ve İnegöl mobilyasının tanıtımında hiç kuşkusuz çok önemli rol oynayan İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği (İMOS) Avrupa Birliği Küme Mükemmeliyetçiliği Sekretaryası tarafından Bronz etiketle ödüllendirilmiş, Porter kümelenmesini ülke kültür ve şartları ile buluşturmayı başarmıştır. İnegöl Mobilya Sanayicileri Derneği'nin amacı, İnegöl Mobilyası markasını tanıtmak ve gücünü arttırmaktır. Bu alanda çalışmalar yaparken hem üreticinin işlerinin ve rekabet gücünün artması için çalışmakta hem de tüketicilerin ihtiyaçlarını dikkate almaktadır. Bu kapsamda İMOS'un "İnegöl Mobilyası Yıldızları", "İnegöl Dünya ile Buluşuyor", "I'm Design" gibi etkinlik ve projelerle ile tasarım ürünlerini teşvik etmekte, Türk firmaların uluslararası rekabette yer alabilmesini desteklemektedirler. Bünyesinde bulunan ve Türkiye'nin ilk mobilya tasarım merkezi olan Atölye İnegöl ile profesyonel mobilya tasarımcılarının yetişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu tasarım merkezinde trend geliştirme, tasarım geliştirme ve tasarım yerleştirme alanlarında çalışılmaktadır. Bunun yanında, İnegöl Mobilyası Tanıtım Grubu kurulmuş ve İnegöl Mobilyası için nar logosu geliştirilmiştir, ayrıca İnegöl Mobilyası Garanti markası için tescil alınmıştır.

Diğer bir başarılı işbirliği örneği olan MOBSAD – Mobilya Sanayii İşadamları Derneği mobilya sektöründe yaygın olarak karşılaşılan sorunların, mobilyacıların dayanışma içerisinde beraberce çözülebileceğine inanan 18 mobilyacı tarafından 2006 yılında kurulan bir sivil toplum oluşumudur. MOBSAD, mevcut yapısal ve güncel sorunlar nedeniyle önemli bir temsil ve iletişim sorunu olan mobilyacıların sorunlarının çözülmesi için faaliyetlerde bulunmakta, sektörün ihtiyaç duyduğu alanlarda bireysel, kurumsal ve kamusal olarak alınması gereken önlem ve uygulamaların tespitinde yol gösterici olmayı hedeflemektedir. Temsil ettiği zanaatkâr kökenli yüksek katma değerli mobilya üreticilerinin günün koşullarına uygun şartlarda katma değer üretmelerine devam etmesini temin için gereken özel çabaları göstermek, mesleki eğitimin sektördeki önemini sürekli vurgulamak ve nitelikli ara eleman sorununun çözümü için çalışmak MOBSAD'ın amaçları arasında yer almaktadır. Mobilya sektörünü, Türk ekonomisinde öne çıkarmak, küçük ve orta ölçekli işletmeleri bir araya getirerek ihracat, pazarlama, tasarım ve Ar-Ge çalışmaları konusunda önemli bir güç birliği oluşturmak ve Türk mobilya sektörünün uluslararası pazarlarda gerçek bir "marka" haline getirilmesi amaçlaması MOBSAD'ı sektörde öne çıkarmaktadır. Bünyesinde bulunan MOBSAD AKADEMİ'de üyelere ticaret ve iş hukuku, dış ticaret, markalaşma ve devlet destekleri gibi önemli konular hakkında temel eğitimler verilmektedir. Bu eğitimler ve sürekli araştırma-geliştirmenin desteklenmesi sayesinde, derneğe üye şirketler, Çin'deki müşterilere dahi ihracat yapabilir durumda olup, bunun yanı sıra çeşitli uluslararası projelerde yer almaktadırlar.

İnegöl'de bulunan Hacı Sevim Yıldız Mesleki Eğitim Kampüsü İnegöl mobilyacılığına ihtiyacı olan eğitimli personeli sağlayacağına inanılan bir meslek lisesi olarak öne çıkmaktadır. Mezuniyet sonrası öğrencilerin iş bulmaları konusunda firmalarla protokol imzalanması, başarılı öğrencilere burs verilmesi ve mezuniyetten sonra da iş olanakları sağlaması okulun başarılı yanlarındandır. Kampüs içerisinde bulunan ve mobilya firmalarının bağışlarıyla zenginleştirilen Mobilya ve İç Mekân Tasarımı atölyeleri, öğrencilerin kendilerini geliştirmelerine yönelik olarak düzenlenmiş, mobilya üretiminde kesim, döşeme, tasarım gibi alanlarda ayrı atölyeler ve laboratuvarlar oluşturulmuştur. Odak grup toplantılarında, işyeri ve büyük şirket ziyaretlerinde öne çıkan sorunlardan biri sektörde istihdam edilecek nitelikli eleman bulamamaktır. Meslek liselerinin ve kursların arttırılması bu süreçte gerekli eleman açığının kapanmasına yardımcı olacaktır. Bu noktada, özellikle meslek liseleri önemli bir yer tutmaktadır ve Hacı Sevim Yıldız Mesleki Eğitim Kampüsü bu konuda başarılı bir örnek teşkil etmektedir.

Sektörün tarihsel gelişimin ortaya konması ve mobilyacılık mesleğinin yaşatılması açısından önemli bir uygulama olan Mobilya Ağaç Sanayi Müzesi, ağaç işçiliği ve mobilyacılığın İnegöl'deki yüzlerce yıllık gelişimini kronolojik olarak anlatmayı ve bu alandaki kültürün geniş kitlelere yayılmasını hedeflemektedir. Mobilyacılık ve marangozluk alanında bu bölgenin önemini pekiştirmek ve tanıtmak bakımından kilit bir işleve sahip olup mobilyacılık sektörü için çok önemli bir tanıtım olanağıdır. Bu noktada, diğer şehirlerde de farklı meslek gruplarını hedefleyen bölgesel tarihsel gelişimleri yansıtan müzelerin açılmasının hem esnaf ve sanatkâr hem vatandaş hem de araştırmacılar için faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, İnegöl, Kayseri ve İstanbul'da yerinde ziyaret edilen iyi uygulama örnekleri, aynı alanda çalışan esnaf ve sanatkâr ve firmaların birlikte hareket etmesinin öneminin vurgulanması, işbirliklerinin arttırılması ve bunların bütüncül fayda yarattığının belirlenmesi açısından önem taşımaktadır.

Kümelenme ile ilgili Türkiye'deki mobilya sektörü üzerine olan akademik literatür Kayseri, İnegöl ve İstanbul başta olmak üzere mevcut KOBİ'leri incelemektedir. Proje kapsamında yapılan yerinde incelemeleri ve işletme ziyaretleri sürecinde mevcut literatürde oluşmuş genel yargılara ve ortaya konulan bulgulara paralel gözlemler yapılmıştır. Şüphesiz ki, kümelenme sektörel gelişme ve ekonomik kalkınma için önemli bir potansiyel taşımaktadır. Ancak, Kayseri, İnegöl ve İstanbul örnekleri üzerinden hareketle işletmelerin bu anlamda kat etmesi gereken önemli mesafeler olduğu açıktır. Çalışmanın ortaya koyduğu ve bir anlamda sadece kümelenme deneyiminin değil, aslında sektörün de karşılaştığı sorunlara yönelik çözüm önerileri içerisinde en fazla öne çıkanları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür. Sektörün karşı karşıya olduğu sorunları ortadan kaldırmaya dönük uygulama ve politikalar sadece daha etkin bir kümelenmeyi değil, aynı zamanda ülke ekonomisine çok daha fazla katkı yapabilen, ihracat potansiyeli yüksek, Ar-Ge yönelimli ve rekabetçi bir sektörel ilerlemenin de önünü açacaktır. Son tahlilde bu, ülke ekonomisinin tam da içinden geçilen zor zamanlarda nefes almasını sağlayacaktır. Yukarıda sergilenmeye çalışılan iyi uygulama örnekleri yapabildikleri ve yapamadıkları bağlamında önemli ve öğretici deneyimler sunmaktadır. Dolayısıyla burada altı çizilen eksikliklerin bireysel, kurumsal ve toplumsal/siyasal düzeylerde giderilmesi "iyi" uygulama örneklerinin "çok daha iyi" uygulama örneklerine dönüşmesine yol açacaktır.

- Sektörde bulunan işletmelerin dünyadaki gelişmeleri ve küresel talep kalıplarındaki değişimleri takip edebilmesi, bu anlamda kamunun bilgi akışını sağlayan bir aktarım mekanizması rolü üstlenebilmesi,
- OSB müdürlükleri, sanayi ve ticaret odaları ve esnaf ve sanatkâr odalarının birlikte hareket edebilecekleri ortamın sağlanması noktasında kurumsal düzenlemeler ve mevzuatlarda iyileştirmeler yapılması,
- İşletmelerin çalışanlarının mesleki eğitimine yatırım yapması,
- Sektörü oluşturan tüm özel ve kamusal paydaşların yerel üniversitelerle Ar-Ge ve tasarım işbirliği içinde olmaları,
- İnovasyonun öneminin işletmeler tarafından içselleştirilmesi yönünde etkinlikler, eğitim programları, seminer ve konferanslar düzenlenmesi yoluyla üretim, dağıtım ve tedarik süreçlerinde çok daha kurumsal bir yaklaşımın yer etmesinin sağlanması,
- Meslek liseleri ve diğer eğitim program ve müfredatlarının sektörün ve ülkenin ihtiyaç ve önceliklerine göre yapılandırılması,

Proje süresince birebir görüşmelerde karşılaşılan çok sayıda örnek göstermektedir ki, bazı kümelenmeler bazı sorunlarla baş etme noktasında diğer kümelenmelere göre daha etkin olabilmektedir. Örneğin, tamamen mobilyacıların finanse ettiği Mobiliyum AVM başarısı, diğer kümeler için yol gösterici bir örnek haline getirilebilmelidir. Benzer biçimde,

"mobilyanın terzisi" şiarı ile hareket ederek Avrupa'nın en büyük mobilya perakendecisi haline gelen MASKO örneği diğer kümelerin de öğrenebileceği ders ve deneyimleri barındırmaktadır. Bu şekilde kümelerin içine dönük, kapalı ve kendi enerjisini tüketen kapalı sistemler olmaktan çıkıp, nefes alan, canlı ve "öğrenen" organizmalara dönüşümü sağlanabilir. Bununla birlikte, başarılı örneklerin, kendilerini daha ileriye götürecek çalışmalar kapsamında daha başarılı kümelerden de feyz almaları gerekir.

1.12. SEKTÖRDE FAALİYET GÖSTEREN ESNAF ve SANATKÂRLARIN KARŞI KARŞIYA OLDUĞU SORUNLAR

1.12.1. İşe Başlangıç Süreçleri İle İlgili Sorunlar

1) İşe Başlangıç Sürecindeki İşlem Ücretlerinin Yüksekliği

Esnaf ve sanatkârlar tarafından sicil kaydı, adres, unvan değişikliği gibi işlemlerin yapılması için ödenmesi gereken ücretlerin yüksek olduğu belirtilmiştir. Ek olarak, turistik, otantik, hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığı mesleğinde dükkân kiralarının sahil bölgesinde çok yüksek olmasının "tablacılık" tabir edilen pazarda kayıt dışı olarak hediyelik, hatıra eşya ve züccaciye ürünlerinin satışına yol açtığı dile getirilmiştir.

İlgili Mevzuat

5362 sayılı Kanun 61. madde

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü yetkilileri, anılan işlem ücretlerinin esnaf ve sanatkârlar için birer gider kalemi olduğunu, öte yandan, esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşları için ise önemli gelir kaynakları olduğunu belirtmiştir. Burada bir denge kurulması gerekliliği vurgulanarak, 5362 sayılı Kanun'da değişiklik çalışmalarının tamamlandığı ve bu hususlara önemle yer verildiği dile getirilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Sicil kaydı, adres, unvan değişikliği, kapasite raporu düzenleme gibi işlemlerin ücretlerinin mümkün olduğunca düşük tutulması önerilmektedir.
- Bu tür işlem ücretleri için en azından ilk yıl için muafiyet getirilmesi 5362 sayılı Kanun'da yapılan değişiklik çalışmalarına dâhil edilebilir.
- Turistik, otantik, hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığı mesleği için sahil bölgesindeki yüksek kira sorununa çözüm olarak bu bölgede kiralanan dükkânlar için stopaj düşürülebilir.

2) Geçici Ruhsat Uygulaması

10.08.2005 tarih ve 25902 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik" uyarınca belediyeler tarafından verilebilen geçici çalışma ruhsatının süresinin her yıl uzatılması hem esnaf ve sanatkârlara ek maliyet yaratmakta, hem de oda kayıtlarının tamamlanmasının önünde engel yaratmaktadır.

İlgili Mevzuat

10.08.2005 tarih ve 25902 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan "İşyeri Açma Ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik".

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Altındağ Belediye Başkanlığı yetkilisi tarafından, geçici ruhsat belgesinin süresinin uzatılmasının, çoğunlukla bölgenin yapı kullanım izin belgesi olmamasından kaynaklandığı ifade edilmiştir. Özellikle, Altındağ Belediyesine bağlı olan Ulus bölgesinde çok fazla sit alanı olduğu, bu nedenle bölgede geçici ruhsat kullanılmasının zorunlu bir hal olduğu belirtilmiştir. Belediyelerce verilen geçici ruhsat ve bu belgenin uzatılması uygulamalarının, ticaretin devam etmesi için zorunluluk olduğu vurgulanmıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Geçici ruhsat uygulamasının esnaf ve sanatkârlar üzerinde ek bir maliyet unsuru yarattığı anlaşılmaktadır. Çalışma ruhsatı ve geçici çalışma ruhsatının ücretleri aynı olup, esnaf ve sanatkârlar her sene bu maliyeti tekrar tekrar ödemek durumunda kalmaktadır.
- Esnaf ve sanatkârların vergi dairesine kayıt yaptırdıktan sonra esnaf ve sanatkâr odalarına kayıt yaptırmasının sağlanması ve geçici ruhsatın süresinin defalarca uzatılamamasına ilişkin düzenleme yapılması önerilmektedir.
- Alternatif olarak, önce ilgili meslek odasına kayıt yapılması zorunlu hale getirilip sonrasında vergi dairesine kayıt yapılabilmesi yönünde bir düzenleme yapılabilir.
- Esnaf ve sanatkârların iş yeri açmak için geçici çalışma ruhsatı almak zorunda olduğu yapı kullanım izin belgesi olmayan bölgelerin tespit edilmesi ve buraların yapı kullanım izin belgesi edinilmesine uygun hale getirilmesi gerekmektedir.

1.12.2. Üretim İle İlgili Sorunlar

1) Teşhir/İmal Yeri, Sanayi Sitesi Eksikliği

Sektördeki işletmelerin, özellikle mobilyacılık alanındaki mesleklerin, yer kısıtı sebebiyle genellikle dikey büyümesi hem sağlık hem de üretim imkânları açısından elverişsiz bir çalışma ortamı yaratmaktadır.

İlgili Mevzuat

2985 sayılı Toplu Toplu Konut Kanunu ile 4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Bölgeleri Genel Müdürlüğü yetkilisi tarafından 1962'den itibaren Organize Sanayi bölgelerinin (OSB) var olduğu, şu an 311 sicil almış OSB olduğu ve faal OSB sayısının ise 173 olduğu dile getirilmiştir.

OSB'ler için onay, sicil, imar planı onayları, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından verilmekte olup, ayrıca organize sanayi bölgelerinin altyapısının oluşturulması için kredi

sağlanabildiği belirtilmiştir. Buna paralel olarak, 2017 itibarıyla yaklaşık olarak dört buçuk milyar TL kredi desteği sağlanmış olduğu eklenmiştir.

Küçük sanayi sitelerinin ise idari olarak yerel idarelere yani belediyelere bağlı olduğu, buralarda da Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının alt yapının tamamına ve gelişmişlik düzeyine göre üstyapının %70'ine kadar yapım kredisi desteği sağladığı ifade edilmiştir. 2016 yılında üretim reform paketi çalışmaları kapsamında ülkemizdeki faal sanayi sitelerinin tespiti konusunda bir çalışma yapılmış olduğu, buna göre, 858 sanayi sitesinin tespit edildiği ve bunun 470'inin Bakanlığın verdiği kredi desteğiyle yapıldığı, 95 bin iş yerinin de bu destekle kurulmuş olduğu ve 2016 itibarıyla yaklaşık beş buçuk milyar TL kredi desteği sağlandığı bilgisi verilmiştir.

Sanayi sitelerindeki iş yeri ihtiyacının yıllar içerisinde değişim gösterdiği, sanayi sitelerinin ilk yıllardaki uygulamalarında 40-50 metrekarelik kapalı alanlı işletmeler varken, şimdilerde 200 metrekarelik alanlar bile olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle, dile getirilen yatay yapılanma ihtiyacının yeni kurulacak sanayi siteleri ile karşılanabileceği ifade edilmiştir.

Antalya'da Mobilyacılar İhtisas Sanayi Sitesi'ne kredi destekleri olduğu ve bu sitede 2000 metrekareye kadar kapalı alana sahip iş yerleri olduğu bilgisi verilerek, benzerlerinin başka yerlerde de yapılabileceği ancak belirli koşulların oluşmuş olması gerektiği ifade edilmiştir. Öncelikle bölgesel bir kümelenmenin oluşması gerektiği sonrasında küçük sanayi sitesi kurularak Bakanlığa kredi için başvurulabileceği açıklanmıştır. Düşük faiz oranlarıyla kredi verildiği ve 2 yıl sonra ödemelerin başladığı, bu nedenle de yatırımcılar için cazip olabileceği vurgulanmıştır.

OSB'yi TOKİ'nin yapmasının mevzuat açısından mümkün olmadığı ve OSB'deki parsellerin doğrudan yatırımcıya tahsis edildiği ifade edilmiştir. Ancak kanunda yapılan bir değişiklik ile artık OSB'lerin Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı şirketlerine iştirak edebildikleri, yani OSB'nin içinde bulunduğu bir GYO'nun iş yeri yapabileceği, bunu kiralayabileceği ve satabileceği ancak yarıdan fazla hisseye sahip olması gerektiği açıklanmıştır.

Toplu Konut İdaresi Başkanlığı yetkilisi, taleplere göre TOKİ'nin konut dışında çalışmaları olduğunu, resmi kurum binalarından, okul, hastane gibi diğer hizmet binalarını projelendirme ve ihale işlemleri de yapmakta olduğunu ifade etmiştir. Kayseri, Uşak ve Bursa'da TOKİ'nin yaptığı küçük sanayi siteleri olduğunu, bunlar dışında ihale süreci devam eden, Bolu'da, Diyarbakır'da ve Akhisar'da küçük sanayi sitesi çalışmaları olduğunu belirtmiştir. Küçük sanayi sitesinin, ya hazine mülkiyetindeki taşınmazların mülkiyetinin TOKİ'ye geçmesi kaydıyla, ya da özel mülkiyetteki taşınmazın alınması ve işyeri fiyatlarına eklenmesi yoluyla yapıldığını eklemiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Devletin organize sanayi bölgeleri kurulabilecek araziler tahsis ederek, esnaf ve sanatkârın buralarda TOKİ tarafından inşa edilecek tesislere taşınması esnaf ve sanatkârın çalışma şartlarını iyileştirecektir.
- Çalışma şartlarının düzeltilmesi yanında iyi örnek uygulamalarında incelenen

başarılı kümelenme örneklerinin yaygınlaştırılması sağlanacaktır.

- TOKİ'nin konut alanları yapma görevine ilave olarak ihtiyaç duyulan iş yeri alanlarının da yapılmasına ilişkin görev alanının genişletilmesi önerilmektedir.
- Meslek kuruluşları ve ilgili Bakanlıklar tarafından kümelenme türü iyi uygulama örneklerinin ön plana çıkarılması, esnaf ve sanatkârın hem bu tür oluşumların faydaları hakkında hem de bu konuda devlet tarafından sağlanan teşvik ve destekler hakkında bilgilendirilmesi sektörün gelişimi için çok faydalı olacaktır.

1.12.3. Finansman İle İlgili Sorunlar

1) Kredi ve Desteklerin Kullanım Şartları İle İlgili Problemler

Esnaf ve sanatkârlara yönelik teşvik ve desteklerin sayısının az olduğu, bununla beraber bu desteklerin kullanımında da zorluklar bulunduğu belirtilmiştir. Sektörde KOSGEB ve Kalkınma Ajansı'nın verdiği desteklerden faydalanan işletmeler bulunmasına rağmen, esnaf ve sanatkârların proje hazırlama kapasitesinin yetersiz olması nedeni ile yararlanma oranının çok düşük olduğu ifade edilmiştir. Buna ek olarak, esnaf ve sanatkârların çoğunlukla şahıs işletmesi kapsamında faaliyetlerini sürdürmeleri dolayısıyla destek ve kredilere ulaşmakta sıkıntı yaşadığı vurgulanmıştır.

İlgili Mevzuat

5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun

5350 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar

2012/1 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Daha önce tamamlanan sektör analizlerinde yer aldığı üzere[30], bu konuda Ticaret Bakanlığı Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü temsilcisi, teşvik ve desteklerde önemli olan noktanın asgari yatırım tutarı olduğu, bu yatırımı yapacak olan işletmenin büyüklüğünün değerlendirmeye alınmadığını belirtmiştir. Bunun yanı sıra, hem esnaf ve sanatkârlar için, hem de KOBİ tanımı içerisinde giren işletmeler için çok sayıda ve farklı özelliklerde teşvikler bulunmaktadır. Bu teşviklerde, geri ödemeli ya da geri ödemesiz olmak üzere seçenekler bulunmasının yanı sıra, ihtiyaca göre farklı programlardan faydalanılması mümkün olabilmektedir. Farklı türde destek ve teşviklerin yürürlüğe konabilmesi için ise ilgili meslek kuruluşlarının yetkili mercilere başvurması etkili olmaktadır.

30 Esnaf ve Sanatkarlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Esnaf ve sanatkârın kolayca başvurabileceği teşvik programlarının sayısı artırılmalıdır.
- Makine, demirbaş ve sabit yatırıma verilen destekler, emtia alımını da kapsar hale gelmelidir.
- KOSGEB'in "İşbirliği Güç Birliği" gibi projelerine en az 5 ortak bulunması gibi şartlar başvuruyu zora soktuğundan, bu destek için gerekli ortak sayısı azaltılabilir.
- Verilen teşvikler kapsamına ikinci el makine satın alınması da dâhil edilebilir.
- Devlet tarafından sunulan teşvik ve destekler hakkında yeterli bilgiye sahip olunmadığı, bu sebeple hâlihazırda bulunan imkânların bile değerlendiremediği vurgulanmıştır. Bu nedenle, meslek odalarının esnaf ve sanatkârlara bilgi vererek, proje hazırlamakta yardımcı olabilecek eleman istihdam etmelerinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

1.12.4. İnsan Kaynakları İle İlgili Sorunlar

1) Meslek Edindirme Kurslarının Yetersizliği

Sektördeki esnaf ve sanatkârlar meslek edindirme kurslarında verilen eğitimleri almış elemanları mesleki olarak yetersiz bulmakta ve bu elemanların işe alındıkları pozisyonun ihtiyaçlarını karşılayamadıklarını düşünmektedir.

İlgili Mevzuat

06.11.2014 tarihli Aktif İşgücü Hizmetleri Yönetmeliği

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

İŞKUR yetkilisi meslek edindirme kurslarının işgücü piyasasından gelen ihtiyaca göre açıldığını ve modüler bir sistem olduğunu belirtmiştir. İşverenlerin eğitim içeriğini modüllerden seçerek belirleyebildiğini, ayrıca eğitmeni de kendilerinin seçebileceğini eklemiştir. Bu eğitimlerin tüm masraflarının İŞKUR tarafından karşılandığını, işverenin tek yükümlülüğünün % 50 istihdam garantisi olduğu dile getirilmiştir. Ancak kursların en az 10 kişilik açılabildiği, bunun da küçük ölçekli işletmeler için uygun olmayabileceği vurgulanmıştır. Bu durumda birkaç esnaf ve sanatkâr birleşerek veya odalar aracılığı ile organize olunarak esnaf ve sanatkârların kendi ihtiyacına göre eğitimler talep edebileceği açıklanmıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Meslek edindirme kurslarının ihtiyaca ve bölgelere göre farklılaşarak açılması önerilmektedir.
- İŞKUR tarafından sunulan meslek edindirme kurslarının, esnaf ve sanatkârların kendi ihtiyaçlarına göre dizayn edilebileceğinden, esnaf ve sanatkârların yeterince haberdar olmadığı anlaşılmaktadır. Meslek kuruluşlarının ve İŞKUR'un bu konular hakkında bilgilendirmeye yönelik çalışmalar yapmaları, bu imkânlardan yararlanan esnaf ve sanatkâr sayısını yükseltecektir.

2) Çırak Bulunamaması Sorunu

Esnaf ve sanatkâr temsilcileri, zorunlu eğitimin 8 yıldan 12 yıla çıkaran 4+4+4 sistemi ile çırak bulamadıklarını, 12 yıl eğitimden sonra başlanan çıraklığın çok geç olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durumun, çekirdekten nitelikli eleman yetiştirmeleri önünde engel teşkil ettiği vurgulanmıştır.

İlgili Mevzuat

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu

6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- 2016 yılında yürürlüğe giren 6764 nolu kanun kapsamında mesleki eğitime ilişkin yeni düzenlemeler getirilmiştir. Yapılan değişiklikler ile çıraklık için aranan yaş şartı kaldırılıp, ortaokul mezunu olma şartı getirilmiştir. Ayrıca değişiklikten önce, on ve daha fazla çalışanı bulunan işverenler çalışan personel sayısının %5'inden az olmamak üzere mesleki ve teknik eğitim okulu öğrencisi çalıştırmakla yükümlüyken yapılan yeni değişiklik ile mesleki ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumu öğrencileri de bu kapsama alınmıştır. Ek olarak, işverenlerin çalıştırdıkları aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrencilere yapacakları ödemelerde; 20'den az personel çalıştıran işletmelerin kanun kapsamında ödeyeceği ücretin 2/3'ü, 20'den fazla personel çalıştıran işletmelerin ödeyeceği ücretlerin 1/3'ü işsizlik sigortası fonundan karşılanması bu kanun ile hükme bağlanmıştır.
- Yapılan bu düzenlemelerin Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki ara eleman ihtiyacının karşılanması yönünde çok önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca esnaf ve sanatkârları aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenci istihdam etmeyi teşvik etmek amacı ile ücretlerinin önemli bir bölümünün işsizlik sigortasından karşılanması esnaf ve sanatkâra önemli bir kaynak aktarımı olmanın yanı sıra genç işsizlik oranının düşürülmesine ve işgücünün niteliğinin arttırılmasına yönelik çarpan etkisi çok olacak bir uygulamadır.
- Ancak yapılan bu düzenlemelerden ve mesleki eğitim sisteminde yapılan değişikliklerden esnaf ve sanatkârların yeterince haberdar olmadığı anlaşılmaktadır. Bu noktada ilgili bakanlıklar ve meslek kuruluşları tarafından esnaf ve sanatkârın bilgilendirilmesi, yapılan bu değişikliklerden faydalanan esnaf ve sanatkâr ve öğrenci sayısının arttırılması hem esnaf ve sanatkârın durumunun iyileştirilmesi hem de genel olarak ülke ekonomisi için önem arz etmektedir.
- Mesleki eğitime ve çıraklığa ilginin artması için, mesleğin cazibesinin ve refah seviyesinin artması gerekmektedir. Devletin sağladığı teşvik ve destekler bu açıdan olumlu karşılanmakta, esnaf ve sanatkârların büyüyüp gelişmesine destek olacak nitelikte değerlendirilmektedir.

1.12.5. Rekabet İle İlgili Sorunlar

1) Kayıt Dışılık

Bazı iş yerlerinin kayıt dışı personel çalıştırması ya da vergi levhası ile iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmaksızın üretim yapmaları, haksız rekabete yol açmaktadır. Bu tür işyerlerinin belirlenerek cezai işlem ile karşılaşabilmeleri amacıyla vergi idaresi, Sosyal Güvenlik Kurumu ve belediyelerce yürütülen denetimlerin yeterli seviyede bulunmamaktadır.

İlgili Mevzuat

5393 sayılı Belediye Kanunu (Madde 15)

5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu (Madde 7/g)

3572 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun (Madde 3)

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu (Madde 8)

10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik (Madde 21, 22, 23, 24)

11.11.2015 tarihli Kayıt Dışı İstihdam ile Mücadele Genelgesi

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Daha önce tamamlanan sektör analizlerinde[31] bu konu hakkında T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve Sosyal Güvenlik Kurumu temsilcilerinin görüşüne başvurulmuştur. Yetkililer, kayıt dışı çalışan işçilerle ilgili denetimin, T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Teftiş Kurulu ve Sosyal Güvenlik Kurumu denetmenleri tarafından yapılmakta olduğunu aktarmışlardır. Bununla beraber, konu ile ilgili denetimler bahsedilen kurum müfettişlerinin çalışmaları ile sınırlı kalmamakta, banka verileri ve örneğin, Hazine ve Maliye Bakanlığı gibi diğer kurumların da çalışmaları ile çapraz şekilde kontrol edilmektedir. Bu şekilde yürütülen denetimler ile kayıt dışı çalışanların oranının önemli derecede azaldığı ifade edilmiştir. Ayrıca, Sosyal Güvenlik İl Müdürlükleri tarafından kayıt dışılığın ağırlıklı olduğu sektörlerde Avrupa Birliği ile beraber yürütülen özel çalışmalar da bulunduğu ifade edilmiştir.

Konu hakkında bir diğer görüş ise, İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü'nden alınmıştır[32]. Kayıt dışı üretim ile ilgili denetimin 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ve 10.08.2005 tarihli İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik ile belediyelere verildiği ifade edilmiş ve söz konusu mevzuatta izinsiz veya ruhsatsız faaliyette bulunulamayacağının açıkça belirtildiğinin altı çizilmiştir. Bununla beraber, ruhsatlandırma yapıldıktan sonra belediyeler tarafından rutin olarak ya da şikâyet yoluyla kontrollerin yapıldığı, ruhsatsız işletmelerin kapatıldığı vurgulanmıştır.

31 T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi- Makine, Taşıtlar ve Madeni Eşya Sektörü

32 T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Primlerin en az %50 oranında düşürülmesinin, primlerin yatırılması açısından olumlu etki yaratacağı ve böylece kayıt dışı istihdamı azaltabileceği düşünülmektedir.
- Denetimlerin daha sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için ilgili kurumlardaki denetim yapan personelin sayısının ve çapraz kontrol mekanizmalarının artırılması önerilmektedir.
- Esnaf ve sanatkârların tescil işlemlerinde, tüm işlemlerin esnaf ve sanatkârlar odalarında tamamlanabilmesi halinde gerekli kontrollerin tek elden yapılabileceği, bunun da kayıt dışılığın kontrolünü arttırabileceği önerilmektedir.
- Esnaf ve sanatkârların, kayıt dışı işçi çalıştıran meslek mensuplarını meslek odalarına bildirmeleri, meslek odalarının ise bu tür üyelerini, çalışanlarını kayıt altına alması konusunda uyarmalı; uyarıları dinlemeyenleri ise denetime yetkili kuruluşlara bildirmeleri önerilmektedir. Bu noktada e-posta, telefon hattı, şikâyet kutuları gibi farklı alternatiflerin yaratılması faydalı olacaktır.
- Kayıt dışı faaliyetleri bulunan işletmelere uygulanan yaptırımlar artırılmalı, cezalar caydırıcı olmalı ve uygulanmalıdır.

1.12.6. Mevzuat İle İlgili Sorunlar

1) Sicil Affının Bankalar Tarafından Dikkate Alınmaması:

2017 yılının Ocak ayı içinde, Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren sicil affı düzenlemesine karşın, eski borçların sistemden tamamen silinmemesi ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından oluşturulan "Negatif Nitelikli Ferdi Kredi ve Kredi Kartı Riskleri" listesinde (kara liste) tutulması sebebiyle, bankalar af düzenlemesini dikkate almayarak, önceki sicilleri sorunlu olan esnaf ve sanatkârın kredi başvurularını reddetmektedir.

İlgili Mevzuat

6770 sayılı Kanun 33. Madde

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Türkiye Bankalar Birliği yetkilileri sicil affının birden fazla koşula bağlandığını ifade ederek, söz konusu borçların ödemesi geciken kısımlarının, bu hükmün yürürlüğe girmesinden itibaren 6 ay içerisinde (27 Temmuz 2017'e kadar) ödenmesi gerektiğini belirtmiştir. 31 Ocak 2017 sonu itibarıyla bankacılık sektöründe, açık sorunlu kredisi veya karşılıksız çeki bulunan toplamda 3 milyon 379 bin kişinin bulunduğu, sicil affı düzenlemesinden yararlananların ise 322.365 kişi olduğu eklenmiştir.

Türkiye Bankalar Birliği yetkilileri, sicil tarihçesinin sıfırlanması talebinin yerine getirilmesinin hem yasal olarak hem de iç mevzuat açısından mümkün olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca uluslararası bankacılık uygulamaları açısından da, bankaların müşterileriyle ilgili belirli verileri tutmaları ve kredi değerlendirme sürecinde bunları dikkate almaları gerektiği vurgulanmıştır.

Konu ile ilgili olarak 1 Şubat 2017 tarihinden itibaren Bankalar Birliği resmi web sitesinde bilgilendirme notu bulunduğu eklenmiştir. Bunun yanında, Türkiye Bankalar Birliği'nin www.riskmerkezi.org adresinden esnaf ve sanatkârların şahsen kredi riski raporu alabileceği belirtilmiştir. Bu raporda tüm borç bilgisinin bulunduğu, bankalara yapılacak olan kredi başvurusunda bu raporun faydalı olabileceği dile getirilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Esnaf ve sanatkârların sicil tarihçesinin tamamen silinmesine ilişkin talebinin gerçekleştirilmesinin hem yasal olarak hem de iç mevzuat açısından mümkün olmadığı, uluslararası bankacılık uygulamalarına da aykırı olduğu anlaşılmaktadır.
- Bu noktada yetkililer tarafından önerildiği üzere, esnaf ve sanatkârların kredi başvurusu yaparken güncel borçlarının olmadığını gösteren bireysel kredi risk raporları ibraz etmesinin faydalı olabileceği düşünülmektedir.

2) Yurt Dışı Fuarlarda Satılamayan Malların Dönüşte Gümrüğe Tabi Olması

Esnaf ve sanatkârlar yurt dışındaki fuara götürülen ve bu fuarlarda satılamayan malların dönüşte Gümrük Vergisi'ne tabi olduğunu belirtmiştir.

İlgili Mevzuat

06.06.2006 tarihli 26190 sayılı İhracat Yönetmeliği

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü yetkilileri tarafından, fuarlara tanıtım için götürülen ürünlerin geçici ihracat kapsamında çıkarıldığı ve dönüşte gümrüksüz olarak ülkeye sokulabildiği belirtilmiştir. Ancak, esnaf ve sanatkâr baştan kesin ihracat beyanında bulunduysa, gümrüksüz geri getiremeyeceği eklenmiştir. Bakanlık yetkilileri fuarların amacının tanıtım ve pazar keşfi olduğunu vurgulayarak, fazladan mal götürülerek fuar adı altında ihracat yapılabildiği ve bunun suiistimale açık olduğu hususunun altını çizmişlerdir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan değerlendirmeye göre fuarlara tanıtım amacı ile geçici ihracat kapsamında götürülen ürünlerin dönüşte gümrüğe tabi olması söz konusu değildir.
- Bu noktada esnaf ve sanatkâr tarafında bir bilgi eksikliği olduğu anlaşılmaktadır. Meslek odalarıyla işbirliği yapılarak, ilgili mevzuata yönelik eğitim ve bilgilendirme çalışmaları ile mevcut bilgi eksikliğinin giderilmesinin sağlanabileceği düşünülmektedir.

3) Erken Emeklilik Hakkına İlişkin Sorunlar

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin Tehlike Sınıfları Listesi Tebliği'ne göre "Çok tehlikeli meslek" olarak tanımlanan işlerde çalışan esnaf ve sanatkârlar erken emeklilik kapsamına alınmamaktadır. Cam sektöründeki işlerde

4a kapsamında çalışanlar için bu hak mevcut iken bu sektörde 4b'li çalışanlar bu haktan yararlanamamaktadır. Bunun yanında, mobilya boyacılığı mesleğinde çalışan esnaf ve sanatkârlar da "çok tehlikeli meslek" tanımı içerisinde yer almaları gerektiğini düşünmektedir.

İlgili Mevzuat

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu 40.madde.

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Sosyal Güvenlik Kurumu yetkilisinin verdiği bilgilere göre, 5510 numaralı Kanun'un 40. Maddesine göre, aynı Kanunun 4-a ve 4-c kapsamında çalışan kişiler, yani maaşlı çalışan işçiler ve memurlar, ilgili maddede tanımlanan "çok tehlikeli" ya da "tehlikeli" işlerde çalışmaları halinde, "Fiili hizmet Süresi Zammı"na hak kazanarak, her çalıştıkları 360 gün için, ek olarak, her iş için belirlenen miktarlarda süre kazanmakta ve bu sayede daha erken emekli olabilme şansı kazanmaktadırlar.

Kanun'un 4. maddesinin b bendine göre çalışanlar, bir diğer ifade ile kendi hesabına çalışan için ise, bu hak tanınmamıştır. Cam sektöründeki işlerde 4a kapsamında çalışanlar için bu hakkın mevcut olduğu belirtilmiş, hali hazırda uygulaması olduğu için, Kanun'da yapılacak bir değişiklik sonrasında, bu sektörde 4b'li çalışanların eklenmesi halinde, uygulamada sıkıntı yaşanmayacağını ifade etmişlerdir.

Öte yandan, mobilya boya ve cilacılığı mesleğinin "çok tehlikeli" sınıfa alınması yönündeki taleplere ilişkin yetkililer, 5510 no'lu kanunun 40. Maddesinde boya işinin yer almadığını, kurşun, arsenik ve cıva gibi maddelerin yer aldığını belirterek, bu listede yer almayan bir işin, doğrudan 4b olarak eklenmesinin mümkün olmadığını belirtmişlerdir. Aynı zamanda, kullanılan boyanın içeriğinde solvent mi yoksa kurşun ağırlıklı mı olup olmadığının belirlenmesinin de önem taşıdığını eklemişlerdir. Öncelikle "boyacılık" iş kolunun listeye eklenmesinin gerektiği, bunun için de Kanunda değişiklik gerektiğini vurgulamışlardır. İlk olarak bu iş kolundaki 4a'lı çalışanların eklenebileceği, ardından da 4b'li çalışanların eklenebileceği belirtilmiştir. Öte yandan, yakın zamanda, tehlike sınıflarına göre iş kolları dağılımına, ya da tehlikeli ve çok tehlikeli sınıflamasına dâhil edilecek yeni bir iş koluna ilişkin herhangi bir çalışma olmadığı ifade edilmiştir.

4b'li çalışanlar içinde, incelenen sektördeki esnaf ve sanatkârlar, çoğunlukla atölyede bir çalışan gibi bilfiil iş yapmakta olmalarına karşın, 4a kapsamında çalıştırdıkları kişiler ile aynı haklara sahip olamamaktadırlar. Bu hususa ilişkin, yetkililer 4b kapsamında çalışanların çok kapsamlı, çok parçalı bir yapıya sahip olduklarına dikkat çekerek, tezgâhta bizzat çalışan esnaf ve sanatkârların da, şirketin ortağı olup, bizzat çalışmayan kişilerin de aynı kapsamda ele alındıklarını belirtmiştir. Yasama üyeleri nezdinde, 4b kapsamında çalışanlar denilince, bizzat çalışanlar yerine şirket ortakları akla gelmekte bu nedenle de taleplerde dile getirildiği gibi, yıpranma payı ya da fiili hizmet süresi zammı gibi düzenlemelere dâhil edilmemektedirler. 4b'nin çözümlenerek, kendi içinde alt gruplara bölünmesi halinde, "çalışan" ile "şirket ortağı" ayrımı yapılmasının bu soruna çözüm olabileceği belirtilmiştir.

4b'li çalışanların haklarının iyileştirilmesi hususunda, 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanun'da gerek meslek hastalığı, iş kazası, analık izni, evlilik ödemesi

ve benzeri konularda gelişmeler gösterildiği, ilerleme kaydedildiği ifade edilmiştir. Benzeri şekilde, yeni yapılacak düzenlemelere uyum sağlanabileceği ifade edilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu, 40.maddesinde yer alan "Tehlikeli" ve "Çok tehlikeli" olarak tanımlanan işlerde çalışan ve aynı kanunun 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (c) bentleri kapsamında çalışan sigortalıların (maaşlı çalışanlar ya da devlet memurları), çalışanların fiili çalışma günlerine, her çalıştıkları yıl için, ek 60-180 gün arasında çalışma günü eklenmekte, böylece bu kapsamda çalışanlar erken emekli olabilme hakkı kazanmaktadırlar. Tehlikeli ve çok tehlikeli olarak kabul edilen cam ve camdan mamul imalatı, mobilya boyacılığı gibi meslekleri icra eden esnaf ve sanatkârın da bu tanım kapsamında alınması ve böylece erken emeklilik hakkından yararlanabilmeleri önerilmektedir.
- Kanun yapıcıların 4b kapsamında çalışanları sadece şirket ortakları olarak düşünmemeleri, esnaf ve sanatkârların da bu kapsamda çalıştıklarını göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bu noktada, yetkililer tarafından da belirtildiği üzere 4b'nin kendi içinde alt gruplara bölünmesi ve "çalışan" ile "şirket ortağı" ayrımı yapılması yerinde bir uygulama olacaktır.

3) Geçici İş Göremezlik Raporuna İlişkin Sorunlar

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'na göre 4b'ye bağlı esnaf ve sanatkârlar sadece yatarak tedavi olunması durumunda iş göremezlik ödemesi alabilmektedir. 4a ve 4c kapsamındaki sigortalılar ise ayakta tedavi durumunda dahi iş göremezlik ödemesinden faydalanabilmektedir.

İlgili Mevzuat

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Sosyal Güvenlik Kurumu yetkilisinin verdiği bilgilere göre, hastalık sigortası kapsamında, kendi namına çalışan 4b'lilere herhangi bir ödeme yapılmamaktadır. Analık durumunda yatma şartı aranmamasına rağmen, iş kazası ya da meslek hastalığına ilişkin geçici iş göremezlik ödemesi, 4b'liler için ancak yatarak tedavi ile bunu müteakiben alınmış olan tedavi için ödenmektedir. Bu ödemenin alınabilmesi için ise 60 günden fazla prim ve prime ilişkin borcu olmaması gerekmektedir.

Bu durumun nimet/külfet oranı açısından haksız bir durum olduğu, ya ödenen prim miktarının azaltılması ya da ek koşul istenmemesi gerektiği belirtilmiştir. Kurum tarafından bu durumun dile getirildiği, ancak yasama organının açısından ise başka çekinceler bulunduğu ifade edilmiştir. Bu konudaki ilk çekince, 4b'ye bağlı olarak çalışan kişiler için, hasta da olunsa işletme faaliyetlerinin devam edeceği, dolayısıyla gelirinin de devam edeceği varsayımıdır. Öte yandan, geçici iş göremezlik ödemesinin suiistimale çok açık bir alan olması vurgulanmış, bu suiistimalin önüne geçilebilmesi için de bu şekilde kurallar konduğu belirtilmiştir.

4b kapsamının bölümlere ayrılması ve bizzat kendisi çalışanlar için bu soruna ilişkin ayrı bir düzenlemenin ancak Kanun değişikliği ile mümkün olabileceği ifade edilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu 4b'ye bağlı esnaf ve sanatkârların iş kazası, meslek hastalığı ve hastalığı halinde, iş göremezlik ödemesi alabilmeleri önündeki "yatarak tedavi" şartının kaldırılması esnaf ve sanatkârlar tarafından önerilmektedir.
- Ancak, SGK yetkilileri tarafından ortaya konduğu üzere, kendi hesabına çalışanların bu kapsama alınmasının suiistimale açık olduğu anlaşılmaktadır.
- Suiistimali önlemeye çalışırken mağduriyet yaratıldığı da göz önünde bulundurularak, kapsam dar tutularak iş göremezlik raporu verilecek hastalık, kaza vs. durumları belirlenebilir, iş göremezlik raporu alınacak sürelerle ilgili bir düzenlemeye gidilebilir.
- Bunun yanında, 4b kapsamının bölümlere ayrılması ve kendi hesabına çalışanlar için ayrı bir düzenleme yapılmasının, SGK yetkilisi tarafından da ortaya konmuş uygulanabilir bir düzenleme olabileceği düşünülmektedir.

4) İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nda Belirtilen Yükümlülükler ve Denetimlere İlişkin Sorunlar

Denetlemelerin devlet tarafından değil, özel firmalarca yapılması, kanunda belirtilen yükümlülüklere ilişkin yeterince denetim yapılmıyor olması ve bu yükümlülükleri yerine getirmeyen esnaf ve sanatkârların herhangi bir yaptırımla karşılaşmaması

İlgili Mevzuat

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı yetkilisi tarafından, dile getirilen ilk soruna ilişkin olarak, denetlemelerin hâlihazırda devlet tarafından yapıldığı, özel şirketlerin hiçbir koşul altında denetim yapmadıkları belirtilmiştir. İş yeri denetleme yetkisinin yalnızca T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığında olduğunun altı çizilmiştir.

Denetimler, her yıl için Bakan onayı ile belirlenen bir sektör için sürdürülmektedir. Bütün bir yıl boyunca, yalnızca sektör içindeki işletmelerin denetimi yapılmakta, ilerleyen yıllarda yine her yıl bir sektör şeklinde planlanmış denetimler sürdürülmektedir. Planlı denetimlerde, ziyaret edilen işyerinde öncelikle bir bilgilendirme toplantısı yapılmakta, belirlenen eksiklikler anlatılmakta ve verilen süre sonrasında yapılan takip ziyaretinde eksiklerin düzeltilmemesi durumunda cezai işlem uygulanmaktadır. Bu yönüyle, denetçiler aynı zamanda rehber rolü de üstlenmektedirler. Ancak, bir eksikliğin belirlenmesi ve sonrasında düzeltilmediğinin tespiti halinde, cezai müeyyidesinin uygulanmamasının mümkün olmadığı vurgulanmıştır. Öte yandan, şikâyet ve benzeri durumlarda ise, denetçilerin ancak programlarının uygunluk durumuna göre o iş yerlerine gidebildikleri, bu nedenle de ancak

%30'luk bir kesimin kapsanabildiği ifade edilmiştir.

Yükümlülüklerini düzenli yerine getirenlere bir teşvik ya da indirim yapılıp yapılamayacağı hususunda ise, uygulamada destek programları olduğu belirtilmiştir. İşverenlerin, İş Sağlığı ve Güvenliği kapsamında pek çok sayıda yükümlülükleri olduğu, bu yükümlülüklerin bir kısmının devlet tarafından desteklenebildiği ifade edilmiştir. Örneğin tehlikeli ve çok tehlikeli meslekler için zorunlu olan hizmet alımına ilişkin yükümlülükler yerine getirildiyse, alınan hizmetin faturası ile beraber SGK'ya başvuru yaparak, kısa vadeli sigorta kolları primini azaltarak destek olunmaktadır.

Aynı paralelde, az tehlikeli iş yerleri için, hizmet alımının zorunlu olmadığı belirtilmiş olup, Anadolu Üniversitesi tarafından verilen eğitime katılım sağlanması halinde, gerekli olan düzenlemeler çalışanların kendileri tarafından yapılabilmektedir.

Bir diğer sorun da, esnaf ve sanatkârın, iş sağlığı kapsamında hizmet sağlayıcılara ödeme yapmaları, ancak bu kişilerin hiç gelmemelerine ilişkindir. Kurum yetkilileri, hizmet sağlama sektörünün serbest piyasa olduğunu, ödedikleri ücret karşılığında hizmet veren şirketlerle çalışmaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

Buna ek olarak, iş sağlığı ve güvenliği hükümlerine gerek duyulmaması ve gerekliliğine inanılmıyor olması, yalnızca göstermelik olarak yükümlülüklerin yerine getiriliyor olması tartışılmış, konunun öneminin kamuoyunda daha fazla vurgulanması gerektiği belirtilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Denetimlerin daha sık yapılması ve yükümlülüklerini yerine getirmeyenlere daha yoğun yaptırımlar getirilmesi önerilmektedir.
- Ceza uygulamasının yanı sıra, vergi ödemelerinde yapıldığı gibi, yükümlülükleri zamanında yerine getiren işverenlere bir ödüllendirme yapılmasının da faydalı olabileceği düşünülmektedir.
- İş sağlığı ve işçi güvenliği kapsamında yapılan harcamaların eğitimle ya da fatura ibrazı sonrasında gerçekleştirilecek prim indirimi ile düşebileceği daha açık şekilde esnaf ve sanatkârlarla paylaşılmalıdır.

5) Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile İlgili Sıkıntılar

Tüketici mahkemeleri ve tüketici hakem heyetlerinde meslek/ürün hakkında bilgi sahibi kişiler bulunmaması nedeniyle genellikle tüketici lehine karar çıktığı ve müşterinin cayması durumunda, nakliye, montaj gibi işlerin yüksek maliyetlerine esnaf ve sanatkârların katlanmak zorunda kaldığı belirtilmektedir.

İlgili Mevzuat

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü yetkilileri, hakem heyetlerinin beş kişiden oluştuğunu ve içlerinde tacir veya esnaf ve sanatkâr temsilcisinin de bulunduğunu belirtmiştir. Ancak, aynı toplantıda 50-60 gündem maddesi görüşüldüğünden her ürüne özel temsilcinin olamayacağı dile getirilmiştir. Bunun yanında teknik bilgi gerektiren konularda hakem heyetinin bilirkişiye başvurduğu ve uyuşmazlıkların çözüldüğü eklenmiştir.

6502 sayılı Kanunun 2014 yılında yürürlüğe girdiği ve düzenlemeler yapılırken Borçlar Kanunu ve AB Direktifleriyle uyumun amaçlandığı belirtilmiştir. Tüketici sözleşmelerinin kendi içerisinde farklılaştığı vurgulanmıştır. Peşin satış sözleşmelerinde, cayma hakkının zaten kural olarak bulunmadığı ancak malda ayıp varsa caymanın seçimlik bir hak olarak düzenlendiği ifade edilmiştir. Taksitli satış sözleşmesinde, caymanın bulunduğu ancak kredi kartı ile değil senet ile taksitlendirme olması durumunda cayma hakkının bulunduğu vurgulanmıştır. Bu durumda tüketicinin yedi gün içinde koşulsuz cayma hakkının bulunduğu ve cayma hakkını kullanılması durumunda malın iade masraflarının ise tüketiciye yüklendiği açıklanmıştır. Mesafeli satış sözleşmelerinde ise cayma hakkının bulunduğu ve iade masraflarından satıcı/sağlayıcının sorumlu olduğu belirtilmiştir. Yetkililer, 6502 sayılı Kanunda değişiklik yapılmasının gündemde olmadığını ifade ederek, yine de bu sorunun kuruma iletileceğini eklemişlerdir.

Son olarak, ayıp ve caymanın birbirlerinden ayrı müesseseler olduğu belirtilmiştir. Taksitle satışta tüketicinin, malın ilk incelemesini gereği gibi yapması halinde cayma hakkını kullanılabileceği vurgulanmıştır. Mutat kullanım durumunda ise mobilya sektöründe artık cayma hakkının bulunmadığı söylenebilir şeklinde yorum getirilerek bu konunun ilgili birimlere iletileceği ifade edilmiştir. Mesafeli satışta ise mutat kullanım olsa dahi tüketicinin cayma hakkının bulunduğu vurgulanmıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Tüketici hakem heyetlerinde meslek/ürün hakkında bilgi sahibi kişilerin yer alabilmesi için 50-60 dosyanın görüşüldüğü toplantılar yerine mümkün olduğunca benzer konuların bir araya toplanması sağlanabilir.
- Cayma hakkına özel hususlar eklenerek özellikle monte edilen ve iade alınması çok zor olan ürünler için düzenlemeler yapılabilir.
- Bu tür satış sonrası hizmetler ayrıca ücretlendirilebilir.

6) Prim Ödeme Destek Süresinin Kısalığı

18 yaşından büyük erkeklerden; hiçbir mesleki belge veya niteliğe sahip olmayanların İŞKUR'a kayıtlı işsizler arasından işe alınmaları halinde SGK işveren primi desteğini sadece 6 ay ödemektedir.

İlgili Mevzuat

4447 İşsizlik Sigortası Kanunu Geçici 10. Madde

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

İŞKUR yetkilisi, kadın çalışanlara daha uzun süre prim destek ödemesi yapılmasının sebebinin işgücü piyasasında dezavantajlı konumda olan kesimlerinin istihdamının teşvik edilmesi olduğunu belirtmiştir. Bunun yanında yetkili, esnaf ve sanatkârların küçük ölçekli işletmeler için sunulan İşbaşı Eğitim Programı'ndan yararlanmasını tavsiye etmiştir. Program kapsamında işveren ve 2 kursiyerin, içeriği yine işverenin kendi tarafından belirlenen 3-9 aylık eğitim programını tamamlaması öngörülmektedir. Programın eğitmen ve diğer masraflarının yanında kursiyerlerin maaş ve prim ödemeleri İŞKUR tarafından karşılanmaktadır. Bu eğitimi tamamlayan çalışanlar vasıflı işçi konumuna yükseldiklerinden İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselebilmektedir. Böylelikle hem esnaf ve sanatkârlar işe almaya düşündüğü çalışanı eğitim boyunca deneyebilmekte, hem eğitim sayesinde niteliğinin artmasını sağlamakta hem de daha uzun prim destek ödemesi almaya hak kazanmaktadır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- 18 yaşından büyük vasıfsız erkek işçiler için de prim ödeme destek süresinin uzatılması gündeme gelebilir.
- Bunun yanında, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de dezavantajlı gruplara (kadınlara ve genç erkeklere) yönelik pozitif ayrımcılık yapan uygulamalar yürürlüktedir. Bu kesimin istihdamını teşvik etmek üzere bu gruba verilen prim ödeme destek süresinin daha uzun olması yerinde bulunmaktadır.
- İŞKUR yetkilisinin yönlendirdiği gibi İşbaşı Eğitim Programı gibi programlardan yararlanması hem maddi açıdan destek sağlayacak hem de esnaf ve sanatkârları ve elemanlarını daha nitelikli hale getirecektir.
- Esnaf ve sanatkârların İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı gibi programlar hakkında yeterli bilgi sahibi olmadığı anlaşılmaktadır. Meslek kuruluşlarının, İŞKUR ile işbirliği yaparak üyelerini ile bu konular hakkında bilgilendirmeye yönelik çalışmalar yapmaları, bu imkânlardan yararlanan esnaf ve sanatkâr sayısını yükseltecektir.

7) Vergi Oranlarına İlişkin Sorunlar

Vergi oranları esnaf ve sanatkârlar tarafından yüksek bulunmaktadır. Özellikle hediyelik, otantik eşya imal ve satıcılığı ile mobilya tamirciliği ve marangozluk mesleklerinde görülen hizmet teslimlerinden ve el emeği üzerinden alınan katma değer vergisi oranı, gerek meslekten elde edilen geliri düşürerek mesleğe olan talebi düşürmesi, gerekse kayıt dışılığa yol açması açısından sorun olarak görülmektedir. Bununla beraber hammadde alımında ve nihai ürün satışında uygulanan KDV oranlarındaki farklılığın esnaf ve sanatkârlara ek maliyet olarak yansıması bir diğer sıkıntı olarak belirtilmiştir.

İlgili Mevzuat

3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu (Madde 28, 29)

2007/13033 sayılı KDV Oranlarına İlişkin Genel Kararname, 4369 sayılı Kanun (Madde 81)

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

KDV oranları ile ilgili olan bu sorun, daha önce tamamlanan sektör analizlerinde[33] de gündeme gelmiş olup, Hazine ve Maliye Bakanlığı temsilcilerinden görüş istenmiştir. Yetkililer, 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 29. Maddesi gereğince, mükelleflerin, yaptıkları vergiye tabi işlemler üzerinden hesaplanan katma değer vergisinden, faaliyetlerine ilişkin olarak vergi indirimi alabildiklerini belirtmişlerdir. Hammadde alımı ve ürün satışı arasında farklı KDV oranları olması durumunda farkın iadesinin Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yapıldığı ve bu işlemin daha hızlandırılabilmesi için çalışıldığı aktarılmıştır.

Öte yandan, konu ile ilgili olarak bir diğer[34] Hazine ve Maliye Bakanlığı yetkilisi, 3065 sayılı Kanun'un 17. Maddesinde, "Gelir Vergisi Kanununa göre vergiden muaf esnaf ve sanatkârlar ile basit usulde vergilendirilen mükellefler tarafından yapılan teslim ve hizmetler" katma değer vergisinden istisna edildiğine dikkat çekerek, vergiden muaf veya vergilendirmede basit usule tabi olan esnaf ve sanatkârların satışlarında müşterilerinden KDV tahsil edilmeyeceği vurgulanmıştır. Ancak bu istisna gerçek usulde vergilendirilen esnaf ve sanatkârlar için tanınmamıştır. KDV oranlarının mal ve hizmet bazında belirlendiği göz önüne alınırsa, el emeğine dayanan ürün hizmet sunumlarının daha açık belirlenmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Aynı ürün ya da hizmet için esnaf ve sanatkârlara yönelik farklı, ticari işletmelere yönelik farklı KDV oranlarının belirlenmesinin mümkün olup olmadığına ilişkin olarak ise, böyle bir uygulamanın mümkün olmadığı belirtilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Esnaf ve sanatkârlar için ayrı bir gelir vergisi tarifesi yapılması talep edilmiş olsa da, böyle bir uygulama yapılamayacağı belirtilmiştir.
- Vergi oranlarında üretim tekniğine göre farklılaşan vergi oranları düzenlemesi yapılabilir. Örneğin, el emeği ile üretilen ya da hizmet sunumu olan ürünlere daha düşük vergi oranı uygulanabilir. Ancak bu noktada, el emeğine dayalı hizmetlerin neler olduğunun açıkça tanımlanması gerektiği unutulmamalıdır.
- Esnaf ve sanatkârların hammadde alımında ve nihai ürünün satışında uygulanan vergi oranı farklılığının ortadan kaldırılmasının esnaf ve sanatkârlar açısından büyük bir soruna çözüm olacağı söylenebilir.

33 Esnaf Ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü

34 Esnaf Ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi Makine, Taşitlar Ve Madenî Eşya Sektörü

1.12.7. Meslek Kuruluşları İle İlgili Sorunlar

1) Meslek Odası Aidatlarının Yüksekliği

Esnaf ve sanatkârlar odalarında alınan yıllık aidatların yüksek olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, oda aidatlarının ödenmesine ilişkin yeterli denetlemenin yapılmadığı, bu nedenle oda aidatlarını zamanında ödeyenlerin de ödeme yapma konusunda daha az istekli oldukları sorun olarak dile getirilmiştir.

İlgili Mevzuat

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü yetkilileri tarafından, alınan üyelik aidatlarının meslek kuruluşlarının en önemli gelir kaynağı olduğu ve bu nedenle de bir aidatın olması gerektiği vurgulanmıştır. Bununla beraber, 5362 sayılı Kanun'da değişiklik çalışmalarının tamamlandığı ve bu hususlara önemli yer verildiği dile getirilmiştir. Nitekim Resmi Gazete'de yayımlanarak 1 Ocak 2018 tarihinden itibaren yürürlüğe giren "Esnaf ve Sanatkârların Ödeyecekleri Kayıt Ücreti ve Yıllık Aidat Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" gereğince, 2017 yılı için uygulanan kayıt ücretinin ve yıllık aidat tarifesinin 31 Aralık 2018'e kadar aynen uygulanmaya devam edilmesi sağlanmıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Esnaf ve sanatkârlar meslek odalarının aidatları daha düşük seviyelerde tutulabilir. Bununla beraber, yapılan düzenleme ile 2018 yılında aidatlarda artış yapılmamıştır. Ancak, bu düzenlemenin tek yılı kapsıyor olması sürdürülebilirlik açısından sorun olarak görülebilir. Bu nedenle, Kanun'da esnaf ve sanatkârlar odalarının aidat miktarı asgari ücrete bağlı olarak düzenlenmiştir.
- Oda aidatının ödenmesinin kontrolünü sağlamak, ilgili kanun gereğince Oda Yönetim Kurulu'nun görevidir. Buna ek olarak, süresi içinde ödenmeyen yıllık aidatın icra dairelerince toplanması gerekmektedir. Ancak bu yaptırımlar yeterli görülmemektedir. Her yıl, vergi döneminde oda aidat ödemesi makbuzunun da tebliğ edilmesi bu sorunu çözebilecektir.
- Esnaf ve sanatkârlar, ilk yıl için aidat muafiyeti getirilmesi talep etmiştir. Ancak, zaten Kanun'da ilk kayıt yapıldığı yıl aidatın alınmaması hükme bağlandığından, bu talep geçerli görülmemektedir.

Bölüm 2

Sektörde/Alt Sektörde Yer Alan Mesleklere
İlişkin Bulgu ve Değerlendirmeler

2. SEKTÖRDE/ALT SEKTÖRDE YER ALAN MESLEKLERE İLİŞKİN BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

2.1. MOBİLYACILIK (MOBİLYA İMÂL ve SATICILIĞI, MOBİLYA DÖŞEMECİLİĞİ, MOBİLYA TAMİRCİLİĞİ, MOBİLYA BOYACILIĞI ve CİLACILIĞI)

2.1.1. Mesleğin Tanımı

Mobilya kelimesi, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, İtalyanca "mobilia" kelimesinden gelmekte ve "oturulan, yemek yenilen, çalışılan, yatılan yerlerin döşenmesine yarayan taşınabilir eşyaya verilen genel ad, möble" olarak tanımlanmaktadır[35]. Çeşitli sınıflandırmalara göre, "tüketici ürünleri" sınıfına giren mobilya, aynı zamanda "dayanıklı mallar" kategorisinde yer almaktadır.

Mobilyacılık sektöründe, en çok kullanılan ve tercih edilen mobilya türü halen ahşap mobilyadır. Günümüzde, masadan sandalyeye, divandan dolaba, yatak veya komodin ya da kitaplıklara kadar; büro malzemeleri ve okullarda kullanılan sıra ve masalara halen en çok ahşap malzeme tercih edilmektedir. Mobilya imalatı sürecinde, alüminyum, cam, çelik veya plastik gibi ahşabın dışındaki malzemeler de zamanla kullanılmaya başlanmıştır. Yine de mobilyacılık sektörünün en önce kullanılan malzemesi halen çoğunlukla ahşaptır.

İnsan yaşamının devamında ve yaşam kalitesinde, mekân büyük bir önem taşımaktadır. Yapılış amacına uygun planlanmış bir mekân, içinde yaşayanlara, aradıkları yaşam standardını sağlar. Yaşanılan yerin sıcaklığı, aydınlatması, ses ve ses yalıtımı, hatta renk ve kokusu insan yaşamına uygun şekilde dengelenmelidir. Duvar ve kolon gibi veya kapı ve pencere gibi yapısal özelliklerin yanında, mekânsal özellikler de insan yaşamını olumlu veya olumsuz etkileyebilir.

Türkiye'de, atölye tipi küçük çaplı işletmeler daha çok görülmektedir. Buna karşın özellikle son yıllarda küçük ölçekli işletmelere ek olarak orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısında da artış görülmeye başlamıştır. Bunlara Modoko, Kısıkköy ve Masko örnek gösterilebilir. Türkiye Ağaç İşleri Esnaf ve Sanatkârları Federasyonuna kayıtlı esnaf ve sanatkâr odası sayısı 148'dir.

Mobilya imalatçısı, masa, koltuk, sehpa veya divan, tabure gibi eşyaları ağaç ve ağaç ürünlerini kullanarak imal eder. Önce imal etmek istediği eşyanın, projesini çizmesi gerekir. İmalat için gerekli malzemelerin neler olduğunu belirler ve listeler. Gerekli malzemelerin ne kadar masrafla elde edileceğini tespit ettikten sonra, bu malzemeleri sipariş etmesi gerekir. İmal edeceği eşyanın özelliklerine göre, bu malzemeyi tasarlar. Bunu gerçekleştirmek için ise ahşap ürünü, yontabilir, oyabilir, parçalara ayırabilir veya kesebilir. Önceden hazırladığı projeye uyacak biçimde, bu hazırladığı malzemeleri, birleştirmesi, törpülemesi veya cilalaması gerekebilir. Bazen de aksesuarlar eklemesi uygun olabilir.

Bu süreçte çeşitli malzemeler kullanılabilir. Ağaç işleme veya döşeme makinesi, el makinesi veya el takımları kadar çeşitli vernikler ya da yonga lif zımpara kullanılabilir. Sunta,

35 www.tdk.gov.tr

kontrplak, duralit, formika gibi ağaç çeşitleri üretim sürecinde yer aldığı kadar bilgisayar ve dizayn yazılımları da günümüzde kullanılmaktadır.

Mobilya imalatçılığı işini yapmak isteyen bir kişi, uzay ve şekil bağlantısını görebilme yeteneğine sahip olmalıdır. El ve parmak kabiliyeti gelişkin, el göz koordinasyonu olan, alet ve makinelerle çalışmaktan keyif duyan ve en önemlisi dikkat dağınıklığı bulunmayan bir kişi olmalıdır. Mobilya imalatçısının, çalışma yeri fabrika olabileceği gibi atölye de olabilir. Çalışma ortamında, talaş, toz, cila ve vernik kokusu çokça bulunur. Yapılan iş çoğunlukla ayakta yerine getirilmektedir. Çalışma esnasında, ağır malzemelerin taşınması veya kaldırılması söz konusu olabilir. Diğer çalışma arkadaşlarıyla iletişim de önemlidir.

Çalışma bölgesi bakımından, mobilya imalatçısının geniş bir alanı vardır. Küçük atölyeler veya büyük mobilya fabrikaları olabilir. Kendi iş yerini de açabilir.

Mesleki eğitim konusuna gelecek olursak, endüstri meslek liseleri veya çok programlı liselerde "Mobilya Dekorasyon" bölümlerinde bu eğitim verilmektedir. Ayrıca mesleki eğitim merkezlerinin, "Mobilyacılık" bölümleri de bulunmaktadır. Proje çalışmaları sırasında, odak grup toplantılarında, meslek liselerinin sayıca yetersizliği konuşulmuştur.

Mesleki Yeterlilik Kurumu, bazı meslekler için meslek standartlarını yayımlamıştır. Ahşap doğramacı (EK 1); ahşap iskeletçi (EK 2), ahşap işleme makineleri operatörü (EK 3, EK 4), ahşap kalıpçı (EK 5), ahşap mobilya imalatçısı (EK 6, EK 7, EK 8), ahşap tornacı (EK 9) ve ahşap yer döşemecisi (EK 10) resmî olarak tanımlanmıştır[36].

2.1.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

2.1.2.1. Orman Ürünleri Sanayii Tarihsel Gelişimi

Dünyada ortalama olarak kesilen ağaçların yarısının yakacak olarak, diğer yarısının ise kâğıt imalatında ve çeşitli ahşap ürünlerin üretimi amacıyla kereste olarak kullanıldığı bilinmektedir[37].

Odunun işlenmesine ilişkin ilk belirtiler, Eski Mısır'da açılmış bazı mezarların duvarlarına oyulmuş resimlerden anlaşıldığına göre M.Ö. 1500 - 1350 yıllarına kadar uzanmaktadır[38]. Günümüzde ise, insanoğlunun vazgeçilmez malzemelerinden biri haline gelmiştir.

Yakacak harici kullanıma ayrılan odunları işleyen ilk makine ve tezgâhlar, önceleri su, rüzgâr, insan ya da hayvan gücünden faydalanılarak çalıştırılmış, 19. yüzyılın ikinci yarısında buhar gücünden faydalanılmaya, 20. yüzyılın başında ise elektrikli makineler kullanılmaya başlanmıştır. Orman ürünleri sanayiinde bıçkı alanı basit teknolojik gereksinime sahip olmasına karşın, alandaki kerestecilik, marangozluk, mobilyacılık gibi diğer kollar daha karmaşık teknolojiler gerektirdiklerinden ancak II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızlanmış ve bugünkü düzeyine ulaşmıştır[39].

36 http://portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_meslek_std_taslak&view=taslak_listesi_yeni&msd=2&Itemid=432

37 Kılıç, N. (2014) Orman Ürünleri Sanayii, Ar-ge Bülten 2014 Temmuz- Sektörel, İZTO İzmir Ticaret Odası Bültenleri (www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/2014ormanurunleri.pdf)

38 https://www.britannica.com/topic/furniture-industry#toc66828

39 ORÜS Tarihçesi- Orman Ürünleri Sanayii A.Ş. Genel Müdürlüğü

Ülkemizdeki gelişimine bakıldığında ise, orman ürünleri ile ilgili sanayileşmenin, 1900'lerin başına kadar yalnızca su ve el hızarlarının kullanıldığı bıçkı endüstrisi görünümünde olduğu görülmektedir. Sanayi olarak nitelendirilemeyecek kadar küçük ölçekte olsa da, hızarcılığa ek olarak fıçıcılık, düvencilik, saban, yaba gibi tarım araçları ile ağaç malzemeden yapılma küçük el sanatları imalatı da bu yıllarda dikkat çeken diğer imalat alanları olarak sayılabilir[40].

Ülkemizde orman ürünleri imalatına ilişkin ilk tesislerin 19. yüzyıl sonlarında görülmeye başlandığı ve ilk kereste fabrikasının 1892 yılında İstanbul'da kurulduğu bilinmektedir. Bu tarihten sonra ise, endüstrileşmenin artmasıyla beraber kereste fabrikalarının sayıları artmaya başlamıştır[41]. Cumhuriyetin ilk yıllarında, 1940 yılında ilk kontrplak, 1952 yılında ilk levha fabrikasının açılması ile gelişimini sürdüren orman ürünleri sanayii[42], 1963 yılında ülkemizde planlı dönemin başlamasıyla birlikte teknolojik açıdan da gelişerek ülkemizdeki diğer sektörlere kıyasla hızlı bir büyüme göstermiştir. Ülkemizde çağdaş ormancılığın başlangıcı sayılan 08 Şubat 1937 tarih ve 3116 Sayılı Orman Kanunu'nun geçici 5. maddesi ile bugünkü orman ürünleri sanayiinin temellerini oluşturacak yasal dayanaklara zemin hazırlanmıştır[43].

Gelişen teknoloji ile birlikte her geçen gün orman ürünlerinin değişik kullanım yerleri uygulamaya aktarılmakta, günümüzde ise odun ve ahşap malzemelerin 6000'den fazla alanda kullanıldığı belirtilmektedir.

2.1.2.2. Mobilya ve Mobilyacılık Tarihçesi

Mobilya, işlevsel değeri ile mekânın kullanışlılığını etkilerken, estetik değeri ile de mekânın daha beğenilir hale gelmesini sağlamaktadır. Bu nedenle, mobilya ürünü, hem fonksiyonel hem de şekilsel fayda sağlayan, üretiminde ise sanatın ve tekniğin birlikte kullanılmasını gerektiren karmaşık bir ürün olarak görülmektedir. Antik kalıntılara bakıldığında, mobilya benzeri eşyaların eski Yunanlılar, Romalılar ve Mısırlılar tarafından kullanıldığı ve üretildiğine ilişkin kalıntılar bulmak mümkündür. Bulunan kalıntılarda, karyola, masa, sandalye, tabure, sandık ve benzeri diğer parçaların doğal masif ahşaptan yapıldığı, ancak kaplama tekniğinin de Mısır'da tabut yapımında, Romalılar'da ise, çoğunlukla dekoratif amaçlarla kullanıldığı görülmektedir. Romalılara ilişkin bulunan duvar resimlerinde, mutfaklarda ve atölyelerde standart, süslemesiz, ahşap masa ve tezgâhların olduğu, birbirine çok benzer dolapların kullanıldığı gösterilmektedir. Değerli eşyalar için yapılan sandıkların ise ahşaptan yapılıp, üzerlerinin çeşitli metallerle kaplandığı görülmektedir.

15. yüzyılın ortalarından itibaren, artan bir refah seviyesi ile birlikte mobilya imalatında ve talebinde bir canlanma olmuştur. Özellikle dolap, sandık ve diğer ürünlerde süsle-

40 Orman Ürünleri Sanayi Genel Müdürlüğü (1991)1980-1990 Faaliyetleri, Gelişim Matbaası, Ankara (Aktaran: Akyüz, K.C. (2000) "Doğu Karadeniz Bölgesinde Yer Alan Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısal Analizi", Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Trabzon)

41 ORÜS Tarihçesi- Orman Ürünleri Sanayii A.Ş. Genel Müdürlüğü, http://unyezile.com/orus.htm

42 Akyüz, K.C (2000) "Doğu Karadeniz Bölgesinde Yer Alan Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısal Analizi", Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Trabzon

43 http://www.cahap.com/turkiyede-kereste-endustrisinin-kurulusu-ve-gelisimi/

melerin arttığı göze çarpmakta olup, kilise ve benzeri dini mekânların özellikle mobilyalarla donatıldığı görülmektedir.

Önceleri marangozlar ve ahşap bina yapımı ile uğraşan kişiler mobilya imalatı ile uğraşırken, mobilya ürününe gösterilen talebin artması, kullanılan tekniğin artan karmaşıklığı ve ürünlerin farklılaştırılması gerekliliği, "mobilyacılık" mesleğinin doğmasını sağlamıştır. Bu yeni mesleğin ilk önemli işinin, kaplama tekniği olduğu belirtilmektedir. Bu tekniğin kullanımının ilk olarak antik Mısır'da uygulandığı bilinmektedir. Sonrasında ise, önce kıta Avrupası'nda, daha sonra İngiltere'de başladığı, Kuzey Amerika'da ve diğer yerlerde ise göçlerle beraber yeniden sunulduğuna ilişkin görüşler bulunmaktadır. Marangozluk mesleği içerisinde daha detaylı olarak incelenecek olan çerçeveleme, kalıp oluşturma ve oymalar gibi dekorasyonlar, mobilya ürünlerinin çekiciliğini arttıran başlıca unsurlar olarak öne çıkmaktadır[44].

Kaplama tekniğinin gelişimi ile mobilya ahşabı olarak ceviz ağacının kullanılması aynı zamanlara rastlamaktadır. Bu ağacın sert ahşap olarak kullanıldığında çapaklı, dayanıksız ve eğilme eğilimi dolayısıyla verimsiz olmasına karşın görsel olarak çekici olması; ana mobilya keresteden yapılırken, dışının ise kaplanmasının gerekliliğini doğurmuş, bu sayede mobilya üretim tekniğinde gelişme yaşanmıştır.

Kaplama sistemine ek olarak, yeni üretim sisteminde, düz ve yassı parçalar birbirine geçirilerek kaplanmıştır. Böylece hem maliyet açısından, hem de estetik açısından daha üstün ürünler üretilmesi mümkün olmuştur.

18. yüzyılda, mobilya üretimine ilişkin yaşanan bir diğer önemli gelişme de, sandalye üretimi ile ilgilidir. Önceleri ahşap tornalama ile yakından ilişkili olan sandalye, bacakların biçim değiştirmesinden sonra bu işte uzmanlaşan kişilerce yapılmaya başlandı. Bir diğer ifade ile önceleri ağaç ile uğraşan herkesin, her tür mobilyayı yapabilmesine rağmen, gerek değişen teknikler, gerekse artan talep, mobilyacılık mesleğinin gitgide daha özelleşmesine ve gelişmesine yol açmıştır. Bu bağlamda, torna işini başka biri, parçaların birleştirilmesi işini başka biri, oyma-kakma gibi işleri başka bir zanaatkârın yapması gerekmektedir. Aynı şekilde, döşemecilik ve boyacılık-cilacılık açısından incelendiğinde ise, örneğin sandalyenin çerçevesi tamamlandıktan sonra, döşemecilere gönderilmekte ve en son bitirme işi ise gomalak cilacılar tarafından tamamlanmaktadır. Her ne kadar esas olarak emek yoğun ve el sanatının da yoğun olarak kullanıldığı bir sektör olsa da, mobilya sektöründe işbölümünün (görev uzmanlığı) uygulanması ile verimlilik ve kalite artışı sağlandığı görülmüştür. Bu nedenle, bundan sonraki yıllarda da hem iş bölümüne devam edilmiş, hem de mümkün olan kısımlarda makine kullanımı ile verimlilik artışı hedeflenmiştir[45].

20. yüzyıla gelindiğinde ise, özellikle II. Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında (1939-1945), diğer tüm ürünlerde olduğu gibi, ahşap ürünlerinde de sıkıntının yaşandığı ve mobilya sektörünün daraldığı görülmektedir. Bununla beraber, 1950'li yıllarda yeni ahşap malzemeler, ahşap işleme makineleri, yapıştırıcılar ve ahşap kaplamaların kullanımının artması ile sektör yeniden büyümeye başlamıştır. Gelişen teknoloji ve teknikler ile bir mobilya parçasının fabrikasyon mu yoksa elle hazırlanmış mı olduğunu ayırt etmek gittikçe zorlaşmış,

44 http://www.encyclopedia.com/people/history/us-history-biographies/furniture-stores

45 www.britannica.com

seri üretimde de dahi kalite artmıştır. Bununla beraber, daha büyük mobilya fabrikalarının, sabit sipariş arzını sağlamak için gereken yüksek hacimli seri üretim sistemine geçtiği de görülmektedir[46].

Günümüzde mobilya yapımında çelik, alüminyum, cam ve plastik gibi diğer malzemeler kullanılmaya başlanmış ise de, mobilya denince halen daha akla öncelikle ahşap malzeme gelmektedir. Kolayca işlenebilmesi, birbirlerine kolayca birleştirilebilmesi, direncinin yüksek oluşu, eskidiğinde kolayca değiştirilebilmesi, boyanabilmesi gibi özellikler, ağaç malzemenin mobilya yapımında daha fazla tercih edilmesinin ana nedenleri olarak kabul edilmektedir[47]. Günümüzde özellikle büro, okul, hastane, otel, sinema gibi yerlerde daha dayanıklı mobilya yapımı bir zorunluluk olduğundan, gerek dayanıklılığı gerekse maliyeti nedeniyle son yıllarda metal iskeletli mobilyaya eğilim artmış olsa da[48], yine de ahşabın mobilya endüstrisindeki liderliği devam etmektedir.

İç mekânlarda kullanılan mobilyalar, ihtiyaca göre olduğu kadar, günün moda anlayışına ve eldeki teknolojiye göre de değişim göstermektedir.

Ülkemizdeki mobilya endüstrisine bakıldığında 19. yüzyılın ortalarına doğru bulunan ağaç işleme makineleri ile yalnız saray ve çevresine yönelik mobilya gereksiniminin, sosyal değişimler ve ekonomik gelişmelerin de etkisiyle geniş halk kitlelerine yayılmaya başladığı görülmektedir[49]. Özellikle Selçuklu ve Osmanlı döneminde, ahşap işçiliği çok ön plana çıkmış, sonrasında Cumhuriyet döneminde farklı tarzda üretimler yapılmış, günümüzde ise farklı malzeme kullanımı ile farklı tarzda mobilyalar üretilebilmektedir. Genel olarak ülkemizde mobilya talebi küçük atölye tipi üretim yapan ve emek yoğun olarak çalışılan imalatçılar tarafından karşılanmaya çalışılmaktadır[50]. Kesikli üretim ile düşük maliyetler yakalanamadığından, ülkemiz mobilya sektörünün dünya çapında rekabet gücü de düşük olarak görülmektedir. Ancak yeni gelişmelerle birlikte, özellikle Bursa- İnegöl ve Kayseri bölgesinde mobilya ürünleri, seri üretim teknolojileri ve yeni malzemelerle üretim yapılabilmektedir[51]. Bununla beraber, el işçiliği ve kullanılan masif malzeme ile yüksek kalite ve farklılaşma sayesinde yüksek kar elde etmek de mümkün olabilmektedir. Ancak, yüksek katma değer elde edilebilmesi için, özellikle tasarım ve markalaşma konusunda gelişmeye ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir[52].

2.1.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 23228 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %90'ı erkek, %10'u ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 43,36 yaşındadır.

46 http://www.encyclopedia.com/people/history/us-history-biographies/furniture-stores

47 https://www.frmtr.com/kultur/118629-mobilya-nedir.html

48 Serin, H., 2004. Organize Sanayi Bölgelerindeki Mobilya Sanayi İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi, K.T.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon

49 Akyüz, K.C (2000) "Doğu Karadeniz Bölgesinde Yer Alan Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısal Analizi", Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Trabzon

50 Gültekin O., 2000. Panel mobilya üretim hatalarının optimizasyonunu gerçekleştirmeye yönelik yeni bir seçim modeli ile bilgisayar destekli (CNC) makinelerin belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

51 Ticaret Bakanlığı Raporu, 2016, https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-200221

52 MOBSAD Sektör Raporu, 2016

Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %45'inin ilkokul mezunu olduğu, %30'unun lise mezunu, %17'sinin ortaokul ve %7'sinin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 97. Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı Esnaf Sayısı	23228	
	Erkek: 20846	Kadın: 2382
Yaş Ortalaması	43,36	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	1476	7%
Lise Mezunu	6547	30%
Ortaokul Mezunu	3760	17%
İlkokul Mezunu	9712	45%

Kaynak: 2016 ESBİS

Mobilya döşemeciliği mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 5296 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %92'si erkek, %8'i ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 43,49 yaşındadır.

Mobilya döşemeciliği mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %53'ünün ilkokul mezunu olduğu, %23'ünün lise mezunu, %21'inin ortaokul ve %3'ünün ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 98. Mobilya Döşemeciliği Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	5296	
	Erkek: 4849	Kadın: 447
Yaş Ortalaması	43,49	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	128	3%
Lise Mezunu	1067	23%
Ortaokul Mezunu	975	21%
İlkokul Mezunu	2470	53%

Kaynak: 2016 ESBİS

Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 1060 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %93'ü erkek, %7'si ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkârlar ortalama 43,48 yaşındadır.

Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %57'sinin ilkokul mezunu olduğu, %22'unun lise mezunu, %19'inin ortaokul ve %3'ünün ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 99. Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	1060	
	Erkek: 988	Kadın: 72
Yaş Ortalaması	43,48	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	28	3%
Lise Mezunu	217	22%
Ortaokul Mezunu	184	19%
İlkokul Mezunu	562	57%

Kaynak: 2016 ESBİS

2.1.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %23'ünün 5258 adet işletme sayısı ile Marmara Bölgesinde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 5007 işletme ile İç Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 3578 işletme sayısı ile Akdeniz Bölgesi, dördüncü sırada 3494 işletme sayısı ile Karadeniz Bölgesi, beşinci sırada 3286 işletme sayısı ile Ege Bölgesi ve altıncı sırada ise 1407 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Mobilya imal, onarım ve ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %5'ini kapsayan 1198 işletme sayısı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 100. Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	3578	15%
Doğu Anadolu Bölgesi	1407	6%
Ege Bölgesi	3286	14%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	1198	5%
İç Anadolu Bölgesi	5007	22%
Karadeniz Bölgesi	3494	15%
Marmara Bölgesi	5258	23%

Kaynak: 2016 ESBİS

Mobilya döşemeciliği mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %23'ünün 1220 adet işletme ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 1210 işletme ile İç Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 805 adet işletme ile Akdeniz Bölgesi,

dördüncü sırada 778 işletme ile Ege Bölgesi, beşinci sırada 680 işletme ile Karadeniz Bölgesi ve altıncı sırada ise 358 adet işletme ile Doğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Mobilya döşemeciliği mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %5'ini kapsayan 245 işletme sayısı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 101. Mobilya Döşemeciliği Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	805	15%
Doğu Anadolu Bölgesi	358	7%
Ege Bölgesi	778	15%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	245	5%
İç Anadolu Bölgesi	1210	23%
Karadeniz Bölgesi	680	13%
Marmara Bölgesi	1220	23%

Kaynak: 2016 ESBİS

Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %29'inin 304 adet işletme ile İç Anadolu Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 244 işletme ile Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 170 adet işletme ile Akdeniz Bölgesi, dördüncü sırada 130 işletme ile Ege Bölgesi, beşinci sırada 125 işletme ile Karadeniz Bölgesi ve altıncı sırada ise 58 adet işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %3'ünü kapsayan 29 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 102. Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	170	16%
Doğu Anadolu Bölgesi	29	3%
Ege Bölgesi	130	12%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	58	5%
İç Anadolu Bölgesi	304	29%
Karadeniz Bölgesi	125	12%
Marmara Bölgesi	244	23%

Kaynak: 2016 ESBİS

2.1.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[53]

Mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında, esnaf ve sanatkâr olmaya karar veren bir girişimcinin bu sektörde işe başlangıç için bilgi ve belgeleri hazırlaması gereklidir. Bu belgeler aşağıda gösterilmektedir:

- *Nüfus cüzdanı sureti, ikametgâh senedi (muhtarlık tasdikli) ve iki adet fotoğraf*
- *Yapı kullanma izin belgesi (yapı kiralıksa, kira sözleşmesinin aslı ve noter onaylı örneği)*
- *Vergi levhası fotokopisi ve ilgili esnaf sanatkâr sicil kaydı fotokopisi*
- *(Varsa) ustalık belgesi*
- *Sigorta ya da emeklilik cüzdanının fotokopisi*
- *Çöp konteynırı ve faturası*
- *Su abonesi kartlı sayacı temini*
- *Aynı adrese daha önce verilmiş işyeri açma ruhsatı varsa bu belgenin belediyeye iadesi*
- *İtfaiyeden "yangın önlemi alınmıştır raporu"*
- *Emniyete kimlik bildiriminde bulunulduğuna dair kimlik bildirimi belgesi fotokopisi, imza sirküleri, şirket olması halinde ticaret sicili gazetesi fotokopisi*
- *Cumhuriyet savcılığından güncel adli sicil kaydı*

Yukarıda sayılan belgelere ek olarak, mobilya döşemeciliği için diğer meslek gruplarından farklı olarak bazı belge ve gerekliliklerin sağlanmış olması aranmaktadır. Mobilya döşemeciliği alanına özgü olan kriterlerden ilki, işyerinin en az 50 metrekare olması gerekliliğidir. Bununla beraber, ses yalıtımının yapılmış olması, detaylı yerleşim krokisinin çıkarılmış olması gibi koşullar aranmaktadır. Ayrıca bu işyerinin izinsiz değiştirilmesinin de mümkün olmadığı vurgulanmalıdır.

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları

Mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında, sektöre girişin pek çok cazibesi bulunmaktadır. İlk olarak, mobilya sektörü, inşaat sektörüne bağlı olarak gelişen ve değişen bir sektördür. Bu kapsamda, inşaat sektöründeki genişleme, mobilya sektörüne de olumlu yansımaktadır. İnşaat sektörü güçlendikçe, mobilya sektörü de güçlenmekte ve giderek daha karlı hale gelmektedir.

Günümüzde, mobilyalı ev kiralamayı tercih eden kişiler, daha çok yatırım amaçlı ev almayı tercih etmektedir. Diğer yandan vergi indirimleri sürelerinin geçmişe kıyasla uzamış olması, mobilya sektöründe de canlanmayı beraberinde getirmiştir.

Sektörün sakıncaları arasında, mobilyacılığın, değişken bir tüketici talepleri sürecine

53 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

dayanması bulunmaktadır. Mobilya sektöründe de moda akımlara bağlı olarak tüketici talepleri değişmektedir. Bu sektöre giren esnaf ve sanatkârın değişken tüketici taleplerini takip etmesi gerekmektedir. Değişken tüketici taleplerinin karşılanmaması, zamanla kâr oranının düşmesine neden olabilir.

Bu sektörde, yatırım yapmak isteyen bir kişi, en çok, mobilyanın dayanıklı tüketim malzemesi olması nedeniyle sektöre giriş yapmaktan çekinmektedir. Mobilyanın bir kez alındığında yıllarca kullanılması ve aynı müşteriye satış yapabilmek için uzun bir süre beklenmesi gerekliliği sektörün sakıncaları arasındadır. Ancak günümüzde bu sakınca daha zayıf bir niteliğe bürünmüştür. Mobilya satın almak isteyen tüketici, zamanla farklı mobilya türlerinin ihtiyaç olduğunu düşünmeye başlamıştır. Örneğin eskiden evler metrekare olarak daha küçük idi ve çocuklar bir odayı paylaşmakta idi. Günümüzde konutlardaki yaşam alanı daha geniş metrekarelere yayılmıştır ve örneğin her bir çocuk için ayrı oda bulunması, ayrı ayrı mobilya satın alınması doğal sonucunu oluşturmaktadır.

Sektöre Girebilmek için Gerekli Sermaye Miktarı

Mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında sektöre girebilmek için gerekli sermaye miktarı, girişimcinin nasıl bir iş stratejisi izlediğine bağlı olarak değişmektedir. Girişimcinin, yeni mobilya mı ikinci el mobilya mı satacağına, mobilya imal edip etmeyeceğine göre sermaye miktarı değişkenlik göstermektedir. Örneğin mobilya tamirciliği, tek başına yapılacak bir faaliyet olarak öngörülmüş ise, diğer faaliyetlere kıyasla daha az sermaye ile işe başlamak mümkündür.

Mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında, faaliyete bulunulacak işyerinin büyüklüğü, sektöre girebilmek için gerekli sermaye miktarının büyük oranda değişmesine neden olmaktadır. Geniş bir mağaza da, showroom da içerecek şekilde büyük bir alanda mobilyacılık yapmak büyük sermaye gerektirir. Esnaf ve sanatkârlar, diğer yandan başlangıç aşamasında, küçük bir iş yerinde faaliyetlerine başlayıp, zamanla kazancına göre planlı bir şekilde iş yeri metrekaresini genişletme yolunu da seçebilir.

Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın, işgücü kapasitesi de sektöre girebilmek için gerekli sermaye miktarının farklılaşmasına neden olmaktadır. Yanında hiç çalışanı olmayan, küçük bir iş yerinde, tek başına mobilya tamirciliği yapan bir esnaf ve sanatkârla, mobilya imal ve satıcılığı faaliyetlerini yanında çalıştırdığı on kişiyle birlikte yürüten bir esnaf ve sanatkârın bulundurması gerekli sermaye miktarı faklıdır. Çünkü yanında çalışanları bulunan bir esnaf ve sanatkâr, bu kişilerin maaş ve sigorta primlerini ödeyecektir ve daha büyük bir sermayeye sahip olması gerekecektir.

Sonuç olarak, mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında, sektöre girebilmek için gerekli sermaye miktarı, faaliyet alının büyüklüğüne, işyeri özelliklerine, faaliyetin gerçekleştiği şehre hatta semte göre 20.000 TL'den 200.000 TL'ye kadar değişebilir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında sektöre girerken dikkat edilmesi gereken pek çok husus bulunmaktadır.

Öncelikle mobilya sık sık, günlük satılan bir ürün değildir. Dolayısıyla sektöre giren esnaf ve sanatkârın, başlangıç masraflarını hesaplarken örneğin üç aylık bir süreçte tüm giderlerini sermayesinden karşılayacağı gibi bir plan yapmalıdır. Çünkü mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında, sektöre yeni giriş yapmış bir esnaf ve sanatkâr hemen ilk günlerde müşteri bulamayabilir.

Esnaf ve sanatkârların başlangıç olarak seçtiği iş yeri ya da faaliyet mekânı hususu önemlidir. Kullanılmış, daha eski işyerleri başlangıç maliyeti için daha hesaplı olabilir. Yeni işyerlerinin kira miktarları da yüksek olacaktır. Mobilyacılık, mobilya imal ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve mobilya cilacılığı alanında faaliyet gösteren diğer esnaf ve sanatkârla yakın bölgede faaliyet göstermek avantajlı olabilir (Ankara Siteler gibi) ancak bu da işyeri maliyetini arttırabilir.

2.1.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Mobilyacılık mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

2.1.6.1. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Mobilya imalatı sanayi Türkiye'de en eski ve köklü üretim alanlarından biridir. Birçok farklı sektörle bağlantısı olmasının yanı sıra, farklı uzmanlıklarda kişilere istihdam sağlayan ve yüksek ihracat potansiyeline sahip bir alan olarak dikkat çekmektedir. Üretim sistemlerine bakıldığında ise, genellikle emek yoğun olup, teknoloji ve sermaye kullanımının çok fazla olmadığı görülmektedir[54]. Özellikle Türkiye'de mobilya üretimi uzun yıllar daha çok sipariş üzerine atölye tipi üretim şeklinde gerçekleşmiş olsa da, yıllar içerisinde bu alanda da değişim görülmüş, modüler ve fabrikasyon tipi seri üretim yaygınlaşmaya başlamıştır.

Mobilyacılıkta üretilen başlıca ürünler masa, sandalye, sehpa, dolap, karyola, mutfak dolabı, kanepe, koltuk, ofis mobilyası, kitaplık, çekyat ve benzeri gibi çok çeşitlidir.

İstanbul Sanayi Odasınca hazırlanan Mobilya İmalatı Sanayi Sektör Raporu verilerine göre, mobilya imalatı sanayinde verimlilik 2005-2013 döneminde %46,3 artış göstererek, yüksek oranda işgücü verimliliğine ulaşmıştır[55]. Bununla beraber, proje kapsamında yapılan anket çalışması verilerine göre, mobilya imalatı mesleğinde kapasite kullanım oranı %50-%75 seviyesinde görülmektedir.

Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yapılan ulusal meslek standardına göre[56], ahşap

54 Türkiye Mobilya Endüstrisi Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerinin Yapisal İncelenmesi, Sorunlari Ve Çözüm Önerileri, Selçuk Üniversitesi, sutod.selcuk.edu.tr/sutod/article/download/270/239

55 Mobilya İmalatı Sanayi Sektör Raporu - İstanbul Sanayi Odası www.iso.org.tr/file/ISO_Mobilya_Imalati_Sanayi_Sektor_Raporu_v3_2015-3968.pdf

56 Mesleki Yeterlilik Kurumu, Ulusal Meslek Standardı, 2012 https://www.google.com.tr/search?q=mesleki+yeterlilik+kurumu+-

mobilya imalatçısının kullandığı araç, gereç ve ekipman şunlardır:

Ahşap ve ahşap esaslı malzemeler, anahtar takımları, aspiratör sistemi, ayaklı dekupaj makinesi, bant zımpara makinesi, bileme taşı, boy kesme makineleri, çift taraflı net ebatlama makinesi, çivi ve vida çeşitleri, çoklu delik makinesi, çeşitli özellikte testereler, delik makinesi, dikey ve yatay freze, dört taraflı yüzey işleme makinesi, el makineleri, filato makinesi, iş sehpaları, işkence çeşitleri, kalıp makineleri, kaplama tezgâhı, kaplama dikiş makinesi, kaplama kesme makinesi (giyotin), kavela makinesi, kenar masifleme makinesi, kesiciler, kompresör, kontak zımpara makinesi, marangoz tezgâhı, mengene, mobilya aksesuarları (kulp, menteşe, ray, makas, ayak, çıtçıt vb.), mobilya bağlantı elemanları, ölçme ve markalama aletleri (metre, kumpas, kalem, ağaç gönye, cetvel vb.), palet, planya makinesi, pres çeşitleri, spiral taşı, şablon freze, şerit testere makinesi, takım dolabı, temel el aletleri, yapıştırıcı, yatay delik makinesi, zımpara, zıvana makinesi.

Üretim süreci incelendiğinde ise, üretilecek ürüne göre farklılık göstermekle beraber, genel olarak mobilya imalatında görülen üretim sürecinde, kullanılacak hammaddenin imalat alanına getirilmesi, tasarıma uygun olarak boyutlanması, astar ve boya işlemlerinin yapılması, gerek görülen diğer yarı-mamullerle (metal aksam, döşeme, ray, kulp, menteşe vb) birleştirilmesi ve son işlem olarak da cila ve vernik işlemlerinin yapıldığı görülmektedir (Şekil 98).

Şekil 98. Mobilyacılıkta Üretim Süreci

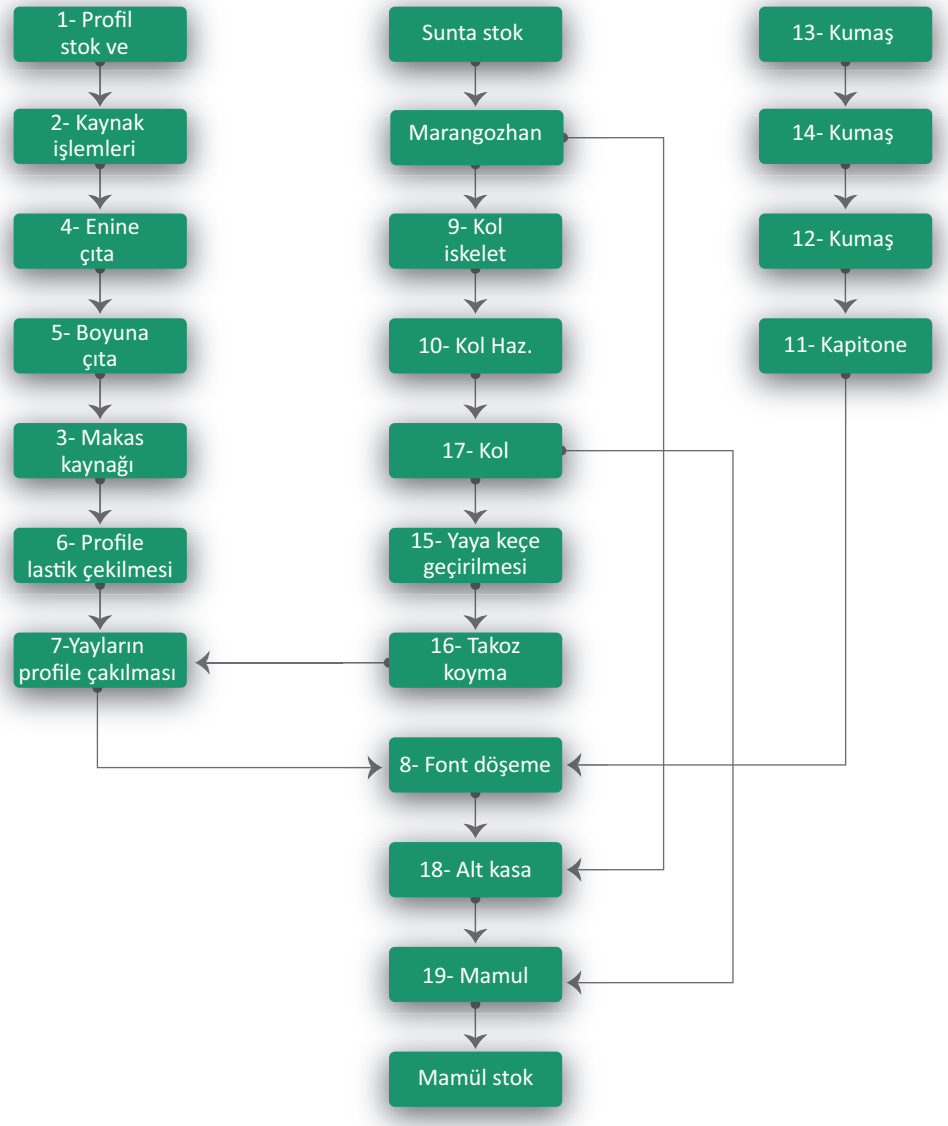
1	2	3	4	5	6
Hammaddenin imalat alanına getirilmesi	Tasarıma uygun boyutlandırma	Astar ve boya işlemlerinin yapılması	Gerekli aksesuarların eklenmesi (metal aksam, döşeme. vb)	Süslemelerin eklenmesi	Cila ve vernik işlemleri

Hacıhasanoğlu (2014) tarafından yürütülen çalışmada, Kayseri'de faaliyet gösteren bir işletmenin kanepe üretim süreç şeması aşağıdaki gibi sunulmuştur (Şekil 99)[57]

Şekil 99. Kanepe Üretimi İş Akış Şeması (Kaynak: Hacıhasanoğlu, 2014)

marangozluk&oq=mesleki+yeterlilik+kurumu+marangozluk&aqs=chrome..69i57.16120j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8#

57 Hacıhasanoğlu, T. (2014) Üretim Maliyetlerinin Düşürülmesinde Kaizen Maliyetleme Yöntemi ve Mobilya Sektöründe Bir Uygulama. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 10, Yıl 10, Sayı 2, 2014, ss. 47-64



2.1.7. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Meslek ev, ofis, bahçe gibi gündelik yaşamı ilgilendiren birçok alanda nihai ürünler sağlamanın yanı sıra pek çok faklı sektörden de ara mal temin etmektedir. Bu yönüyle mobilya imal ve satıcılığı mesleğinin ülke ekonomisine katkısı kayda değerdir. Üretim için gereken ham madde temini ve ürünlerin pazarlanmasına bağlı olarak ilişkide bulunulan sektörler ilişki yoğunluklarına göre; ormancılık ve orman ürünleri sektörü, tutkal ve kimyasal madde üretim sektörü, kereste fabrikaları ve marangozlar, inşaat sektörü, dekorasyon, odun tüccarları, ambalaj satıcıları, lojistik ve nakliyatçılık, otomotiv sektörü, enerji, profil üreticileri, orman-köy kooperatifleri, çimento üretim sektörü, metal sanayii, boya, cila, izolasyon gereçleri, cam ve benzeri gereçler, kapı, pencere doğramaları ve madeni aksamları olarak

sıralanmaktadır.

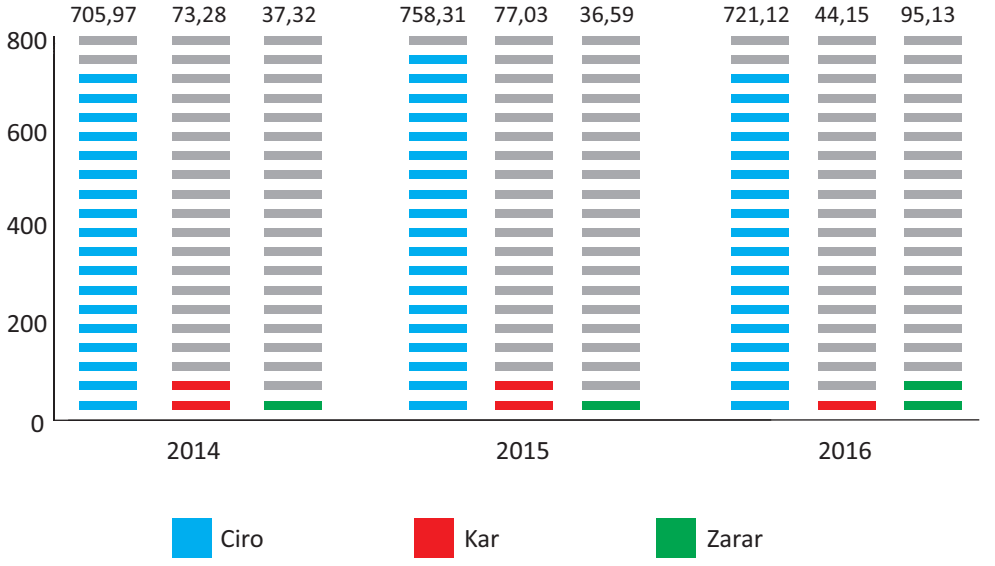
Öte yandan sektörde diğer ürünlerin kullanımı da son yıllarda artış göstermektedir. Sektör inşaat, gemi sanayi, metal, plastik ve cam sanayi ile etkileşim halinde olup yirmi alt sektörü destekler durumdadır (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2012). Şüphesiz sektörünün inşaat sektörü ile ilişkisi çok önemlidir. İnşaat sektörünün iç pazarda son yıllarda sergilediği büyüme performansına paralel olarak mobilya sektörü de önemli ölçüde büyümüştür (Kalkınma Bakanlığı Mobilya Çalışma Grubu Raporu, 2015).

2.1.8. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Mobilya, Türkiye ve Dünya ekonomisinde önemli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Mobilya sanayi, Türkiye ekonomisi için stratejik bir önem arz etmektedir. Bunun nedeni, sektörde ortaya çıkan katma değerdir. Üretimin her aşamasında farklı bir meslek grubunun katkısı bulunmaktadır (mobilya boyamacılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya imal ve satıcılığı meslekleri) ve son aşamada nihai ürün karşımıza çıkmaktadır. Mobilya tüm dünyada, tüm kültürler tarafından kullanılan ve gelecekte de hep kullanılacak bir mal olduğu için talebi hiç bitmeyecek bir ürün olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte, Türkiye'de mobilya sanayi her geçen yıl gelişmekte, yeniliklere uyum sağlayarak, teknoloji kullanımını arttırmakta ve dünya piyasalarında rekabet gücü olan işletmeler ortaya çıkartmaktadır.

Mobilya boyacılığı ve cilacılığı alanında çalışan esnaf ve sanatkâr sayısı ise yine ESBİS verilerine göre 2016 yılında 1060 olmuştur. Şekil 100 ise bu alanda çalışan işletmelerin kâr, zarar ve ciro durumlarını göstermektedir. 2016 yılında bu meslek grubunda faaliyet gösteren işletmelerin toplam karının önemli ölçüde azaldığı ve toplam zararın da önemli ölçüde arttığı dikkat çekmektedir.

Şekil 100. Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)

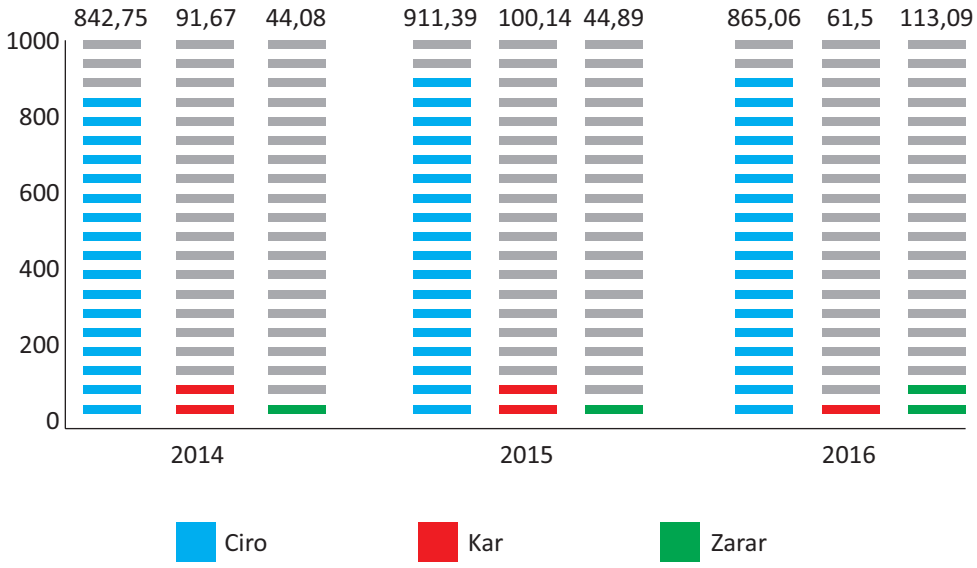


Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Mobilya döşemeciliği mesleğini icra eden esnaf ve sanatkârların sayısı ise 2016 yılında 5296 olmuştur. Şekil 101'de de mobilya döşemeciliği faaliyetini gerçekleştiren işletmelerin

kâr ve zarar durumları verilmiştir. Mobilya boyacılığı ve cilacılığı mesleğinde olduğu gibi döşemecilik mesleğinde de 2016 yılında kar düzeylerinde %40'a yaklaşan bir azalma ve zararlarda da 2,5 kat artış görülmüştür. Ancak mobilya döşemeciliği alanında faaliyet gösteren işletme sayısında büyük değişiklikler yoktur.

Şekil 101. Mobilya Döşemeciliği Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Mobilya imal, onarım ve ticareti alanında çalışan esnaf ve sanatkâr sayısı ise 2016 yılında 23228 olmuştur. ESBİS'ten elde edilen bu veriye göre, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü içinde en çok esnaf ve sanatkâr sayısına sahip meslek olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 103, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki çalışan sayısını göstermektedir. Bu tablodan mobilya imal, onarım ve ticaretini yapan mikro ölçekli işletmelerde de pek çok başka mesleklerdeki mikro ölçekli işletmelerde olduğu gibi ortalama çalışan sayısı birden küçük bir değer olduğu anlaşılmaktadır. Bu da pek çok mikro ölçekli işletmede esnaf ve sanatkârın kendisinden ayrı bir çalışanı olmadığını göstermektedir.

Tablo 103. Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Çalışan Sayıları

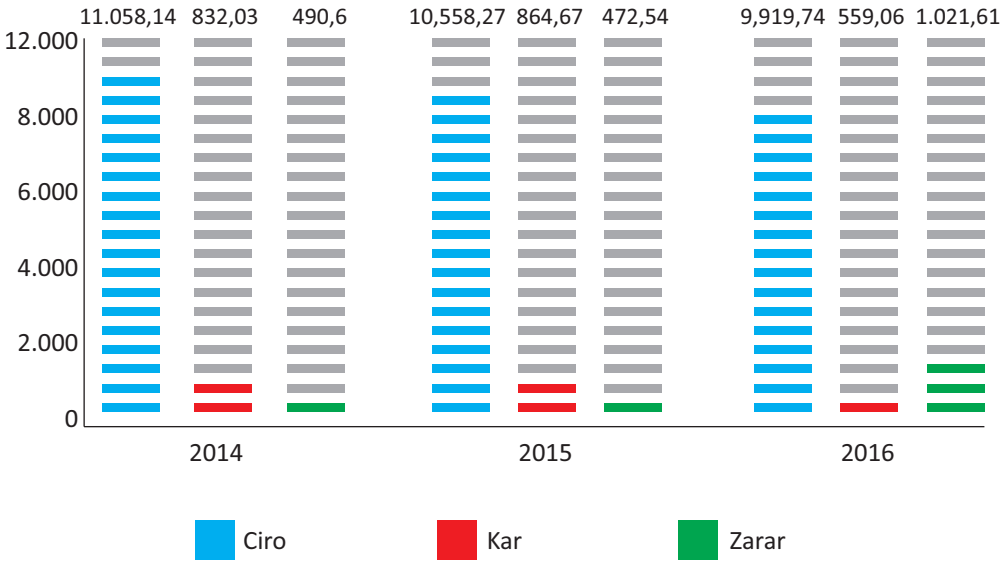
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	77013	62882	0,82
Küçük Ölçekli İşletmelerde	3609	27243	7,55
Orta Ölçekli İşletmelerde	98	2749	28,05

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 102'te mobilya imal, onarım ve ticareti alanında faaliyet gösteren işletmelerin kâr,

zarar ve ciro değerlerini göstermektedir. Bu grafikten anlaşılacağı gibi, 2016 yılında mobilya imal, onarım ve ticaret alanında çalışan işletmelerin karları büyük ölçüde düşmüş, zararları ise artmıştır. Bununla birlikte, ciroların da düştüğü görülmektedir. 2014 yılında 2016 yılına kadar bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin sayısında da bir azalma görülmektedir.

Şekil 102. Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2.1.8.1. Dış Ticaret

Dünya mobilya üretiminde son yıllarda ilk sırayı Çin'in aldığı görülmektedir. Çin'i ABD, İtalya ve Almanya takip etmektedir. Türkiye dünya üretiminde %1'lik payı ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir.[58] Mobilya ihracatı açısından ise 2014 yılında dünya ihracatı içinden % 1,4'lük bir pay aldığı gözlemlenmiştir. Dünya mobilya ihracatı sıralamasında Türkiye 14. sırada, İngiltere, Malezya ve Romanya'nın arkasında yer almaktadır.

Ticaret Bakanlığı raporuna[59] göre Türkiye'de mobilya sektörü 2001 yılından itibaren dış ticaret verilerinde sürekli olarak artı değerler göstermeye başlamıştır. Bu durum, ihracat değerlerinin ithalat değerlerinden yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bunun arkasında en önemli itici gücün 2001 yılında Türkiye'nin yaşadığı krizle birlikte ortaya çıkan yurt içi talepteki daralma olduğu söylenebilecektir. Üretici firmalar bu daralmayı ihracata yönelerek satışlarını arttırma biçiminde çözme yoluna gitmişlerdir.

Mobilya sektöründe yapılan toplam ihracatın üçte biri AB ülkelerine yapılırken toplam ithalatın da yarısından fazlası yine AB ülkelerinden yapılmaktadır. Bu durum AB ile önemli bir organik bağ olarak görülebilir. Günümüzde cari işlemler açığının bir sorun olarak ülke ekonomisinde yerleşmiş olduğu bilinmektedir. Bu noktada, mobilya sektörünün dış tica-

58 ASO Mobilya Sektörü Raporu

59 Ticaret Bakanlığı Raporu 2016

rette sürekli artı değerler elde etmesi (ihracat değerlerinin ithalattan yüksek olması), ülke ekonomisi için de önemli bir rol oynayacak ve cari açığın kapanmasında etkili bir sektör olarak karşımıza çıkacaktır. Tabi ki bu çerçevede, yeni pazarların bulunması, doğu ve batıdaki diğer ihracat olanaklarının araştırılması sektörün ihracat potansiyeli için de olumlu bir katkı sağlayacağı açıktır.

Tablo 104. Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (Bin ABD Doları)

2013	2014	2015
2.179.968	2.360.561	2.193.800

Mobilyacılık alanında faaliyet gösteren işletmelerin bazıları doğrudan ihracat süreci içerisinde bulunurken büyük bir kısmı ise aracı firmalar yoluyla ya da diğer işletmeler aracılığıyla ürettikleri ürünlerini ihraç etmektedirler. Bununla birlikte, İnegöl örneğinde olduğu gibi, esnaf ve sanatkâr ve ticaret odalarının kanallarını kullanarak ihracat yapan işletmeler de bulunmaktadır.

TÜİK verilerine göre 2009 yılından sonra en çok ihracat yapılan ülkenin Irak olduğu görülmektedir. 2015 yılı verilerine göre, yaklaşık 426 milyon dolarlık ihracat değeriyle ilk sırada yer alan Irak'ı, Suudi Arabistan, Almanya, Libya, Fransa ve Azerbaycan izlemektedir. ABD ise Türkiye'nin en çok mobilya ihracatı yaptığı ülkeler sıralamasında 7. Sırada yer almaktadır. 2008 yılından itibaren dünyayı etkisi altına alan küresel finansal krizin ve daha sonrasında Avrupa'da yaşanan borç krizinin de ihracatı olumsuz etkilediği söylenebilecektir.

Türkiye'nin mobilya ithalatı, 1986 yılında serbestleştirilmeyle birlikte ve sonrasında 1996 yılında Gümrük Birliği'ne girilmesiyle artmıştır. 2001 yılına kadar artış trendi içinde olan mobilya ithalatı, Türkiye'nin yaşadığı para ve bankacılık krizi ile reel gelirdeki düşmenin etkisiyle %40 düzeyinde bir azalma yaşamıştır. Daha sonraki yıllarda da inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir.

Tablo 105, 2013, 2014 ve 2015 yıllarında Türkiye'nin toplam mobilya ithalatını göstermektedir. Tablo 104 ve 105 birlikte ele alındığı zaman, mobilya sektörünün önemli ölçüde dış ticaret fazlası yaratan bir sektör olduğu görülmektedir. Mobilya ihracatı, ithalatının üstünde seyretmektedir.

Tablo 105. Türkiye'nin Toplam Mobilya İthalatı (Bin ABD Doları)

2013	2014	2015
865.335	879.050	774.388

Türkiye'nin en çok mobilya ithal ettiği ülkeler ağırlıklı olarak AB ülkeleridir. Ancak Çin, karşı karşıya olduğu maliyet avantajını da kullanarak toplam ithalatın 3'te birini karşılar hale gelmiştir. 2015 yılında Türkiye'nin ithalatının en fazla olduğu ülkeler sırasıyla Çin, İtalya, Almanya, Polonya ve Fransa'dır.

2.1.9. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.1.10. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Mobilya sanayi, Türkiye ekonomisi için stratejik bir önem arz etmektedir. Bunun nedeni, sektörde ortaya çıkan katma değerdir. Üretimin her aşamasında farklı bir meslek grubunun katkısı bulunmaktadır (kerestecilik, marangozluk, mobilya boyamacılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya imal ve satıcılığı meslekleri) ve son aşamada nihai ürün karşımıza çıkmaktadır. Mobilya tüm dünyada, tüm kültürler tarafından kullanılan ve gelecekte de hep kullanılacak bir mal olduğu için talebi hiç bitmeyecek bir ürün olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte, Türkiye'de mobilya sanayi her geçen yıl gelişmekte, yeniliklere uyum sağlayarak, teknoloji kullanımını arttırmakta ve dünya piyasalarında rekabet gücü olan işletmeler ortaya çıkartmaktadır.

TÜİK Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı verilerine göre mobilya sektöründe 150.427 kişi istihdam edilmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısı ise 34.438'dir. Bu veriler, sektörün Türkiye ekonomisinde ne kadar önemli bir paya sahip olduğunun da bir göstergesidir. Bununla birlikte, sektördeki sürekli gelişmeyle paralel olarak, odak grup toplantılarından da çıkan bir sonuç, sektörde istihdam artışının devam edeceğidir.

Dünya mobilya üretiminde son yıllarda ilk sırayı Çin'in aldığı görülmektedir. Çin'i ABD, İtalya ve Almanya takip etmektedir. Türkiye dünya üretiminde %1'lik payı ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir. Mobilya ihracatı açısından ise 2014 yılında dünya ihracatı içinden % 1,4'lük bir pay aldığı gözlemlenmiştir. Dünya mobilya ihracatı sıralamasında Türkiye 14. sırada, İngiltere, Malezya ve Romanya'nın arkasında yer almaktadır.[60]

Ticaret Bakanlığı raporuna[61] göre Türkiye'de mobilya sektörü 2001 yılından itibaren dış ticaret verilerinde sürekli olarak artı değerler göstermeye başlamıştır. Bu durum, ihracat değerlerinin ithalat değerlerinden yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bunun arkasında en önemli itici gücün 2001 yılında Türkiye'nin yaşadığı krizle birlikte ortaya çıkan yurt içi talepteki daralma olduğu söylenebilecektir. Üretici firmalar bu daralmayı ihracata yönelerek satışlarını arttırma biçiminde çözme yoluna gitmişlerdir.

Mobilya sektöründe yapılan toplam ihracatın üçte biri AB ülkelerine yapılırken toplam ithalatın da yarısından fazlası yine AB ülkelerinden yapılmaktadır. Bu durum AB ile önemli bir organik bağ olarak görülebilir. Günümüzde cari işlemler açığının bir sorun olarak ülke ekonomisinde yerleşmiş olduğu bilinmektedir. Bu noktada, mobilya sektörünün dış ticarette sürekli artı değerler elde etmesi (ihracat değerlerinin ithalattan yüksek olması), ülke ekonomisi için de önemli bir rol oynayacak ve cari açığın kapanmasında etkili bir sektör olarak karşımıza çıkacaktır. Tabi ki bu çerçevede, yeni pazarların bulunması, doğu ve batıdaki diğer ihracat olanaklarının araştırılması sektörün ihracat potansiyeli için de olumlu bir katkı sağlayacağı açıktır.

60 ASO Mobilya Sektörü Raporu

61 Ticaret Bakanlığı Raporu 2016

Tablo 106. Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (1000 ABD Doları)

2013	2014	2015
2.179.968	2.360.561	2.193.800

Mobilyacılık alanında faaliyet gösteren işletmelerin bazıları doğrudan ihracat süreci içerisinde bulunurken büyük bir kısmı ise aracı firmalar yoluyla ya da diğer işletmeler aracılığıyla ürettikleri ürünlerini ihraç etmektedirler. Bununla birlikte, İnegöl örneğinde olduğu gibi, esnaf ve sanatkârlar odaları ve ticaret odalarının kanallarını kullanarak ihracat yapan işletmeler de bulunmaktadır.

TÜİK verilerine göre 2009 yılından sonra en çok ihracat yapılan ülkenin Irak olduğu görülmektedir. 2015 yılı verilerine göre, yaklaşık 426 milyon Dolarlık ihracat değeriyle ilk sırada yer alan Irak'ı, Suudi Arabistan, Almanya, Libya, Fransa ve Azerbaycan izlemektedir. ABD ise Türkiye'nin en çok mobilya ihracatı yaptığı ülkeler sıralamasında 7. Sırada yer almaktadır. 2008 yılından itibaren dünyayı etkisi altına alan küresel finansal krizin ve daha sonrasında Avrupa'da yaşanan borç krizinin de ihracatı olumsuz etkilediği söylenebilecektir.

Türkiye'de mobilya ihracatı konusundaki mevcut durum bu olmakla birlikte, gelişen teknoloji, tasarıma verilmeye başlanan önem, başarılı kümelenme faaliyetleri gibi etkenler ihracat potansiyelinin artacağı beklentisini ortaya çıkartabilecektir. Bu noktada Türkiye'nin yeni pazarlar bulması önemli bir etken olacaktır. Ülkelere göre Türkiye'nin mobilya ihracatı incelendiğinde Uzakdoğu ülkelerinin olmaması dikkat çekici bir unsurdur. Bununla birlikte Rusya Federasyonu'na yapılan ihracat, coğrafi olarak yakın olmasına rağmen 2015 yılında %50'den fazla düşerek yaklaşık 31 milyon dolara gerilemiştir. Bunun arkasında dünyada yaşanan siyasi gerilimlerin olduğu düşünülebilir. Bu pazarların değerlendirilmesi ve geliştirilmesi için meslek örgütlerinin ve ilgili devlet organlarının birlikte çalışması etkili olacaktır.

2.1.11. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Teknoloji, gerek imalat gerekse hizmet sektörlerinde olmazsa olmaz bir unsur olarak görülmektedir. Teknoloji kullanımı, ürünün kendisinde çeşitli yeniliklere olanak tanırken, üretim, sunum ve iletişim açısından da pek çok yeniliği beraberinde getirmektedir.

Esnaf ve sanatkârlarla yapılan anket çalışmasında, meslekle ilgili yeni teknolojiyi takip etme durumuna ilişkin sorular da sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplarda, incelenen sektör içerisinde teknolojiyi çok yakından takip eden esnaf ve sanatkârın, ortalama %20 'ler düzeyinde olduğu görülmektedir. Rekabet üstünlüğünün sağlanabilmesi açısından, bu seviyenin yeterli olmadığı ve geliştirilmesi gerektiği açıktır.

Mobilyacılık mesleği, özellikle son yıllarda hem üretim teknikleri, hem de kullanılan malzemeler açısından yeniliğe son derece yatkın bir meslek olarak göze çarpmaktadır. Yalnız imalat alanında değil, sürecin tamamına ilişkin planlama, tasarım, sevk ve idare gibi birçok temel konuda bilgisayarlardan faydalanıldığı görülmektedir. Geleneksel olarak emek yoğun çalışılan sektör, bir değişime uğrayarak daha fazla sermaye ve bilgi yo-

ğun hale dönüşmektedir. Bu paralelde esnaf ve sanatkâr da, tasarım amacıyla bilgisayar programlarını (CAD) dışarıdan hizmet satın alma şeklinde kullanmaktadırlar. Kayseri'de yürütülen MOBITEK Projesinin, esnaf ve sanatkârın teknoloji kullanımına destek olmak amacını gerçekleştirerek, bu bölgedeki mobilyacılara büyük rekabet avantajı kazandırması beklenmektedir. Mobilyacıların yoğun şekilde olduğu İnegöl ve Ankara gibi bölgelerde de benzer uygulamaların hayata geçirilmesi de aynı şekilde ülkemizdeki mobilya sektörünün rekabetçiliği açısından önemli görülmektedir.

Tasarımın yanı sıra, imalat aşamasında bilgisayarlı tezgâhların kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir. CNC tezgâhlarının kullanımı ile birlikte, verimlilik artmakta ayrıca tasarımda farklılaşma olanaklı hale gelmektedir. Özellikle oymacılık gibi yüksek değere sahip işler makineler ile çok daha ucuza üretilebilmektedir. 2017 yılının ekim ayında ise, ülkemizde mobilyacılık mesleğinde daha önce hiç rastlanmamış bir fuara ev sahipliği yapmıştır. İstanbul'da gerçekleşen 3D Print Show fuarında, gerçek boyutlu mobilyaların üç boyutlu yazılar kullanılarak üretilmesi gösterilmiştir. Esnaf ve sanatkârlar için henüz çok maliyetli olan bu teknoloji, mesleğin geleceğine ilişkin ipuçları vermektedir. Esnaf ve sanatkârların kümelenmesi ya da ortak projeler gerçekleştirmesi ile yenilikçi teknolojilerin daha etkin kullanımı mümkün olabilecektir.

İmalatta kullanılan malzemeler açısından incelendiğinde, mobilyacılık mesleğinde geleneksel olarak faydalanılan ahşabın maliyetinden ötürü, mobilyacılıkta, günümüzde farklı malzemeler de kullanılabilmektedir. Özellikle modern tasarımlarda, cam, mermer, metal ve poliresin malzemelerin ahşap ile beraber kullanıldığı görülmektedir. Malzeme çeşitliliğindeki artışın mobilyacılıkta farklılaşmaya olanak tanıdığı ve mesleğin gelişmesine olumlu katkıda bulunduğu söylenebilir.

2.1.12. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Türkiye ekonomisi açısından oluşturduğu katma değer nedeni ile mobilya sektörüne kamu tarafından özel önem verilmektedir. Bu bağlamda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının kapsamlı analizlerini içeren Mobilya Sektörü Raporu güzel bir örnektir. KOSGEB ise yurt içi, yurt dışı fuarlar, yurt dışı iş gezileri, fuar ya da bulunan bir firmayla yapılacak görüşmelerle tanıtım çalışmalarının tamamında firmalara destek sağlamaktadır. Kurum, ayrıca kurumsal kimlik çalışmaları (reklam, katalog basımı, tanıtım vb.) ve satış/pazarlama destekleri de sunmaktadır. Kalkınma ajanslarının da sektördeki firmalara sağladığı destekler oldukça önemlidir. Ticaret Bakanlığı - "Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkındaki Tebliğ" (2010 tarihli) tarafından genel çerçevesi çizilen bir bağlamda ve Türk Tasarım Danışma Konseyi'nin inisiyatifiyle hazırlanmış olan Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı, yine Ticaret Bakanlığının Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ile koordineli olarak geliştirdiği 2012 tarihli 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı ile uyum içerisinde özellikle tekstil, giyim, deri, ayakkabı, cam, seramik, mobilya ve kuyumculuk gibi geleneksel sektörlerdeki özgün tasarım faaliyetlerinin özendirilmesi amaçlanmaktadır.

Ülkemizde kalkınma planlarının hazırlık aşamasında yürütülen Özel İhtisas Komisyonları çalışmaları çerçevesinde kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kesimi temsilci-

leri ile akademik çevrelerin bir araya geldiği özel ihtisas komisyonu çalışmaları yapılagelmektedir. Bu kapsamda Mobilyacılar Derneği (MOBDER), Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER), Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD), Ofis Mobilyacılar Derneği (OMSİAD) gibi önde gelen mobilyacılık meslek örgütleri 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planı hazırlıklarında katkılar sağlamışlardır (bkz. T.C. Kalkınma Bakanlığı 10. Kalkınma Planı, Mobilya Çalışma Grubu Raporu, Ankara 2015).

2.1.13. Mesleği İlgilendiren Mevzuat[62]

6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ve İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetmeliği

6331 sayılı "İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu " 30 Haziran 2012 tarihli Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Kanunun amacı; işyerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve mevcut sağlık ve güvenlik şartlarının iyileştirilmesi için işveren ve çalışanların görev, yetki, sorumluluk, hak ve yükümlülüklerini düzenlemektir.

İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu üçlü bir ayrıma tâbi olarak yayımlanma tarihinden itibaren farklı tarihlerde uygulanmaya başlanmıştır. Uygulamaya geçiş grupları işletmelerin çalışan sayısına, tehlike sınıfına ve kamu kurumu olup olmadığına bağlı olarak değişmektedir. Özellikle "tehlikeli" işler sınıfında yer alan 50'den az çalışan sayısına sahip mobilya işletmelerinde kanun yayımı tarihinden itibaren bir yıl sonra, 50'nin üzerinde çalışana sahip işletmelerde ise altı ay sonrasında yürürlüğe girmiştir. İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu beş bölümden oluşmaktadır. İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile mobilya endüstrisi kapsamındaki yaklaşık 20.000 işletmenin işverenine ve 100.000'den fazla çalışana önemli yükümlülükler ve sorumluluklar getirildiği görülmektedir.

Kanunda "çalışan istihdam eden gerçek veya tüzel kişi yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlar" olarak görülen işverenler için getirilen sorumluluklar kanunun 4. maddesinde yer almaktadır. Bunlar; çalışanlarının işle ilgili sağlık ve güvenliğini sağlamakla yükümlü olup bu çerçevede meslekî risklerin önlenmesi, eğitim ve bilgi verilmesi dâhil her türlü tedbirin alınması, işyerinde alınan iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyulup uyulmadığını izlenmesi, denetlemesi ve uygunsuzlukların giderilmesinin sağlanması şeklinde özetlenebilir.

Türkiye'de mobilya endüstrisi genel olarak, geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi küçük ölçekli işletmelerin yoğunlukta olduğu bir özellik taşımaktadır. Diğer yandan, geçtiğimiz otuz yılda orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısının da artmaya başladığı görülmektedir. "İşyeri tehlike sınıfları tebliği" ekindeki listeye (NACE Rev 2) göre mobilya endüstrisi ile ilgili işletmeler "tehlikeli" sınıftadır. Bunların arasında, yalnızca mobilyaların boyanması, verniklenmesi, cilalanması vb. tamamlayıcı işlerin yapılması "çok tehlikeli" sınıf içinde yer almaktadır. Mobilyacılık sektörü, 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanununa göre B-tehlikeli sınıfta yer almaktadır.

İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nun uygulanmasında detayları belirleyen 39 yönetmelik ve 18 tebliğ yürürlüğe girmiştir. Mobilya sektöründeki işletmelerin çok büyük bir çoğunluğu çok nadir olarak tam süreli istihdam ettikleri İş Sağlığı ve Güvenliği profesyonellerinden

62 EK 1'de Ağaç, Kağıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuat ayrıca verilmiştir.

(yani işyeri hekimi ve iş güvenliği uzmanları) doğrudan hizmet alırken, büyük bir kısmı ortak sağlık güvenlik birimlerinden hizmet almaktadır. Ortak sağlık güvenlik birimlerinden gelen iş güvenliği uzmanlarının, gerek işletmelere ayırdıkları süre, gerekse meslekleri ve temel eğitimleri nedeniyle mobilya sektörün tehlikelerine ve risklerine doğrudan hâkim olmaları tam olarak mümkün olmamaktadır.

Proje raporunda, İş Sağlığı ve Güvenliği mevzuatı, mobilya sektörüne uygun olarak belirlenmeye ve özetlenmeye çalışılmıştır. Mevcut durum raporunun amacı, mobilyacılık sektörünü doğrudan ilgilendiren maddelerin incelenmesidir. Bu kapsamda, İş sağlığı ve Güvenliği mevzuatındaki 39 yönetmelik incelenmiş ve bunlardan mobilyacılık mesleğine uygun 21 yönetmelik açıklanmıştır.

- 6331 sayılı İş sağlığı ve Güvenliği Kanununa Göre Yayımlanan Yönetmeliklerden Mobilyacılık sektörüyle doğrudan ilgili olanlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:
- İş Sağlığı ve Güvenliği Risk Değerlendirmesi Yönetmeliği
- İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği
- İş Güvenliği Uzmanların Görev, Yetki ve Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik
- İş Sağlığı ve Güvenliği Kurulları Hakkında Yönetmelik
- İş Ekipmanlarının Kullanımında Sağlık ve Güvenlik Şartları Yönetmeliği
- İş Hijyeni Ölçüm, Test ve Analizi Yapan Laboratuvarlar Hakkında Yönetmelik
- İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik
- İşyeri Bina ve Eklentilerinde Alınacak Sağlık ve Güvenlik Önlemlerine İlişkin Yönetmelik
- İşyeri Hekimi ve Diğer Sağlık Personelinin Görev, Yetki, Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik
- İşyerlerinde Acil Durumlar Hakkında Yönetmelik
- İşyerlerinde İşin Durdurulmasına Dair Yönetmelik
- İş Sağlığı ve Güvenliği Araştırma ve Geliştirme Enstitüsü Başkanlığı Görev, Yetki ve Sorumlulukları Hakkında Yönetmelik
- Çocuk ve Genç İşçilerin Çalıştırılma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
- Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
- Çalışanların Titreşimle İlgili Risklerden Korunmalarına Dair Yönetmelik
- Çalışanların Patlayıcı Ortamların Tehlikelerinden Korunması Hakkında Yönetmelik
- Çalışanların Gürültü ile İlgili Risklerden Korunmalarına Dair Yönetmelik

- Yapı İşlerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetmeliği
- Ulusal İş Sağlığı ve Güvenliği Konseyi Yönetmeliği
- Tozla Mücadele Yönetmeliği
- Tehlikeli ve Çok Tehlikeli Sınıfta Yer Alan İşlerde Çalıştırılacakların Mesleki Eğitimlerine Dair Yönetmelik
- Sağlık ve Güvenlik İşaretleri Yönetmeliği
- Sağlık Kuralları Bakımından Günde Azami Yedi Buçuk Saat veya Daha Az Çalışılması Gereken İşler Hakkında Yönetmelik
- Maden İşyerlerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetmeliği
- Kişisel Koruyucu Donanımların İşyerlerinde Kullanılması Hakkında Yönetmelik
- Kimyasal Maddelerle Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetmelik
- Kanserojen veya Mutajen Maddelerle Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetmelik
- Geçici veya Belirli Süreli İşlerde İş Sağlığı ve Güvenliği Hakkında Yönetmelik
- Gemi Adamlarının İkamet Yerleri, Sağlık ve İaşelerine Dair Yönetmelik
- Gebe veya Emziren Kadınların Çalıştırılma Şartlarıyla Emzirme Odaları ve Çocuk Bakım Yurtlarına Dair Yönetmelik
- Elle Taşıma İşleri Yönetmeliği
- Ekranlı Araçlarla Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetmelik
- Büyük Endüstriyel Kazaların Önlenmesi ve Etkilerinin Azaltılması Hakkında Yönetmelik
- Biyolojik Etkenlere Maruziyet Risklerinin Önlenmesi Hakkında Yönetmelik
- Balıkçı Gemilerinde Yapılan Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetmelik
- Asbestle Çalışmalarda Sağlık ve Güvenlik Önlemleri Hakkında Yönetmelik
- İşyerlerinde İşveren veya İşveren Vekili Tarafından Yürütülecek İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetlerine İlişkin Yönetmelik
- Kadın Çalışanların Gece Postalarında Çalıştırılma Koşulları Hakkında Yönetmelik
- Askerî İşyerleri İle Yurt Güvenliği İçin Gerekli Maddeler Üretilen İşyerlerinin Denetimi, Teftişi ve Bu İşyerlerinde İşin Durdurulması Hakkında Yönetmelik.

İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü'ne ait web sitesinde yer alan 39 yönetmelik amaç ve kapsam bakımından değerlendirildiğinde, mobilyacılık sektörünü doğrudan ilgilendiren yönetmeliklerin sayısı 21 olarak belirlenmiştir. İlgili yönetmeliklere göre mobilya sektöründe ele alınması gereken belli başlı konu başlıkları ise şu şekilde sıralanabilir:

iş ekipmanları, işyeri bina ve eklentileri, kimyasal maddelerin kullanımı, kişisel koruyucu donanımlar, acil durumlar, elle kaldırma/ taşıma, ekranlı araçlarla çalışma, sağlık / güvenlik işaretleri, patlayıcı atmosfer, özel politika gerektiren gruplar, iş istasyonu ve ergonomi, el aletleri.

İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ve ilgili yönetmeliklerinde yer alan önlemler alınmamışsa, iş kazaları ister istemez olarak ortaya çıkacaktır. Aynı tespitin meslek hastalıkları için de yapılması mümkündür. Dolayısıyla, iş sağlığı ve güvenliği alanındaki çalışmaların büyük bölümü, çalışma şartlarının daha güvenli hale getirilmesi amaçlamakta ve çalışma ortamının sağlık tehlikelerinden uzaklaştırılmasını hedeflemektedir.

Meslekî Eğitim Kanunu

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu kapsamında kabul edilen meslek dalları, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya sektörüne ilişkin olarak ve bu proje özelinde şu şekilde sıralanmıştır. Ahşap doğrama teknolojisi, mobilya iskeleti ve döşemesi, mobilya süsleme sanatları, iç mekân ve mobilya teknolojisi ve baskı öncesi, baskı sonrası, flekso baskı, ofset baskı, serigrafi ve tampon baskı, tifderuk baskı ile alçı model alıp, çinicilik, serbest seramik şekillendirme, sır üstü dekorlama, tornada form şekillendirme, dekoratif cam ve endüstriyel cam.

3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu kapsamı dışında kalan sanatkârlık meslekleri listesine bakıldığında, "Ağaçtan Mamul Eşya" başlığı altında, aşağıdaki meslek grupları sayılmıştır: Ahşap Fıçı İmalatçılığı, Arı Kovanı İmalatçılığı, Harratlık (Çıkrık, Tahta Makara, Masura ve Dokuma Mekiği vb.) İmalatçılığı, Hasırcılık, Sepet ve Süpürge İmalatçılığı, Her Türlü Malzemeden Pipo İmalatçılığı, Her Türlü Malzemeden Tesbih İmalatçılığı, Her Türlü Müzik Aletleri İmal ve Tamirciliği, Kıtıkçılık, Kontrplak ve Kontrplaktan Eşya İmal ve Tamirciliği, Semer İmal ve Tamirciliği.

Ayrıca, Kâğıt , Kırtasiye, basımla ilgili sanatlar başlığı altında, Gravür İşlemeciliği, Galvanoteknik (Yüzey İşlemeciliği Baskı Sanatı), Kırtasiye ve Sarf Malzemeleri İmalatçılığı, Mahalli Gazetecilik, Matbaa Malzemeleri İmalatçılığı ile camcılık ve aynacılık Mesleki Eğitim Kanunu kapsamı dışında tutulmuştur.

3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanunu çırak, kalfa ve ustaların eğitimi ile okullarda ve işletmelerde yapılacak eğitime ilişkin esasları düzenlemektedir. Bu kanun kapsamında çıraklık eğitimine katılabilmek için en az ilköğretim okulunu bitirmiş olmak, 14 yaşını doldurmuş, 19 yaşından gün almamış olmak, bünyesi ve sağlık durumu gireceği mesleğin gerektirdiği işleri yapmaya uygun olmak gereklidir. Çıraklık eğitimine başvurmak için, işyerine en yakın Meslekî Eğitim Merkezinden 4 adet çıraklık sözleşmesi temin edilir, sözleşmeler tam olarak doldurulup, ilgililerin imzasından sonra (çırak, velisi ve işveren) firmanın bağlı bulunduğu Oda'ya onaylatılır, ardından çıraklık sözleşmelerinin temin edildiği Meslekî Eğitim Merkezine kayıt olmak üzere başvurulur. Çıraklık eğitim süresi sonunda, kalfa adayları, ilk yapılacak kalfalık sınavına girip başarılı olmaları hâlinde Meslekî Eğitim Merkezlerinden Kalfalık Belgelerini alırlar. Meslekî yönden gelişmelerini ve öngörülen Kalfalık süresini tamamlayan usta adayları, ilk yapılacak ustalık sınavına girip başarılı olmaları halinde Meslekî Eğitim Merkezlerinden Ustalık Belgelerini alırlar.

3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanununda, 02.12.2016 tarihinde önemli değişiklikler yapılmıştır ve bu değişiklikler 6764 Sayılı Kanunla yürürlüğe girmiştir. Yapılan yeni değişikliklerle birlikte, Çıraklık Eğitimi, örgün eğitim sisteminin içerisine alınmıştır. Diğer bir deyişle, hem okumak hem de meslek edinmek isteyen gençler için yeni bir düzenleme yapılmıştır. 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 02.12.2016 tarihinde kabul edilmiş ve 09.12.2016 tarih ve 29913 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmıştır.

6764 sayılı Kanunun 3. maddesine göre, 652 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 9 uncu maddesinin birinci fıkrasına (c) bendinden sonra gelmek üzere aşağıdaki (ç) bendi eklenmiş ve mevcut (ç) bendi (d) bendi olarak teselsül ettirilmiştir. "ç) 5.6.1986 tarihli ve 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanununa göre aday çırak, çırak, kalfa ve ustaların genel ve meslekî eğitimlerini sağlamak."

6764 sayılı Kanunun 45. maddesi uyarınca, 3308 sayılı Kanunun 25. maddesinin birinci ve dördüncü fıkraları aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve aynı maddenin beşinci fıkrasına "meslekî eğitim gören" ibaresinden sonra gelmek üzere "staj veya tamamlayıcı eğitime devam eden öğrenciler ile meslekî ve teknik eğitim okul ve kurumlarında alan eğitimine başlayan" ibaresi eklenmiştir. "Aday çırak ve çıraklar ile işletmelerde meslekî eğitim gören, staj veya tamamlayıcı eğitime devam eden öğrencilere işletmeler tarafından ödenecek ücret ve bu ücretlerdeki artışlar, düzenlenecek sözleşme ile tespit edilir.

Ancak, işletmelerde meslekî eğitim gören öğrenciler ile meslekî ve teknik ortaöğretim okul ve kurumlarında staj veya tamamlayıcı eğitim gören öğrencilere asgarî ücretin net tutarının; yirmi ve üzerinde personel çalıştıran işyerlerinde yüzde otuzundan, yirmiden az personel çalıştıran işyerlerinde yüzde on beşinden, aday çırak ve çırağa yaşına uygun asgari ücretin yüzde otuzundan aşağı ücret ödenemez. Bu amaçla kamu kurum ve kuruluşları gerekli tedbirleri alır. Staj yapacak işletme bulunamaması nedeniyle stajını okulda yapan ortaöğretim öğrencilerinin yaptıkları stajlar bu fıkra hükmü kapsamı dışındadır."

"Aday çırak, çıraklar, işletmelerde meslekî eğitim gören öğrenciler ile meslekî ve teknik ortaöğretim okul ve kurumlarında okumakta iken staja, tamamlayıcı eğitime veya alan eğitimine tâbi tutulan öğrencilerin sigorta primleri asgarî ücretin yüzde ellisi üzerinden, Bakanlık ile meslekî ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumlarının bağlı olduğu üniversitelerin bütçesine konulan ödenekten karşılanır."

6764 sayılı Kanunun 47. maddesine göre, 3308 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir. "GEÇİCİ MADDE 11- Bu maddeyi ihdas eden Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte çıraklık eğitimine devam etmekte olanlar, eğitimlerini başladıkları programa ve mevzuata göre sürdürür.

48. maddede ise 3308 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir. "GEÇİCİ MADDE 12- 2016-2017 eğitim ve öğretim yılı sonuna kadar uygulanmak üzere aday çırak ve çıraklar ile 18. madde hükümleri uyarınca işletmelerde meslekî eğitim gören, staj veya tamamlayıcı eğitime devam eden öğrencilere, 25. maddenin birinci fıkrası kapsamında yapılacak ödemeler asgari ücretin net tutarının yüzde otuzundan az olamaz.

Ödenebilecek en az ücretin; yirmiden az personel çalıştıran işletmeler için üçte ikisi, yirmi ve üzerinde personel çalıştıran işletmeler için üçte biri, 25.8.1999 tarihli ve 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununun 53. maddesinin üçüncü fıkrasının (B) bendinin (h) alt bendi için ayrılan tutardan Devlet katkısı olarak ödenir. Bu kapsamda yapılacak ödemeleri beş eğitim ve öğretim yılına kadar uzatmaya Bakanlar Kurulu yetkilidir. Staj yapacak işletme bulunamaması nedeniyle stajını okulda yapan ortaöğretim öğrencileri ile öğretim programı gereği staj yapmak zorunda olmayan yükseköğretim öğrencilerinin yaptıkları stajlar bu fıkra hükmü kapsamı dışındadır. Kamu kurum ve kuruluşlarına Devlet katkısı ödenmez.

Bu değişiklikleri özetle yorumlayacak olursak: 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile Meslekî Eğitim'in amaç ve kapsamı genişletilmiştir.

Meslekî ve Teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumlarında okumakta olan öğrenciler de meslekî eğitim kapsamına alınmıştır. Yapılan değişiklikle, meslekî ve teknik ortaöğretim okul ve kurumu öğrencilerine staj ve tamamlayıcı eğitim kapsamında yaptırılacak çalışma ve yükseköğretim kurumu tarafından belirlenecek olan meslekî ve teknik eğitim yapan yüksek eğitim kurumlarında okuyan öğrencilerin de meslekî eğitim programı kapsamında değerlendirme imkânı getirilmiştir.

Diğer yandan çıraklık şartlarının değiştiği görülmektedir. Daha önce yukarıda belirtildiği üzere, çırak olabilme şartları arasında yer alan *"14 yaşını doldurmuş ve 19 yaşından gün almamış olmak"* şartı kaldırılmış ve "*En az ilkokul mezunu olmak"* şartı yerine "*En az ortaokul veya imam-hatip ortaokulu mezunu olmak"* şartı getirilmiştir. Ayrıca, aday çırak, çırak, meslekî eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitime devam eden öğrenci çalıştıran işverenler söz konusu öğrencilere net asgari ücretin %30'undan az olmamak üzere ücret ödemektedir.

3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanuna eklenen geçici 12. madde ile *"2016-2017 eğitim ve öğretim yılı sonuna kadar uygulanmak üzere aday çırak ve çıraklar ile 18. madde hükümleri uyarınca işletmelerde mesleki eğitim gören, staj veya tamamlayıcı eğitime devam eden öğrencilere, 25. maddenin birinci fıkrası kapsamında yapılacak ödemeler asgari ücretin net tutarının yüzde otuzundan az olamaz. Ödenebilecek en az ücretin; yirmiden az personel çalıştıran işletmeler için üçte ikisi, yirmi ve üzerinde personel çalıştıran işletmeler için üçte biri Devlet katkısı olarak ödenir…. öğretim programı gereği staj yapmak zorunda olmayan yükseköğretim öğrencilerinin yaptıkları stajlar bu fıkra hükmü kapsamı dışındadır."* hükmü getirilmiştir.

Bu hüküm uyarınca, işverenlerin söz konusu hüküm kapsamında çalıştırdıkları öğrencilere yapacakları ücret ödemelerinde; 20'den az personel çalıştırmaları durumunda ücretlerin 2/3'ü, 20'den fazla personel çalıştırmaları durumunda ücretlerin 1/3'ü işsizlik sigortası fonundan karşılanacaktır.

2.1.14. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.1.15. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.1.16. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Yüksek kaliteli ürünler
- Coğrafi konum ve lojistik uygunluk
- Ürün çeşitliliğinin fazla olması
- Modern teknoloji ile üretim yapan firma sayısının giderek artması
- Mobilyanın destekleyici ürünlerinde olan döşemelik kumaşın Türkiye'de üretilebiliyor olması
- Sektörde güçlü işbirlikleri ve kümelenme örneklerinin oluşmaya başlaması
- Mobilya ürünlerini farklılaştırabilen el sanatlarının kullanımı
- Ucuz iş gücü
- Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmalarının artması
- Sektördeki işletmelerin çoğunluğunun özel sektöre ait olması nedeniyle dinamik ve gelişmeye açık bir yönetime sahip olmaları
- Mesleğe ait çatı kuruluşların birçok uluslararası kuruluşa üye olmaları

Zayıf Yönler

- Sektörün bir arada ortak hareket edememesi
- Kurumsallaşmadaki eksiklikler ve aile şirketi görünümünün korunması
- Mesleki eğitimin yetersizliği
- Kalifiye eleman bulunamaması ve uzmanlaşma sorunu
- Çırak bulunamaması
- Yenilikçi tasarımların azlığı
- İşletme büyüklüklerinin daha çok küçük ve orta ölçekte olması dolayısıyla, düşük rekabet gücü
- Kayıt dışı işçi çalıştırma ve merdiven altı imalathaneler

- Finansmana erişimdeki sıkıntılar
- Uzun vadeli alacaklar
- Atölye tipi üretimin kısıtları
- Yerli hammadde temininde mevcut olan zorluklar
- Yasa ve yönetmeliklerde mevcut olan eksiklikler
- Enerji maliyetlerinin yüksekliği

Fırsatlar

- AB'ye üyelik süreci
- Artan inşaat sayısı ile birlikte artan mobilya talebi
- TL'nin değer kaybetmesi ile fiyatların ucuzlamasının ihracatı artırma potansiyeli
- Avrupa, Ortadoğu ve Türki Cumhuriyetlerdeki artan mobilya talebi
- Özellikle Ortadoğu ve Arap ülkelerinde artan Türk dizileri ile Türk mallarına olan talebin artması
- Artan devlet destekleri

Tehditler

- Çin'deki işletmelerin üretim hacmi ve maliyeti
- İmalatta kullanılacak ithal hammaddede, dövizin artması dolayısıyla maliyetin artması
- AB ülkelerinde görülen ekonomik krizler
- Ekonomik belirsizlikler

2.1.17. Mesleğe Özgü Sorunlar

Bölüm 6.13'de sektör geneli için dile getirilen sorunlar dışında tespit edilen sorun bulunmamaktadır.

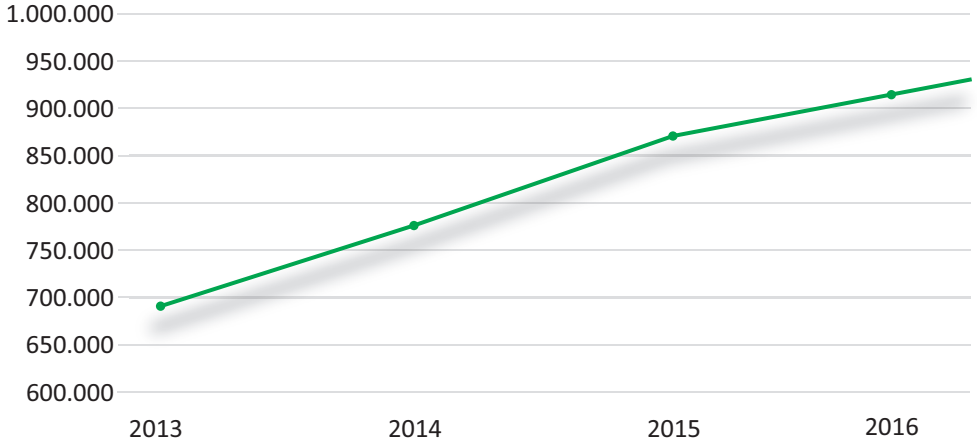
2.1.18. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Mobilyacılık sektörü, inşaat sektörüne bağlı olarak gelişen ve değişen bir sektör olmasından dolayı talebi sürekli canlı olan mesleklerdendir. Türkiye'deki lokomotif sektörlerden olan inşaat sektörü ve konut satışları son yıllarda sürekli artan bir ivme ile gelişmektedir. Şekil 103 Türkiye'deki konut satışlarının 2013-2017 yılları arasındaki artışını göstermektedir. Bu artan trendin önümüzdeki yıllarda da benzer bir seyir izlemesi beklenmektedir. Kalkınma Bakanlığı tarafından planlanan 2018-2020 dönemine ilişkin Orta Vadeli Program (OVP)'da teşviklerle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da sanayi ve hizmet binaları da dâhil olmak üzere yaklaşık 67 bin konut inşa edilmesi gündemdedir.[63] Benzer şekilde,

63 Orta Uzun Vadeli Program, 2018-2020, Kalkınma Bakanlığı http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/OrtaVadeliProgramlar/Attach-

Irak, Suudi Arabistan, Kuveyt ve Rusya'dan gelen ve her geçen yıl artan konut talepleri inşaat sektörünü ve dolayısıyla mobilyacılık sektörünü canlı tutan etmenlerdendir.

Şekil 103. Türkiye'de Konut Satışları (2013-2018)



Geçmiş yıllarda mobilya dayanıklı tüketim malzemesi olması nedeniyle sık değiştirilen bir ürün değilken değişen yaşam koşulları, artan satın alım gücü, trendlerin ve modanın sık değişmesi ve aynı zamanda takip edilmesi, sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, yaşam alanlarının genişlemesi gibi faktörlerin etkisi ile eski yıllara nazaran daha sık mobilya değiştirebilmektedir. Nitekim proje kapsamında yapılan anket çalışmasında, mobilya değiştirme sebeplerine bakıldığında en fazla seçilen seçenek eskime olmasına rağmen, onu takiben değişiklik isteği ve modanın değişmesi seçenekleri işaretlenmiştir.

Pek çok sektörde olduğu gibi, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe de işletmelerin rekabette öne geçmesini sağlayan faktörlerin ürün farklılaştırması, kalitesi ve tasarımı olduğu görülmektedir. Mobilyacılık ürünlerinde, cam ve züccaciye ürünlerinde tasarım ve ürün farklılaştırmasının orta ve uzun vadede tüketici taleplerini ve dolayısıyla ürün arzını şekillendirmesi beklenmektedir. Bu sektördeki tasarımların gelişmesi ve markalaşma sürecinin tamamlanması ile kar marjı artabilecek, modern üretim tekniklerinin kullanımı ile verimlilik artışı sağlanabilecektir. Nanoteknoloji ve malzeme mühendisliği alanındaki gelişmelerden yararlanmak, bu teknolojileri ürün tasarımlarına entegre etmek işletmeleri ulusal ve uluslararası rekabette öne çıkaracaktır.

Sektör büyümekte olan ve her daim tercih edilen bir sektör olduğundan faaliyet gösteren işletme sayısının artması beklenebilecekken, diğer taraftan artan rekabet ile sektörden çıkışın da yoğun olduğu bir sektör olduğundan işletme sayılarında önemli bir artış ön görülmemektedir. Bunun yanında, Avrupa Birliği'ne katılım süreci ve iş sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili mevzuatın getirdiği yükümlülüklerden sektörün orta ve uzun vadede etkilenmesi kaçınılmazdır. Yeni düzenlemelere ve mevzuata uyum sağlayamayan işletmelerin sektörden çekilmeleri söz konusu olacaktır.

Bu bağlamda mobilyacılık esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

ments/14/Orta_Vadeli_Program_2018-2020.pdf

- Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmalarını arttırmak
- Kalkınma ajanslarına proje başvurusunda bulunarak teknoloji, inovasyon ve tasarım projelerine yönelerek hem bu alanlarda gelişim göstermek hem de bu projeleri gerçekleştirebilmek için gerekli dış finansman elde etmek
- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlayarak yurt dışı pazarlara açılım sağlamak ve bilinirliği arttırmak
- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlanarak yeni ürün ve teknolojileri takip etmek
- Facebook, Instagram ve Pinterest gibi görselliğin ön planda olduğu sosyal medya kanallarını kullanarak ürün tanıtımı ve promosyon yapmak
- Sosyal medya hesapları ve mobil cihaz uygulamaları üzerinden satış yapmak
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[64]
- Bir modülün açılabilmesi için gerekli olan sınıf mevcuduna ulaşılabilmesi amacıyla diğer esnaf ve sanatkârlarla birleşerek[65], İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı kapsamında, kendi ihtiyaçlarına göre modüler mesleki eğitimler organize ederek bir taraftan çalışanlarının niteliklerini artırırken aynı zamanda devlet tarafından verilen sigorta prim ödeme desteği teşviklerinden daha uzun zaman zarfında yararlanabilmek[66]
- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak.

64 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

65 Bir modülün açılabilmesi için en az 10 katılımcı gerekmektedir.

66 18 yaşından küçük vasıfsız erkekler için prim ödeme destek süresi 6 aydır. Mesleki eğitimden geçmiş, "vasıflı" işçiler için İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselmektedir.

2.2. MARANGOZLUK

2.2.1. Mesleğin Tanımı

Marangoz, ahşabı işleyip şekillendiren ve daha sonra bunu binalarda istenilen yerlere yerleştiren veya ahşap malzemelerden eşyalar yapan kişilere denir. Bu tanımdan da hareketle, marangozun görevi, ilk önce amaca uygun olan, kullanacağı malzemeleri seçmektir. Marangozların çok çeşitli ahşap ürün yapabildikleri söylenebilir. Bunlar; kapı, pencere, dolap, masa, sıra gibi eşyalarla, gemi veya sandal gibi deniz araçlarının ahşap kısımlarını kapsamaktadır. Bu ürünleri yapmak için çeşitli alet, makine ve marangoz tezgâhları kullanır ve bu araçlarla, kesme, oluk açma, oyma, rendeleme ve zımparalama gibi işlemleri gerçekleştirmektedirler. Daha sonrasında ise, tutkal, çivi ve vida gibi malzemeler yardımıyla ürettikleri parçaları birleştirerek yapılmak istenen ürünü tamamlarlar.[67]

Marangozlar, üretim dışında çeşitli ahşap tamirat işlerini de yapmaktadırlar. Bu kapsamda, çatı kirişleri, ahşap parkeler, kapı ve pencere çerçeveleri, ahşap merdivenler gibi çok çeşitli ürünlerden söz edilebilir.

Marangoz olmak isteyen kişilerin sahip olması gereken özelliklerin başında, geometri yani şekil ve uzay ilişkilerini anlama kabiliyetinin yüksek olması gelmektedir. Bununla birlikte, makine kullanılıyor olsa bile aslen elleri ve gözleri eşanlı ve doğru biçimde kullanabilmek de çok önemlidir. Marangoz esnaf ve sanatkârının ürettiği malların düzgün olmasının önemi açık olduğu için, marangoz olacak kişilerin dikkatli bireyler olmaları da bir diğer önemli özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Marangozlar, çoğunlukla mikro ve küçük ölçekli atölyelerde çalışmakla birlikte, fabrikalarda da çalışabilmektedirler. Bununla birlikte marangozların çalışma ortamlarının çok tozlu olacağı açıktır. Çoğunlukla talaş tozları bulunur. Ayrıca marangozların çalışma ortamlarında cila kokusu dikkat çekecektir. Yaptıkları işte kullandıkları makineler ağaç malzemelere şekil vermede kullanıldıkları için, çalışma ortamının oldukça gürültülü olduğu da söylenebilir. Marangozların sıklıkla ayakta çalıştıkları gözlemlenmekle birlikte, monte işlemleri veya ağır parçaların altta kalan kısımlarıyla ilgili işlemleri eğilerek yapmaktadırlar.

Marangozluk mesleğine yönelik doğrudan bir mesleki eğitim bulunmamaktadır. Çoğunlukla çıraklıkla başlanılan bir meslek olup, işin bir ustanın yanında öğrenilmesi söz konusudur. Mesleki eğitim merkezlerinde "marangoz" adı altında bir mesleki eğitim bulunmamaktadır. Mesleki eğitime yönelik yakın zamanda önemli bir mevzuat değişikliği yaşanmıştır ve bu değişiklik detaylarıyla mevzuat bölümünde açıklanmıştır.

Bu noktada, çıraklık eğitiminden söz etmek mümkündür. Çıraklık eğitimine başlayabilmek için, en az ilköğretim okulu mezunu olmak gerekmektedir. Bununla birlikte 14 yaşını doldurmuş olmak ancak 19 yaşından gün almamış olmak koşulu bulunmaktadır.[68] Kişinin sağlık durumunun mesleği yapabilmek için uygun olması da bir diğer koşul olarak karşımıza çıkmıştır. Ayrıca, kişinin eğitim görmek istediği meslekte çalışan bir iş yeri sahibi (usta) ile çıraklık sözleşmesi imzalanması gerekmektedir. Mesleki eğitimin süresi ilköğre-

67 http://e-ogrenme.iskur.gov.tr/oyscontent/Courses/Course162/pdf/m/22.pdf, erişim tarihi: 30/05/2018.

68 19 yaşından gün almış olanlar, yaşlarına ve eğitim düzeylerine uygun biçimde düzenlenecek olan mesleki eğitim programlarına göre çıraklık eğitimine alınabilmektedirler. Yeterli talep olunca (10 kişi) açılan kursları bu kapsamda değerlendirmek mümkündür.

timden sonra üç yıl, lise ve daha yüksek düzeydeki eğitim seviyelerinden sonra ise bir buçuk yıldır. Endüstri pratik sanat okulları ve yetişkinler eğitim merkezlerindeki eğitim süresi ise bir yıldır. Bununla birlikte, marangozluk eğitiminin teknik liselerde ve endüstri meslek liselerinde alınması da mümkündür. Bu liselerde eğitim süresi ise dört yıldır. Bu eğitimlerde aslen marangozların kullandıkları aletler, tezgâh ve makinelerin nasıl kullanılacağı ile ilgili teorik derslerin yanında, bir ürünün imalatının nasıl yapılacağının gösterimini de içeren pratik dersler de verilmektedir. Çıraklık eğitimini tamamlayanlar, kalfalık sınavına katılırlar ve bu sınavda başarılı olurlarsa "Kalfalık Belgesi" almaya hak kazanırlar. Bu belge ile "kalfa" unvanına da sahip olurlar.[69]

Marangozlar, marangozhane ve mobilya üretim atölyelerinde, kerestecilik faaliyeti yapan işletmelerde, parke, levha gibi malların üretildiği atölye ve fabrikalarda çalışabilmekle birlikte, inşaatlarda ve tersanelerde de çalışabilmektedirler. Ayrıca, kendi iş yerlerini açmaları da söz konusu olabilmektedir.

Marangozluk eğitimi sürecinde çırakların kazançları 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanununda belirlenmiştir. Buna göre, işletmelerde mesleki eğitim gören öğrencilere, asgari ücretin net tutarının yirmi ve üzerinde personel çalıştıran işyerlerinde yüzde 30'undan, yirmiden az personel çalıştıran işyerlerinde ise yüzde 15'inden aşağı olmamak üzere ücret verilir.[70] Eğitim sonrasında ise, marangoz olarak çalışılmaya başlandığı zaman, genellikle asgari ücret düzeyinde bir gelir elde edilmektedir.[71] Her meslekte olduğu gibi, deneyim arttıkça ve iş yerindeki pozisyonlar değiştikçe, aynı zamanda çalışılan yerin kurumsal yapısına ve işyeri büyüklüğüne göre bu gelir düzeyinde artışlar olabilmektedir.

Marangozluk mesleğinde usta ve usta öğretici unvanlarını almak da mümkündür. Diğer pek çok meslekte de olduğu gibi, ustalık belgesine sahip olan marangozlar, bağımsız iş yerlerini açabilmektedirler. Bu noktada doğramacılık, cila, pres, dekorasyon, mobilya imalatı, ağaç döşemeleri gibi alanlardan birinde uzmanlaşabileceklerdir. Buradan hareketle, marangozluk mesleğinin ilişki içinde olduğu meslekler; mobilyacılık, doğramacılık, ağaç oymacılık ve mobilya üst yüzey işlemciliği olarak ifade edilebilir.[72]

Marangozların çok çeşitli alet, edevat ve makine kullandıkları söylenebilir. Bunlara örnek olarak, şerit testere, daire testere, planya, kalınlık ve freze makineleri verilebilir. Bunların dışında törpü, matkap, keser, zımpara, çekiç, testere, rende gibi mekanik veya elektrikli el aletleri de kullanılmaktadır. Marangozlar, yaptıkları işin ölçülerinin tam olmasının önemi nedeniyle ölçü aletleri de kullanmaktadırlar. Bu nedenle, metre ve su terazisi gibi araçlar da marangozların alet çantalarının en temel unsurları arasında yer almaktadırlar. Marangozların üretimde kullandıkları malzeme ise öncelikle ağaçtır. Bunun yanında ahşap malzemeler de kullanmakla birlikte, boya, vernik, tutkal, çivi ve vida gibi malzemeleri de kullanmaktadırlar.[73]

Marangozluk mesleğinde iş güvenliği çok önemlidir. Tehlikeli bir meslek olan maran-

69 http://e-ogrenme.iskur.gov.tr/oyscontent/Courses/Course162/pdf/m/22.pdf, erişim tarihi: 30/05/2018.

70 3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu, Madde 24.

71 http://e-ogrenme.iskur.gov.tr/oyscontent/Courses/Course162/pdf/m/22.pdf, erişim tarihi: 30/05/2018.

72 http://e-ogrenme.iskur.gov.tr/oyscontent/Courses/Course162/pdf/m/22.pdf, erişim tarihi: 30/05/2018.

73 http://e-ogrenme.iskur.gov.tr/oyscontent/Courses/Course162/pdf/m/22.pdf, erişim tarihi: 30/05/2018.

gozlukta, dikkatsizlik durumunda el ve parmakların kullanılan aletlere kaptırılması ve uzuv kaybı tehlikesi bulunmaktadır. Bunun dışında çalışma sırasında kesiklerin, ezilmelerin, kırıkların ve diğer hafif yaralanmaların olması da muhtemeldir.

2.2.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

İŞKUR, marangozluk mesleğini ahşap malzemelerin, isteğe göre işlenerek ve şekillendirilerek, binalarda gerekli yerlere yerleştirilmesi veya ahşap eşya yapılması olarak tanımlamaktadır[74]. Genel olarak ağaç işlerinde meslekler birbiri içerisinde girmiş olsa da, marangozluk mesleği, kapı, pencere gibi daha yapısal işlere yönelik olan "doğramacılık" ile mobilya yapım ve onarımı ile ilgilenen "ince marangozluk" arasında yer almaktadır. Diğer mesleklerle ilişkisi incelendiğinde, marangozluk mesleğinin öncelikle mobilyacılık, doğramacılık, ağaç oymacılığı ve mobilya üst yüzey işlemciliği meslekleri ile doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir.

Marangozluk mesleğine dair bulunan ilk kanıtlar, M.Ö. 720 yıllarında Çin uygarlıklarına dayanmaktadır. Kalıntılara göre, Çinliler özellikle masa ve mobilya parçaları yapmak üzere hassas ölçümler geliştirmişler ve ahşabı ince şekilde işlemeye başlamışlardır. Çin'deki ahşap işçiliğinin öncüsünün, M.Ö. 771 - 476 döneminde yaşamış olan Lu Ban olduğu düşünülmekte olup, marangoz rendesi, tebeşir hattı ve marangozlukta kullanılan benzeri el aletlerinin ilk kez Lu Ban tarafından kullanıldığı söylenmektedir. Uzak Doğu'da sıkça görülen ahşap saksılar, masalar, sunaklar ve benzeri pürüzsüz eşyalar ilk kez Çin'de kullanılmaya başlanmış olup, sonra diğer bölgelere yayılmıştır.

Marangozluk ve ağaç işlerine ilişkin pek çok faaliyetin, eski antik Mısır çizimlerinde tasvir edildiği görülmektedir. Araştırmacılara göre üretilen ahşap malzemelerin zarar görmesini engellemek ve korunmasını geliştirmek için kullanılan koruyucu sızdırmaz madde ile kaplanması işlemi, bir diğer ifade ile cilalama gibi son işlemler ilk kez Antik Mısır'da uygulanmıştır. Nitekim eski Mısır döneminde imal edilen tabureler, sandalyeler, masalar, yataklar, sandıklar gibi mobilyalarının önemli bir kısmının korunarak günümüze ulaştığı görülmektedir. Yine kaynaklara göre, ağaç işlerinde – özellikle panel yapımında- ilk kez kaplama kullanımı da ilk kez Mısırlılarca gerçekleştirilmiştir. Çinli ve Mısırlıların sahip oldukları ağaç işleme ve ahşap malzeme işçiliği becerisi, sonraki zamanlarda Yunanlılar, Babiller ve Persler tarafından da kullanılmış ve dünyanın diğer bölgelerine de yayılmıştır.

Marangozlar, özellikle inşaatlarda, inşaata giren ilk ve ayrılan son kişiler olarak tanımlanmaktadır. Ancak, günümüzde marangozluk sadece ev inşaatlarında kullanılan çerçeveleme sisteminden çok daha fazlası haline gelmiş olup dolap üretme, mobilya imalatı ve daha ince işlerden sorumlu olabilmektedirler[75]. 2013'te Amerika'daki İş İstatistikleri Bürosu, marangoz terimini "döşeme, pencere, kapı, iç döşeme, dolap, katı yüzey, çatı kaplama, çerçeveleme, cephe kaplaması, izolasyon, mobilya montajı, duvar bölmeler, merdivenler, alçıpan uygulaması vb. gibi pek çok işten sorumlu kişi" olarak tanımlamaktadır[76]. Günü-

74 İşkur, 2017

75 https://en.wikipedia.org/wiki/Woodworking

76 Bureau of Labor Statistics, www.bls.gov

müzün yeni teknolojisi marangozluk görevlerine hassasiyet ve hız katarken, marangozların geleneksel uygulamaları da halen muhafaza edilmektedir.

Geleneksel olarak marangozluk mesleği, inşaat, merdiven ve ahşap eşya üretiminin yanı sıra, özellikle Selçuklu İmparatorluğu zamanından itibaren, ülkemize özgü ahşap işleme ve oyma teknikleri ile de öne çıkmaktadır. Özellikle el işçiliği ile yapılması açısından zahmetli ve eşsiz olan bu tekniklerden bazıları şunlardır[77]:

1) Kündekari tekniği: Özellikle camilerde görülen ve minber, kapı kanatları ve pencerelerde kullanılan bir tekniktir. Ahşap şekillerin çivi ya da yapıştırıcı kullanılmadan birbirine geçirilerek bağlandığı özgün ve ileri derecede ustalık gerektiren bir teknik olan kündekari tekniği, özellikle 1200'lü yıllardan itibaren gelişmiş bir teknik olup, günümüzde ise yalnız birkaç uygulayıcısı kalmış olan bir teknik olarak görülmektedir.

2) Oyma tekniği: Motifler ahşap yüzeyinden derin oyma ile belirtilmiş olup, düz ya da yuvarlak satıh üzerine uygulanabilmektedir. Bu teknikte süsleme, gölgede kalan zeminin üzerinde kabartma halinde belirir. Özellikle Anadolu'ya gelen Selçuklular tüm mimari eserlerde süsleme amacıyla bina cephelerini, kapı-pencere kanatlarını tüm yüzeyi örtecek kadar oymalar ile süslemişlerdir. Osmanlılar devrinde ise, teknik önemini korumakla beraber, özellikle minberler, rahleler, tavanlar, kapılar, pencereler, oyma bezemeleri, mezar taşları, çeşmeler, gelinlik sandıkları, gömme dolap kapıları, lamba iskemleleri, mücevher kutuları, kral tahtları, ahşap beşikler gibi belli başlı göz alıcı yerlerde kullanmışlardır. Geleneksel olarak el ile yapılan oymacılık, günümüzde sınırlı da olsa makinelerle de yapılabilmektedir.

3) Çift katlı rölyef tekniği: Bu teknikte, oyma şeklinde yapılan süslemenin iki tabaka halinde ayrılıp, ahşap yüzeyde altlı üstlü iki kat motif bulunmakta ve zemin tamamen gizlenmektedir. Bu tekniğin en fazla kullanıldığı yer, yazı ve kitabeler olarak görülmektedir.

4) Ajur (Kafes) tekniği: Ahşap malzemenin üzerine çizilen geometrik üçgenler, yıldızlar vb. motiflerin aralarının boşaltılmasıyla uygulanan bu teknik özellikle minber korkuluklarında görülmektedir.

5) Kakma tekniği: Oyulabilecek nitelikteki herhangi bir malzeme üzerine, istenilen şekillerde oyarak açılan yuvalara, diğer bir maddeden oyulan şeklin aynısından kesilmiş parçaların kakılarak yerleştirilmesi işine kakma adı verilmektedir. Tahtanın bazı kısımlarının oyularak bu oyulan kısımlara sedef, fildişi, kemik, altın, gümüş, yakut gibi kıymetli malzemelerden parçaların gömülmesi suretiyle kakma işi gerçekleşmektedir. Selçuklu dönemi ahşap işçiliğinde pek rastlanmayan kakma tekniğinin ilk örnekleri 14. yüzyılda ortaya çıkmakta, 16. yüzyıl klasik Osmanlı eserlerinde ise tekniğin daha fazla uygulandığı görülmektedir. Camilerde kapı kanatları, pencere kanatları, minber, kürsü, rahle gibi ahşap kısımlarda uygulanan kakma tekniği, baston, bıçak, kılıç, kama, kalkan ve tüfek gibi kişisel eşyalarda da kullanılmıştır. Günümüzde az da olsa, halen baston, pipo gibi eşyalarda kakma tekniği uygulanmaktadır.

Yukarıda sayılan bu tekniklerin günümüzde uygulayıcılarının çok azalmış olması ve el işçiliği ile bu işleri yapacak kişilerin bulunamaması, bu sanatın kaybolma tehlikesini gün-

77 Soysal, H. (2007). Geleneksel Türk El Sanatlarımızı Yaşatan Kündekâri Ustası Mevlüt Çiller, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Geleneksel Türk El Sanatları Eğitimi Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara

deme getirmiştir. Ancak, modern teknolojideki gelişmeler sayesinde ahşabın kullanım alanının değiştiği söylenebilir. Örneğin, CNC Makinelerin geliştirilmesi, ürünlerin daha az atık ile ve daha karmaşık bir şekilde seri üretilmesine olanak vermektedir. Karmaşık ve son derece ayrıntılı şekiller, eskiden yalnızca çok usta ellerde üretilebilirken, CNC makineleri ile hızlı ve hatasız şekilde üretilebilmektedir. Bunun yanında, elektrikli hatta şarj edilebilir el aletleri ve küçük testereler, birçok işin yapılmasını gerek maliyet gerekse zaman olarak ulaşılabilir kılmaktadır.

2.2.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Marangozluk mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 13919 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %95'ı erkek, %5'i ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 46,7 yaşındadır.

Marangozluk mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %60'ının ilkokul mezunu olduğu, %21'inin lise mezunu, %17'sinin ortaokul ve %3'ünün ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 107. Marangozluk Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı Esnaf Sayısı	13919	
	Erkek: 13172	Kadın: 747
Yaş Ortalaması	46,7	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	372	3%
Lise Mezunu	2561	21%
Ortaokul Mezunu	2047	17%
İlkokul Mezunu	7405	60%

2.2.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Marangozluk mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %24'ünün 3396 adet işletme sayısı ile Ege Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 2744 işletme ile Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 2447 adet işletme ile Karadeniz Bölgesi, dördüncü sırada 2042 işletme sayısı ile Akdeniz Bölgesi, beşinci sırada 1506 işletme sayısı ile İç Anadolu Bölgesi ve altıncı sırada ise 936 adet işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Marangozluk mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %6'sını kapsayan 848 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 108. Marangozluk Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	2042	15%
Doğu Anadolu Bölgesi	848	6%
Ege Bölgesi	3396	24%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	936	7%
İç Anadolu Bölgesi	1506	11%
Karadeniz Bölgesi	2447	18%
Marmara Bölgesi	2744	20%

2.2.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[78]

Marangozluk sektöründe, esnaf ve sanatkâr olmaya karar veren bir girişimcinin öncelikle gerekli belgeleri temin etmesi gerekir. Marangozluk meslek grubunun işe başlangıç süreçleri için gereken belgelerin başında nüfus cüzdanı sureti ve ikametgâh belgesi bulunmaktadır. Ayrıca girişimcinin iki adet fotoğrafı olmalıdır. İşyeri kendine ait ise tapu fotokopisi gereklidir. Yapı kullanma izin belgesi aranmaktadır. Yapı kiralıksa, kira sözleşmesinin aslı ve noter onaylı örneği istenilmektedir. Vergi levhası fotokopisi gerekli belgeler arasında sayılmaktadır. İlgili esnaf ve sanatkâr odası veya ticaret odası kaydı fotokopisi talep edilmektedir. Sigorta ya da emeklilik cüzdanı fotokopisi temin edilmelidir. Çöp konteynır alınacak ve faturası ile işyerinde su varsa su abonesi kartlı sayacı gerekmektedir. Aynı adrese daha önce verilmiş işyeri açma ruhsatı varsa bu belgenin belediyeye iadesi talep edilmektedir. İtfaiyeden yangın önlemi alınmıştır raporu istenilmektedir. Emniyete kimlik bildiriminde bulunulduğuna dair kimlik bildirimi belgesi fotokopisi ile imza sirküleri, şirket olması halinde ticaret sicili gazetesi fotokopisi gereklidir. Ayrıca son olarak, Cumhuriyet savcılığından güncel sicil kaydı alınarak gerekli belgeler tamamlanmalıdır.

- *Nüfus cüzdanı sureti, ikametgâh senedi (muhtarlık tasdikli) ve iki adet fotoğraf*
- *Yapı kullanma izin belgesi (yapı kiralıksa, kira sözleşmesinin aslı ve noter onaylı örneği)*
- *Vergi levhası fotokopisi ve ilgili esnaf sanatkâr sicil kaydı fotokopisi*
- *(Varsa) ustalık belgesi*
- *Sigorta ya da emeklilik cüzdanının fotokopisi*
- *Çöp konteynırı ve faturası*
- *Su abonesi kartlı sayacı temini*
- *Aynı adrese daha önce verilmiş işyeri açma ruhsatı varsa bu belgenin belediyeye iadesi*
- *İtfaiyeden "yangın önlemi alınmıştır raporu"*
- *Emniyete kimlik bildiriminde bulunulduğuna dair kimlik bildirimi belgesi fotokopisi,*

78 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

imza sir*küleri, şirket olması halinde ticaret sicili gazetesi fotokopisi*

- *Cumhuriyet savcılığından güncel adli sicil kaydı*

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları:

Marangozluk sektörü, sanılanın aksine günümüzde çok tutulan ve aranan bir sektör olmaya başlamıştır. Gerek mobilya sektörünün gelişmesi gerekse ahşap ürünlere doğal olduğu için talebin artmasıyla, marangozluk sektörü de canlanmaya başlamıştır.

Marangozluk sektörü, bu sektörde çalışmak isteyen esnaf ve sanatkârın yaratıcılığını ve yeteneğini sergileyebileceği bir sektör olduğu için avantajları bulunmaktadır.

Özellikle son yıllarda, suni ürünlerin insan sağlığına olumsuz etkileri, tüketici ya da müşteriler tarafından da daha iyi anlaşılmıştır. Müşterinin bu farkındalığı, marangozluk sektörüne talebi de arttırmıştır. Örneğin, uzun süre, PVC kapı pencereler ucuz ve pratik olarak tercih edilmiştir. Zamanla, doğan ürünlerin sağlıklı olduğunun anlaşılmasıyla, ahşap cam ve kapı çerçeveleri yeniden rağbet görmeye başlamıştır.

Sektörde çalışan ve ustalığını ortaya koyabilmiş fazla bir çalışan bulunmamaktadır. Marangozluk sektöründe, işinde uzmanlaşmış eleman açığı bulunmaktadır. Bu nedenle bu sektörde çalışmaya karar veren bir esnaf ve sanatkâr, ihtiyaç olan bir alanda girişim yapmaya karar vereceği için bu durum sektörün avantajları arasında sayılabilir.

Marangozluk sektörünün e büyük sakıncası ise iş sağlığı ve güvenliği bakımından büyük özen gösterilerek çalışılması gererken bir alan olmasıdır. Marangozluk sektöründe iş kazaları sıklıkla yaşanabilmektedir. Bu kazalar küçük sıyrıklar veya kesikler şeklinde olabileceği gibi kullanılan makinelerin keskin olması dikkatsizlik halinde el ya da parmakların kopmasına varan büyük kazların gerçekleşmesine neden olabilir. Ayrıca bu sektörde marangozluk mesleği icra edilirken tahta tozuna maruz kalmak meslek hastalığına neden olabilmektedir. Bu tozlar gözleri, cildi ve tabi ki en çok da solunum yolunu etkiler.

Marangozluk sektöründe, tahtaların işlenmesi sırasında kullanılan, yapıştırıcı, cila gibi kimyasallar, uçucu maddelerdir. Bu uçucu kimyasalların, meleğin icrası sırasında ortaya çıkması da bazı sağlık sorunlarına yol açabilir.

Sektöre Girebilmek için Gerekli Sermaye Miktarı

Marangozluk mesleğine girebilmek için gerekli sermaye miktarı, sektöre giren esnaf ve sanatkârın perspektifine göre büyük farklılıklar gösterebilir. Esnaf ve sanatkârların sektöre giriş için tercih ettiği işyerinin büyüklüğüne göre maliyeti değişecektir. İşyerinin kira mı kendisine mi ait olacağı gerekli sermayeyi değiştirecektir. İşyerinin bulunduğu il hatta semte göre masrafları farklılaşacaktır.

Marangozluk sektörüne girmek isteyen esnaf ve sanatkârın, çalışanının bulunup bulunmayacağına göre gerekli sermaye miktarı değişecektir. Çalışanı olaraksa, çalışanın maaşı ve sigorta primlerinin ödenmesi ile gerekli sermaye miktarı değişecektir.

Sonuç olarak marangozluk sektörüne girebilmek için gerekli sermaye miktarının 7.000

TL ile 100.000 TL gibi geniş baremde değerlendirilmesi gerekir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Sektöre girerken, esnaf ve sanatkârın marangozluk sektöründe deneyimi olup olmadığı en önemli dikkat edilecek husustur. Esnaf ve sanatkâr kendisi marangozluk mesleğini icra edebilir ve işten anlıyorsa, sektörde faaliyet gösterirken daha stratejik hareket edebilecektir. Yanında marangoz ustaları çalıştıran ancak kendisi marangozluk deneyimine sahip olmayan bir esnaf ve sanatkâr sektörün inceliklerinden kaynaklanan sorunları çözmekte zorlanabilir.

Sektöre girerken, dikkat edilmesi gereken bir başka husus, sipariş üzerine mi çalışılacağı yoksa sipariş olmaksızın satılabilecek bir ürünün mü üretileceğidir. Ayrıca marangozluk esnaf ve sanatkârı, sipariş alırken, kapasitesinin üzerinde sipariş ile karşılaşırsa (örneğin bir kooperatife yüzlerce doğrama yapılması gibi), bu teklifi kabul etmeden önce ek çalışan fazla mesai gibi süreçlerle bunun altından kalkıp kalkamayacağını iyi bir şekilde değerlendirmelidir.

Esnaf ve sanatkârlar bu sektörde, hammadde alımı için karının bir miktarını mutlaka yeni siparişler için bir kenara koymalıdır.

2.2.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Marangozluk mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

2.2.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Marangozluk, talaşlı imalat yöntemlerinin kullanıldığı en eski mesleklerden biri olarak görülmektedir.

Bu tür imalatta önceden belirlenmiş olan bir tasarım, kullanılacak olan ahşap malzemeye kesme, zımparalama ve törpüleme gibi işlemlerle şekil verilmektedir.

Marangozluk mesleğinde, üretilen ürünlere göre mobilyacı, doğramacı, dülger, modelci, ağaç tornacısı, arabacı, fıçıcı gibi isimler görülmektedir[79]. Buna göre, mobilyacılık mesleğinde ifade edildiği gibi, yaşanılan yerlerdeki eşyalar mobilyacılar tarafından yapılır. Doğramacının ilgilendiği ürünler, kapı, pencere, panjur, lambri gibi ürünler olup, dülgerlikte ise binanın çatı, tavan, taban ve merdiven gibi ağaç işleri yapılmaktadır. Geleneksel olarak el işçiliği ile üretim yapılan marangozluk mesleğinde, teknolojinin ilerlemesiyle beraber, üretim eğilimlerinin farklılaştığı ve daha fazla makine ve gereç kullanılmaya başlandığı görülmektedir.

Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından belirlenen Ulusal Meslek Standardı'na göre[80] (2016), ahşap doğramacılık[81] mesleğinde kullanılan araç, gereç ve ekipman şunlardır: Anah-

79 Vurucu, V. (2011), Marangozluk Aletlerinin Ahşapla Olan İlişkisinin Resimsel Çözümlemelerine İlişkin Olarak Bir Dizi Resim Önerisi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi

80 Mesleki Yeterlilik Kurumu, Ulusal Meslek Standartı (Ahşap Doğramacılık) https://portal.myk.gov.tr/index.php?dl=2016/11/28/0.918643001480317178_ek_13_ah__ap_do__ramac____sev__ye_3__rev01.pdf

81 Mesleki Yeterlilik Kurumu'nda Marangozluk meslek standartı bulunmamaktadır. Marangozluk mesleği, mobilyacılık ve doğramacılık işlerini içerdiğinden, mobilya bölümü ile tekrar olmaması için, bu bölümde doğramacılık meslek standartından yararlanılmıştır.

tar takımı, ayarlı gönye, bileme taşı, boy kesme makineleri, budak makinesi, çift taraflı kenar işleme makinesi, çivileme tabancası, çoklu dilme makinesi, daire testere makinesi, delik makineleri, dikey freze, dört taraflı yüzey işleme makinesi, el aletleri (testere, rende, çekiç, tornavida, düztaban ve benzeri), el makineleri (freze, daire testere, breyz, dekupaj, planya ve benzeri), elektrikli tornavida, hidrolik çatkı presi, işkence, kalınlık makinesi, kavela makinesi, kereste kurutma fırını, kerpeten, kertme geçme makinesi, kesici takımlar, kompresör, kontak zımpara makinesi, matkap uçları, mengene, ölçme ve markalama aletleri (kalem, metre, gönye, pergel, pistole, eğri cetveli, T cetveli, kumpas), planya makinesi, sistire, su terazisi, şerit testere makinesi, yatay freze makinesi, zımparalama makineleri vezıvana makinesi.

Yukarıda da belirtildiği üzere, geleneksel olarak kullanılan ekipman el emeğine dayanıyor olsa da, teknolojinin gelişmesiyle beraber kesme, torna, freeze, rende gibi işlemler bilgisayarlı makinelerde yapılmaya başlanmıştır. CNC olarak adlandırılan tezgâhlar, temelde freze işlemi için kullanılan tezgâhlar ile aynı olmasına karşın, hem bilgisayarlı olması, hem de frezeleme dışında delme, kılavuz belirleme, broşlama, tornalama gibi işlemleri de bünyesinde barındırması ile farklılaşmaktadır. Ülkemizde en yaygın olarak dik ve yatay CNC makineleri kullanıyor olmasına rağmen, 5 eksenli makineler de nadir olmakla beraber bazı işletmelerde kullanılmaktadır.

2.2.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Marangozluk hizmetleri inşaat sektörünün önemli bir segmentini teşkil etmektedir. Türkiye'de giderek kaybolmaya yüz tutan meslek gruplarından olan marangozluk ağırlıklı olarak meskûn konut piyasasına dönük olarak yapısal parçaların montajı (bina iskeleti, çatı makası, cephe kaplaması, zemin döşeme ve doğrama gibi iç dekorasyon işleri) ile ilgilenir. Genellikle yeni konutlarda ana müteahhitlerin alt-yüklenicisi olmakla birlikte doğrudan ev sahipleri için ufak çaplı bakım/onarım ve tadilat işleri de yaparlar.

2.2.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Marangozluk alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların sayısı 2016 yılında ESBİS verilerine göre, 13919 olmuştur. Bununla birlikte, Tablo 109'da gösterildiği gibi, marangoz esnaf ve sanatkârın ağırlıklı olarak tek başlarına mikro ölçekli işletmelerde çalıştıkları söylenebilir.

Tablo 109. Marangozluk Çalışan Sayıları

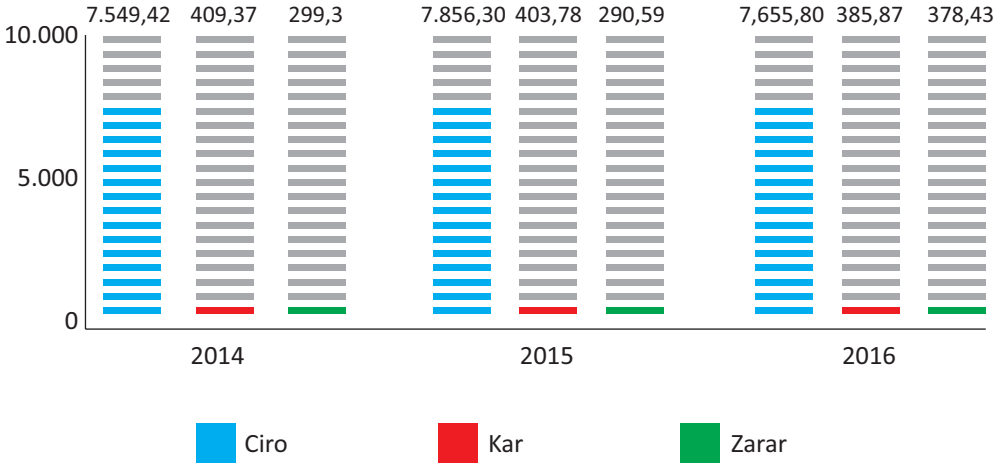
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	15.747	10.799	0,69
Küçük Ölçekli İşletmelerde	259	2.748	10,61

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 104'de ise marangozluk esnaf ve sanatkârının 2014, 2015 ve 2016 yılı ciro, kâr ve

zarar değerleri gösterilmiştir. Buna göre, 2016 yılında zararın artarak, karların azaldığı açıktır. Bununla birlikte, 2014 yılından 2016 yılına kadar bu alanda çalışan işletme sayısında yaklaşık %5'lik bir azalma olduğu da dikkat çeken bir unsurdur.

Şekil 104. Marangozluk Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2.2.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.2.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Marangozluk mesleğine ait mobilyacılık mesleğinden bağımsız ihracat verileri bulunmamaktadır.

2.2.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Marangozluk mesleğindeki teknoloji durumu ve yenilik düzeyi Bölüm 7.1'de mobilyacılık mesleği genelinde incelenmiştir.

2.2.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Sektörü temsil eden kuruluşlar ile kamunun beraberce yürüttüğü herhangi bir faaliyet/etkinlik bilgisine ulaşılamamıştır.

2.2.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Marangozluk mesleğine özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.2.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.2.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.2.17. Mesleğin GZFT Analizi

Bölüm 7.1.17'de mobilyacılık grubu için yapılan GZFT analizi marangozluk mesleği için de geçerlidir.

2.2.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

Bölüm 6.13'de sektör geneli için dile getirilen sorunlar dışında tespit edilen sorun bulunmamaktadır.

2.2.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Marangozluk mesleği, ahşap malzemelerin, isteğe göre işlenerek ve şekillendirilerek eşya imal edilmesi ile binalarda kapı, pencere, merdiven gibi yapısal elemanların yapımı ile ilgilenmektedir. Bu tanımına bakıldığında, çok geniş bir çalışma alanı bulunan marangozluk mesleği teknolojinin gelişmesi ve farklı malzemelere yönelinmesi ile birlikte mesleğin tehdit altına girdiği görülmektedir. Yapısal elemanlarda PVC ürünlerin kullanımı artarken, diğer yapısal elemanlarda ise cam ve metal aksamın ağırlık kazandığı görülmektedir. Dolayısıyla, marangozluk mesleğinin çalışma alanının mobilya tamiri ve özellikle el işçiliğinin yoğun olarak kullanıldığı ince marangozluk işleri ile sınırlandığı söylenebilir. Ancak, ne yazık ki, oymacılık gibi el işleri de artık CNC makineleri ile çok daha hızlı bir şekilde yapılabildiğinden, bu mesleğin teknolojiye yenik düşeceği öngörülmektedir.

Bu bağlamda, marangozluk esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Mobilya ürünlerini, merdiven tırabzanlarını ve benzeri ağaç ürünlerini farklılaştıran oyma, kakma ve benzeri el sanatlarının kullanımını arttırmak
- Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmalarını arttırmak
- Kalkınma ajanslarına proje başvurusunda bulunarak teknoloji, inovasyon ve tasarım projelerine yönelerek hem bu alanlarda gelişim göstermek hem de bu projeleri gerçekleştirebilmek için gerekli dış finansman elde etmek
- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlayarak yurt dışı pazarlara açılım sağlamak ve bilinirliği arttırmak

- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlanarak yeni ürün ve teknolojileri takip etmek
- Facebook, Instagram ve Pinterest gibi görselliğin ön planda olduğu sosyal medya kanallarını kullanarak ürün tanıtımı ve promosyon yapmak
- Sosyal medya hesapları ve mobil cihaz uygulamaları üzerinden satış yapmak
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[82]
- Bir modülün açılabilmesi için gerekli olan sınıf mevcuduna ulaşılabilmesi amacıyla diğer esnaf ve sanatkârlarla birleşerek[83], İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı kapsamında, kendi ihtiyaçlarına göre modüler mesleki eğitimler organize ederek bir taraftan çalışanlarının niteliklerini artırırken aynı zamanda devlet tarafından verilen sigorta prim ödeme desteği teşviklerinden daha uzun zaman zarfında yararlanabilmek[84]
- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak

2.3. TURİSTİK, OTANTİK, HEDİYELİK Ve HATIRA EŞYA İMAL Ve SATICILIĞI

2.3.1. Mesleğin Tanımı

Turistik, otantik, hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığına ilişkin olarak meslek profillerine geçmeden önce, "hediyelik" teriminin tanımını yaparak başlamak faydalı olacaktır. Hediyelik, armağan olarak verilmek için hazırlanmış şey, armağan olarak verilecek değerde olan demektir[85]. Türk Dil Kurumu'nun "hediyelik" kelimesinin anlamından hareket edilerek, hediyelik eşya, armağan edilmek için satın alınan ve bu amaçla yapılan süs eşyası olarak ifade edilebilir. Hediyelik eşya imal ve satıcılığı ise, Türk Dil Kurumu'nun "hediyelik" kelimesinin anlamına dair yaptığı tanım esas alınarak, armağan olarak verilmek için hazırlanmış şeyleri imal eden ve satan kişinin yaptığı iş olarak tanımlanabilir.

Türk Dil Kurumu tanımına göre, otantik eskiden beri mevcut olan özelliklerini taşıyan

82 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

83 Bir modülün açılabilmesi için en az 10 katılımcı gerekmektedir.

84 18 yaşından küçük vasıfsız erkekler için prim ödeme destek süresi 6 aydır. Mesleki eğitimden geçmiş, "vasıflı" işçiler için İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselmektedir.

85 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b07f9093e4ff6.58525870

demektir. Otantik eşya imal ve satıcılığı, gerçeğe veya aslına dayanan, orijinal eşya imal eden ve satan kişinin yaptığı iştir.

Turistik, turizm ile ilgili olan, turistlerin gereksinimlerini karşılama amacı güden demektir[86]. Turistik eşya, turizm ile ilgili olan, turistlerin gereksinimlerini karşılama amacı güden eşya demektir. Turistik eşya imal ve satıcılığı, turizm ile ilgili olan, turistlerin gereksinimlerini karşılama amacı güden eşya imal eden veya satan kişinin yaptığı iştir.

Turistik, otantik, hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığı için meslek profiline baktığımızda, özellikle turistik bölgelerde önem arz eden bir sektör olduğu görülmektedir. Sektörde çalışan sayıları, bölgelere göre değişmektedir. Sektöre ilişkin bölgesel dağılım bölümünde (Bölüm 7) de görüleceği üzere, turistik bölgelerde örneğin Antalya'da daha fazla çalışan olduğu tespit edilmiştir.

Müşteri ile satış elemanları arasındaki ilişkilerin son derecede önemli olduğu bir meslek grubudur. Bununla birlikte, bu alanda, meslek profili olarak aranan özel bir sertifika, diploma, belge vs. aranmamaktadır.

2.3.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Hediye verme, insanlığın ilk yıllarına kadar dayanan bir kültür olarak bilinmektedir. İlk çağlarda öncelikle inanılan Tanrılara sunulan adak ve hediyelerin, insanlar arasında da birbirlerini mutlu etmek için verildiğine ilişkin buluntular mevcuttur. Hediye verme geleneğinin, Türk kültüründe de önemli bir yere sahip olduğu Osmanlı Dönemi seyahatnamelerinde belirtilmektedir[87].

Turistik ve otantik eşyalar ise, turist olarak gidilen yöredeki tarihi ve turistik yerleri hatırlatan, oraya ait gelenek ve görenekleri yansıtan, otantik değerde olup, kolay taşınabilir, fonksiyonel ve nispeten ucuz olan eşyalar olarak tanımlanmaktadır. Bu özellikler göz önüne alındığında, özellikle el sanatı ürünleri turistik hediyelik eşya kavramına uyan objeler olarak dikkat çekmektedir[88].

Esnaf ve sanatkârlar özelinde, ülkemizde imal edilen ve en çok talep gören otantik turistik hediyelik eşyalar Kütahya ve yakın çevresinde daha yoğunlukla üretilen çini ürünleri, Gaziantep ve Kahramanmaraş'ta üretilen sedef, bakır ve ahşap eşyalar ile halı ve kilim çeşitleri sayılabilmektedir. Bu sektörlerde daha çok el işçiliği öne çıkmakta, teknoloji kullanımı işin yapısı gereği çok sınırlı kalmaktadır.

86 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b07f90ebe3469.17663288

87 Yanar, A. (2012) "Türkiye'de Geleneksel Turistik Hediyelik Eşyanın Sürdürülebilirliği", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara

88 Yücel, M. (2010) "Seramik Hediyelik Eşya Üretiminde Tasarım ve İşlev Analizi", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale

2.3.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 10904 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %65'ı erkek, %35'i ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 43 yaşındadır.

Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %39'unun lise mezunu olduğu, %31'inin ilkokul mezunu, %15'inin ortaokul ve kalan %15'inin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 110. Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	10904	
	Erkek: 7104	Kadın: 3800
Yaş Ortalaması	43,04	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	1565	15%
Lise Mezunu	3905	39%
Ortaokul Mezunu	1529	15%
İlkokul Mezunu	3142	31%

2.3.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %25'inin 2767 adet işletme sayısı ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 2562 işletme ile Ege Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 1780 adet işletme ile Akdeniz Bölgesi, dördüncü sırada 1599 işletme ile İç Anadolu Bölgesi, beşinci sırada 1382 işletme sayısı ile Karadeniz Bölgesi ve altıncı sırada ise 483 adet işletme ile Doğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Hediyelik eşya imalatı ve ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %3'ünü kapsayan 331 işletme sayısı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 111. Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	1780	16%
Doğu Anadolu Bölgesi	483	4%
Ege Bölgesi	2562	23%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	331	3%
İç Anadolu Bölgesi	1599	15%
Karadeniz Bölgesi	1382	13%
Marmara Bölgesi	2767	25%

2.3.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri

Sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

2.3.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Turistik, otantik, hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığı mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

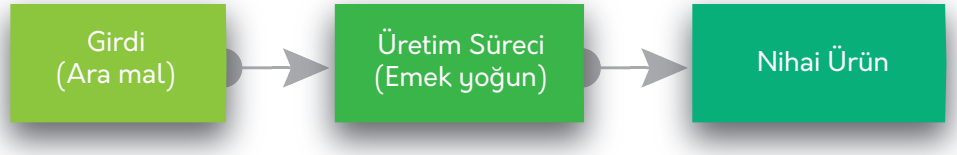
2.3.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Hediyelik eşya imal ve satıcılığı mesleğinde hem üretim hem satış yapan esnaf ve sanatkârlar olmakla birlikte bu alanda faaliyet gösteren pek çok esnaf ve sanatkârlar da bulunmaktadır. Özellikle turistik bölgelerde yoğun olarak karşılaşılan hediyelik eşya imal ve satıcılığı işini yapan esnaf ve sanatkârlardan sadece satış yapanlar için üretim eğilimi başlığı altında pazarlama ve satış süreci incelenecektir.

Bu noktada diğer perakende satış yapan işletmeler gibi hediyelik eşya satıcıları da tedarik zincirinin dağıtıcı konumunda bulunmaktadırlar (bkz. Şekil 105). Bu nedenle, hediyelik eşya imal ve ticaretinde satış ve pazarlama yapılacak uygun temiz ve düzenli bir iş yerinin olması önemli olacaktır. Burada da züccaciyecilik örneğindeki gibi, kırılmaları en aza indirecek bir düzenleme yapılması uygun olacaktır. Bunun dışında, stok kontrolü ve stok takip sisteminin uygulanması, hediyelik eşya satıcıları için önemlidir. Burada, çok çeşitli mal satışı söz konusu olduğu için, hediyelik eşya satıcıları, müşterilerin ürünleri rahatça görebileceği düzenlemeleri tercih edeceklerdir.

Hediyelik eşya imalatı yapan işletmelerde de ürün yelpazesi çok geniştir. Çok sayıda ürün yapımında çok çeşitli üretim araçları da kullanılmaktadır. Burada bu üretim araçlarına örnek vermek gerekirse, el aletleri, makas, kretuar bıçakları, maket bıçağı, boya fırçaları ve dokuma tezgâhı gibi araçlardan söz edilebilir. Bununla birlikte, girdi olarak da çok sayıda ürün kullanılmaktadır. Bunlardan bazıları, ip, süs çiçek, keçe, dantel, taşlı şerit, kurdele, tül, boncuk, püskül, sim, ahşap çubuk, strafor, iğne ve iplikler, vernik, boya, çıtçıt, düğme, klips, kanca ve kapama aletleri, yapıştırıcı, silikon gibi ara mallardır. Üretim süreci aşağıdaki Şekil 105'deki gibi işlemektedir. Bu üretim sürecinin, hediyelik eşya imalatında genellikle emek yoğun olduğu söylenebilir.

Şekil 105. Üretim Süreci Şeması



Hediyelik eşya satıcısı esnaf ve sanatkârlar çok geniş ürün çeşitleri sunmaktadırlar. Bu alanda satılan ürünlerin bazıları Şekil 106'da gösterilmiştir.

Şekil 106. Hediyelik Eşya Satıcısı Esnaf ve Sanatkârların Sattığı Bazı Ürünler



2.3.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Turistik, hediyelik eşya imal ve satıcılığı doğrudan doğruya turizm sektörü ile ilişki içerisindedir. Dolayısıyla bölgesel olarak hizmetler sektörünün ve ulaştırma hizmetlerinin gelişkinliği büyük önem taşır. Boya sektörünün ürünleri turistik, otantik hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığının başlıca girdilerindendir. İhtiyaç duyulan diğer önemli hammaddeleri lif, taş, ahşap, toprak, maden ve deri ve hayvansal artıklar oluşturur. Sektörün çıktıları ise halı dokumacılığı, kuyumculuk, seramik ve çömlekçilik, taş süslemeciliği, ahşap oymacılığı, ebru, hat, minyatür, tezhip sanatları gibi ürünler olup turizm sektörünün amaçlarına göre çeşitli türlerinin (kültür turizmi, sağlık turizmi vb.) alıcısına hitap edilmektedir (Yanar, 2012; Çeliker, 2016).

2.3.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Türkiye'de çok çeşitli hediyelik eşya üretimi yapılmaktadır. Çok geniş ürün çeşidi olan bu alanda, zaman zaman bölgesel ürünler, zaman zaman da kültürel mirası temsil eden mallar karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte çeşitli mücevherat da hediyelik eşya kapsamında değerlendirilmelidir.

Özellikle turistik yörelerde daha fazla karşılaşılan hediyelik eşya imal ve ticareti faaliyetini icra eden işletmelerdeki çalışan sayıları Tablo 112'de gösterilmiştir. Daha çok mikro ölçekte karşımıza çıkan hediyelik eşya imal ve satıcılarının ortalama çalışan sayısı sektörde bulunan diğer pek çok meslekten farklı olarak birden büyüktür. Bu durum, ortalama olarak işletmelerin en az bir çalışan istihdam ettiğini göstermektedir.

Tablo 112. Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları

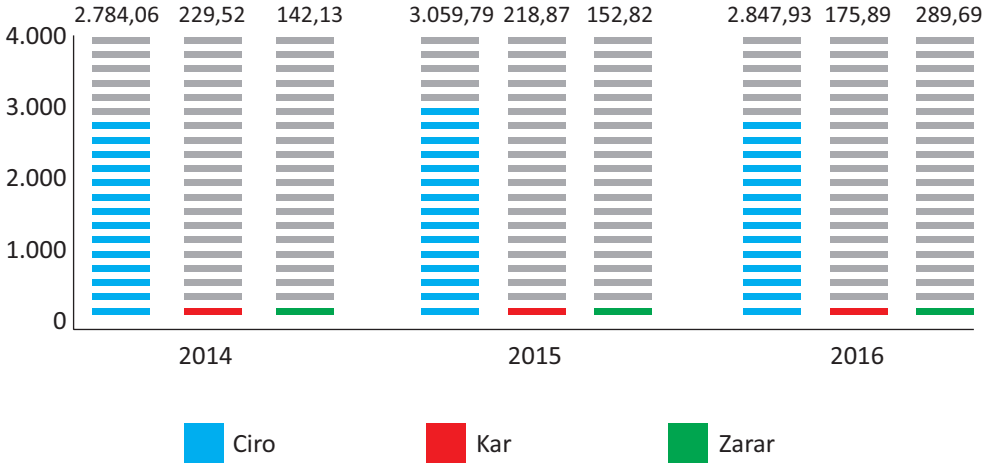
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	6337	7701	1,22
Küçük Ölçekli İşletmelerde	191	2133	11,17

Kaynak: SGK 2016.

Bununla birlikte, 2016 yılında Türkiye'de toplam 10.904 hediyelik eşya imal ve ticareti alanında çalışan esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Toplamda ise, bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısı 2016 yılında 43.014 olmuştur. Bu sayının 2015 yılındaki değerden daha

küçük olduğunu vurgulamakta fayda vardır. Bunun nedeni, 2016 yılında 2015 yılına göre kârların azalması ve toplam zararın artması olabilir. Şekil 107 hediyelik eşya imal ve ticareti mesleğini icra eden işletmelerin kâr zarar ve ciro bilgilerini göstermektedir.

Şekil 107. Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2.3.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.3.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Hediyelik eşya denildiğinde genellikle çok geniş bir ürün yelpazesinden söz edilir. Tablolar, ahşap eşyalar, çerçeveler, seramik, çini, bakır eşyalar, el, halısı, yapma çiçek vb. gibi mallar hediyelik eşya grubu içinde ele alınabilir. Türkiye'de özellikle turizmin gelişmiş olduğu bölgelerde hediyelik eşya imal ve ticareti yaygın olarak görülebilmektedir. Bununla birlikte hediyelik eşya üretiminde Türkiye'nin aslen ithalatçı bir konumda olduğunu da belirtmekte fayda vardır.

2014 yılı verilerine göre hediyelik eşya ihracatı yaklaşık 46 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl ithalat değeri ise yaklaşık 218 milyon ABD Doları olmuştur. Burada, ithalatın ihracattan çok daha yüksek olduğu göze çarpmaktadır. 2012 yılından sonra ihracat değerleri iki katına çıkmış olmakla birlikte, hediyelik eşya ürün grubu için dış ticaret açığı bulunmaktadır. Tablo 113, hediyelik eşya ihracat düzeylerini göstermektedir.

Tablo 113.Hediyelik Eşya İhracat Değerleri (ABD Doları)

Yıllar	İhracat
2004	27.192.309
2008	28.931.624
2009	22.907.635
2010	24.829.641
2011	25.873.435
2012	24.030.943
2013	42.664.410
2014	46.197.436

Kaynak: Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Züccaciyeciler Derneği, Mayıs 2015.

Züccaciyeciler Derneğinin Züccaciye Sektörü için hazırladığı Dış Ticaret Raporu'na göre, hediyelik eşya alt ürün gruplarından sadece saat makineli duvar saatleri ve çalar saatler için dış ticaret fazlası olduğu görülmekte, diğer tüm ürün grupları için ise dış ticaret açığı bulunmaktadır. Bununla birlikte bu raporda, el dokuması halılar hediyelik eşya içerisinde sayılmamıştır. İhracat açısından hediyelik eşya içinde en önemli ürün grubunun el dokuması halılar olduğu söylenebilecektir. Nitekim el dokuması halı ihracatı 2011 yılında 335,3 milyon ABD Doları olmuştur. ABD, Japonya ve Fransa ise en fazla ihracat yapılan ülkeler olmuştur. İkinci bir önemli ihracat ürünü ise gümüş mücevherattır. 2011 yılı ihracat değeri 103 milyon ABD Doları olmuştur.

Bu çerçeve içinde, hediyelik eşya ihracatında bazı ürünlerde ihracat miktarı çok yüksek olurken, bazılarında ise bu miktarlar daha düşük olarak ortaya çıkmıştır. Hediyelik eşya imalatı ve ticareti alanında faaliyet gösteren işletmelerin ihracat potansiyeli ürün çeşitliliği ve özellikle el halısı ve gümüş mücevher üretimi ve ihracatı için var olan pazarların genişletilmesi ve yeni pazarların bulunmasıyla artacaktır. Bu noktada, el halısı gibi değer olarak daha büyük olan ürünlerin yanında diğer ürünlerin pazarlanması da etkili olabilecektir.

2.3.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Otantik, hediyelik hatıra imal ve satıcılığı içerisinde, yöreye göre değişmekle beraber, görülen el sanatları dokumacılık, halıcılık, kilimcilik, örgü, toprak, deri işleri, oya, dantel, nakış işleri, cam ve seramik figür imalatı, bakır işlemeciliği, kuyumculuk, ahşap oymacılık, sepetçilik, hasırcılık, keçecilik, yorgancılık, çinicilik gibi sanatlardır. Bahsedilen el sanatlarından kündekari, keçecilik, ipek halıcılığı, halıcılık, kilim dokuma, sim sırma, çiniciliğin ve hat, tezhip ve ebru halen icra edilmektedir[89].

Hediyelik eşya üretiminin ilk aşamalarından itibaren teknoloji büyük önem taşımaktadır. Öncelikle, günümüzde hediyelik eşya anlayışının değiştiği ve yalnız otantik olmanın ve görünüşün yanı sıra, ürünlerde fonksiyonelliğin de önem taşıdığı göz ardı edilmemelidir.

89 Efe, A. ve Aydoğan, C. 2010. Medeniyetler Şehri Konya. Konya Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları Yayın No:76

Bu nedenle, ürün tasarımında ürünlerin görsel olarak çekici olmasının yanı sıra, ürünün talep görebilmesi için bir fonksiyon da eklenmesi unutulmamalıdır. Örneğin, bir bibloya kâğıt ağırlığı ya da ataç/toplu iğne haznesi fonksiyonu eklenmesi, buzdolabı süslerine şişe açacağı eklenmesi gibi çözümler üretilebilir. Bu tür yeni tasarımlar için, gerek tasarım gerekse üretim aşamasında bilgisayarlı modelleme yaklaşımları kullanılmakta olup, bu kullanımın yaygınlaşması ürünlere talebi arttıracaktır.

İkinci olarak, kullanılan hammaddede teknolojinin etkisi büyük önem taşımaktadır. Örneğin, çinicilikte seramik hamuru yerine porselen hamurunun kullanımı, ürüne büyük oranda dayanıklılık ve incelik katabilmektedir. Aynı şekilde, ahşapta ya da çinicilikte kullanılan boyaların geliştirilmesi, renklerin ve dolayısıyla ürünün ömrünün uzamasına olanak vermektedir.

Üretim teknolojileri açısından incelendiğinde ise, ahşap eşyaların, cam bibloların ya da benzeri hediyelik eşyanın imalatında teknolojinin imalatı kolaylaştırdığı ve hızlandırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Elektrikli ve şarj edilebilen, daha ufak ve bilgisayarla kontrolü mümkün olan aletlerin kullanımı ile oymacılık, cam işleme gibi eskiden büyük ustalık gerektiren teknikler daha hızlı ve az maliyetle imal edilebilmektedir.

Bunlara ek olarak, ambalaj teknolojisindeki gelişmeler de özellikle kırılabilir nitelikteki cam ve seramik bazlı hediyelik eşya için büyük önem taşımaktadır. Polietilen köpük, balonlu naylon ya da karton ambalaj tekniklerin geliştirilmesi, kırılacak eşyanın daha az hacimle daha güvenli halde nakledilmesini sağlamaktadır. Ambalaj teknolojisi, özellikle kırılacak özellikteki hediyelik eşya ürünleri için çok büyük önem taşımaktadır.

Tanıtım ve pazarlama açısından ise, hediyelik ve otantik eşya imal ve satıcılığında, internetin etkin bir şekilde kullanımı ve internet üzerinden satış yapabilme olanağının bulunması gerekmektedir. Buna ek olarak, esnaf ve sanatkâr, mağazadan beğenilen ürünlerin, sonradan güvenli bir şekilde verilen adrese gönderilmesinin lojistik firmaları ile birlikte çalışılmasını gerekli kılacağı gibi, pek çok müşteri tarafından tercih edileceği düşünmektedir.

2.3.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

El sanatları alanında kalifiye eleman istihdamını geliştirmeye dönük olarak meslek liselerinde el sanatları bölümlerinin yaygınlaştırılmasına dönük çalışmalar yapılmaktadır. Benzer amaç doğrultusunda Halk Eğitim Müdürlükleri ve İŞKUR gibi kurumların düzenlediği kurslar ve eğitimler mevcuttur. Öte yandan Kalkınma Ajansları bünyesinde yürütülen ortak çalışmalarla sektörün/mesleğin sorunlarına yönelik çözüm önerileri üretilmeye çalışılmaktadır. Tanıtım ve pazarlama açısından Kültür ve Turizm Bakanlığı, Valilikler ve Milli Eğitim müdürlükleri ile ortak faaliyetler yürütülmüştür[90]. Ürün kalitesi bakımından ise üniversiteler, AR-GE merkezleri, halk eğitim merkezleri, matbaa ve belediyelerle ortak çalışma zemini bulunmaktadır[91].

90 Örneğin bu konuda bkz. Hediyelik Eşya ve El Sanatlari Çaliştay Raporu (2011).

91 İŞKUR kapsamında Kilis Belediyesi tarafından düzenlenen Turistik ve Hediyelik Eşya Yapımı Kursu bunlara bir örnek olarak gösterilebilir. Bkz. http://www.hurriyet.com.tr/hediyelik-esya-yapimi-kursiyerlerlerine-sertifika-37149512 [Erişim tarihi 28.05.2018]. Öte yandan T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Müdürlüğü bünyesinde El Sanatları Teknolojisi,

2.3.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Mesleğe özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.3.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.3.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.3.17. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Ürün çeşitliliği
- Otantik eşyalara ve yöresel el sanatlarına artan ilgi
- Üretim yöntemlerinde gelişmeler

Zayıf Yönler

- Düşük kar marjı
- Tanıtım eksikliği
- Devlet tarafından verilen desteklerden yararlanma oranının düşük olması
- Kullanılan hammadde ve boyanın yerli üretiminin olmaması

Fırsatlar

- Turizm sektörünün büyümesi ve çeşitlenmesi
- Gelen turistlerde, gelir seviyesi yüksek grubun payının artması

Tehditler

- Özellikle Çin'den gelen ürünler
- Her şey dâhil konsepti ile turistlerin tesis dışına çıkmamaları
- Hammadde alımında döviz artışının maliyet üzerine etkisi

Turistik ve Hediyelik Eşya Yapımı Modüler Programı gibi meslek elemanlarına yeterlikler edindirmeyi amaçlayan kurslar düzenlenmektedir [Örneğin bkz. http://ismek.ist/tr/branslar.aspx?branscode=2691].

2.3.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

2.3.18.1. Mevzuat İle İlgili Sorunlar

1) Sezonluk Çalışanların Sigorta Ödemelerine İlişkin Sorunlar

Sezonluk işlerde 6 ay süre ile aktif olarak çalışılmasına rağmen, çalışanların sigortasının 12 ay ödenmesi gerekmektedir. Bu durum turistik, otantik ve hediyelik eşya satıcılığı mesleğindeki esnaf ve sanatkârlar için maliyetleri artırmaktadır.

İlgili Mevzuat

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Sosyal Güvenlik Kurumu yetkilisi tarafından bu şekilde bir düzenlemenin mümkün olmadığı, 4a, 4b ve 4c'ye ilişkin tüm çalışanlar için uygulamanın aynı olduğu ifade edilmiştir. Eğer kişinin tescili alındıysa, kişi çalışıyorsa ya da iş yeri sahibiyse, bu ödemelerin gerçekleştirilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Damga vergisi ya da bir kısım muafiyet yapılıp yapılamayacağı hakkında, teşvikler dairesi bünyesinde bir kısım muafiyet tanımlaması ya da yeni bir teşvik düzenlemesi yapılabileceği belirtilmiştir. Öte yandan, fiili uygulamada, hangi ayların dâhil edileceği, muaf tutulan aylarda genel sağlık sigortasının ödemelerinin ne şekilde yapılacağının ve benzeri hususların dikkatle değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Belirlenecek meslekler için, ödenecek toplam prim miktarının düşürülmesi bir çözüm yolu olarak sunulurken, 6 aylık ya da geçici süre için sigorta ödemelerinin hiç yapılmaması gibi bir uygulamanın fiilen mümkün olmadığının altı çizilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Turistik yörelerdeki turistik eşya satışı gibi sezonluk işlerde, yalnızca faal olunan dönemlere ilişkin sigorta ve damga vergisi ödeme düzenlemesinin yapılması mevzuat ve uygulama açısından mümkün gözükmemektedir.
- Bu tür bir düzenleme çalışanların aktif olunmayan dönemde sağlık sigortası vb. yasal hakları kullanabilmesi önünde engel oluşturacaktır.
- Bunun yerine, belirlenecek meslekler için, ödenecek toplam prim miktarının düşürülmesi uygun bir çözüm yolu olarak öne çıkmaktadır.

2.3.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Değişen yaşam tarzı, artan seyahat miktarı ve insanların daha fazla hatıra tutma isteği ile birlikte, turistik, hediyelik ve otantik eşyalara talep artış göstermektedir. Özellikle artan iç ve dış turizm, bu mesleğe olumlu destek vermektedir. Ürünlere karşı görülen talep önündeki en büyük engel, Uzak Doğu'dan gelen kalitesiz, imitasyon ürünlerdir. Bu ürünlerin yurda girişinin kontrol edilmemesi durumunda, yerli üreticinin el emeği ile ürettiği ürünler

pahalı görülecek ve talebi düşecektir. Bu nedenle, özellikle gümrüklerde gerekli denetimlerin yapılması büyük önem taşımaktadır.

Öte yandan, otantik ürünlere de ilginin giderek arttığı görülmektedir. Ancak, geleneksel el sanatları ile üretilen ürünlerde, bu sanatları bilen ustalar çok azalmış ve yeni neslin ilgisizliği dolaysıyla bazı meslekler kaybolmaya yüz tutmuştur. Bu mesleklerin belirlenip, ivedilikle önlem alınmaması halinde, önemli el sanatlarının tarihe karışması riski bulunmaktadır.

Bu bağlamda turistik, otantik ve hediyelik eşya satıcılığı esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Belediyeler, oteller ve esnaf ve sanatkâr odaları işbirliği ile "Her şey dâhil" otel konseptlerinde konaklayan yerli ve yabancı turistlere turlar düzenlemek, turistleri alışveriş yapmaya teşvik etmek, böylelikle bölge esnaf ve sanatkârına destek olmak ve ülkemizin tarihi ve kültürel değerlerinin tanıtılmasına katkıda bulunmak
- Otantik, turistik ve hediyelik eşya ürünlerinin kalitesi arttırmak
- Ürünlerin kırılmadan ve rahatça taşınabilmesi için gerekli ambalaj tasarımını yapmak
- Görsel olduğu kadar fonksiyonel kullanımı da destekleyecek nitelikte tasarımlar yapmak
- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlayarak yurt dışı pazarlara açılım sağlamak ve bilinirliği arttırmak
- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlanarak yeni ürün ve teknolojileri takip etmek
- Facebook, Instagram ve Pinterest gibi görselliğin ön planda olduğu sosyal medya kanallarını kullanarak ürün tanıtımı ve promosyon yapmak
- Sosyal medya hesapları ve mobil cihaz uygulamaları üzerinden satış yapmak
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[92]
- Bir modülün açılabilmesi için gerekli olan sınıf mevcuduna ulaşılabilmesi amacıyla diğer esnaf ve sanatkârlarla birleşerek[93], İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı kapsamında, kendi ihtiyaçlarına göre modüler mesleki eğitimler organize ederek bir taraftan çalışanlarının niteliklerini artırırken aynı zamanda devlet tarafından verilen si-

92 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

93 Bir modülün açılabilmesi için en az 10 katılımcı gerekmektedir.

gorta prim ödeme desteği teşviklerinden daha uzun zaman zarfında yararlanabilmek[94]

- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak

2.4. KIRTASİYECİLİK VE KİTAPÇILIK

2.4.1. Mesleğin Tanımı

Kırtasiyecilik ve kitapçılık meslek profili incelenmeden önce, kırtasiye teriminin tanımlanması faydalı olaraktır. Kırtasiye, okul, büro, ev ve benzeri ortamlarda kullanılabilen, direkt yazmaya ya da bu faaliyeti desteklemeye yönelik ekipmanlara verilen genel isimdir. Kırtasiyecilik, kırtasiyecinin yaptığı iş demektir.

Kırtasiye denildiğinde önceleri yalnızca, kalem, silgi, defter, kalemtıraş, cetvel gibi temel ürünler anlaşılırken, günümüzde süpermarketlerin ofis malzemeleri satan türlerinin de genişlemesi ile bu alan ve ürün yelpazesi genişlemiştir.

Kırtasiye terimi, geniş anlamda**,** kâğıtla yapılmış olan işlemlerin tümü akla gelmektedir. Diğer bir deyişle, defter, kâğıt, kalem, mürekkep vb. yazı araç ve gereçlerinin bütünü ifade edilmektedir. Arapça kökenli olan kırtasiye sözcüğü, kâğıtla yapılan işlemler anlamında da kullanılmaktadır. Türkçe'de, *kırtasiye dükkânı* terimi giderek sadece kırtasiye terimi olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kırtasiyecilik mesleği büyük bir alana hitap etmektedir. Bu süreç dâhilinde, ofis eşyaları, daktilo, delgeç, pergel gibi daimi ürünlerin yanı sıra, kâğıt, ataç, uhu vb. çabuk tüketilen malzemeler de bulunur.

Kırtasiyeler, çoğunlukla okul ya da iş yerleri yakınlarında açılmaktadır. Türkiye'de resmî kurumların kırtasiye alımı, daha çok Devlet Malzeme Ofisi tarafından karşılanır.

ESBİS kayıtlarına göre 2016 yılı itibarıyla kırtasiyecilik ve kitapçılık esnaf ve sanatkâr sayısı 9250'dir. Bunun yanında, esnaf ve sanatkâr meslek odalarında iş tanımlarını yaparken kendilerini hırdavat, manifatura, kitap, kâğıt ürünleri, oyuncak gibi kırtasiye ile uyumlu iş alanlarında gösterebildiğinden, aslında kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleğini icra eden esnaf ve sanatkâr sayısının çok daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir.

Kırtasiye piyasasının merkezi uzun zaman Tahtakale olarak kabul edilmiştir. 1982 senesinde, Tahtakale piyasasından yedi esnaf ve sanatkâr, piyasaya destek vermek maksadıyla protestolu senet ve karşılıksız çekleri sektörlerine listeler hâlinde yayınlamaya başlamışlardır. Her ay düzenli bir şekilde yayınlanan bu listelere yoğun ilgi gösterilmiştir. Bu hareket, kırtasiye sektöründe bir sivil toplum oluşumuna ihtiyaç duyulduğunun ilk belirtisi olarak kabul edilmektedir.

Türkiye Kırtasiyeciler Derneği, ilk olarak, 16 Aralık 1985 günü, "İstanbul Kırtasiye İmalatçıları, İthalatçıları ve Toptancıları Dayanışma Derneği" unvanıyla kurulmuştur. 2000

94 18 yaşından küçük vasıfsız erkekler için prim ödeme destek süresi 6 aydır. Mesleki eğitimden geçmiş, "vasıflı" işçiler için İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselmektedir.

yılına gelindiğindeyse kısaca TÜKİD adını almıştır. Dernek, 28 Şubat 2013 tarihinde tüzüğünü yenilemiştir ve bu sayede Türkiye genelindeki kırtasiye perakendecilerinin de üye olmalarını sağlamıştır. Ardından, adını TÜKİD-Tüm Kırtasiyeciler Derneği olarak değiştirmiştir. Bugün TÜKİD, kırtasiye alanında faaliyet gösteren hemen bütün sanayici, toptancı, ithalatçı firmalarla, belirli bir oran içerisinde kırtasiye perakendecilerini temsil eden bir yapı olarak önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Bu bilgiler, proje kapsamında yüz yüze yapılan esnaf ve sanatkâr ziyaretleri ve iyi uygulamaların yerinde incelenmesi sırasında elde edilmiştir.

Kırtasiye mağazalarında yoğun olarak kabul edilen dönem, okulların açıldığı dönemdir. Aslında esnaf ve sanatkâr, dükkân raflarında, açık olduğu bütün bir yıl boyunca her çeşit kırtasiye malzemesi bulundurmaya çalışmaktadır ancak okulların açıldığı ilk hafta kırtasiye esnaf ve sanatkârı için büyük önem arz etmektedir. Bununla birlikte aynı yoğun dönemde, fakat sadece bu dönem sırasında, bazı marketler, semt pazarları, işportacılar, japon pazarları gibi yerlerde de kırtasiye ve okul malzemesi satışı başlamaktadır. Kırtasiye esnaf ve sanatkârı bu kesimle de rekabet içine girmektedir.

2.4.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre kırtasiye; defter, kâğıt, kalem, mürekkep vb. yazı ve hobi araç ve gereçlerinin bütünü anlamına gelmektedir. Arapça kökenli olan kırtasiye sözcüğü, aynı zamanda kâğıtla yapılan işlemler anlamında da kullanılmaktadır.

Kırtasiye endüstrisi, genellikle okullar ve ofis ile ilişkili olan çok heterojen bir iş grubu olup, okullara yardımcı kitaplar, defterler, kalem ve benzeri yazı gereçleri, özellikle okul öncesi çağı için geliştirici oyuncaklar, oyun hamurları, yetişkinler için hobi malzemeleri, hesap makineleri, hikâye/roman türü kitaplar, tebrik kartları, boyalar ve bunun gibi oldukça geniş bir ürün yelpazesini içermektedir[95].

Kırtasiye ve temelde kâğıt, binlerce yıldır yazılı iletişimin ve insanoğlunun entelektüel gelişiminin temel dayanağı olarak görülmektedir. Arkeolojik buluntular, M.Ö. 4000 yıllarında İnsanların yazı yazmak ya da resimler çizebilmek için kil, metal, balmumu ve hayvan derilerini kullandıklarını göstermektedir. Hayvan derileri, ilk kez Mısırlılar tarafından parşömen biçiminde geliştirilmiş, ancak maliyeti nedeniyle sadece çok zenginler bu malzemeyi kullanabildiklerinden, yeterince yayılması mümkün olamamıştır. Sonrasında ise, M.Ö. 2400 yıllarında, kâğıdın atası sayılan papirüs Mısırlılar tarafından kullanılmaya başlanmış, zaman içerisinde Avrupa'ya yayılarak, 200 yıllık raf ömrüne sahip olmasının verdiği çekicilikle 12. yüzyıla dek kullanılmıştır. İngilizce'de "paper" olan kâğıt kelimesinin, "papirüs" kelimesinden türetildiği düşünülmektedir.

Mısırlılardan yaklaşık 3000 yıl sonra ise, M.S. 100 yılı civarında bitkisel liflerden elde edilen ve bugün kullanılana benzer ilk kâğıt Çinliler tarafından keşfedilmiştir. Yaklaşık 500 yıl boyunca üretim metotlarının sır gibi saklanmasına rağmen, Arapların Çin'in batısını işgal etmesi ve bazı kâğıt üreticilerini Bağdat'a götürmesi ile bu yeni keşif dünyaya yayılma başlamıştır. M.S. 1150'de Afrika'dan İspanya'ya geçişler sayesinde Avrupalıların modern anlamda kâğıtla tanıştığı ve Avrupa'nın ilk kâğıt fabrikasının İspanya Valencia'da kurulduğu

95 http://www.economywatch.com/world-industries/stationery-industry.html

görülmektedir. Bu tarihten sonra, kıta Avrupası'nda çeşitli ülkelerde kâğıt fabrikalarının kurulduğunu görmek mümkündür. Amerika'da ise ilk kâğıt fabrikası 1690'da Philedelphia'da kurulmuştur[96].

Kâğıt üretiminde en önemli aşamalardan biri ise, 1799'da İngiliz Fourdrinier kardeşler tarafından imal edilen Fourdrinier makinesi ile gerçekleşmiştir. 1826'da kâğıt üretimindeki pek çok sürecin iyileştirilmesinin ardından, odun hamurunun hammadde olarak kullanılabileceğinin ortaya çıkması, büyük çaplı kâğıt üretimini mümkün kılmıştır. Günümüzde kâğıt üretiminin neredeyse tüm aşamaları tamamen mekanize bir hale gelmişse de kâğıt yapma işlemindeki temel işlemlerin aynı olduğu söylenebilir.

Türkiye Cumhuriyeti'ndeki ilk kâğıt fabrikası ise, kâğıt, karton, ambalaj kâğıdı, gazete kâğıdı ve sigara kâğıdı üretmek amacıyla 1936 yılında kurulmuştur. Fabrikanın kurulacağı yer olarak; bir kâğıt fabrikası için gerekli alt yapının; kömürün, suyun ve işçinin bulunduğu, ham maddenin ve mamul maddenin en kolay nakledileceği kent olarak İzmit seçilmiş olup, ilk üretimlere 1936 yılının Nisan ayında başlanmıştır. Fabrikanın Cumhuriyet açısından önemi, Atatürk'ün "Medeniyet Hamuru" ifadesi ile vurgulanmıştır. 1955 yılında yürürlüğe giren ilgili kanun ile Türkiye Selüloz ve Kâğıt Fabrikaları İşletmesi (SEKA) kurulmuş olup, eklenen fabrika ve tesislerle yılda 140 ton kapasiteye sahip entegre tesis haline gelmiştir. Sonrasında, SEKA İzmit Tesisleri kapatılarak arsalarının yeşil alan, spor alanı, otel alanı ve lüks konut olarak kullanılması için 2015 yılında İzmit Büyükşehir Belediyesine devredilmiştir.

Günümüzde, ülkemiz kâğıt ve kâğıt ürünleri sektörünün üretim kapasitesi 4 milyon ton civarında olup, yüksek seviyede oluşan iç talebin yanı sıra artan ihracat nedeniyle kapasite kullanımı oranı (KKO) imalat sanayinin ortalama kapasite kullanım oranının üzerinde seyretmektedir. Buna karşın, ülkemizde kâğıt ve kâğıt ürünleri sektörünün dışa bağımlı olduğu söylenebilir. Tüketimde dokuzuncu sırada olan Türkiye ihracatta yirmi birinci sırada olup dünya ihracatından aldığı pay yükselmektedir.

Kırtasiyenin ana unsuru olan kâğıt dışında, modern anlamda kırtasiye ürünleri incelendiğinde, kırtasiye mağazalarının özellikle Viktorya döneminden bu yana, kişisel yazı malzemeleri, yazım kâğıtları, zarflar gibi sosyal görgü kurallarının önemli bir parçası olmanın yanı sıra, yirminci yüzyıl boyunca sürekli atan bir talep doğrultusunda büro ürünlerine ve bu paraleldeki tüm ihtiyaçlarını karşılamak için ürün yelpazelerini genişletip değiştirdiği görülmektedir[97].

Ülkemizde ise, Cumhuriyetin ilk yıllarında, kırtasiye malzemeleri için ayrı mağazaların bulunmadığı, defter, kalem ve silgiden oluşan sınırlı ürünlerin bakkal karışımı dükkânlarda satıldığı ifade edilmektedir. İhtiyaç duyulan diğer malzemelerin temini için ise İstanbul'da Karaköy, Babıali ve Beyoğlu gibi merkezlerden getirtme yöntemi uygulanmıştır. Türkiye'nin sanayileşmesi, ticaretin gelişmesi kırtasiye sektöründe de etkilerini göstermiş, işletmeler gerekli ofis malzemesi ve donanımı için çeşitlerini çoğaltmak zorunda kalmışlardır. Nitekim 1990'lı yılların başında öncelikle Ankara ve İzmir'de yaygınlaşmaya başlayan kırtasiye toptancılığı, ilerleyen yıllarda gelişen tüm kentlere yaygınlaşmıştır. Bugün ise Tür-

96 https://www.shop.minutemanpress.com/news/features/the-history-of-stationery-22274.html

97 http://www.economywatch.com/world-industries/stationery-industry.html

kiye'de kırtasiye ürünleri yalnız kırtasiye mağazalarında değil, kitapçı, kitap-kırtasiyeci, gıda marketi gibi çeşitli satış noktasında mevcuttur.

Dünya'da kırtasiye mağazaları 1980'li yıllardan itibaren, yalnız ürün çeşitleri açısından değil, aynı zamanda ortaya çıkan yeni dağıtım kanalları sebebiyle de çarpıcı bir değişim geçirmiştir. Staples ve Office Depot gibi süper markalar, Sam's Club ve Wal-Mart gibi sürekli ucuzluk mağazaları, özellikle Amerika pazarında önemli bir fiyat rekabetinin yaşanmasına yol açmışlardır[98]. Benzer şekilde ülkemizde de geçimini perakende kırtasiyecilikle sürdüren küçük esnaf ve sanatkârın, yabancı sermayeli büyük üretici ve toptancılarla rekabet edebilmesi amacıyla bir araya gelerek kırtasiye marketleri oluşturma çabasına girdikleri görülmektedir. Buna ek olarak franchising ile pazara girip, mağaza sayısını artırmayı amaçlayan yabancı işletmeler de bulunmaktadır.

2.4.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 9250 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %73'ü erkek, %27'i ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 45 yaşındadır.

Kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %43'ünün lise mezunu olduğu, %26'sının ilkokul mezunu, %18'inin üniversite ve %13'ünün ise ortaokul mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 114. Kırtasiyecilik ve Kitapçılık Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	9250	
	Erkek: 6755	Kadın: 2495
Yaş Ortalaması	45,24	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	1531	18%
Lise Mezunu	3687	43%
Ortaokul Mezunu	1114	13%
İlkokul Mezunu	2185	26%

2.4.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %25'inin 2318 adet işletme sayısı ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 1525 işletme ile İç Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 1446 adet işletme ile Ege Bölgesi, dördüncü sırada 1384 işletme ile İç Anadolu Bölgesi, beşinci sırada 1135 işletme sayısı ile Karadeniz Bölgesi ve altıncı sırada ise 756 adet işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %7'sini kapsayan 686 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

98 http://www.referenceforbusiness.com/industries/Retail-Trade/Stationery-Stores.html#ixzz4v1XsA2Bc

Tablo 115. Kırtasiyecilik ve Kitapçılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	1384	15%
Doğu Anadolu Bölgesi	686	7%
Ege Bölgesi	1446	16%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	756	8%
İç Anadolu Bölgesi	1525	16%
Karadeniz Bölgesi	1135	12%
Marmara Bölgesi	2318	25%

2.4.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[99]

Kırtasiyecilik ve kitapçılık sektöründe, esnaf ve sanatkâr olmaya, bu sektörde faaliyet göstermeye karar veren bir girişimcinin, işe başlangıç için temin etmesi gereken belgeler bulunmaktadır. Bu belgelerin başında, İtfaiye Daire Başkanlığından alınacak olan itfaiye raporu gelmektedir. Ardından kırtasiyecilik ve kitapçılık sektöründe esnaf ve sanatkâr olmaya karar veren bir girişimci, Çevre Temizlik Vergisi borcu yoktur yazısı temin etmelidir. Diğer yandan işyeri adresi bir ise ilân reklam kaydı yazısı alması gerekecektir. İş yeri kiralanmış ise kira sözleşmesi gereklidir. Şahıslar için; Esnaf ve sanatkârlar sicil kaydı bulunmalıdır. İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı alınması zorunludur. Bu ruhsat, şahıs adına alınacak ise 1adet fotoğraf gereklidir. Şirketler için; Ticaret Sicil Kayıtları 01.10.2003 Tarihinden önce yayınlanmış ise Ticaret Sicil Gazetesi ve Ticaret Odası kayıt sureti talep edilmektedir. İşyeri açılacak yer pasaj / işhanı veya Alışveriş Merkezi ise yönetim muvafakati aranmaktadır. Diğer yandan, işyeri plânı ve metrekaresini gösteren basit krokisi vb. gibi belgeler de istenebilmektedir.

- *İtfaiye Başkanlığı'ndan alınmış itfaiye raporu*
- *Yapı kullanma izin belgesi (yapı kiralıksa, kira sözleşmesinin aslı ve noter onaylı örneği)*
- *Vergi levhası fotokopisi ve ilgili esnaf sanatkâr sicil kaydı fotokopisi*
- *Çevre Temizlik Vergi Borcu Yoktur yazısı*
- *Sigorta ya da emeklilik cüzdanının fotokopisi*
- *İlan reklam kaydı*
- *İşyeri açma ve çalışma ruhsatı, şahıs adına alıcaksa 1 adet fotoğraf*
- *Şirketler için ticaret sicil kaydı*
- *İşyeri pasaj, işhanı veya AVM ise yönetim muvafakatı*
- *İşyeri plan ve metrekaresi*

99 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları

Kırtasiyelerde satılan ürünler genel ihtiyaç ürünleridir. Diğer bir deyişle, sektöre girmek isteyen esnaf ve sanatkâr lüks tüketim veya isteğe bağlı tüketime yönelmemiştir. Burada lüks tüketim, gündelik ihtiyaçlar dışında gereksinim dışı yapılan tüketim[100] olarak anlaşılabilir. Bu nedenle kırtasiye ve kitap ihtiyaç üzerine talep hâsıl olacağından, doğru strateji ve perspektifle yaklaşıldığında, esnaf ve sanatkâr için son derece karlı bir faaliyet alanı olabilir.

Kırtasiyecilik ve kitapçılık diğer yandan, günümüzde dijitalleşme çağı hız kazandığı için giderek kapsamı daralan bir sektördür. Örneğin bütün okullarda öğrencilerin tablet bilgisayar kullandığı bir dönem yaşanacak olsa, defter artık ihtiyaç olmaktan çıkacaktır.

Sektörün en büyük sorunlarından biri her işyerinde kırtasiye ürünü satılabilmesidir. Ayrıca belediyeler, vakıflar vs. gibi kurumlar öğrencilere bedava kırtasiye yardımlarında bulunduğunda, esnaf ve sanatkârın bununla rekabet etme şansı azalmaktadır.

Sektöre Girebilmek İçin Gerekli Sermaye Miktarı

Kırtasiye dükkânlarında satılan ürünler, tek tek meblağı çok yüksek olmayan ürünlerdir. Bununla birlikte, sektörde ürün çeşitliliği çok büyük önem taşımaktadır. Diğer bir deyişle bir kırtasiye dükkânında, örneğin tükenmez kalem kategorisinde ürün çeşitliliği ne kadar fazla ise müşteri kapasitesi de o derece yüksek olacaktır. Ürün çeşitliliğinin önemli olması da yüksek sermayeyi beraberinde getirmektedir. Kırtasiye ya da kitapçı işyerinin metrekaresine, kiralanacaksa yeni bina mı eski bina mı olduğuna ve iş yerinin bulunduğu il, ilçe hatta semte göre gerekli sermaye miktarı büyük oranda değişecektir.

Bununla birlikte işyerinde eleman çalıştırılıp çalıştırılmayacağı da gerekli sermayede farklılığa neden olacaktır. İş yerinde eleman çalıştıran esnaf ve sanatkâr bu elemanın maaşı ve sigorta primini de yatıracağı için başlangıç için daha fazla sermaye gerekecektir.

Yine de genel anlamda küçük bir işyeri için 15.000 TL gibi bir sektöre girilebilmesi mümkündür. Ürün çeşitliliği çok olsun ve ürün kalitesi de yüksek olsun isteniyorsa, o zaman 50.000 TL gibi bir sermaye gerekli olabilir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Kırtasiyecilik ve kitapçılık sektörüne girerken esnaf ve sanatkârın dikkat etmesi gereken en önemli husus nasıl bir iş yeri açmak istediğine karar vermesidir. Kırtasiyeler üç temel farklı kategoriye ayrılırlar. Birincisi okul önü kırtasiyeciliğidir. Bu tip kırtasiye dükkânları, öncelikle yakın olduğu okulun kitap, yardımcı kitap, defterlerini vs. satar. Yani dükkâna okulun istediği kırtasiye ürünleri için gelen müşteri diğer ürünlere de bakar.

İkinci kırtasiye dükkânı kategorisinde, mahalle kırtasiyeciliği bulunmaktadır. Bu kategoride, mahallede, uygun fiyatlı, çeşitli, fotokopi ve ozalit gibi gündelik ihtiyaca yönelik alternatiflerin bulunduğu bir faaliyet söz konusudur.

Üçüncü kategori kırtasiye dükkânları, özel sanat ve zanaat faaliyetlerine yönelik, çeşitli ve pahalı ürünlerin yer aldığı kırtasiyeciliktir. Bu üçüncü kırtasiye kitap dükkânlarında, zor bulunan, özellikli, pahalı ürünler satılır. Örneğin yağlı boya malzemeleri, özel ahşap zanaat ürünleri gibi. Bazı sanat dallarına ilişkin özel kitaplar vs. Bu dükkânlar diğer iki kategorideki kırtasiye

100 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b08095d8f5bb9.41291560

dükkânlarına göre daha büyüktür.

Sektöre girecek olan esnaf ve sanatkâr hangi tip kırtasiyecilik ve kitapçılık yapacağına karar vermelidir. Bu kararına bağlı olarak, okul önünde bir iş yeri veya daha geniş ve detaylı bir işyeri tercih edebilir.

2.4.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

K* Lisansı

K Belgesi Tüm Kırtasiyeciler Derneği (TÜKİD) tarafından verilen ve alınması zorunlu olmayan bir belgedir. "Kırtasiye, kırtasiyeciden alınır" sloganıyla TUKİD tarafından geliştirilen proje kapsamında verilen belgenin amacı kırtasiye ürünlerinin kırtasiyelerden alınması gerektiği yönünde toplumda bir algı yaratma ve kırtasiye ürünleri satışı rekabetinde kırtasiye esnaf ve sanatkâra destek olmaktır.

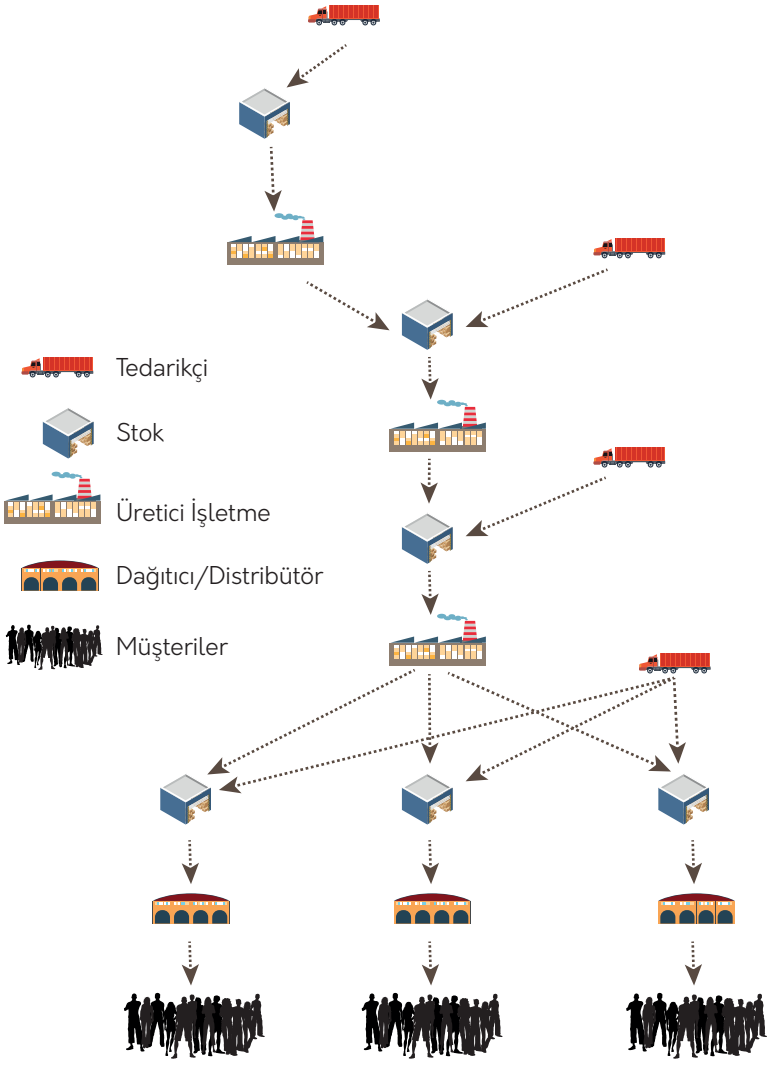
Belgeyi almak için TÜKİD web sitesinde yer alan başvuru formunun doldurulması, taahhütname imzalanması ve daha sonra imza sirküleri ve işyerinde eğitimli kırtasiyeci sertifikasına sahip olması talep edilen çalışanların son 3 aya ilişkin SGK prim ödeme bildirgelerinin TÜKİD'e gönderilmesi gerekmektedir.

2.4.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğinde üretim süreci bulunmamaktadır. Burada bir satış ve pazarlama ilişkisi karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada, tedarik zinciri kavramından söz etmekte yarar vardır. Lee ve Billington'ın (1992) belirttiği gibi bazı işletmeler imalat sanayinin bağlantısı olarak satış ve dağıtım süreci içinde konumlanmışlardır. Bu süreç, hammadde temini yapılarak, bu hammadde ve girdilerin ara mal ve bitmiş ürünlere dönüştürülmesi ve bu nihai ürünlerin müşterilere satış ve dağıtımının yapılması olarak açıklanabilir. Bu tip ağlara tedarik zinciri veya katma değer zinciri denilmektedir[101].

101 Lee, H. L. ve C. Billington, "Managing Supply Chain Inventory: Pitfalls and Opportunities" MIT Sloan Management Review; Bahar 1992, 33, 3; ABI/INFORM Global sy. 65.

Şekil 108. Bir Tedarik Zinciri Örneği



Kaynak: Lee ve Billington, 1992.

Şekil 109'da dağıtıcı/distribütör konumunda yer alan kitap kırtasiyeciler için üretim eğilimleri bu nedenle pazarlama araçlarından ibaret olarak açıklanabilecektir. Aslen bir üretim yapmayan bu işletmeler, sadece dağıtım ve pazarlama yapmaktadırlar. Bu nedenle pazarlama alanında ihtiyaç duyacakları araçların başında temiz bir iş yeri olacaktır. Bununla birlikte ürünlere ve genel müşteri kitlesi olan okul yaşındaki çocukların genel eğilimlerine hâkim olan bir satıcı/esnaf ve sanatkâr olması gerekmektedir[102].

Bunların dışında, perakendeci olan esnaf ve sanatkârların karşılaşacakları talep miktarını da önceden doğru tahmin edebilmeleri önem arz edecektir. Bununla birlikte, stok kontrolünün doğru ve düzenli yapılması için bilgisayarlı sistem kullanılması ve bunun barkodlu takip

102 Kitap ve kırtasiyecilik mesleğinin Türkiye ekonomisindeki yerinin açıklandığı 7.4.9. başlığı altında da belirtildiği gibi, bu alanda faaliyet gösteren mikro ölçekli işletmelerdeki ortalama çalışan sayısı 0,52 olduğu için, esnaf ve sanatkârın bu işletmelerde tek başına çalıştığı ifade edilebilir.

sistemi ile desteklenmesi işletmelerin yararına olacaktır.

Kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleği için ayrıca önemli olacak bir diğer husus ise ürün çeşitlendirmesidir. Çeşitli ürünler arz eden bir işletmenin müşterilerinin artacağı beklenebilir. Bununla birlikte, artan müşterilerin fiyat esnekliği[103] düşük olan bazı ürünleri de satın alacağı düşünülebilir. Kitapçı ve kırtasiyecilerin, örneğin sınav başvurularının yapılabileceği bir merkez olarak çalışabileceği de iş yeri ziyaretleri içinde bazı örneklerde görülmüştür. Bu da, ürün çeşitlendirmesi kapsamında değerlendirilebilir.

ERP (kurumsal kaynak planlaması) sistemi modülleri kullanılarak da hem maliyetlerde düşüş, hem de tedarik, hizmet, satış, finans ve insan kaynakları süreçlerinin iyileştirilmesi sağlanabilecektir.

Kitapçılık ve kırtasiyecilik alanında satılan ürünler ve verilen hizmetlerin bazıları Şekil 109'da gösterilmiştir.

Şekil 109. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Esnaf ve Sanatkârının Sattığı Ürünler ve Verdiği Hizmetler



2.4.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Türkiye'nin genç nüfus yapısı ve üniversiteler dâhil eğitim sistemi içerisindeki 20 milyonun üzerinde öğrenci kırtasiye ürünleri tüketiminin asli unsuru durumundadır. Ekonomik gelişmeyle birlikte ülkemizde ofis ürünlerinin yanı sıra teknik, sanat ve hobi çalışmalarına yönelik kırtasiye ürünlerinin tüketimi de hızla artmaktadır. 2015 yılı verilerine göre Türkiye'nin yıllık eğitim harcamaları içerisinde kırtasiye sektörünün payı 1,5 milyar Dolar civarındadır[104]. Sektörün ürünlerinin başlıca alıcılarını hükümetler, okullar, ofis malzemesi satan perakendeciler, bakkal ve süpermarketler ile diğer endüstriler oluşturuyor.

2.4.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Kırtasiye, okul ve büro malzemelerinin tümüne verilen bir isimdir. Kitap ve kırtasiyecilik mesleği çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olmakla birlikte, tüketimi hiç bitmeyecek ve kullanıldıkça tükenen ürünler söz konusu olduğu için talebin hiç bitmeyeceği söylenebilecektir.

103 Talebin fiyat esnekliği, malın fiyatındaki yüzde değişmenin o malın talep edilen miktarında ne kadarlık bir yüzde değişme yarattığını gösteren değerdir. Bu değer, bütçe içinde yeri küçük olan mallarda oldukça küçük olmaktadır.

104 https://markamuduru.com/12-adimda-turkiyede-kirtasiye-sektor-incelemesi/ [Erişim tarihi: 23 Mart 2018].

Türkiye'de 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 9250 kitapçılık ve kırtasiyecilik alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Aşağıdaki Tablo 116, mikro ve küçük ölçekli işletmelerdeki çalışan sayısını ve ortalama çalışan sayısını göstermektedir. Buna göre, mikro ölçekli işletmelerde toplam 4558 çalışan bulunmaktadır. Bu durum bir işletmedeki ortalama çalışan sayısının 1'den az olduğunu göstermektedir. Bir diğer deyişle, kitapçı ve kırtasiyecilik mesleğindeki mikro işletmelerde genellikle esnaf ve sanatkârın kendisinden başka çalışanı bulunmadığı sonucu çıkartılabilir. Küçük ölçekli işletmelerde ise ortalama çalışan sayısı 6,4 olmuştur.

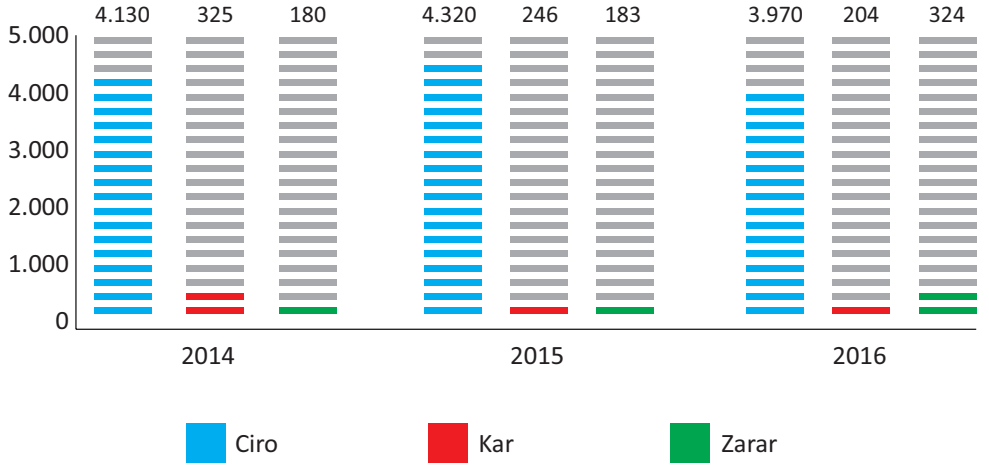
Tablo 116. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	8785	4558	0,52
Küçük Ölçekli İşletmelerde	174	1114	6,40

Kaynak: SGK 2016.

2014 yılında kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleğinde faaliyet gösteren işletme sayısı 54584 iken 2015 yılında bu sayı 55136'ya yükselmiş ancak 2016 yılında 53070'e düşmüştür. Bu durumun ortaya çıkmasında bu meslek için ortaya çıkan zarar düzeylerindeki artışın bir etken olduğu söylenebilir.

Şekil 110. Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2.4.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.4.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Dünyada, kâğıt kırtasiye toplam ihracat miktarı 2016 yılında 4,2 milyar ABD Doları olmuştur. 2016'da kâğıt kırtasiye alanında en fazla ihracat ve en fazla ithalatı ABD'nin yaptığı görülmektedir. İhracat açısından ABD'yi Kanada, Japonya, Almanya ve İtalya takip etmektedir. Türkiye'nin dünya kâğıt kırtasiye ithalatındaki payı %1,6 olurken ihracattaki payı ise %0,9 olmuştur. Yazma araçları için ise, Türkiye'nin dünyadaki pazar payı %1 iken, dünya mürekkep ihracatındaki pay ise %0,7 olarak karşımıza çıkmaktadır.[105]

2.4.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Kırtasiyecilik mesleğinde üretim yapılmamakta olup, yaratılan fayda üreticiden ya da toptancıdan alınan ürünlerin nihai tüketicilere perakende satışından kaynaklanmaktadır. Meslekte, teknolojiden faydalanma alanı sınırlı olup, en fazla teknoloji kullanımı stok yönetimi, tedarik kontrolü ve pazarlama alanlarında görülmektedir.

Yapılan işyeri ziyaretlerinde, barkod sisteminin kullanımı ile stok durumlarının anında görülebildiği, hangi ürünlerin devir hızının daha yüksek olduğu ve benzeri verilerin elde edilmesiyle, finansal analizin ve siparişlerin daha doğru şekilde yapılabildiği ifade edilmiştir. Özellikle fazla ürün kalemi bulunduran işletmelerde, hangi ürünlerin hangi dönemlerde daha fazla satıldığı, ya da hangi ürünlerin beraberce paket halinde satılmasının daha karlı olduğu gibi analizler, barkod sistemi ve ofis programlarının (özellikle excel) kullanımı ile görülebilmektedir.

Benzer şekilde, gerek yazılı kaynakların taranması gerekse odak grup görüşmeleri ve işyeri ziyaretlerinde teknoloji kullanımı konusunda öne çıkan bir diğer unsur da, internetin ve e-ticaretin kullanımı olarak belirlenmiştir. Kırtasiyeci esnaf ve sanatkârın mesleklerine ilişkin gördüğü en önemli risklerin başında gelen e-ticaret, rekabette ayakta kalabilmeleri ve öne çıkmaları açısından öne çıkmaktadır.

Uygulanan anket verileri sonucunda ülkemiz kırtasiye mesleğinde internet teknolojisini sıkça ya da her zaman kullandığını ifade eden esnaf ve sanatkârın oranı %50 civarında olmasına karşın, kendilerine ait bir web sayfasına sahip olan işletmelerin oranı %30 olup, internet üzerinden ürün satışı yapılmasına ilişkin oran ise yalnız %15 seviyesindedir. Ancak, gerek işyeri ziyaretlerinde, gerekse odak grup toplantılarında, internet üzerinden satış yapmanın önemli olduğu esnaf ve sanatkârca vurgulanmış olup, bu konuda çalışmalar yapmaya başladıkları görülmüştür.

2.4.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Tüm Kırtasiyeciler Derneği (TÜKİD) başta olmak üzere sektör temsilcilerinin aracılığıyla firmalar KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kamu kurumlarının hibe ve destek programlarından faydalanabilmektedir. Bu programlardan bazıları şunlardır:

- TÜBİTAK–Teydeb Ar-Ge Projeleri Desteği

105 Küçükçolak, R. A. Ve M. Kasımoğlu, Türkiye Kırtasiye Sektörü ve Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi, İTO/İDA, İstanbul, 2018.

- 1501 Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı
- 1507 KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı
- 1505 Üniversite-Sanayi İşbirliği Destek Programı
- 1511-Öncelikli Alanlar Ar-Ge ve Yenilik Destek Programı
- 1509 Uluslararası Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı
- AB Çerçeve Programları
- Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Teşvikleri

İstanbul Kırtasiye Ofis Fuarı, KOSGEB tarafından 2017 yılında desteklenen fuarlar kapsamında yer almıştır.

Bunların yanında üniversiteler de önemli paydaşlardan bir tanesi konumundadır. Örneğin 2014 yılında K* Belgesi Projesi kapsamında İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde sektörde nitelikli, bilinçli ve sertifikalı "Kırtasiye" çalışanlarının yetişebilmesi için eğitimler verilmiştir. Bu eğitimleri başarıyla tamamlayanlar Eğitimli Kırtasiyeci Sertifikası almaya hak kazanmıştır.[106] Yine TÜKİD'in TEMA Vakfı kanalıyla İzmir'de 2.000 fidanlık bir orman kurmak gibi sosyal sorumluluk projelerini hayata geçirdiğini görmekteyiz[107].

2.4.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Mesleğe özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.4.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.4.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.4.17. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Tüketicilerin kalite algısının yükselmesi
- Ürün çeşitliliğindeki artış
- Kırtasiye ve kitap ürünlerine her zaman var olan talep
- TÜKİD'in güçlü örgütlenmesi

106 http://www.ticaret.edu.tr/tr/Haberler/Detay/id/382 [Erişim tarihi 24 Mart 2018].

107 http://www.tukid.org/TR/haberler/TUKID-TEMA-ISBIRLIGI.html [Erişim tarihi: 24 Mart 2018].

- Kırtasiye fuarının varlığı

Zayıf Yönler

- Stok yönetimi konusunda yetersiz olunması
- Taklit ürünler ve kayıt dışı ürünlere karşı yapılan denetimin zayıflığı
- Marka bilincinin yeterince güçlü olmaması
- Kurumsallıktan uzak olunması
- Kar marjının düşüklüğü

Fırsatlar

- Genç nüfus dolayısıyla kırtasiye ürünlerine olan talebin artması
- Zorunlu eğitim süresinin 12 yıla çıkarılması
- Üniversitelerin çoğalması
- e-ticaretin kırtasiyeciler tarafından da kullanılması

Tehditler

- Dijitalleşme sonrasında basılı kitap ve deftere olan talebin azalması
- Büyük marketlerde kırtasiye ürünü ve kitapların satılması
- Korsan kitap
- İthal ürünlerin pazara kolay girişi
- Internet mağazalarından yapılan satışlar
- Devlet tarafından verilen bedava kırtasiye
- Resmi yazışmalarda elektronik belge yönetim sistemine (EBYS) geçiş yapılması ile sarf malzemesine azalan talep

2.4.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

A) Rekabet ile İlgili Sorunlar

1) Okullarda Kırtasiye Satışı Yapılması

Okul kantinlerinde kırtasiye ürünleri satılması sebebiyle kırtasiyecilik mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârların gelirleri düşmektedir.

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Milli Eğitim Bakanlığı Temel Eğitim Genel Müdürlüğü yetkilisi, Bakanlık olarak esas önceliklerinin öğrencilerin güvenliği olduğunu belirtmiştir. Okul kantinlerinde öğrencilerin ihtiyaç duyabilecekleri kırtasiye ürünlerinin satışının sağlanması ile öğrencilerin okul

dışına çıkmalarının engellenmiş olacağı vurgulanmıştır. Bunun yanında, şehir merkezlerindeki okulların dışında, merkezlere uzak yerlerdeki okullarda bu tür satışların zaruriye olduğu da vurgulanmıştır. Bu sebeplerden ötürü kırtasiyecilik mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârların istediği yönde bir düzenlemenin yapılamayacağı belirtilmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Esnaf ve sanatkârların önerdiği gibi okul kantinlerinde acil ihtiyaçlar dışında kırtasiye satışına izin verilmemesinin uygulamada sorunlar yaratacağı anlaşılmaktadır. Acil ihtiyaçlarının sınırının nerede konulacağı belirsizdir.
- Bunun yanında, bu tür bir sınırlamanın yapılması öğrencileri güvende oldukları okul sınırları dışına taşıyacağından önerilmemektedir.
- Güvenlik sorunu dışında, şehir merkezleri dışında erişimin ve imkânların kısıtlı olduğu kırsal alanlarda okul kırtasiyelerinde her türlü ihtiyacın satılması bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır.
- Bu sorun dâhilinde yapılacak tek düzenlemenin okul kırtasiyelerinde en azından oyuncak satışının önüne geçilmesi olduğu düşünülmektedir. Bu tür bir kısıtlama hem esnaf ve sanatkârlar için fayda sağlayacak hem de henüz yeterince bilinçli tercihler yapamayan öğrencileri korumaya yönelik olacaktır.

2) Ücretsiz Kitap/Kırtasiye Ürünleri Dağıtımı

Bakanlık ya da belediyelerce kitap/kırtasiye dağıtımı yapılmasının kırtasiyecilik ve kitapçılık mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârların satışlarını olumsuz etkilediği dile getirilmektedir.

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Konuya ilişkin İçişleri Bakanlığı görüşü alınamamıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Söz konusu yardımların kuponlar ile kırtasiyelerden dağıtılması ve böylece vatandaşın kırtasiyelere yönlendirilmesi çözüm önerisi olarak ön plana çıkmaktadır. Böylelikle, esnaf ve sanatkârlar bu müşterilerin yardımlar dışında yapabileceği alışverişlerden faydalanabilecektir.
- Bu şekilde kupon yöntemini başarıyla uygulayan belediyeler olduğu esnaf ve sanatkârlarla yapılan görüşmelerde dile getirilmiştir. Bakanlık tarafından bu tür örnek uygulamaların ön plana çıkarılması ve belediyelerin bu yönde teşvik edilmesi yerinde olacaktır.

3) Korsan Kitapçılık

Korsan basılan veya fotokopi ile çoğaltılan kitapların kitapçılık ve kırtasiyecilik mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârların satışlarını olumsuz etkilemektedir.

İlgili Mevzuat

5/12/1951 tarihli ve 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

08.11.2001 tarihli 24577 Sayılı Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürlüğü Türkiye genelinde korsan kitapçılığın önemli ölçüde engellediğini belirtmiştir. Bandrol uygulaması 1996 yılında ilk başladığında sahtesinin yapılabildiğini ancak şu an kullanılan teknoloji ile bunun da engellendiği belirtilmiştir. Kitap satma sertifikası olmayanların kitap satışı yapamayacağı belirtilerek, her yıl en az 1000 operasyon ile denetimlerin yapıldığı, bandrollerin el terminali ile denetlendiği ve ağır cezaların uygulandığı eklenmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- 1996 yılından beri korsan kitapçılık ile yapılan mücadelede önemli yol kat edildiği anlaşılmakta, zaten bu husus esnaf ve sanatkârlar tarafından da kabul edilmektedir.
- İlk zamanlara oranla azalmış olsa da halen devam eden korsan kitapçılık ile mücadele için denetimlerin daha da arttırılması ve caydırıcı cezaların uygulanması önerilmektedir.

2.4.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Kırtasiyecilik mesleğinde en büyük tehdit, büyük marketlerin kırtasiye ürünlerini çok ucuza satabilmeleri dolayısıyla, kırtasiyeci esnaf ve sanatkârının müşteri kaybetmesidir. Özellikle satışların en yoğun olduğu okulların açılmasından önceki dönemde diğer işletmelerin yaptığı etkili fiyat indirimleri ve promosyonlar ile kırtasiye ve kitapçıların satışlarının önemli ölçüde azaldığı görülmektedir. Buna ek olarak, artık yardımcı kitapların satışının azalması, okul kitaplarını devletin sağlıyor olmasının da iş kapasitelerini azalttığı görülmektedir. Buna ek olarak, sektördeki tedarikçilerin özellikle internet kanalıyla müşterilere doğrudan ulaşmaya başlaması, kırtasiyeci esnaf ve sanatkârının fiyatının yüksek kalmasına yol açmaktadır. Tüm bu veriler ışığında, mesleğin ciddi risklerle karşı karşıya kaldığı, hizmet farklılaşması yoluna gidilmezse rekabet gücünü tamamen kaybedeceği söylenebilir.

Bu bağlamda kırtasiyecilik ve kitapçılık esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Satışları arttırmak, müşterileri işletme çekebilmek için kampanyalar yapmak
- İstanbul Eyüp Belediyesi ve İzmir Seferihisar Belediyesi örneklerinde görüldüğü gibi, esnaf ve sanatkâr ve belediyelerin anlaşarak ücretsiz verilen kitap ve kırtasiye ürünlerinin kendi üstlerinden dağıtılmasını sağlamak böylelikle o müşterilerin diğer alışverişlerinden yararlanabilmek
- Müşterilerin mağazalara çekilebilmesi için İstanbul- Atlas Kırtasiye örneğinde ol-

duğu gibi, özel okul ya da yayınevlerinin sınav başvurularının mağazalarda alınması için anlaşmalar yapmak

- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek
- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Yurt dışı ve yurt içi fuarlara düzenli katılım sağlanarak yeni ürün ve teknolojileri takip etmek
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek

2.5. ZÜCCACİYECİLİK

2.5.1. Mesleğin Tanımı[108]

Züccaciye, sözlük anlamı itibarıyla cam, porselen vb. maddelerden yapılmış eşya anlamına gelmektedir[109]. Camdan yapılan her çeşit masa ve mutfak eşyası, kavanoz, biblo vb. dekoratif eşyalar, çanaklar, ışıltılı aydınlatmalı ürünler, camın dışında, porselenden, seramikten, kristalden, alüminyumdan, çelikten ve plastikten yapılan çeşitli eşyalar da züccaciyenin kapsamına girmektedir.

Züccaciyeci ise, camdan ya da porselenden yapılmış her türlü sofra veya mutfak malzemesi, kavanoz, biblo gibi dekoratif eşyaları, çanaklar, ışıltılı aydınlatmalı ürünler, gibi malzemeleri, üreten ya da satan veya hem üretip hem de satan kişilerdir.

Gümrük Tarife Cetveli'nde, züccaciye ürünleri, ürünün yapıldığı hammaddeye göre çeşitli fasıl numaraları altında sınıflandırılmıştır.

39.24: Plastikten sofra eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası

69: Porselen veya çiniden sofra ve mutfak eşyası

69.12.00: Seramikten sofra ve mutfak eşyası, diğer ev eşyası

70.10: Camdan kavanoz / kaplar, konserve kavanozları, şişeler

70.1: Sofra, mutfak, tuvalet, yazıhane, ev tezyinatı ve benzer işler için cam eşya

73.23: Demir veya çelikten sofra, mutfak veya diğer ev işlerinde kullanılan eşya ve aksamı

76.15.19: Alüminyumdan sofra, mutfak ve diğer ev işlerinde kullanılan eşyalar

82.11.10.00.00.11: Sofra ve mutfak bıçakları

82.11.91: Sabit ağızlı sofra bıçakları

82.15: Adi metallerden kaşıklar, çatallar, kepçeler, spatulalar, balık bıçakları, şeker maşaları ve benzeri sofra ve mutfak eşyaları

108 Bu kısımda İTO Züccaciye Sektör Çalışması raporu verilerinden yararlanılmıştır. http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-107.pdf

109 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5aba8fb8efbfa1.19119845

2.5.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Züccaciye kelimesi, cam, porselen ve benzeri maddelerden yapılmış eşya anlamına gelmektedir. Özellikle sofra ve mutfak eşyası olarak düşünülmesine rağmen, cam, kristal ve porselenden yapılmış vazo, biblo, çanak gibi dekoratif eşyalar da züccaciyenin kapsamına girmektedir.

Arkeolojik kalıntılara göre, MÖ 2000 yıllarında Mezopotamya'da üretilmeye başlanan cam, kalıplara dökülerek veya basit aletlerle şekillendirilerek küçük nesnelere dönüştürülmeye başlanmıştır. Bundan 300 yıl kadar sonra ise, zanaatkârlar tarafından, geçici bir göbeğin çevresinde erimiş cam biriktirilerek içi boş kaplar oluşturulduğuna ve böylece camdan kâse-bardak gibi gereçler kullanılmaya başlandığına dair kalıntılar bulunmuştur. Ancak, bu üretim sistemi çok yoğun emek gerektirdiğinden maliyeti yüksek olmakta ve cam nesneler yalnızca zenginler tarafından satın alınabilmekteydi. İlerleyen zamanlarda ise, MÖ 50 yıllarında, Roma İmparatorluğu'nun bir parçası olan Suriye- Filistin sahillerindeki cam üreticileri tarafından, içi boş bir tüpün ucundaki cam torbasının şişirilerek cama daha kolay şekil verilebileceği keşfedilmiş ve bu yeni işlem sayesinde camın ekonomik bir şekilde üretilmesi sağlanmıştır. Böylece, sıradan ev kullanımı için yaygın bir şekilde kullanılabilir olan cam, özellikle içine konan içeceklerin tadını bozmadığı için hızla popüler olmuştur. MS 500'lü yıllarda, Roma İmparatorluğu'nun yıkılması ile birlikte cam işlemede kullanılan kesme, gravürleme ve emaye kaplama gibi tekniklerin kaybolduğu görülse de, Müslümanların Anadolu'yu fethiyle beraber camcılık alanında Müslümanların büyük gelişme gösterdiği ve yok olan pek çok tekniğin geliştirilerek yeniden kullanılmaya başlandığı dikkat çekmektedir.

Avrupa'da tekrar cam üretiminin gelişmesi, Rönesans dönemine rastlamakta, özellikle 15. yüzyılın ortalarından itibaren İtalya'nın Murano adasındaki Venedikli cam üfleyicilerinin ürettikleri kristal benzeri ince camlar, sektörde önemli bir kilometre taşını oluşturmaktadır. 17. yüzyılın sonlarında, tebeşir ve kurşun eklenmesi ile cam üretiminde önemli bir gelişme daha gerçekleşmiş olup, böylece parlaklığı artan malzemenin de kullanımın ve beğenilirliğinin arttığı görülmüştür. Sanayileşme ve orta sınıfın büyümesi, Avrupa ve Amerika'da şık tüketim malları için talep artışını da beraberinde getirmiştir. Bununla beraber, 1820'lerde geliştirilen pres (baskı) makinesi sayesinde camdan imal edilen sofra ürünlerinin üretim kapasitesi üç kat artmış ve daha düşük fiyatlarla halkın erişimi kolaylaşmıştır[110]. Günümüzde, dünya cam ev eşyası pazarı her yıl % 1 – 3 arası büyüme göstermektedir.

Ülkemizde, cam ev eşyası üretim tarihçesi, Paşabahçe Fabrikasının tarihçesi ile örtüşmektedir. 1935 yılında Beykoz'da kurulan Paşabahçe fabrikasında, tamamen el üretimi ile ilk cam ev eşyası üretimi başlamıştır. 1936 yılında, ülkenin ihtiyaç duyduğu tüm şişe ve cam eşyası talebini karşılayan Paşabahçe Cam Fabrikası'nda, 1955 yılında üretimde makine kullanımına geçilmiş, 1974 yılında ise ısıya dayanıklı cam ev eşyası üretimine başlanmıştır[111]. Günümüzde Paşabahçe, Dünya'nın en önde gelen cam ev eşyası üreticisi konumundadır.

Züccaciyelik mesleğinde yer alan bir diğer önemli alan olan porselen ev eşyası sektörünün ülkemizdeki gelişiminin ise, Yıldız Çini ve Porselen Fabrikaları'nın 1892'de kuruluşu ile başladığı söylenebilir. Yıldız Çini ve Porselen Fabrikası'nı takiben kurulan İstanbul Por-

110 Corning Museum of Glass- https://www.cmog.org/

111 Şişecam A.Ş. http://www.sisecam.com.tr/tr/faaliyet-alanlarimiz/cam-ev-esyasi

selen Sanayi (1963), Sümerbank Yarımca Seramik Fabrikası (1968) ve Alemdar Porselen Fabrikası (1970) kurulmuştur. Ancak İstanbul Porselen, 1991 yılında ekonomik nedenlerle, Yarımca Porselen ise özelleştirme kapsamına alındıktan sonra üretimlerini durdurmuşlardır[112]. Porselen sofra eşyası sektöründe üretim tamamen özel sektör eliyle gerçekleştirilmekte olup, günümüzde, sektörün önde gelen firmaları Kütahya Porselen, Güral Porselen, Porland Porselen ve Gorbon Işıl Seramik olarak görülmektedir. Bu firmalar yanında ülkemizde 300'e yakın küçük boy firma da faaliyet göstermektedir.

2.5.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 7601 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %78'i erkek, %22'si ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 44,47 yaşındadır.

Züccaciye ürünleri ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %43'ünün ilkokul mezunu olduğu, %32'sinin lise mezunu, %17'sinin ortaokul ve %7'sinin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 117. Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	7601	
	Erkek: 5956	Kadın: 1645
Yaş Ortalaması	44,47	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	504	7%
Lise Mezunu	2197	32%
Ortaokul Mezunu	1190	17%
İlkokul Mezunu	2960	43%

2.5.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Züccaciye ürünleri ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %19'unun 1412 adet işletme sayısı ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 1325 işletme ile Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 1170 adet işletme ile İç Anadolu Bölgesi, dördüncü sırada 1384 işletme ile İç Anadolu Bölgesi, beşinci sırada 1079 işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve altıncı sırada ise 964 adet işletme ile Ege Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Züccaciye ürünleri ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %8''ini kapsayan 646 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

112 İstanbul Ticaret Odası- Dış Ticaret Şubesi Araştırma Servisi Züccaciye Sektör Raporu

Tablo 118. Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	1412	19%
Doğu Anadolu Bölgesi	646	8%
Ege Bölgesi	964	13%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	1079	14%
İç Anadolu Bölgesi	1170	15%
Karadeniz Bölgesi	1005	13%
Marmara Bölgesi	1325	17%

2.5.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[113]

Züccaciyecilik sektöründe, esnaf ve sanatkâr olmaya karar veren bir girişimcinin yapması gerekenler, işe başlangıç için gerekli belgeleri temin etmektedir. Bu belgelerin başında, nüfus cüzdanı sureti ve ikametgâh belgesi yer almaktadır. Girişimci ayrıca iki adet fotoğraf temin etmelidir. Züccaciye dükkânı kendine ait ise tapu fotokopisi gereklidir. Yapı kullanma izin belgesi aranmaktadır. Züccaciye dükkânı kiralık ise kira sözleşmesi aslı ve noter onaylı örneği gereklidir. Vergi levhası fotokopisi ve ilgili esnaf ve sanatkâr odası kaydı da talep edilmektedir. Sigorta veya emeklilik cüzdanı fotokopisi aranan belgeler arasındadır. Çöp konteynır alınması gereklidir ve faturası ibraz edilmelidir. İşyerinde su varsa su abonesi kartlı sayaç takılması aranmaktadır. Aynı adrese daha önce verilmiş açma ruhsatı varsa belediyeye iadesi gereklidir. İtfaiyeden yangın önlemi alınmıştır raporu temin edilmelidir. Emniyete kimlik bildiriminde bulunduğuna dair kimlik bildirimi belgesi fotokopisi istenilmektedir. İmza sirküleri ve şirket olunması durumunda, Ticaret Sicil gazetesi fotokopisi de gerekmektedir. Son olarak, Cumhuriyet Savcılığından yeni tarihli sabıka kaydı istenilmektedir.

- *Nüfus cüzdanı sureti, ikametgâh belgesi ve iki adet fotoğraf*
- *Yapı kullanma izin belgesi (yapı kiralıksa, kira sözleşmesinin aslı ve noter onaylı örneği)*
- *Vergi levhası fotokopisi ve ilgili esnaf sanatkâr sicil kaydı fotokopisi*
- *Çöp konteynırı faturası*
- *Sigorta ya da emeklilik cüzdanının fotokopisi*
- *Su abonesi kartlı sayacı temini*
- *İşyeri açma ve çalışma ruhsatı, şahıs adına alınacaksa 1 adet fotoğraf*
- *Şirketler için ticaret sicil kaydı*
- *İtfaiyeden yangın önlemi alınmıştır raporu*
- *Sabıka kaydı*

113 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları:

Çağımızda, ev eğlence yöntemlerinin değişmesine bağlı olarak, insanlar artık daha çok evlerinde zaman geçirmeye başlamışlardır. Evde aile dostları, akrabalarla yemek yemek, birlikte sohbet etmek gibi faaliyetler dışarıdaki toplumsal yaşamdan daha uygun bir maliyetle gerçekleştirilebildiği için bu durum züccaciye ürünlerinin tüketimini de doğrudan olumlu etkilemektedir.

Günümüzde, fiyatı yüksek, sadece misafire sunulan züccaciye ürünleri yerine ucuz, pratik, gündelik ürünler daha çok kullanılmaktadır. Rutin yaşam alışkanlıklarının değişmesi de züccaciye sektörünü etkilemiştir. Gelişmiş ülkelerde, yalnız yaşayanların sayısı çoğalmıştır. Kadınların aktif işgücüne katılmıştır. Bu değişimler, züccaciye sektörüne de yansımıştır.

Farklı mutfak kültürlerine ilginin artması, mutfak malzemelerine (örneğin budunsal bardaklar) olan talep gibi faktörlerde değişim yaşanmasına neden olmuştur. Diğer yandan teknolojik gelişim de züccaciyecilik sektörünü etkilemiştir. Özellikle evlerde kullanılan kahve makineleri, mikserler gibi ürünler için geçerlidir. Züccaciye sektöründe yeni ortaya konulan ürünler, yeni icat edilmiş ürünler, yeni tasarımlar tüketim talebini pozitif etkilemektedir.

Züccaciye dükkânının açılması ve ürünlerin tedarik edilmesi aşamasında, kalite kontrolünü oluşturabilmek ve bunun devamlılığını sağlamak için birçok farklı ve zor süreç söz konusudur. Problemler genellikle ürünlerin tedarik aşamasında başlamaktadır. Ardından, kolaylıkla kırılması ya da hasar görmesi olasılığı olan bu gibi ürünlerin, müşterilere güvenle teslimatına kadar olan süreçte sorunlar yaşanmaktadır. Bir işyeri sahibi olarak, züccaciyeci, hedef müşterileri dâhil olmak üzere, birçok farklı iş sürecini aynı anda düşünmelidir. İstenilen hizmeti verebilmek için gerekli ekipmanın ulaşılabilirliği ve talebe göre kullanılacak cam, porselen ve diğer ihtiyaçlar bu meslek grubunda özel olarak çok önemlidir.

Sektöre Girebilmek İçin Gerekli Sermaye Miktarı

Züccaciyecilik sektörüne girebilmek için gerekli sermaye miktarı, züccaciye dükkânının büyüklüğü, kira olup olmaması, esnaf ve sanatkârın yanında çalışanı olup olmayacağı ve çalışan kişi sayısı, dükkânda satılacak ürünlerin çeşitliliği ve kalitesine göre büyük farklılık içermektedir.

Ayrıca züccaciye dükkânının alış veriş merkezi içinde yer alması ise eski bir binada dükkân olarak yer alması gibi hususlar, dükkânın açılacağı il, ilçe ve hatta semte göre büyük mali farklılıklar getirmektedir.

Genel hatlarıyla bir züccaciye sektöründe mevcut olmak için 15.000 TL ile 100.000 TL arasında bir sermayenin durumun özelliklerine gerekebileceği söylenebilir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Her meslek grubunda olduğu gibi, eskiden bulunmayan bir işletme açılırken, yapılan plânlarda istenilen nitelikler şahıstan şahsa farklılıklar gösterebilir. Söz konusu farklılık, züccaciyecilik alanında da karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, gerek yeni bir dükkân

açılsın gerekse var olan bir dükkân devralınsın en büyük gereklilik iş deneyimidir. Raf düzenlemeleri ve dükkânın iç dizaynı bir züccaciye dükkânının önemli ölçüde kâr edebilmesi için önem arz etmektedir. Bu kapsamda, inovatif yaklaşımlar, plânlamanın detaylara odaklanmış olması ve son olarak müşterilerin gereksinimlerinin karşılanacağına ilişkin olarak verilen taahhütlerin yerine getirilmesi büyük öneme sahiptir.

2.5.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Züccaciyecilik mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

2.5.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Daha önce de belirtildiği gibi züccaciyecilikte ürün yelpazesi oldukça geniştir. Büyük züccaciyeci işletmelerde üretim süreci de bulunmakla birlikte esnaf ve sanatkârlar açısından bakıldığı zaman, üretim süreci olmadığı görülmektedir. Bu noktada, üretim yapmayan esnaf ve sanatkârlar açısından değerlendirme yapılacaktır.

Kitap ve kırtasiyecilik başlığı altında sözü edilen tedarik zinciri burada da geçerli olacaktır. Dağıtıcı konumunda olan züccaciyeci esnaf ve sanatkârların üretim eğilimlerinde satış ve pazarlama araçları açıklanmalıdır. Satış ve pazarlamanın en önemli unsuru öncelikle satışın yapılacağı yerin temiz ve düzenli olmasıdır. Müşterilerin ürünleri rahatça görebileceği bir düzen ve dizilim satıcı işletmenin işlerini kolaylaştıracak bir unsur olarak görülebilir. Bu noktada, züccaciyeci esnaf ve sanatkârın bir sorunu olarak karşımıza kırılma riskleri de çıkacaktır. Bu nedenle, züccaciyeci işletmelerin raf düzenlerini kırılmaları en aza indirecek biçimde yapmaları ve satış sonrası sorunları en aza indirmek için ise doğru bir ambalajlama yöntemi uygulamaları gerekmektedir.

Züccaciyeci esnaf ve sanatkârın da genellikle mikro ölçekli işletmelerde çalıştıkları daha önce Türkiye ekonomisindeki yeri açıklanırken belirtilmiştir.[114] Mikro ölçekli işletmelerde ortalama çalışan sayıları da az olduğu için esnaf ve sanatkârın genellikle tek başına çalıştığı sonucuna ulaşabiliriz. Bu durumda, züccaciyeci esnaf ve sanatkârın satılan ürünlerle ilgili bilgiye sahip olmasının önemli olduğu da vurgulanmalıdır.

Bununla birlikte, stok kontrolü ve stok takip sistemi, perakendeci esnaf ve sanatkârın satış ve stok denetimi için kullanabileceği yöntemlerdir. Ayrıca kitap ve kırtasiyecilik mesleğinde söz edildiği gibi ERP (kurumsal kaynak planlaması) sistemi modüllerinin kullanılması da maliyetlerde düşüş sağlayabileceği gibi, tedarik, hizmet, satış, finans ve insan kaynakları süreçlerinin iyileştirilmesine katkı verebilecektir.

Züccaciyecilik alanında satılan ürünler ve verilen hizmetlerin bazıları Şekil 111'de gösterilmiştir.

114 Züccaciyecilik mesleğinin Türkiye Ekonomisi'ndeki yeri Bölüm 7.5.9'da verilmiştir.

Şekil 111. Züccaciyeci Esnaf ve Sanatkârının Sattığı Ürünler



Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Züccaciye sektörü denildiğinde akla cam, porselen, seramik, demir çelik, alüminyum ve plastik gibi hammaddelerden imal edilmiş ürünler gelmektedir. Sektör temel olarak cam ev eşyası ve cam harici diğer züccaciye ürünleri olmak üzere iki alt başlıkta ele alınabilir. Züccaciyecilik mesleğinin hammadde, yardımcı malzeme ve mamul ürünler gereksinimi ağırlıklı olarak cam ve paslanmaz çelik sektörünce karşılanmaktadır. Züccaciye ürünlerinin alıcısı konumunda ise nihai tüketiciler ile lokanta, oteller, catering şirketleri gibi işletmeler bulunur.

2.5.8. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Züccaciye çok geniş bir ürün grubuna sahiptir. Plastikten, porselene, camdan, demire, bakıra kadar geniş bir yelpazeye yayılan ürün çeşitliliği görülmektedir. Bununla birlikte küçük ev aletleri de züccaciye sınıflaması içinde yer almaktadır.

Türkiye'de 2016 ESBİS verilerine göre züccaciye ürünleri ticareti alanında 7601 esnaf ve sanatkâr faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte Tablo 119'de görüldüğü gibi züccaciyecilik alanında mikro ölçekli işletmelerin hâkim olduğu açıktır. Ancak bu işletmelerde ortalama çalışan sayısı birden azdır, bu da işletmelerde genellikle esnaf ve sanatkârın kendisinden başka çalışanı olmadığını göstermektedir. Orta ölçekli işletmelerde ise ortalama çalışan sayısı 58'den fazladır.

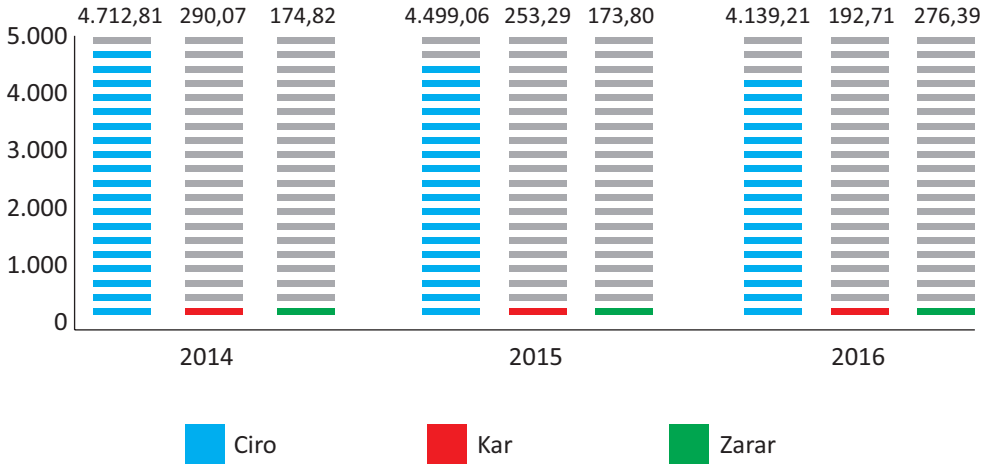
Tablo 119.Züccaciyecilik Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	13439	9841	0,73
Küçük Ölçekli İşletmelerde	100	572	5,72
Orta Ölçekli İşletmelerde	6	351	58,54

Kaynak: SGK 2016.

Züccaciyecilerin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ait ciro, kar ve zarar durumları da aşağıdaki Şekil 112'de gösterilmiştir. Buna göre, 2016'da bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin zararlarının arttığını, toplam karın düştüğünü ve yine toplam cironun azaldığını söylemek mümkündür.

Şekil 112. Züccaciyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2.5.9. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.5.10. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Züccaciye çok geniş bir ürün grubuna sahiptir. Plastikten, porselene, camdan, demire, bakıra kadar geniş bir yelpazeye yayılan ürün çeşitliliği görülmektedir. Bununla birlikte küçük ev aletleri de züccaciye sınıflaması içinde yer almaktadır.

Türkiye'de züccaciye sektörü 2014 verileriyle yaklaşık 2,4 milyar ABD Doları kadar ihracat ve 1,1 milyar ABD Doları kadar ithalat gerçekleştirmektedir ve bu yönüyle Türkiye ekonomisinin önemli cari işlemler açığı verdiği süreçte dış ticaret fazlası yaratmaktadır.

Züccaciye sektörünün toplam ihracatının yaklaşık %38'ini küçük ev aletleri oluşturmaktadır. Bunun yanında, cam, metal ürünler ve plastik ürün gruplarının her biri ise ihracattan yaklaşık %20'lik pay almaktadırlar. Porselen/çini sofra ve mutfak eşyası ürünleri ve seramik sofra ve mutfak eşyası ürünleri ihracatının en çok Almanya'ya yapıldığı görülmektedir. Almanya dışında farklı ürün gruplarında İngiltere, ABD, Azerbaycan, Mısır, Çek Cumhuriyeti, İtalya, Irak ve İran önemli ihracat ortakları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Züccaciye sektöründe ürün çeşitliliğinin ihracat olanaklarını arttırabileceği düşünülebilir. Farklı ülkelere Türkiye'de üretilen züccaciye ürünlerinin satışı ve pazarlanması için uygun ortamların yaratılabilmesi önemli olacaktır. Uzakdoğu ve özellikle Çin daha ziyade

bir ithalat ortağı olarak görülmekteyse de, Uzakdoğu ülkelerinin önemli pazarlar olduğu da düşünülerek yeni ihracat olanaklarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Züccaciye, her kültür içinde ve dünyanın her yerinde kullanılan ürünleri barındırdığı için, tüketimi ve talebi hiç bitmeyecek mallar söz konusudur. Bu nedenle, gelişime sürekli açık bir sektördür ve ihracat açısından da artış yönünde hareket edeceği beklenmektedir.

2.5.11. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Züccaciye ürünleri zaman içerisinde pek çok değişimden geçmiştir ve günümüzde de yeniliklere en açık sektörlerden biri olarak görülmektedir. Örneğin, eski zamanlarda pişirme gereçlerinde en fazla kullanılan malzemeler metalden üretilirken, günümüzde ısıya dayanıklı cam, seramik, granit ve benzeri malzemeler kullanılabilmektedir. Benzer şekilde, sofra ürünlerinde de daha ince, daha parlak ürünler yapılabilmesi amacıyla, araştırmalar ve yeni malzemeler kullanılmaktadır. Proje kapsamında görüşülen ve ülkemizde olduğu kadar dünyada da yenilikçilik konusunda lokomotif görevi görmekte olan Karaca, Korkmaz gibi şirketler, sektörün dinamizmini artırmaktadırlar.

Bu örneklerden hareketle, sektörde özellikle son yıllarda büyük yeniliklerin gözlenmekte olduğu ve ürünlerdeki katma değerin arttığı söylenebilir. Ayrıca, özellikle küçük ev aletleri ürün grubunda yapılan yeniliklerle hem markalaşmanın artması hem de ihracatta katma değerli ürün yaratılması açısından züccaciyecilik özellikle son yıllarda büyük önem taşımaktadır. Nitekim yapılan odak grup görüşmelerinde ve işyeri ziyaretlerinde de mesleğin özellikle son yıllarda daha dikkat çekici başarılara sahip olduğu ifade edilmiştir.

Anket sonuçlarından anlaşıldığı üzere, müşteriler züccaciye ürünlerine ilişkin olarak yüksek ürün çeşitliliği olduğunu düşünmekte, bununla beraber, yenilikçi ürünlerin artmasını esnaf ve sanatkârın teknolojik gelişmeleri daha sıkı takip etmelerini beklemektedirler.

2.5.12. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Züccaciyeciler Derneği (ZÜCDER), sektörü temsilen İŞKUR ile sektörde faaliyet gösteren firmaların eleman talebi üzerine görüş alışverişinde bulunmaktadır. Aynı dernek İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından düzenlenen mesleki komite toplantılarının yanı sıra çeşitli sektörel birlikteliklere de düzenli olarak katılım sağlamaktadır. Sektörel gelişim projeleri kapsamında Beykoz'da turizm odaklı üretim tesislerinden, eğlence yerlerine, toptan ve perakende ticaret noktalarından, restoranlara ve konaklama tesislerine entegre bir Camköy kurulması için Beykoz Kaymakamlığı nezdinde girişimler yürütülmüştür (ZÜCDER, 2016). Ayrıca KOSGEB ile işbirliği içerisinde sektörün rekabet gücünü artırmaya dönük projeler geliştirilmektedir. TOBB bünyesinde de Türkiye Züccaciye Sektör Meclisi Toplantıları yürütülmekte, sektörün sorunları ve çözüm önerileri sektörün ve kamunun temsilcileri tarafından görüşülmektedir.

2.5.13. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Mesleğe özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.5.14. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.5.15. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.5.16. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Yenilikçi ürünler
- Güçlü markalar
- Yüksek kaliteli üretim
- Tasarım ve kalite alanında alınan "Red Dot" ve "Game Changer" ödülleri
- Dış pazarlara yakınlık

Zayıf Yönler

- Gerekli olan hammadde ve yarı-mamulün yurtiçinden karşılanamıyor olması
- Kalifiye eleman eksikliği
- Ürünün kırılmasını/bozulması engelleyici ambalajlamanın yeterli olmaması

Fırsatlar

- Genç nüfus ve farklılaşan tüketim davranışı ile beraber züccaciye ürünlerine artan talep
- Sağlıklı yaşam eğilimi ile beraber pişirme grubu ürünlerinin daha sık değiştiriliyor olması
- Yalnız yaşayanlar, boşanmış kişiler ve benzeri aile hayat döngüsündeki değişimlerin züccaciye ürünlerine olan talebi artırması
- Teknolojik gelişmelerle beraber daha fazla çeşitte ürüne ihtiyaç duyuluyor olması (kahve makinesi, buharlı pişirici, mikser, vb.)

Tehditler

- Dövize bağlı hammadde alımı olduğundan, ekonomik koşullar ve döviz riski
- Çin'den gelen ucuz züccaciye ürünleri
- Nakliye sürecinin yüksek maliyetli ve riskli olması

2.5.17. Mesleğe Özgü Sorunlar

Bölüm 6.13'de sektör geneli için dile getirilen sorunlar dışında tespit edilen sorun bulunmamaktadır.

2.5.18. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Züccaciye ürünleri, sektör içinde en fazla gelecek vaat eden ürünlerin başında gelmektedir. Sosyal ve demografik gelişmelerin etkisiyle züccaciye ürünlerine talebin arttığı, bu ürünleri değiştirme sıklığının eskiye göre büyük oranda arttığı görülmektedir. Yine aynı eğilimde, Elektrikli mutfak aletleri de gün geçtikçe artan bir taleple karşı karşıya bulunmaktadır. Özellikle genç nüfusun çalışıyor olması ile, mutfakta daha az zamanı olması dolayısıyla, pişirme ve hazırlama grubu ürünler daha fazla rağbet görmektedir. Artan bu talebe karşılık yerli üretimde ürün çeşitliliği ve yenilikçilik açısından sevindirici gelişmeler yaşandığı, özellikle markalı züccaciye ürünlerinin Dünya çapında tanınırlığının arttığı görülmektedir. Bu sevindirici gelişmelere karşın, mesleğin karşı karşıya olduğu en büyük problem, yerli hammadde ve yarı mamul bulmakta yaşanan sıkıntılardır. Yerli üretimin desteklenmesi halinde, mesleğin potansiyelinin daha iyi şekilde kullanılarak, daha karlı bir ihracat alanı olarak görülmesi mümkün olabilecektir.

Bu bağlamda züccaciyecilik esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Tasarım ve kalite alanında alınan "Red Dot" ve "Game Changer" ödüllerin sektörde yaygınlaşması için tasarım, inovasyon ve kaliteyi ön plana çıkarmak
- Yerli hammadde ve yarı mamul üretimi için meslek kuruluşları aracılığıyla lobi yapmak
- Ürünlerin kırılmadan ve rahatça taşınabilmesi için gerekli ambalaj tasarımını yapmak
- Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmalarını arttırmak
- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlayarak yurt dışı pazarlara açılım sağlamak ve bilinirliği arttırmak
- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Yurt dışı ve yurt içi fuarlara düzenli katılım sağlanarak yeni ürün ve teknolojileri takip etmek

- Facebook, Instagram ve Pinterest gibi görselliğin ön planda olduğu sosyal medya kanallarını kullanarak ürün tanıtımı ve promosyon yapmak
- Sosyal medya hesapları, e-ticaret platformları ve mobil cihaz uygulamaları üzerinden satış yapmak
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[115]
- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak

2.6. MAHRUKATÇILIK

2.6.1. Mesleğin Tanımı

Mahrukat, Osmanlıca, yanan şeyler, yakılacak şeyler anlamına gelir. Güncel haliyle, ticaret hayatında, kömür ve odun alım satımı amacıyla kullanılan bir terimdir. Yani, mahrukatçılık, odun, kömür vb. alım ve satımı anlamına gelmektedir.

Mahrukatçılık sektörü, yeni teknolojiye uyum sağlamakta bazı güçlüklerle karşı karşıyadır. Her ne kadar kendini yenilemeye ve geliştirmeye çalışsa da, günümüzde varlığını sürdürmekte zorlanan mesleklerden biridir. Özellikle doğalgazın yaygınlaşmasıyla sektörde gözle görülür bir daralma başlamıştır. Mahrukatçılık mesleği, 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanunu'nun dışında kalan esnaf ve sanatkârlık meslekleri arasında sayılmaktadır.

Mahrukatçı, diğer bir deyişle odun ve kömür satıcısı, pek çok faaliyette bulunur. Mesleği ile ilgili faaliyetlerini gerçekleştirirken, araç, gereç ve ekipmanını etkin bir biçimde değerlendirmelidir. İş sağlığı ve iş güvenliğine ilişkin gerekliliklerin yerine getirilmesi bu sektörde özel bir önem taşımaktadır. Çevre koruma düzenlemeleri ise mahrukatçılık sektörünün dikkat etmesi gereken bir diğer farklı özelliğidir. Mahrukatçılık mesleğine dair düzenlemeler, projenin mevzuat bölümünde (Bölüm 14.3) detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Bir mahrukatçı öncelikle, iş düzenini ve planlamasını doğru yapmalı ve yeterli odun ve kömürü temin edebilmelidir. Bunu yaparken mesleğin kalite standartlarını sağlama zorunluluğu bulunmaktadır. Diğer yandan odun kesimi ve odun ve kömürün kantarda tartılması işlerini de yapmaktadır. Ardından odun ve kömürlerin paketlenmesi işleri gelmektedir. Diğer yandan bu paketlenmiş odun ve kömürlerin, satışının yapılması gibi asıl önemli faaliyeti yürütmelidir. Mahrukatçı da diğer esnaf ve sanatkâr gibi satış yaparken, makbuz, fatura, çek senet gibi ticaret hayatında kullanılan belgeleri düzenlemektedir.

115 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

Mahrukatçılık mesleği, satılan odun ve kömürlerin yüklenmesi, sipariş edilen yere taşınması, gerektiğinde müşterilerin adreslerine belirtilen gün ve saatte teslimatı ve yerleştirilmesi gibi oldukça fiziksel güç gerektiren faaliyetleri kapsamaktadır. Mahrukatçılık sektörünün bir diğer zorlu yanı, odun ve kömür depolarının kuru kalmasını sağlamak ve düzenini korumaktır. Gerekli güvenlik önlemlerinin alınması ise ayrıca özen istemektedir.

2.6.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Mahrukat, Osmanlıca kökenli olup, yanan şeyler, yakılacak madde anlamına gelmektedir. 2012 BAKA Sektör raporu verilerine göre, dünya yuvarlak odun üretimi yıllık 3,4 milyar m³ civarında olup bunun %53'ü yakacak odun niteliğindedir. Yakacak odun ticareti yaklaşık olarak 2,5 milyon metreküp olarak gerçekleşmekte olup, bu miktarın yaklaşık %90'ı başta Hindistan, Çin Halk Cumhuriyeti, Brezilya ve Endonezya olmak üzere gelişmekte olan ülkeler tarafından üretilip tüketilmektedir.[116]

"Mahrukatçılık", yakacak olarak odun-kömür satımı ile ilgilenen mesleği oluştururken, "mahrukatçı" terimine bakıldığı zaman ise, "kendisine ait işletmesinde yakacak odun, kömür satışı yapan kişi" olarak tanımlanmış olup esnaf ve sanatkâr tanımı içerisine girmektedir.

Yerleşik hayata geçildiğinden beri, insanoğlu odun ve kömür ocakları ile sobalar kullanarak ısınmak ihtiyacını gidermektedir. Örneğin, Kuzey Amerika'da ilk yerleşimler başladığında, odun kesinlikle bol bulunan bir malzeme olmasının yanı sıra, bir dereceye kadar atık bir ürün olarak düşünülmekteydi. Bu nedenle, hem ucuz hem de zahmetsizce ulaşılabildiğinden, bölgeler ormansızlaşıncaya dek yakıt olarak odun kullanılmıştır. Benjamin Franklin tarafından icat edilen, dökme demirden ve özel bir tasarımla üretilmiş olan "Franklin Sobası" yaygınlaşana kadar, sobalar taş fırın şeklinde ya da içi ısıya dayanıklı malzemelerle kaplanmış odundan yapılmaktaydı. Ancak bu eski soba ve fırınların, yeterince verimli ısıtmamakta oldukları bilinmektedir. Franklin sobasının icadından sonra ise, soba kullanımının yaygınlaştığı ve bununla beraber, verimin artması için yakacak olarak kullanılacak odun ve kömürün de daha yüksek kalorili olacak şekilde geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Kömürün kullanımının ise, nakliye endüstrisi gelişene kadar ancak yerel bazda mümkün olduğu görülmüştür. 1820'li yıllarda, Avrupa'dan Amerika'daki yerleşim birimlerine düzenli olarak kömür sevkiyatının yapıldığı, ancak fiyatının yüksekliği nedeniyle yalnızca varlıklı kimselerin erişiminin sağlanabildiği bilinmektedir. 1840'lardan itibaren ise, Amerika'da gelişen ulaşım ve sevkiyat hatları sayesinde kömür kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir.

19. yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar ise kömür, sadece ısıtma için değil çoğu endüstriyel süreçte en sık kullanılan yakıttır. Birinci Dünya Savaşı ve sonrasında önemli miktarda kömür kıtlığı yaşanması, 1930'ların ortalarından itibaren kömüre alternatif olarak görülen fuel-oil kullanımına yol açmıştır. Nitekim, İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra yaşanan yeniden yapılanma ve inşaat patlamasında, ısıtma için kömürün

116 BAKA, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Orman ve Orman Ürünleri Sektör Raporu, (https://www.baka.org.tr/uploads/1357649370ORMAN-URUNLERi-RAPORU-12ARALiK.pdf)

kullanımı eski teknoloji olarak kabul edilmiş ve yerini fuel-oil kullanımına bırakmıştır[117]. Ülkemizde de yakıt olarak odun-kömür kullanımı dünya ile paralel gelişim izlemiştir. İstanbul, her dönemde sahip olduğu nüfus miktarı ve idari merkez olmasından kaynaklanan özellikleri dolayısıyla temel tüketim maddelerine büyük miktarlarda ihtiyaç duyulan ve bu maddelerin zamanında ve yeterli miktarda temin edilmesi için büyük önem gösterilen bir merkez olarak gösterilmektedir. Bu ihtiyaç maddelerinin içerisinde yer alan odun ve kömür (mahrukat), İstanbul için temel tüketim maddeleri içerisinde en önemlilerinden sayılmaktadır. Buna ek olarak, ayrıca İstanbul'da faaliyet gösteren birçok sektörde üretimin enerji kaynağını da yine odun ve kömür oluşturmaktadır. Bu nedenle Saray, ordunun ve halkın ihtiyacı olan mahrukatın piyasada bol ve ucuz bulunmasını sağlamak amacıyla yoğun çalışmalarda bulunmuştur. Özellikle 1900'lü yılların başında İstanbul'da odun ve kömür fiyatlarının yüksek olduğunun tespit edilmesiyle beraber, İstanbul'a odun ve kömür sevkiyatıyla mahrukat arzını arttırmak için ilgili üretim ve sevk bölgelerindeki idari birimlerle yazışmalar başlatılmış ve bundan sonra da İstanbul'a sağlanan mahrukat miktarı ile fiyatı sürekli olarak saray tarafından kontrol edilmiştir. Tanzimat Dönemi ve sonrasında ise, odun ve kömürün imalat, sevkiyat ve tüketiciye arz süreçlerinde vergi muafiyetleri uygulanmış, çeşitli koruyucu ve teşvik edici politikalar yürürlüğe konmuştur.

Cumhuriyet yıllarına gelindiğinde ise, özellikle ilk yıllardaki ormanların korunması amacıyla çıkan tedbirlere ilişkin bilgilere rastlanılmaktadır. Odun hammaddesinin yakacak olarak kullanımının daha düzenli bir hale getirilmesi ve bu sayede ormanların korunmasına ilişkin hazırlanan "Mahrukat Kanunu" 1936 yılında hazırlanmış olsa da, çeşitli nedenlerle ancak 1938 yılının sonlarında yürürlüğe girebilmiştir[118]. Yakacak odun bulunulmaması ve halkın yoksunluk çekeceği gibi yanlış anlaşılmalar ve bilgilendirmeler sonucu, Kanun ilk çıktığında piyasada yakacak fiyatlarının hızla yükseldiği görülmüş, ancak zaman içinde Kanun'un amacı ve yaptırımları daha iyi anlaşıldıkça fiyat istikrarı sağlanmıştır.

Günümüzde, çok sınırlı sayıda olmakla beraber, halen yakacak amacıyla odun-kömür satışı yapılmaktadır. Ancak özellikle şehirlerde yoğun şekilde doğalgaza geçiş sağlanmış, bu nedenle vatandaşların ısınma amaçlı odun-kömür ihtiyaçları büyük ölçüde azalmıştır. Bununla beraber, doğalgaz kullanımı olmayan bölgelerde halen var olan mahrukat ihtiyacının bir bölümü de devletin verdiği yardımlarla tatmin edilmeye çalışılmaktadır. Bu sebeplerden ötürü mahrukatçılık, hızla küçülen bir meslek dalı olarak görülmektedir.

2.6.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 5488 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %88'i erkek, %12'si ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 47,53 yaşındadır.

Yakacak imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %50'sinin ilkokul mezunu olduğu, %29'unun lise mezunu, %15'inin ortaokul ve %6'sının ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

117 http://www.oldhouseweb.com/blog/the-history-of-coal-heating/

118 Atmış, E., Gençay, G., 2014. Cumhuriyetin ilk yıllarındaki ormancılık politikalarının yerel yansımaları (Bartın Gazetesi örneği). *Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University* 64(2): 1-13.

Tablo 120. Mahrukatçılık Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	5488	
	Erkek: 5025	Kadın: 636
Yaş Ortalaması	47,53	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	312	6%
Lise Mezunu	1444	29%
Ortaokul Mezunu	770	15%
İlkokul Mezunu	2523	50%

2.6.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Yakacak imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %21'inin 1111 adet işletme ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 920 işletme ile Karadeniz Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 896 adet işletme ile Akdeniz Bölgesi, dördüncü sırada 863 işletme ile Ege Bölgesi, beşinci sırada 651 işletme ile İç Anadolu Bölgesi ve altıncı sırada ise 484 adet işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Yakacak imalatı ve ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %6'sını kapsayan 335 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 121. Mahrukatçılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	896	17%
Doğu Anadolu Bölgesi	335	6%
Ege Bölgesi	863	16%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	484	9%
İç Anadolu Bölgesi	651	12%
Karadeniz Bölgesi	920	17%
Marmara Bölgesi	1111	21%

2.6.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[119]

Mahrukatçılık mesleğinde, işe başlangıç süreci, bu mesleğin kendine has yapısı nedeniyle diğerlerinden önemli ölçüde farklılıklar içermektedir. Bu farklılıkların başında, çeşitli amaçlara uygun kömür satış belgeleri için gereken bilgi ve evraklar gelmektedir. Ayrıca mahrukatçılık mesleğinde, diğer mesleklerde bulunmayan ancak işe başlangıç sürecinde zorunlu olan katı yakıt satıcısı belgesinin bulundurulması gereklidir. Bu belge sektörde faali-

119 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

yet gösteren esnaf ve sanatkâr tarafından KYS belgesi olarak kısaltılarak adlandırılmaktadır. Şimdi katı yakıt satıcısı belgesini daha detaylı bir şekilde açıklamak gerekirse:

1-Katı yakıt satıcısı kayıt belgesi, tüketiciye doğrudan satış yapmak isteyenlerden aşağıda belirtilen şartları sağlayan gerçek ve tüzel kişilere verilir. Katı yakıt satıcısı kayıt belgesi almak isteyenler;

Kayıt belgesi alınacak ilden, katı yakıt satışı ile ilgili alınmış İşyeri Açma ve Çalıştırma Ruhsatı,

Oda Sicil Kaydı (Mahrukatçılar Odasına veya Sanayi ve Ticaret Odasına veya ilgili Esnaf ve Sanatkâr Odasına kayıtlı olduğuna dair belge),

İmza Sirküleri (noter onaylı)

Taahhütname (Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğünün talebine bağlı) ile Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğüne müracaat ederler.

Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğünce yapılan inceleme sonucuna göre bir işyeri için katı yakıt satıcısı kayıt belgesi düzenlenir. Söz konusu belgeyi almak isteyen gerçek ve tüzel kişinin bir ilde birden fazla işyeri var ise, belge numarası aynı kalmak üzere her bir işyeri için ayrı bir katı yakıt satıcısı kayıt belgesi düzenlenir. Ayrıca, katı yakıt satıcı kayıt belgesinin yanı sıra satıcılara tablo verilir.

2- Katı yakıt satıcısı kayıt belgesi, bir başka ilde ihaleye katılım hariç belgenin alındığı il sınırları içerisinde geçerlidir. Katı yakıt satıcısı kayıt belgesi almayan ithalatçı/üretici/dağıtıcı /satıcılar tüketiciye doğrudan satış yapamazlar.

3- İthalatçı/üretici/dağıtıcı, katı yakıtın satılacağı ilin Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğünden katı yakıt satıcısı kayıt belgesi almayan satıcılara katı yakıt veremez.

4- Katı yakıt satıcısı kayıt belgesinin düzenlenmesine esas bilgi ve belgelerde değişiklik olmaması durumunda daha önce düzenlenmiş olan belgenin yenilenmesine gerek bulunmamaktadır. Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğünce bu firmalara, tabi oldukları hususlar ve müeyyideleri içeren yazı ekinde tablo gönderilir.

Mahrukatçılık sektöründe, bu belgelere ek olarak dağıtıcı kayıt belgesi de istenmektedir. Bu belge diğer meslek gruplarında aranmamaktadır. Dağıtıcı kayıt belgesini detaylı olarak açıklamak gerekirse:

1- Dağıtıcı kayıt belgesi; ithalâtçı veya üreticiden aldığı kömürü, ithalâtçı veya üretici adına katı yakıt satıcısı kayıt belgesine sahip satıcılara satış yapan gerçek ve tüzel kişilere verilir. Dağıtıcı kayıt belgesi almak isteyen gerçek veya tüzel kişiler;

- İthalâtçı veya üretici ile arasında yapılmış (ithalâtçı/üretici/dağıtıcının sorumluluklarını açıkça tanımlayan) sözleşme
- Oda Sicil Kaydı (Mahrukatçılar Odasına veya Sanayi ve Ticaret Odasına veya ilgili Esnaf ve Sanatkâr Odasına kayıtlı olduğuna dair belge (kömür satışı/dağıtımı yapabileceğine yönelik bilgi belge üzerinde bulunmalı)
- İmza Sirküleri (noter onaylı)

- Taahhütname (İl çevre ve orman müdürlüğünün talebine bağlı)

ile işyeri açma ve çalıştırma ruhsatını aldığı ilin Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğüne müracaat ederler.

Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğünce dağıtıcı kayıt belgesi düzenlenir. Dağıtıcılara Dağıtıcı Kayıt Belgesinin yanı sıra tabloda verilir.

2-Dağıtıcılar, dağıtıcısı olmadıkları ithalatçı/üreticinin yakıtını hiç kimseye veremezler, satamazlar ve satış izin belgesi alamazlar.

3-Dağıtıcılar, katı yakıt satıcısı kayıt belgesi almak şartıyla perakende kömür satışı yapabilirler.

Mahrukatçılık mesleğinde ayrıca uygunluk izin belgesi de talep edilmektedir. Bu kapsamda uygunluk izin belgesini değerlendirecek olursak:

1- Uygunluk izin belgesi; Isınmadan Kaynaklanan Hava Kirliliğinin Kontrolü Yönetmeliği kapsamında yerli kömürler, toz kömürden elde edilen briket kömürü, prina ve prina dışındaki diğer biokütlelerden elde edilen briketler için düzenlenir.

Katı yakıt üreticisi, ocaktan üretilerek satışa sunulacak hale getirilmiş ve miktarı belirlenmiş yakıt için, yakıtın çıkarıldığı ilin Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğüne başvurur. Çevre ve Şehircilik il Müdürlüğünce TS 5125 ve TS 2390 sayılı standartların belirlediği şekilde numune alınarak/aldırılarak, IKHKK Yönetmeliği'nin 26. maddesi kapsamında belirtilen laboratuvarlarda analiz yaptırılır. Analiz sonuçları IKHKK Yönetmeliğinde belirtilen sınırları sağlaması halinde, gerekli görüldüğünde Bakanlık görüşü alınarak, uygunluk izin belgesi üreticiye verilir.

2-Uygunluk izin belgesine esas miktar belirlenirken, izne esas olacak yakıta ait yıllık üretim miktarı, yakıt iyileştirme kapasitesi, satışa sunulan yakıtın özelliklerinin değişmeyeceğinin üretici tarafından taahhüt edilmesi dikkate alınarak, yıllık üretim miktarı için uygunluk izin belgesi düzenlenebilir.

Diğer yandan mahrukatçılık sektöründe, bu belgelere ek olarak, satış izin belgesi de talep edilmektedir. Satış İzin Belgesi alabilmek için aşağıdaki şartların sağlanmış olması gerekir:

1- İthalâtçı/üretici;

- Katı yakıta ait uygunluk belgesi/uygunluk izin belgesi (ithalatçı/üretici tarafından fotokopisi tasdik edilmiş)

- Katı yakıt satıcısı kayıt belgesi almış satıcıların ve dağıtıcıların (sözleşme yaptıkları ve dağıtıcı kayıt belgesine sahip olanlar) listesinin (katı yakıt satıcıları ile dağıtıcıların kayıt belge numarası, satıcı adı, dağıtıcı adı ve adresi) ekinde yer aldığı bir dilekçe ile Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğüne başvurur.

Söz konusu başvuru, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğünce incelendikten sonra, uygun bulunması halinde, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğünce "satış izin belgesi" ithalatçı/üreticiye verilir. İthalatçı/üreticiye, satış izin belgesinin yanı sıra tabloda verilir.

2- İthalatçı/üretici satış izin belgesinin birer kopyasını (ithalatçı/üretici tarafından fotokopisi onaylı) katı yakıt satıcısı kayıt belgesine sahip satıcılara ve dağıtıcı kayıt belgesine sahip dağıtıcılara vermek zorundadır. Satıcılar ve dağıtıcılar ise denetimler esnasında söz konusu satış izin belgesini yetkililere ibraz etmek zorundadırlar.

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları

Sektöre girişin günümüzde pek bir cazibesi kalmamıştır. Özellikle büyük şehirlerde, ısınma gereksinimi artık doğalgaz yoluyla sağlanmaktadır. Temel ısınma gereksiniminin doğalgaz olarak belirlenmesinin ardından özellikle metropollerde, kömür ve odun temel yakacak olarak, tüketim malzemesi olmaktan hızla çıkmaktadır.

Diğer yandan, yeni binalar ve konut inşaatı sektöründe, neredeyse soba bacası artık mimari yapılarda yer almamaktadır. Yani tüketici giderek yeni konutlarda yaşamaya başladıkça, istese de soba ile ısınma seçeneği yoktur.

Küçük şehirlerde kömür ve odun halen ısınma için önemli bir malzemedir. Bununla birlikte büyük şehirlere iç göç devam etmektedir ve küçük şehirler, köy ve kasabaların nüfusu halen azalmaya devam etmektedir.

Belediyeler ya da vakıfların, yoksul vatandaşa bedava kömür yardımları da bulunduğu göz önüne alındığında sektöre girmek özel bir strateji ve yapısal perspektif bulunmamakta ise risklidir.

Sektöre Girebilmek için Gerekli Sermaye Miktarı

Mahrukatçılık sektörüne girebilmek için gerekli sermaye miktarı, bu sektörde nasıl bir yapılanma içinde bulunulacağına göre büyük farklılık göstermektedir. Bu kapsamda, sadece restoranlara odun satacak bir mahrukatçı ile bütün bir ilçede ısınma ihtiyacı için kömür satacak mahrukatçı esnaf ve sanatkârı arasında sermaye ihtiyacı çok değişiklik arz edecektir. Yine de 20.000 TL ile 100.000 TL arasında bir sermaye bulunması durumun özelliklerine göre gerekebilir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Mahrukatçılık mesleğinde, işe başlangıç süreci, bu meslek grubunun özellikli yapısı nedeniyle diğerlerinden önemli ölçüde farklılıklar içermektedir. Bu farklılıkların başında, çeşitli amaçlara uygun kömür satış belgeleri için gereken zorunlu bilgi ve evraklar gelmektedir. Ayrıca mahrukatçılık mesleğinde, diğer sektörlerde bulunmayan ancak işe başlangıç sürecinde zorunlu olan katı yakıt satıcısı belgesinin bulundurulması gereklidir. Bu belge sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar tarafından KYS belgesi olarak kısaltılarak adlandırılmaktadır.

2.6.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Katı Yakıt Satıcısı Belgesi

Katı Yakıt Satıcı Belgesi (KYS), tüketiciye doğrudan katı yakıt satışı yapmak isteyen gerçek ve tüzel kişilere Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü tarafından verilen bir belgedir. Bu belge sadece alındığı il sınırları içerisinde geçerli olup, satış yapılacak her il için ayrı bir belge alınması gerekmektedir. İthalatçı, üretici, dağıtıcı KYS belgesi olmayan satıcılara katı yakıt veremez. KYS belgesi almak isteyen gerçek ve tüzel kişinin bir ilde birden fazla işyeri var ise, belge numarası aynı kalmak üzere her bir işyeri için ayrı bir katı yakıt satıcısı kayıt belgesi düzenlenir. KYS izin belgesi almak için aşağıda belirtilen evraklar ile Esnaf Sanatkârlar Odalar Birliği'ne müracaat edilir:

- İmza sirküsü aslı (Noter Onaylı)
- Vergi levhası
- Oda kaydı (Üyelik belgesi) veya ticaret odası kaydı
- Tapı fotokopisi ve kira sözleşmesi ve (Site içerisinde tutulan depo vergi levhası)
- Taahhütname (Oda tarafından verilecek)
- Müracaat formu
- Kimlik fotokopisi
- Kayıt belgesi alınacak ilden, katı yakıt satışı ile ilgili alınmış iş yeri açma ve çalıştırma ruhsatı
- Firma kaşesi

Dağıtıcı Kayıt Belgesi

Dağıtıcı kayıt belgesi, ithalatçı veya üreticiden aldığı kömürü, ithalatçı veya üretici adına katı yakıt satıcısı kayıt belgesine sahip satıcılara satan gerçek ve tüzel kişilere verilir. Dağıtıcılar, dağıtıcısı olmadıkları ithalatçı/üreticinin yakıtını hiç kimseye veremezler, satamazlar ve satış izin belgesi alamazlar. Dağıtıcılar, ancak katı yakıt satıcısı kayıt belgesi almak şartıyla perakende kömür satışı yapabilirler. Dağıtıcı kayıt belgesi almak isteyen gerçek veya tüzel kişiler aşağıdaki belgeler ile işyeri açma ve çalıştırma ruhsatını aldığı ilin çevre ve şehircilik il müdürlüğüne müracaat ederler.

- İthalatçı veya üretici ile arasında yapılmış (ithalatçı/üretici/dağıtıcının sorumluluklarını açıkça tanımlayan) sözleşme
- Oda Sicil Kaydı (Mahrukatçılar Odasına veya Sanayi ve Ticaret Odasına veya ilgili esnaf ve sanatkârlar odasına kayıtlı olduğuna dair belge (kömür satışı/dağıtımı yapabileceğine yönelik bilgi belge üzerinde bulunmalı)
- İmza Sirküleri (noter onaylı)
- Taahhütname

Uygunluk İzin Belgesi

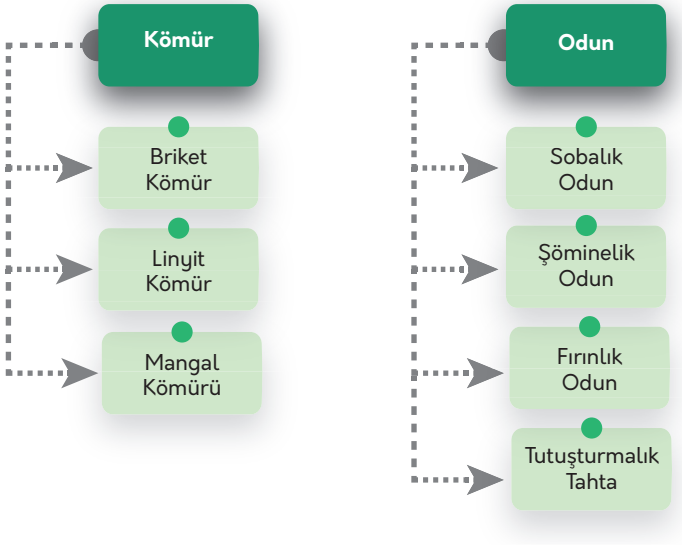
Uygunluk izin belgesi Isınmadan Kaynaklanan Hava Kirliliğinin Kontrolü Yönetmeliği kapsamında yerli kömürler, toz kömürden elde edilen briket kömürü, prina ve prina dışındaki diğer biokütlelerden elde edilen briketler için düzenlenir. Katı yakıt üreticisi, ocaktan üretilerek satışa sunulacak hale getirilmiş ve miktarı belirlenmiş yakıt için, yakıtın çıkarıldığı ilin Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğüne başvurur. Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğünce TS 5125 ve TS 2390 sayılı standartların belirlediği şekilde numune alınarak/aldırılarak, IKHKK Yönetmeliği'nin 26. maddesi kapsamında belirtilen laboratuvarlarda analiz yaptırılır. Analiz sonuçları IKHKK Yönetmeliği'nde belirtilen sınırları sağlaması halinde, gerekli görüldüğünde Bakanlık görüşü alınarak, uygunluk izin belgesi üreticiye verilir.

Uygunluk izin belgesine esas miktar belirlenirken, izne esas olacak yakıta ait yıllık üretim miktarı, yakıt iyileştirme kapasitesi, satışa sunulan yakıtın özelliklerinin değişmeyeceğinin üretici tarafından taahhüt edilmesi dikkate alınarak, yıllık üretim miktarı için uygunluk izin belgesi düzenlenebilir.

2.6.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Mahrukatçılık mesleğini icra eden esnaf ve sanatkârın da üretim yapmadığı, satış ve pazarlama işlemlerini gerçekleştirdiği üzerinden hareket edilmiştir. Bu noktada, mahrukatçı esnaf ve sanatkârın satışını gerçekleştirdiği ürünler kömür ve odun başlığı altında toplanabilecektir. Aşağıda Şekil 113'de, mahrukatçılık faaliyetini yapan esnaf ve sanatkârın sattığı mallara örnekler verilmiştir.

Şekil 113. Mahrukatçılık Mesleğini Yapan Esnaf ve Sanatkârın Sattığı Bazı Mallar



Mahrukatçı esnaf ve sanatkârların işletmelerinin yeterli stok bulundurmaları karşı karşıya olacakları talebi karşılamaları için önemli bir unsurdur. Bu mallar, geniş yer kaplayan ürünler oldukları için depolanma maliyetleri esnaf ve sanatkârlar için önemli bir maliyet kalemini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, stokların tutulduğu depolar içinde ürünlerin

nemlenmemesi, ıslanmaması ve yanmaması önemlidir. Bu nedenle depoların bu ürünler için gerekli atmosfer kontrollü depolar olmaları işletmelerin yararınadır.

Tedarik zincirinde dağıtıcı pozisyonunda olan mahrukatçı esnaf ve sanatkâr için bir diğer önemli unsur ise nakliye olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte, bazı mahrukatçı işletmeler nakliye işlerini kendi araçlarıyla gerçekleştirirken bazı işletmelerin ise satış oldukça kamyonet kiralayarak bu nakliyeyi sağladığı görülmektedir.

2.6.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Odun ticareti kırsal bölgelerde kentlerdeki kadar yoğun yapılmamakta, bireyler hanelerine gereken yakacağı kendileri temin edebilmektedir. Kentlerde ise hane halkları, yakacak odun kömür gereksinimini genellikle mahrukatçılardan tedarik etmektedirler. Mahrukatçılar ise çiftçiler, uzman ağaç kesiciler vb. üretici gruplarından oluşan yerel üreticiden tedarik ettikleri yakacağı tüketiciyle buluştururlar. Alım satımını yaptıkları palet tahtaları, yer parkeleri, keresteler, çuvallanmış odunlar, vb. ürünler başta inşaat sektörü olmak üzere, hizmet sektörü ve küçük ölçekli işletmeler tarafından talep edilmektedir.

2.6.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Yakacak imalatı ve ticareti alanında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr sayısı 2016 ESBİS verilerine göre 5661'dir. Türkiye'deki mahrukatçıların çoğunlukla mikro ölçekli işletmelerde faaliyet gösterdikleri Tablo 122'de görülmektedir. Burada ortalama çalışan sayısı ise mikro ölçekli işletmelerde genellikle esnaf ve sanatkârın kendisinden başka çalışan bulunmadığı anlaşılmaktadır.

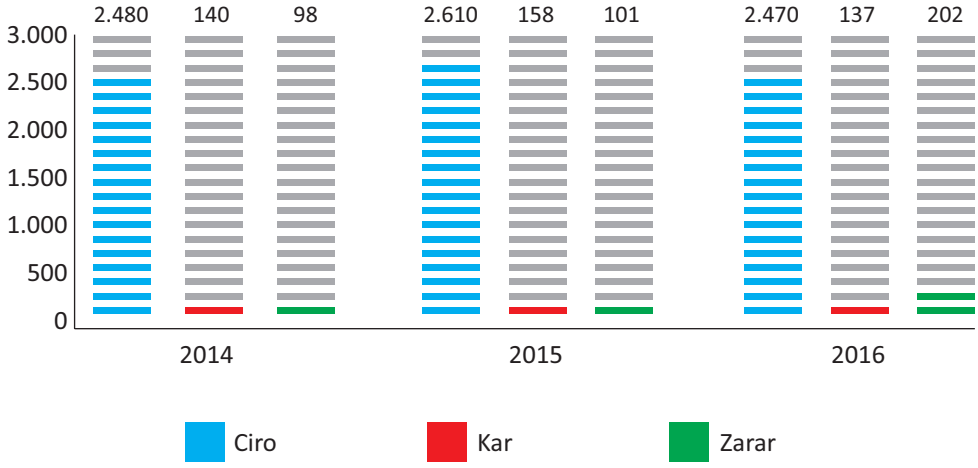
Tablo 122. Mahrukatçılık Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	11408	2610	0,23
Küçük Ölçekli İşletmelerde	134	551	4,11
Orta Ölçekli İşletmelerde	8	123	15,34

Kaynak: SGK 2016.

Hazine ve Maliye Bakanlığından alınan verilerden derlenen Şekil 114, Türkiye'de yakacak imalatı ve ticareti yapan işletmelerin 2014, 2015 ve 2016 ciro, kâr ve zarar değerlerini göstermektedir. Buna göre, 2014 yılından 2016 yılına kadar olan süreçte, mahrukatçılık işini yapan işletmelerin toplam karlarının azaldığı ve toplam zararın da arttığı görülmektedir. Bununla birlikte, 2016 yılında yakacak imalatı ve ticareti yapan işletmelerin sayısı 2005 yılına göre %8,8 azalmıştır. Bu durumun meslek grubunun karşı karşıya olduğu zarar düzeyindeki artıştan kaynaklandığı düşünülebilir.

Şekil 114. Yakacak İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2.6.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.6.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Türkiye'de yakacak imalatı ve ticareti mesleğindeki ihracat oldukça düşük değerlere sahiptir. Bu açıdan dış ticaret açığı yaratan ürün gruplarından biridir. Tablo 123 Türkiye'nin toplam maden kömürü, linyit ve turba için ihracat ve ithalat değerlerini göstermektedir.

Tablo 123. Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracat ve İthalat Değerleri (Bin ABD Doları)

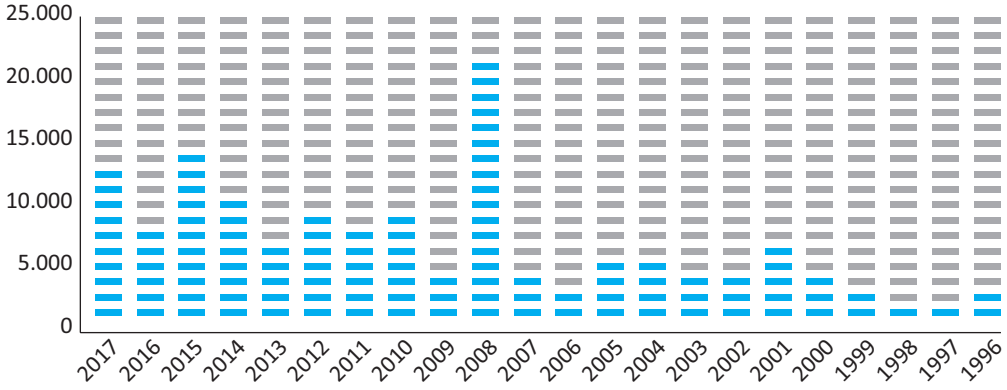
Yıl	Toplam ihracat	Toplam İthalat
2017	11.823	3.923.819
2016	5.387	2.643.119
2015	13.618	2.971.738
2014	8.524	846.252
2013	3.416	920.985
2012	6.660	1.149.032
2011	5.864	1.290.126
2010	6.538	1.161.246

2009	1.489	1.135.194
2008	20.914	1.265.749
2007	1.937	736.350
2006	1.208	613.539
2005	2.600	511.105
2004	2.317	264.580
2003	1.340	233.016
2002	1.453	337.728
2001	3.833	299.717
2000	1.640	615.145
1999	801	310.613
1998	294	464.293
1997	337	560.810
1996	694	580.832

Kaynak: TÜİK

Maden kömürü, linyit ve turba için ihracat değerleri ithalat değerlerinin çok altındadır. Bu durum yakacak imal ve ticareti meslek grubunda faaliyet gösteren işletmelerin ihracatının az olduğu ve dış ticaret açığı yaratan bir ürün olduğunun bir göstergesidir. Şekil 115, Türkiye'nin maden kömürü, linyit ve turba ihracat değerlerini göstermektedir. Burada dikkat çeken nokta, 2008 yılında ihracat değerinin son 20 yılın en üst düzeyine ulaştığını göstermektedir. Ancak 2009 yılında büyük bir düşüş ile karşılaşılmıştır. Sonraki yıllarda ise hareketli seyreden maden kömür, linyit ve turba ihracatının Türkiye'deki madenlerin daha etkin kullanımının sağlanması ve odun üretiminin de artmasıyla mümkün olacak gibi görünmektedir.

Şekil 115. Türkiye'nin Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracatı (Bin ABD Doları)



2.6.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Yakacak olarak kömür ve odun imal ve satıcılığı alanında, kimyasal ve fiziksel süreçlerdeki gelişmelere paralel olarak sinterleme, briketleme veya kimyasal olarak kömürü kok kömürü haline getirerek kalori değerinin yükseltilmesi mümkündür. Bu işlemler esnasında aynı zamanda inorganik maddelerin ayrıştırılması işlemi de yapılmakta ve kömürün daha verimli olması sağlanmaktadır. İmalatında yapılan bu tür işlemlerin yanı sıra, satışta ise, kalite kontrol sistemlerinin kullanılması gerekmektedir. Artan çevre bilinci ile birlikte, mahrukatçılık mesleğinde, katı yakıt belgesi ya da belediyelerden alınacak belge olmadan kömür satışı yapılamamaktadır. Bu nedenle kalite kontrol önem taşımaktadır.

Bunun dışında, mahrukatçılıkta, ürünün satılabilir halini muhafaza edebilmesi için, depolanma koşulları da büyük önem taşımaktadır. Depo alanlarının özellikle rutubet açısından kontrollü atmosfere sahip olması için iklimlendirme sistemlerinin kurulu olması beklenmektedir. Ayrıca, ERP sistemlerinin de özellikle stoklama ve nakliyeyi içeren tedarik zinciri yönetimi konusunda faydalı olduğu, ancak bunun mahrukatçılık esnaf ve sanatkârınca kullanılmadığı belirlenmiştir.

2.6.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Sektörü temsil eden kuruluşlar ile kamunun beraberce yürüttüğü herhangi bir faaliyet/etkinlik bilgisine ulaşılamamıştır.

2.6.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

Katı Yakıtların Kontrolü Tebliği

Mahrukatçılık sektöründe faaliyet göstermek isteyen esnaf ve sanatkârın, Katı Yakıtların Kontrolü Tebliği kapsamında, Katı Yakıt Satıcısı (KYS) Belgesi almış olması gerekmektedir. Bu Tebliğin amacı, hava kirliliğinin önlenmesi için ısınma amaçlı üretilen yerli katı yakıtlar ile ithal edilen katı yakıtların özelliklerini belirlemek ve bu yakıtların piyasaya sunulmasına yönelik usul ve esasları düzenlemektir (m.1).

Bu Tebliğ, ısınma amaçlı üretilen yerli katı yakıtlar ile Çevrenin Korunması Yönünden Kontrol Altında Tutulan Katı Yakıtların İthalat Denetimi Tebliği (Ürün Güvenliği ve Denetimi) kapsamında ithal edilen katı yakıtların kontrolüne ilişkin usul ve esasları kapsar (m.2). Tebliğ kapsamında, "Katı Yakıt Satıcısı Belgesi" ithalatçı ve/veya üretici veya dağıtıcıdan aldığı ısınma amaçlı katı yakıtı tüketiciye satış yapmak isteyen satıcıya il müdürlüğü tarafından düzenlenen belgeyi ifade eder (m.4/e).

Tebliğe göre ithal edilen katı yakıtlar ile ısınma amaçlı yerli katı yakıtlar farklı esaslara tâbi tutulmuştur. Katı yakıtların ithalâtı ile ilgili uygulamaya yönelik esaslar Çevresel Etki Değerlendirmesi, İzin ve Denetim Genel Müdürlüğünce belirlenir (m.6). Isınmadan Kaynaklanan Hava Kirliliğinin Kontrolü Yönetmeliği kapsamında, il müdürlüğünce yapılan uygunluk denetimi sonucuna göre, yerli yakıtlar için Uygunluk İzin Belgesi düzenlenir (m.7).

8. madde uyarınca: Isınma amaçlı yerli yakıt üreticisi,

(a), Kömür için;

- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Maden İşleri Genel Müdürlüğü MİGEM tarafından verilen, arama döneminde "maden üretim ve satış izni" veya işletme döneminde "maden işletme izni" sureti ve üretim faaliyeti yapabileceğine dair belge sureti,

- Kömür ocağı kiralanmış ise kira sözleşmesi sureti,

Briket yakıtlar için;

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı sureti,

-Biyokütle briketi içeriği (odun, talaş, fındıkkabuğu veya karışımı vb. ve varsa bağlayıcı madde) ve üretim prosesi bilgileri,

-Kömür briketi için TS 12055 standardı uygunluk belgesi sureti,

(a) Üretimin, Çevre Kanununca Alınması Gereken İzin ve Lisanslar Hakkında Yönetmelik kapsamında bulunması halinde, Çevre İzin Belgesi veya Geçici Faaliyet Belgesi sureti,

ile birlikte, yakıtın üretildiği ilin, il müdürlüğüne başvurur. İl müdürlüklerine verilen belge suretlerinin kurumca veya noter onaylı olması gerekmektedir.

(2) İl müdürlüğünce, ocaktan çıkarılarak torbalamaya hazır hale getirilmiş yakıttan numune alınarak analizi yaptırılır. Briket yakıtları için, briket haline getirilmiş yakıttan numune alınır. Yakıta ait analiz sonucunun, ek-1'de verilen sınır değerleri sağlaması halinde, örneği Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan Uygunluk İzin Belgesi beş yıl süreli olarak düzenlenir.

(3) Uygunluk İzin Belgesi düzenlenirken belgenin düzenlendiği yıl, il trafik kodu, Uygunluk İzin Belgesinin baş harfleri ve 01'den başlamak üzere numara verilir. (Örnek:2014.35.UİB.01)

(4) Kömür için düzenlenen Uygunluk İzin Belgesi ve belgeye esas analiz raporunun bir sureti il müdürlüğünce, belgenin düzenlenmesini müteakiben MİGEM'e gönderilir.

(5) Uygunluk İzin Belgesi kapsamında il müdürlüğünce takvim yılı içerisinde en az bir kez üretim yerinde denetim yapılarak yakıttan numune alınır ve analiz ettirilir.

Isınma amaçlı yakıtların piyasaya sunulması ise Üçüncü Bölümde düzenlenmiştir. 9. maddeye göre, (1) Satış İzin Belgesi almak isteyen ithalatçı ve/veya üretici,

Uygunluk Belgesi veya Uygunluk İzin Belgesi sureti,

Sözleşme yaptığı satıcıların ve varsa dağıtıcıların, adres (varsa katı yakıt depo adresleri) ve iletişim bilgilerini içeren liste,

Dağıtıcı ve satıcı sözleşme suretleri ile Katı Yakıt Dağıtıcısı Belgesi KYD Belgesinin bir sureti,

ile birlikte, satış yapmak istediği ilin, il müdürlüğüne başvurur. İl müdürlüklerine verilen belge suretlerinin kurumca veya noter onaylı olması gerekmektedir.

(2) Başvurunun uygun bulunması halinde, örneği Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan Satış İzin Belgesi düzenlenir.

(3) Satış İzin Belgesi, il sınırları içerisinde geçerli olmak üzere ithalatçı ve/veya üreticiyi kayıt altına almak üzere düzenlenir. Satış İzin Belgesi almış ithalatçı ve/veya üretici tarafından il sınırları içerisinde yeni bir Uygunluk Belgesi ve/veya Uygunluk İzin Belgesi ile yakıt satışı yapmak istenmesi halinde, yakıt il sınırları içerisine girmeden önce, bu yakıta ait belge sureti, il müdürlüğüne verilir.

(4) İthalatçı ve/veya üretici, sözleşme yaptığı yeni satıcı veya dağıtıcıları da içeren güncel listeyi, yeni sözleşme suretini ve KYD Belgesi suretini, yakıtları bu firmalara vermeden önce il müdürlüğüne bildirir.

(5) İthalatçı ve/veya üretici sözleşmesini feshettiği satıcı ve dağıtıcıları, sözleşme feshi tarihinden itibaren otuz gün içinde, güncel liste ile birlikte il müdürlüğüne bildirir. Sözleşmesi iptal edilen satıcı ve dağıtıcılarda bulunan yakıtlar bu ithalatçı ve/veya üretici tarafından geri alınır.

10. maddeye göre, (1) KYD Belgesi almak isteyen gerçek veya tüzel kişiler,

Başvuru yapılacak ilden alınmış İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı sureti,

Dağıtıcının yakıt deposu bulunması halinde deponun işyeri açma ve çalışma ruhsatı veya ticari kayıt belgesi,

Oda Sicil Kaydı sureti,

Kooperatif veya birlik olması halinde bu durumu gösteren belge sureti (İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı ve Oda Sicil Kaydı talep edilmeyecektir.),

İletişim bilgileri,

ile birlikte İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatının alındığı ilin il müdürlüğüne başvurur. İl müdürlüklerine verilen belge suretleri kurumca veya noter onaylı olması gerekir. İşyeri açma ve çalışma ruhsatı, oda sicil kaydı veya ticaret sicil gazetesinde faaliyet konusunun katı yakıt satışı olduğu belirtilmelidir.

(2) Başvurunun, uygun bulunması halinde örneği Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan KYD Belgesi düzenlenir.

(3) KYD Belgesi, ihaleye katılım hariç, 9 uncu maddenin 4. fıkrasında belirtilen esasların sağlanması halinde diğer illerde de kullanılabilir.

(4) Dağıtıcı, sözleşme yaptığı ithalatçı ve/veya üreticinin yakıtını, aynı ithalatçı veya üretici ile sözleşme yapmış satıcılara verebilir. Dağıtıcı, KYS Belgesi almak şartıyla perakende yakıt satışı yapabilir. Dağıtıcılar birbirlerine yakıt satışı yapamazlar.

11. madde uyarınca, (1) KYS Belgesi almak isteyen gerçek veya tüzel kişi,

Başvuru yapılacak ilden alınmış İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı sureti,

Satıcının yakıt deposu bulunması halinde deponun işyeri açma ve çalışma ruhsatı veya ticari kayıt belgesi,

Oda Sicil Kaydı sureti,

Kooperatif veya birlik olması halinde bu durumu gösteren belge sureti (İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı ve Oda Sicil Kaydı talep edilmeyecektir.),

İletişim bilgileri,

ile birlikte İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatının alındığı ilin il müdürlüğüne başvurur. İl müdürlüklerine verilen belge suretleri kurumca veya noter onaylı olması gerekir. İşyeri açma ve çalışma ruhsatı, oda sicil kaydı veya ticaret sicil gazetesinde faaliyet konusunun katı yakıt satışı olduğu belirtilmelidir.

(2) Başvurunun, uygun bulunması halinde, örneği Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan KYS Belgesi düzenlenir.

(3) KYS Belgesi, ihaleye katılım hariç, belgenin alındığı il sınırları içerisinde geçerlidir. KYS Belgesi almayan ithalatçı, üretici, dağıtıcı veya satıcılar tüketiciye doğrudan satış yapamazlar. Satıcı, sözleşme yaptığı ithalatçı ve/veya üreticinin yakıtını satabilir. Satıcılar birbirlerine yakıt satışı yapamazlar.

(4) Isınma amaçlı yakıtın sanayi amaçlı tüketime verilmesi halinde satıcı tarafından ithalatçı ve/veya üreticiye bilgi verilir.

Torbalamaya ilişkin esaslar ise 12. maddede düzenlenmiştir. Buna göre, (1) Isınma amaçlı yakıtlar, Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan katı yakıt torba örneklerine uygun olarak torbalanarak satışa sunulur.

(2) Yerli yakıtın, üretildiği ilde, ithal kömürün ise ithalatın gerçekleştirildiği ilde torbalaması esastır. Torbalama işleminin belirtilen illerde kapasite yetersizliğinden dolayı yapılamaması halinde, ithalatçı ve/veya üretici yakıtın üretildiği veya ithalatın gerçekleştirildiği ilin il müdürlüğü ile torbalamanın yapılacağı ilin il müdürlüğünden izin almak kaydıyla, torbalama işlemini yapabilir. Kömür briketi, pirina briketi veya biyokütle briketi üretildiği yerde torbalanır.

(3) Isınma amaçlı kömür torbaları üzerinde, 2014 yılından itibaren Uygunluk Belgesi

veya Uygunluk İzin Belgesi numarasının yer alması gerekmektedir.

Tebliğde ayrıca, ihalelere katılım (m.13), sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakfı kömürleri (m.14), denetim ve yetki devirleri (m.15), analiz sonuçları ve uygulama (m.16), ısınma amaçlı ithal edilen toz kömürlerin kullanılması (m.17) hükümleri bulunmaktadır.

Yükümlülükler ve bildirimler, Altıncı Bölümde detaylı bir şekilde düzenlenmiştir. 18. madde uyarınca, (1) Uygunluk Belgesi ve Uygunluk İzin Belgesi kapsamındaki yakıtlar karıştırılamaz.

(2) Katı yakıtların taşınması sırasında Uygunluk Belgesi veya Uygunluk İzin Belgesi, Satış İzin Belgesi sureti ve sevk irsaliyesi araçta bulundurulur ve denetimler esnasında yetkililere ibraz edilir.

(3) İthalatçı/üretici Satış İzin Belgesinin onaylı bir suretini, sözleşme yaptığı katı yakıt dağıtıcıları ile katı yakıt satıcılarına verir.

(4) KYD Belgesi, KYS Belgesi, Satış İzin Belgesi ve ithalatçı ve/veya üretici ile yapılan sözleşmeler işyerinde bulundurulur, istenildiğinde yetkililere ibraz edilir.

(5) Bu Tebliğ kapsamında düzenlenen belgelerin kaybolması ya da belgelerin düzenlenmesine esas bilgi ve belgelerde değişiklik olması durumunda, otuz gün içinde belgenin yenilenmesi için il müdürlüğüne müracaat edilir. Bu kapsamda yapılan müracaatlar il müdürlüğünce yeni belge başvurusu olarak değerlendirilir.

(6) Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan "İller İçin İthalatçı ve/veya Üretici Tablosu" doldurularak, ithalatın ve/veya üretimin yapıldığı il müdürlüğüne yazılı ve elektronik ortamda her yıl Ocak ayının on beşine kadar gönderilir. Ayrıca, ithalatın ve/veya üretimin yapıldığı il müdürlüğünce onaylanmış "İller İçin İthalatçı ve/veya Üretici Tablosu" ile birlikte yine internet sitesinde yayınlanan "İlçeler İçin İthalatçı ve/veya Üretici Tablosu" doldurularak satış yapılan il müdürlüğüne yazılı ve elektronik ortamda her yıl ocak ayı sonuna kadar gönderilir.

(7) Üretici her yıl nisan ayı sonuna kadar, 3213 sayılı Maden Kanunu kapsamında düzenlenen "Faaliyet Bilgi Formu"nun MİGEM tarafından onaylı bir suretini, Uygunluk İzin Belgesini aldığı il müdürlüğüne gönderir.

19. maddeye göre, (1) Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan "Uygunluk Belgesi Envanteri", "Uygunluk İzin Belgesi Envanteri" ve "Yakıt Envanteri Tabloları" il müdürlükleri tarafından doldurularak, her yıl Şubat ayı sonuna kadar katiyakit@csb.gov.tr elektronik posta adresine gönderilir.

(2) Yetki devri yapılan belediyeler tarafından gerçekleştirilen katı yakıt denetimleri dâhil, denetim verilerini içeren örneği Genel Müdürlük internet sitesinde yayınlanan "Piyasa Gözetimi ve Denetimi Değerlendirme ve Envanter Tablosu", üçer aylık dönemlerde doldurularak en geç takip eden ayın on beşine kadar elektronik ortamda pgd@csb.gov.tr elektronik posta adresine ve resmi yazı ekinde basılı doküman halinde Çevresel Etki Değerlendirmesi, İzin ve Denetim Genel Müdürlüğü'ne gönderilir.

(3) Bu Tebliğ kapsamında diğer illerden gelen 80 il müdürlüğüne dağıtımlı yazılarda yer alan hususlar, il müdürlüğünce yetki devri yapılan belediyelere de bildirilir.

(4) Satış İzin Belgesi alan ithalatçı ve/veya üreticilerin listesi, Uygunluk Belgesi, Uygunluk İzin Belgesi, KYS Belgesi, KYD Belgesi, iptal edilen belge bilgileri ve ihalelere ilişkin bilgiler il müdürlüğünce, yetki devri yapılan belediyeye bildirilir.

(5) KYS ve KYD belgelerinin iptal edilmesi halinde, bu durum il müdürlüğünce dağıtıcı ve satıcıların sözleşme yaptığı ithalatçı ve üreticilere 15 gün içinde bildirilir.

Uygulanacak yaptırımlar Yedinci Bölüm altında yer almaktadır. İthalatçı, üretici, dağıtıcı ve satıcının bildirimde bulunmaması veya yanlış ve yanıltıcı bilgi vermesi halinde uygulanacak yaptırım 20. Maddede; İthalatçı ve/veya üreticinin yakıtında ikinci defa uygunsuzluk çıkması halinde uygulanacak yaptırım 21. Maddede; Satışı ve dağıtımı durdurulan yakıtların satışının veya dağıtımının yapılması halinde uygulanacak yaptırımlar 22. Maddede; Belge olmadan yakıt üretimi, dağıtımı ve satışı yapılması halinde uygulanacak yaptırım 23. Maddede düzenlenmiştir. Ayrıca, Yakıt satış ve dağıtımına izin verilenler dışında satış veya dağıtım yapılması halinde uygulanacak yaptırım 24 ve Farklı nitelikteki yakıtların karıştırılması halinde uygulanacak yaptırım 25. Maddede yer almaktadır.

Hava Kalitesi Değerlendirme ve Yönetimi Yönetmeliği

Hava Kalitesi Değerlendirme ve Yönetimi Yönetmeliği, 06.06.2008 tarih ve 26898 sayılı resmi gazetede yayımlanmıştır. Bu Yönetmeliğin amacı; hava kirliliğinin çevre ve insan sağlığı üzerindeki zararlı etkilerini önlemek veya azaltmak için hava kalitesi hedeflerini tanımlamak ve oluşturmak, tanımlanmış metotları ve kriterleri esas alarak hava kalitesini değerlendirmek, hava kalitesinin iyi olduğu yerlerde mevcut durumu korumak ve diğer durumlarda iyileştirmek, hava kalitesi ile ilgili yeterli bilgi toplamak ve uyarı eşikleri aracılığı ile halkın bilgilendirilmesini sağlamaktır (m.1).

Bu Yönetmelik, hava kalitesi standartlarını ve hava kalitesinin değerlendirilmesini, "bölge"ler ve "alt bölge"lerin oluşturulmasını ve tüm bölgelerde iyi hava kalitesinin sağlanması için alınması gerekli önlemleri kapsar. Bu Yönetmelik, işçi sağlığı ve güvenliği mevzuatı kapsamına giren iş yerleri iç ortamlarında uygulanmaz (m.2).

Bu Yönetmelik, a) 9/8/1983 tarihli ve 2872 sayılı Çevre Kanununun Ek 6. maddesi ile 1/5/2003 tarihli ve 4856 sayılı Çevre ve Orman Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunun 1., 2. ve 9. maddelerine dayanılarak ve b) Avrupa Birliğinin 96/62/EC, 99/30/EC, 2000/69/EC, 2002/3/EC ve 2004/107/EC sayılı direktiflerine paralel olarak hazırlanmıştır (m.3).

2.6.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.6.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.6.17. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Ucuzluğu sebebiyle tercih edilen bir yakacak olması

Zayıf Yönler

- Özel mevzuat ve kısıtlara tabi olması
- Yeni inşaatlardaki mimari tasarımda soba bacasının tamamen kaldırılmış olması ile soba ile ısınma seçeneğinin artık mevcut olmaması

Fırsatlar

- Şömine ve kuzine gibi dekoratif tasarımların artan kullanımı

Tehditler

- Doğalgazın yaygınlaşması ile beraber, odun ve kömüre ihtiyacın azalması
- Belediyeler ya da vakıfların, yoksul vatandaşa yönelik bedava kömür yardımları

2.6.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

A) Mevzuat İle İlgili Sorunlar

1) Tellaliye Harcının Yüksek Olması

2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu'nda belirtilen *tellaliye harcı* mahrukatçılık mesleği için yüksek bulunmaktadır.

İlgili Mevzuat:

2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Konuya ilişkin İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü görüşü alınamamıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- İmalat yapan bütün mesleklerde tellaliye harcı alınmasına karşın, ısınma amaçlı odun kömür satışının çok azalmasıyla zorlukla ayakta duran bir meslek olan mahrukatçılık için bu harç sorun teşkil ettiği anlaşılmaktadır.
- Harç ücretlerinin düşürülmesi, ya da ciro bazlı bir belirleme olması bu sorun için çözüm önerisi olarak öne çıkmaktadır.

B) Rekabet İle İlgili Sorunlar

2) Kömür Satışlarında Denetim Eksikliği

Yetkili olmayan (Katı Yakıt Satıcısı İzin Belgesi olmayan) esnaf ve sanatkârlar tarafından kömür satışı yapılması ve düşük kalitede ürün satılması hem mahrukatçılık mesleğinde haksız rekabet yaratmaktadır.

İlgili Mevzuat

13.01.2005 tarih ve 25699 sayılı Isınmadan Kaynaklanan Hava Kirliliğinin Kontrolü Yönetmeliği ile 2010/14 sayılı Hava Kirliliğinin Kontrolü ve Önlenmesi Genelgesi

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü yetkilisi, Hava Yönetimi Daire Başkanlığı'nın asli görevlerinden birisinin ısınmadan kaynaklı hava kirliliğinin denetlenmesi ve önlenmesi olduğunu belirtmiştir. 2005'te yayınlanan mevzuatta ısınma amaçlı olarak kullanılacak yakıtların neler olduğu, bu ürünlerin denetimden geçmesi gerektiği, ısınma amaçlı bir yakıt piyasaya sürülecekse torbalanması gerektiği ve başka bir ilde satılacaksa o ilden satış yönetim belgesi alınması gerektiği bilgilerinin yer aldığını ifade etmiştir.

2010/14 sayılı Hava Kirliliğinin Kontrolü ve Önlenmesi Genelgesi ile alınacak belgelerin, usul ve esaslarının belirlendiğinin ve idari yaptırımların tanımlanmış olduğunun altını çizerek, Türkiye'de yıllık 12 milyon ton kömürün ısınma amaçlı tüketilmekte olduğunu belirtmiştir. Bunun 7 milyon tonunun ithal, 5 milyon tonunun yerli kömür olduğunu, yerli kömürün 2 milyon tonunun ise her yıl 2 milyon aileye Sosyal Yardımlaşma Vakfı aracılığıyla dağıtılmakta olduğunu ifade etmiştir.

Ülkemize kömür ithal edilirken gümrük bölgelerinde analizler yapıldığını, her bir partiden sadece bakanlığın limit değerlerine uygun olanların iç piyasaya satışına izin verildiğini, yerli kömür için de aynı uygulamanın yapılmakta olduğunu söylenmiştir. Benzer şekilde sosyal yardımlaşma amacıyla dağıtılan kömürlerin de aynı denetime tabi olduğu dile belirtilmiştir. Bunula beraber, katı yakıt satabilmek için, katı yakıt satışıyla ilgili iş yeri açma ve çalışma ruhsatı istendiğini, ek olarak, esnaf ve sanatkâr odasına kayıtlı olduğuna dair belge alınması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Düzenli denetimlerin Çevre ve Şehircilik Bakanlığı İl Müdürlükleri ve yetki devri yapılmış ise belediyelerce yapıldığı, yönetmeliğe uymayan kömür tespit edildiğinde, kömürün ilk kaynağının tespit edildiği ve satışının engellendiği vurgulanmıştır.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Bu sorun esnaf ve sanatkârlar nezdinde haksız rekabet yaratması sebebiyle ortaya konan bir sorun olsa da halk sağlığı bakımından da sorun teşkil etmesi sorunun önemi arttırmaktadır.
- Hem satış yapanlarının yetkisinin hem de satılan ürünlerin kalitesinin denetlenmesi ve yaptırımların arttırılması önerilmektedir.

2.6.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Kentsel dönüşüm ve artan doğalgaz kullanımı dolayısıyla, yeni yapılan binalarda soba düzeneği bulunmadığından, odun-kömür gibi yakacak ihtiyacı da azalmıştır. İlerleyen dönemlerde, yakacak ihtiyacının artması beklenmediği gibi, doğalgaz kullanımının yaygınlaşması ile beraber, talebin daha da düşmesi beklenmektedir. Uzun vadede, yalnız odun kömürü ile çalışan fırınlara ya da şömine, mangal gibi özel zevklere hitaben yakacak satışı olması beklenmektedir.

Bu değişimden ötürü mahrukatçılık mesleğinin yok olmaya yüz tutmuş mesleklerden olduğu düşünülmektedir. Mesleğe yeni giren işletme sayısının azalarak durması ve toplam işletme sayısının uzun vadede çok düşmesi öngörülmektedir. Ne yazık ki, mahrukatçılık mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bu değişime ayak uydurması mümkün görünmemektedir. Mümkün oldukça iş sahasının genişletilmesi veya tamamen değiştirilmesi gerekmektedir.

2.7. MATBAACILIK

2.7.1. Mesleğin Tanımı

Matbaacılık mesleğinin üzerinde uzlaşılmış kesin bir tanımı bulunmamaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, bu mesleğin tanımı ve kapsamı da farklılaşmıştır. Bilgisayar kontrollü makinelerin üretimde yaygınlaşması bu değişimin en önemli faktörlerinden biridir. Ayrıca, matbaacılık sektöründe, geçmiş yıllarda daha çok erkeklerin yoğun olarak bulunduğu görülmekte iken zamanla kadınların da tercih ettiği bir alan haline gelmektedir.

Meslekî Yeterlilik Kurumunun yayımlanmış resmî meslek standartlarına bakıldığında da teknolojik gelişimin mesleğe olan etkisi görülmektedir[120]. Matbaacılık mesleğinde, matbaa bıçak operatörü (EK 11), ofset baskı öncesi hazırlık operatörü (EK 12), matbaa operatör yardımcısı (EK 13), ofset baskı birim sorumlusu (EK 14), matbaa üretim yöneticisi (EK 15), ofset baskı öncesi birim sorumlusu (EK 16) ve ofset baskı öncesi hazırlık operatörü (EK 17) gibi yayımlanmış meslek standartları bulunmaktadır.

Günümüzde, yaşamın pek çok alanında, basılı ürünler kullanılmaktadır. Dergi, kitap, gazete, plastik poşetler veya kutular üzerindeki baskılar kadar broşürler, kartvizitler hatta takvimler gibi çok geniş bir ürün yelpazesinde baskı kullanılmaktadır.

Sektörün ülkemizdeki durumu incelenecek olursa, matbaaların ve baskı üreticilerinin sayısının, son yıllarda ülkemizde artış gösterdiği söylenebilir. Özellikle ambalaj üreticileri, ihracata yönelmişlerdir ve bu alanda, eğitimli eleman temininde yetersizlikler yaşandığı, proje toplantılarında sık sık dile getirilmiştir. Odak grup toplantıları ve iyi uygulama ve büyük şirket ziyaretlerinde, gençlerin, bu mesleğin olanaklarından yeterince haberdar olmadığı dile getirilmiştir. Sanılanın aksine, üniversitelerin, matbaacılık ve iki yıllık tasarım basım yayımcılık bölümlerinde okuyan öğrenciler, mezun olmadan önce bile iş bulabilmektedir. Mezunlar, üretimde baskı hazırlık, baskı ve baskı sonrası bölümlerde operatör olarak veya üretim birimlerinde şef veya vardiya amiri olarak çalışabilmektedirler. Buna ek olarak, mezunlar, matbaa sarf malzemesi ve makinesi satan firmalarda da satış elemanı olarak çalışma

120 http://portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_meslek_std_taslak&view=taslak_listesi_yeni&msd=2&Itemid=432.

imkânına da sahiptirler. İşsizliğin yaygın olduğu ülkemizde, gençlerin bu sektörün olanaklarından haberdar edilmesi, nitelikli eleman açığının kapanmasına yardımcı olacaktır.

Meslek liselerinin matbaacılık bölümleri bulunmaktadır. Matbaacılık eğitim bölümünde, meslek liselerinin matbaacılık bölümlerine teknik öğretmen yetiştirmek amaçlanmaktadır. Günümüzde, meslek liselerinde, matbaa teknik öğretmeni ihtiyacı fazla olmadığından, mezun olanların daha çok özel sektörde çalıştıkları görülmektedir.

Matbaacılık sektörü, vakıflar, dernekler vasıtasıyla, koordinasyon sağlamakta ve sorunlarını bir araya gelerek paylaşmaktadır. Bunlara örnekler vermek gerekirse; Basım Sanayii Eğitim Vakfı (BASEV), Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD), Kâğıt Karton Ambalaj Sanayicileri Derneği (KASAD), Fleksıbıl Ambalaj Sanayicileri Derneği (FASD), Etiket Sanayicileri Derneği (ESD), Oluklu Mukavva Ambalaj Üreticileri Derneği (OMÜD) ve Teneke Ambalaj Sanayicileri ve İş adamları Derneği (TASİAD) en önemlileridir.

Bu dernek ve vakıflar meslek ile ilgili liselere ve üniversitelerin ilgili bölümlerine destek sağlamaya çalışmakta ve öğrencilere burs imkânı sağlamak için çaba sarf etmektedir.

Matbaacılık sektöründe, teknolojik gelişimin, dünyadaki ve Türkiye'deki durumu karşılaştırılacak olursa, Türkiye'deki teknolojik gelişim seviyesinin, dünyadaki gelişimle aynı seviyede olduğu görülmektedir. Özellikle son yıllarda, matbaacılık sektöründe ihtiyaç duyulan, yüksek teknoloji gerektiren makinelerin ülkemize ithal edildiğini görmek sevindirici bir gelişmedir. Makinelerin ithal edilmesi gerektiğinden, bu sektörde yer almak isteyen esnaf ve sanatkârın, yabancı dil bilmesinde fayda vardır.

Sektörü, detaylarıyla açıklamak gerekirse; bir matbaa üretiminde, üç ana aşama bulunmaktadır. Birinci aşama, baskı öncesi aşamadır. İkinci etapta, baskı faaliyeti yer almaktadır. Üçüncü ve son aşama ise üretim, planlama, kalite kontrol, satış ve pazarlama gibi süreçlerden oluşmaktadır.

Bu aşamaları detaylarıyla açıklayacak olursak; baskı öncesi, dijital alandan gelen tasarımların, baskıya hazırlandığı aşamadır. Bu aşamada, Adobe PhotoShop, Illustrator, Indesign, Quark Xpress, Corel Draw gibi programlarda hazırlanmış tasarımlar, matbaaların baskı öncesi bölümlerinde yine aynı programlar kullanılarak açılmaktadır. Üretime uygun hale getirildikten sonra, renk düzeltmeleri yapılmaktadır. Ardından, ilgili matbaanın teknolojik seviyesine göre, manuel veya dijital olarak montaj işlemine geçilmektedir. Bundan sonra kalıpların hazırlanması gerekecektir. Kalıp hazırlanması ise iki yöntemle yapılabilir. Manuel yöntemde, film çıkışlarının alınmasının ardından, montajlar yardımıyla veya dijital olarak alınmış montajlardan, doğrudan doğruya kalıp hazırlanabilir. Baskı kalıplarının hazırlanması süreci tamamlandıktan sonra, baskıya geçme zamanı gelmiştir.

Baskı hazırlık bölümünde, halen en çok kullanılan baskı sistemi ofset baskıdır. Bu baskı sistemi için tasarım hazırlayabilecek kapasitede eleman sayısı çoktur. Diğer yandan son yıllarda geliştirilmiş olan, flekso, tifdruk ve tipo (letterpress) baskı sistemine uygun tasarım hazırlayabilen eleman yetersizliği göze çarpmaktadır.

İkinci aşama olan baskı aşamasında, ofset, tipo, flekso, tifdruk ve serigrafi gibi çeşitli baskı yöntemleri tercih edilebilir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, dijital baskı yöntemi

de bu yöntemlere eklenmiştir. Baskı altı malzemesi de üretilecek ürünün özelliğine göre değişebilir. Kâğıt, karton veya film malzemeler üzerine baskı yapılabilir.

Bu süreçte maliyet değerlendirilecek olursa, baskı işleminde kullanılan makinenin değeri ve baskı yöntemine hatta makinelerin özelliğine göre maliyet değişkenlik göstermektedir. Genel anlamda 200.000 Euro ile 10.000.000 Euro arasında bir maliyet bulunmaktadır.

Ofset baskı makineleri oldukça pahalıdır bu nedenle söz konusu makinelerin kullanımında, eğitimli eleman istihdam etme eğilimi görülmektedir. Matbaacılık sektöründe, yönetici pozisyonlarında çalışabilmek için, malzeme, makine ve operatör eğilimini anlamak ve üretimde deneyimli olmak gerekmektedir.

Baskı sonrası işlemler ise, kitapların basıldıktan sonra ciltlenmesi, bu işlemler için kırma, katlama, kapak geçirme, şekilli kesim, ayıklama veya yapıştırma gibi faaliyetlerde bulunulmasıdır.

Matbaacılık sektöründe, süreç hızlı bir şekilde akmaktadır bu nedenle mevcut siparişin bitirilebilmesi için bazen olağan çalışma saatlerinin dışında çalışıldığı yoğun dönemler olabilir. Bununla birlikte matbaacılık sektöründe ilerlemek isteyen bir esnaf ve sanatkârın en önemlisi üretimden süreci öğrenmeye başlamasıdır. Matbaadaki üretim planlama, kalite kontrol, satış – pazarlama gibi bölümlerde istihdam edileceklerin, çoğunlukla, bir süreliğine de olsa üretim tecrübesinin olmasında fayda vardır.

2.7.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Matbaa, Arapça kökenli bir kelime olup, "yazı, resim veya şekilleri, kâğıt, deri, kumaş gibi malzemeler üzerine özel bir surette basarak çıkaran ve birden çok nüsha haline getirilmesini sağlayan makine veya sistem, basım evi" anlamına gelmektedir[121].

Matbaanın ilk kez ağaç oyma tekniği kullanılarak, M.S. 593'te Çin'de kurulduğu, ilk basılı gazetenin ise M.S. 700'de Pekin'de çıktığı belirtilmektedir. Bilinen en eski eksiksiz basma kitap olan Tianemmen rulolarının MS 868'de basıldığı, ilk kez tek tek harfler dökülerek yapılan baskının da 1040 yıllarında yine Çin'de yapıldığı bilinmektedir. Bununla beraber, Mısır'da bulunan kalıntılarda da, M.S. 500 yıllarında kumaş üzerine ağaç oyma kalıplarla baskı yapıldığı, M.S. 1000-1100 yıllarına dair buluntularda ise aynı teknikle Arapça metinlerin basılmış olduğu görülmüştür.

Modern matbaacılık ise, baskıcılığı İslam ülkelerinden öğrenen Avrupa'da gelişmiştir. 1430 yılında tek tek harflerle baskı çalışmaları yapılmaya başlanmış, 1450'de ise Gutenberg Almanya'da metal harflerle basım tekniğini bularak matbaaya uygulamıştır. Bu yeni basım şeklinin yüksek kaliteli ve ucuz olması nedeniyle kısa sürede başarılı olarak önce Avrupa'da, sonrasında da tüm dünyada yaygınlaşmıştır. "Tipo" baskı adı verilen bu teknik, matbaacılık endüstrisinin temelini oluşturarak 20. yüzyıl sonlarına kadar kullanılmıştır.

Matbaanın Türk insanı ile tanışması ise, Avrupa devletlerinin matbaayı bulmasından 300 yıl sonra İbrahim Müteferrika tarafından gerçekleştirilmiştir. Cumhuriyet dönemine geçildiğinde ise, Türk basım sektörünün hızla geliştiği, 1950'li yılların başında çoğu küçük

121 http://matbaa.nedir.org/

ölçekli olmakla beraber 1000'e yakın basım işletmesinin faaliyet gösterdiği görülmektedir. 1960'lı yılların ortasında, Dünya'daki gelişimi takip ederek, ofset teknolojisi kullanılmaya başlanmış, gelişmiş ülkelerdeki eski teknolojiye sahip makinelerin transferi ile sektördeki işletme sayısı çok hızlı şekilde artmıştır. Yirmi birinci yüzyıla gelindiğinde ise, Türk matbaacılık ve basım sanayi, gelişmiş ülkelerle paralel gelişim göstererek, geleneksel matbaa ve basım işleri hızla bilgisayar ve dijital tabanlı basım işlerine doğru evrim göstermiştir[122].

Matbaacılık sanayi, bilginin yayılımını ve paylaşımını arttırma konusundaki rolü dolayısıyla insanlığın gelişiminde çok önemli bir paya sahiptir. NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 18 no.lu grubu oluşturmakta olup "Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması" başlığı ile tanımlanmaktadır. Teknolojinin gelişimi ile sektörde büyük gelişmeler yaşanmakta ve sektör hızlı bir değişim geçirmektedir.

2.7.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Matbaacılık mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 3990 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %82'si erkek, %18'i ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 46 yaşındadır.

Matbaacılık mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %39'unun lise mezunu olduğu, %32'sinin ilkokul mezunu, %18'inin ortaokul ve %11'inin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 124. Matbaacılık Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	3990	
	Erkek: 3264	Kadın: 726
Yaş Ortalaması	46,01	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	404	11%
Lise Mezunu	1377	39%
Ortaokul Mezunu	633	18%
İlkokul Mezunu	1161	32%

2.7.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Matbaacılık mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %33'ünün 1315 adet işletme ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 697 işletme ile Ege Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 689 adet işletme ile İç Anadolu Bölgesi, dördüncü sırada 513 işletme ile Akdeniz Bölgesi, beşinci sırada 353 işletme ile Karadeniz Bölgesi ve altıncı sırada ise 220 adet işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Matbaacılık mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %5'ini kapsayan 203 işletme sayısı ile Doğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

122 https://www.dunya.com/d/file/2015.01.16_kagitsanayi_raporu.doc

Tablo 125. Matbaacılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	513	13%
Doğu Anadolu Bölgesi	203	5%
Ege Bölgesi	697	17%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	220	6%
İç Anadolu Bölgesi	689	17%
Karadeniz Bölgesi	353	9%
Marmara Bölgesi	1315	33%

2.7.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[123]

Matbaacılık mesleğinde, esnaf ve sanatkâr olmaya karar veren bir girişimci, öncelikle iş yeri açmak için gerekli belgeleri temin etmelidir. Matbaacılık mesleğinde, işe başlangıç süreçleri, mahrukatçılık gibi meslek grubuna özel, özel izin belgeleri gerektirmemektedir. Bununla birlikte matbaacılık sektöründe işe başlangıç için gerekli bilgi ve belgeler bulunmaktadır. Bu belgelerin başında, iki adet fotoğraf gelmektedir ancak şirket işletmesi ise iki adet fotoğraf zorunlu değildir. Nüfus cüzdanı fotokopisi ve ikametgâh belgesi istenilmektedir. Adli sicil kaydı yanı sıra SGK kayıt belgesi de aranmaktadır. Ayrıca, İşletici Kimlik Bildirme Belgesi ve fotokopisi talep edilmektedir. İmza Sirküleri ve Ticaret Sicil Gazetesi fotokopisi istenilmekle birlikte, şahıs işletmesi ise bu belgeler gerekli değildir. Vergi levhası fotokopisi aranmaktadır. Oda faaliyet belgesi ile oda sicil tasdiknamesinin fotokopisi talep edilmektedir. Dükkân esnaf ve sanatkâra ait ise tapu ve yapı kullanma izin belgesi gereklidir. Dükkânı esnaf ve sanatkâr kiralamışsa, kira sözleşmesinin aslı ya da noter onaylı sureti talep edilmektedir. Matbaa dükkânı, bir apartmanda ise, muvafakatname (en az 8 daireli apartmanlarda; apartman yönetim karar defterinde, kat maliklerinin imzalarının bulunduğu, ilgili karar sayfasının noter tasdikli sureti) istenilmektedir. Ticaret odası ya da ilgili odadan kapasite raporu talep edilmektedir. İşyeri Krokisi (yetkili bir kişiye çizdirilmelidir, üzerinde uzunluk ölçüleri, m² toplamı, çizen kişinin kaşesi ve imzası bulunmalıdır) gerekmektedir. İtfaiye Uygunluk Raporu ile ASAT İşyeri Açma Ruhsatı Görüş Belgesi talep edilmektedir. Güvenlik Kameraları ve Kayıt Sistemi bulunmalıdır (700 TVL IR LED dış mekân kamerası ya da 1080 HP HD dış mekan kamerası). Ancak işyeri 60 metrekareden küçükse güvenlik kameraları ve kayıt sistemi zorunlu değildir.

Bu belgelere ek olarak, matbaa işletmeciliğinde, yerine getirilmesi gereken bir takım kriterler bulunmaktadır. Bunları kısaca açıklamak gerekirse: Matbaa işletmeciliğinde m² şartı yoktur. İşyerinin apartman altına açılması durumunda, ses izolasyonu yapılmalıdır. Onay alınmalıdır. (apartman karar defterinde, kat maliklerinin imzalarının bulunduğu, ilgili karar sayfasının noter tasdikli sureti). Tapuda adı geçen mülk sahibinin/sahiplerinin vefat etmiş olması durumunda; "mirasçılık belgesi" çıkartılmalı ve gereken belgeler arasına

123 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

veraset İlâmı fotokopisi de konulmalıdır. Ayrıca kira sözleşmesinde veraset ilâmında adı geçen mirasçının/mirasçıların da imzası/imzaları bulunmalıdır.

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları

Basılı ürünler, günümüzde neredeyse bütün hayat ilişkilerinde kullanılmaktadır. Teknolojinin gelişmesi, matbaacılık mesleğini hem olumlu etkilemiştir hem sektöre girişin sakıncaları arasındadır. Sektör hem emeğe hem sermayeye dayalıdır.

Teknolojik gelişimin matbaacılık mesleğine olumlu etkisi, üretimde kullanılan makinelerin, bilgisayar kontrollü hale gelmesidir. Bilgisayar kontrollü makineler sayesinde, üretim daha pratik ve hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Sektörde çalışan insan profili eskiden büyük oranda erkek iken teknolojik gelişim ve kullanılan makinelerin pratikleşmesiyle birlikte, matbaacılık günümüzde kadınların da çalıştığı bir sektör olarak kabul edilmektedir.

Teknolojik gelişimin, matbaacılık mesleğinde sakınca olarak karşımıza çıkmasının nedeni ise, günümüzde basılı eser yerine giderek artan şekilde dijital eserlerin kullanılmaya başlanmış olmasıdır.

Sektör bir yandan emeğe dayalı bir sektördür. Bununla birlikte gelişen bilgisayar kontrollü makinelerin kullanımı, vasıfsız işçiler tarafından mümkün olmamaktadır. Bilgisayar kontrollü makineleri kullanabilecek deneyim ve vasfa sahip olan işçiler ise daha yüksek maaş talep ettikleri için girişimci için maliyet artmaktadır.

Sektöre Girebilmek İçin Gerekli Sermaye Miktarı

Matbaacılık sektörüne girebilmek için gerekli sermaye miktarı, faaliyet alanın ve potansiyel iş hacminin büyüklüğüne göre değişebilmektedir. Sektöre girmek isteyen kişinin yanında çalıştırdığı kişi sayısı, maliyeti önemli ölçüde etkileyebilir. Özellikle bilgisayar kontrollü makinelerin kullanımı konusunda vasıflı işçi çalıştırmak maliyeti arttırabilmektedir.

Çok geniş çaplı olmadan matbaacılık sektörüne girebilmek için gerekli sermaye miktarı, yaklaşık, 15-20 bin TL'dir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Sektöre girerken dikkat edilmesi gerekli husus, matbaacılık sektöründe, teknolojik gelişimin çok önemli bir yeri olmasıdır. Yeni makineler ve teknolojik gelişimin takip edilmemesi halinde, kar oranı çok hızlı bir şekilde düşüşe geçebilir.

Sektördeki önemli gelişimlerden bir diğeri, gelişmiş ülkelerin, matbaacılık alanında, gelişmekte olan ülkelere yatırım yapmakta olmasıdır. Sektörde ilerlemek ve kar miktarını genişletmek isteyen bir girişimci, yabancı yatırım ya da yurt dışından sipariş almaya gayret etmelidir. Bu sayede, sektörde uzun soluklu bir mevcudiyetin de önü açılacaktır.

2.7.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Matbaacılık mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

2.7.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Matbaacılık günlük hayatta sık kullanılan pek çok ürünü kapsama alanına alan bir meslektir. Dergi, gazete, takvim, kartvizit, davetiye, ürün ambalajları, ilaç prospektüsleri gibi pek çok ürün matbaacılık mesleğinin üretim sahasına girmektedir. Ancak değişen teknoloji, dijitalleşmenin artması, gazete ve dergi okuma alışkanlıklarının internet ortamına taşınması, e-fatura uygulaması ile basılı fiş ve fatura kullanımının azalması gibi gelişmeler matbaacılık ürünlerine olan talebi düşürmüştür.

Matbaacılık mesleğinde kullanılan başlıca hammaddeler kâğıt ve mürekkeptir ve ağırlıklı olarak ithal edilmektedir. Meslekteki dışa bağımlılık artan bir hızla devam ettiği görülmektedir. TÜİK verilerine göre mürekkep ithalatı 2006 yılında 9.815 ton ve 75,4 milyon dolar iken, 2013 yılında 14.548 ton ile 152,4 milyon dolar düzeyine çıkmıştır. Proje kapsamında esnaf ve sanatkâr ile yapılan ankete göre matbaacılık esnaf ve sanatkârının yabancı hammadde kullanımı %64 düzeyindedir. Yapılan odak grup toplantılarında, matbaacılık mesleğindeki yabancı hammadde bağımlılığı ve buna bağlı olarak ortaya çıkan problemler (döviz kurundaki değişimlere karşı korumasızlık, Çin'de hava kirliliği nedeniyle kömürle çalışan fabrikaların üretimi durdurmasıyla tüm dünyada kâğıt temininde sorunlar yaşanması vb.) sıkça dile getirilen sorunlardan olup özellikle SEKA'nın kapatılmasının meslek esnaf ve sanatkârını olumsuz etkilediği sıkça vurgulanmıştır.

Dışa bağımlılık kullanılan hammaddelerde olduğu kadar üretimde kullanılan makineler için de geçerlidir. Yine proje kapsamında yapılan anket verilerine göre matbaacılıkta kullanılan makinelerin %76,6'sı yabancı menşeilidir. Ağırlıklı olarak kullanılan makineler ofset baskı, dijital, tifdruk ve flekso baskı ürünleridir. Maliyetleri düşürdüğünden dijital makinelere yapılan yatırımlar son yıllarda giderek hız kazanmıştır. Tablo 126'da meslekteki makine ithalatına ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 126. Matbaacılık Makine İthalatı

SITC Sınıflamasına Göre Makineler	2006	2008	2010	2012	2013
726 Matbaa ve Ciltleme Makine Parçaları	375,4	316,1	269,2	254,3	277,1
7263 Matbaacılıkta Kullanılan Makineler, Cihazlar vs. Çeşitli Malzemeler	16,7	53	40,8	30,8	30,4
7265 Ofset Baskı Makineleri	205,1	162,5	83,7	74,4	75,4
7266 Diğer Makineler ve Yardımcı Makinler	37,4	49,5	96,1	109	124,9
7268 Ciltleme Makineleri	60,7	18,4	28,4	16,9	17,3
7269 Makine Parçaları (72631, 7265, 7266 için)	55,4	32,8	20,3	23,2	29,2

2.7.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Kâğıt ürünleri sektörü 2014 yılında diğer sektörlere 7,9 milyar TL tutarında ürün satmıştır. Sektör ambalaj sektörüne nihai ürün sağlaması bakımından önem taşımaktadır. Gıda sektörüne yapılan satışlar toplam satışların yaklaşık üçte birlik kısmını oluşturmaktadır. Kâğıt ürünleri sektörünün en fazla ürün verdiği ikinci sektör kimyasal ürünler imalatıdır. Çimento torbası üretiminde kraft türü kağıdın yoğun bir şekilde kullanılması, diğer metalik olmayan mineraller sektörünün kâğıt talebine katkı sağlamaktadır. 2014 yılında kâğıt sektörü diğer sektörlerden 3,2 milyar TL tutarında ürün almıştır. Kauçuk ve plastik ile kimyasal ürünler kâğıt üretiminde yardımcı madde olarak kullanılmaktadır. Tekstil sektöründen temin edilen pamuk lifler ve sentetik elyaflar ise yüksek kaliteli kâğıt (banknot, kartvizit vs.) ve temizlik kâğıtları üretiminde kullanılmaktadır (Çevik, 2016: 23).

Tablo 127. Kâğıt Ürünleri Sektörünün Satım Yaptığı Sektörler - 2014

Sektör	Milyar TL	Pay
Gıda	2,6	33,5
Kimyasallar	0,7	8,3
Diğer metalik olmayan mineraller	0,6	8,2
Tekstil	0,6	7,6
Kauçuk ve plastik	0,5	6,8
Tütün	0,4	5,6
Kayıtlı medyanın basılması	0,4	6,0
İçecekler	0,3	3,4
Giyim Eşyaları	0,3	3,3
Diğer	1,4	17,8
Toplam	7,9	100,0

Kaynak: Çevik (2016)

Tablo 128. Kâğıt Ürünleri Sektörünün Alım Yaptığı Sektörler- 2014

Sektör	Milyar TL	Pay
Kauçuk ve plastik	0,9	26,5
Tekstil	0,7	21,5
Kimyasallar	0,5	16,1
Kayıtlı medyanın basılması	0,2	7,7
Gıda	0,2	7,4
BYS Makine	0,1	4,2
Fabrikasyon Metal	0,1	2,7
Ağaç Ürünleri	0,1	2,5
Ana Metal	0,1	2,5
Diğer	0,3	8,6
Toplam	3,2	100,0

Kaynak: Çevik (2016)

Matbaacılık endüstrisi hızla büyüyen, teknolojiye bağımlı olan iletişim endüstrisinin önemli bir öğesidir (Eke vd., 2015). Basım sanayinde girişim sayısı olarak en yüksek paya yüzde 87,9 ile diğer matbaacılık işleri alt sektörü sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek paya yüzde 85 oranı ile yine diğer matbaacılık işleri alt sektörü sahiptir. Basım sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 82,9 payı ile yine diğer matbaacılık işleri alt sektörü yaratmaktadır. Basım sanayinde en yüksek yatırım yüzde 91,6 payı ile diğer matbaacılık işleri alt sektöründe yapılmaktadır (İSO, 2015). Bunun yanı sıra ambalaj ve etiket gibi yan sektörler de matbaa sektörüne destek olmakta ve dinamizm katabilmektedir. Tekstilden elektronik aletlere, duvar kağıdından otomobillerin gösterge panellerine kadar tüm alanlarda basım üretim teknolojisi kullanılmakta yani matbaacılık mesleğinin çıktıları talep edilmektedir.[124] Sektör, üretimde kullanılan hammaddelerin tedarikçisi olan kâğıt, mürekkep, boya ve çeşitli kimyasalları üreten sektörlerin de alıcısı durumundadır.

2.7.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

İmalat sanayinin önemli alanlarından biri olan Matbaacılık, teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli gelişen bir meslektir. Çok çeşitli basım işlevlerini ve işlerini kapsayan bir sanayi haline gelmiştir. Basım sanayinin en önemli yanlarından birinin, bilginin dolaşımını sağlaması ve böylece küreselleşme sürecine ve toplumsal gelişime katkıda bulunması olduğu söylenebilir. Matbaacılık mesleğine bakıldığında, gazetelerin basımı, dergi, mecmua basımı, baskı öncesi hizmetler, ciltçilik, kayıtlı medyanın çoğaltılması gibi çok çeşitli faaliyetler görülebilmektedir.

Matbaacılık faaliyetleri meslek grubuna kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısının 2016 ESBİS

124 http://www.printondemand.com.tr/matbaa-sektoru-buyuyen-bir-sanayi/ [Erişim tarihi 30.03.2018].

verilerine göre 3990 olduğu görülmektedir. Tablo 129, 2016 yılında matbaacılık faaliyetleri mesleğinde çalışan mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki çalışan sayılarını göstermektedir. Buna göre mikro ölçekli işletme sayısının, küçük ve orta ölçekli işletme sayışlarına göre dikkat çekici olduğu, bununla birlikte ortalama çalışan sayısının birden fazla olduğu görülmektedir.

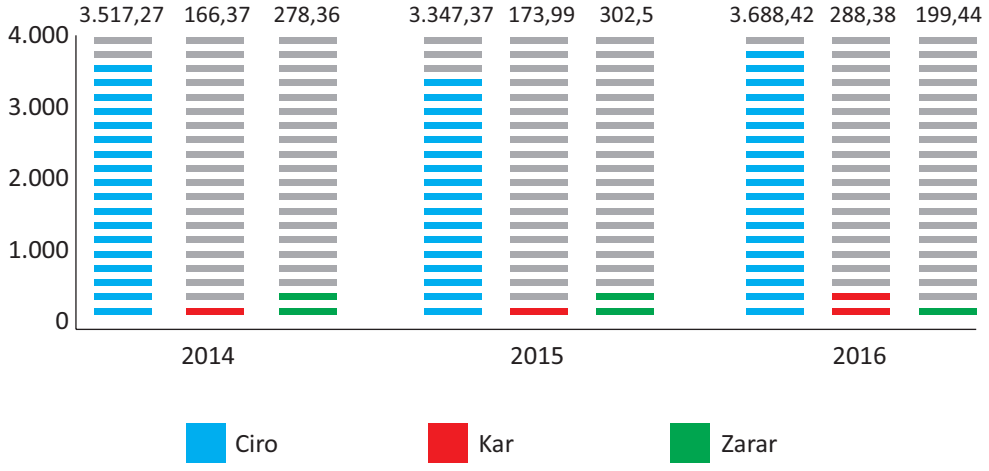
Tablo 129. Matbaacılık Mesleği Çalışan Sayıları

	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	4046	4578	1,13
Küçük Ölçekli İşletmelerde	90	846	9,40
Orta Ölçekli İşletmelerde	3	133	44,42

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 116'de ise matbaacılık mesleğinde faaliyet gösteren işletmelerin 2014, 2015 ve 2016 yıllarındaki toplam ciro, kâr ve zarar durumları gösterilmiştir. Bununla birlikte bu yıllarda matbaacılık faaliyetleri kapsamında çalışan işletme sayılarında da değişmeler yaşanmıştır. 2014 yılında 39997 işletme bulunmaktayken, 2016'da bu sayı 38177'ye düşmüştür. Bu noktada aşağıdaki şekilden de anlaşılabileceği gibi 2014 ve 2015 yıllarında toplam zararın toplam kar düzeyinden yüksek olması önemli bir etken olmuştur. 2016 yılında ise toplam ciroda da 2015'e göre artış gözlemlenirken, kâr düzeylerinde artış ve zarar miktarında da azalma görülmektedir.

Şekil 116. Matbaacılık Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

2006 ve 2012 yılları arasında basım sanayiinde katma değerlerin nominal olarak artmıştır. Bu katma değerin toplam imalat sanayi içindeki payı ise 2012 yılında %1,18 ol-

muştur.[125] Matbaacılık faaliyetlerinin üretim değeri 2012 yılında tüm imalat sanayi içinden %0,93'lük bir pay almıştır.

2.7.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.7.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Basım sanayi ise imalat sanayinin önemli bir parçası olarak görülebilecektir. Matbaacılık mesleğine bakıldığında, gazetelerin basımı, dergi, mecmua basımı, baskı öncesi hizmetler, ciltçilik, kayıtlı medyanın çoğaltılması gibi çok çeşitli faaliyetler görülebilmektedir. Matbaacılık faaliyetlerinin üretim değeri 2012 yılında tüm imalat sanayi içinden %0,93'lük bir pay almıştır.

Basım sanayinin ihracat değerleri Tablo 130'da gösterilmiştir. Buna göre, 2013 yılında ihracat 94,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2005-2013 yılları arasında Türkiye'nin toplam ihracatı içinde basım sanayinin ihracatının payı hemen hemen aynı kalmıştır ve 2013 yılında %0,06 olmuştur.

Tablo 130. Basım Sanayi İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)

Yıllar	İhracat
2005	49,5
2006	54
2007	74,8
2008	82,2
2009	84,7
2010	84,2
2011	89,8
2012	88,8
2013	94,7

Kaynak: Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi, İSO, 2015.

Türkiye'nin matbaacılık alanındaki ihracat pazarları komşu ve yakın ülkeler ile Avrupa Birliği ülkeleridir. Azerbaycan, Almanya, Gürcistan, Irak, KKTC, Suudi Arabistan, Kazakistan ve Yunanistan 2013 yılında ihracat yapılan ülkeler arasında en üst sıralarda yer almaktadırlar.

Türkiye basım sanayi iş hacmi açısından bakıldığı zaman Avrupa'da 8. sırada yer almak-

125 Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi: Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, 2015.

tadır. Ancak bu mesleğin ağırlıklı olarak yurt içi odaklı olarak geliştiğini söylemek mümkündür. Dünya ihracatı içerisindeki payı %0,2 olmuştur. Bu düzeyin, Türkiye basım sanayi için potansiyelin altında olduğunun belirtilmesinde fayda bulunmaktadır.

Türkiye'nin basım sanayi ihracat potansiyeli de aslında bu çerçeve içinden çıkartılabilecektir. Avrupa Birliği ülkelerinin çok önemli bir ticaret ortağı olduğu açıktır. Ancak Almanya dışındaki AB ülkelerine ihracat düzeylerinin arttırılabilmesi için çalışma ve pazarlama faaliyetleri yapılması gerektiği düşünülebilir. Yeni pazarların bulunması için meslek kuruluşları ve devletin ilgili organları birlikte hareket ederek, ihracat düzeylerinin artmasını sağlamaya çalışmalarında fayda olduğu söylenebilir.

2.7.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Matbaacılık esnaf ve sanatkârı, daha hızlı ve daha fazla fonksiyona sahip makinelerin kullanımı ile işletmelerinin hacimlerini ve verimliliklerini arttırabilmektedir. Örneğin, eskiden yalnız tek tip kâğıda baskı yapılabilirken, bugün yeni makinelerin kullanımı ile küçük kartvizitlerden büyük afişlere farklı boyutta ve farklı malzemeler üzerine basım yapılabilmesi mümkün olmaktadır. Bu sayede, iş hacimleri de artabilmekte ve hem karlılıkları hem de rekabet güçleri artmaktadır. Matbaacılık sektöründe, teknolojik gelişimin, dünyadaki ve Türkiye'deki durumu karşılaştırıldığında, Türkiye'deki teknolojik gelişim seviyesinin, dünyadaki gelişimle aynı seviyede olduğu görülmektedir. Özellikle son yıllarda, matbaacılık sektöründe ihtiyaç duyulan, yüksek teknoloji gerektiren makinelerin ülkemize ithal edildiğini görmek sevindirici bir gelişmedir.

Üretimde kullanılan temel teknolojinin yanında, kullanılan bilgi yönetimi teknolojisi de büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda müşteri, sipariş ve envanter bilgilerinin saklanmasını, analiz edilmesini ve raporlanmasına olanak tanıyan ERP (işletme kaynak planlaması) programları kullanılabilmektedir. Depolarda ise aynı programın envanter stoklama (WMS) modülünün kullanımı mümkün olmakla beraber, görüşülen işletmelerde bu tür programların kullanılmadığı belirtilmiştir.

Anket sonuçlarına dayanarak, özellikle araştırma ve satış- pazarlama faaliyetleri için internetin kullanıldığı görülmektedir. Esnaf ve sanatkârlar, gerek iç gerekse dış pazarlarda büyümek isterken, aynı zamanda maliyetlerin düşürülmesi gerektiğini düşünmektedir. Maliyetlerde bir artış olmadan, çıktı miktarı ve çeşitliliğinde gerçekleşebilecek artış, ancak yeni teknolojilerin benimsenmesi ile gerçekleşebilecektir.

2.7.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Matbaacılık alanında meslek örgütleri içinde akla gelen ilk isim Basım Mensupları Derneği (BASMEN) oluyor. Ayrıca çeşitli illerde faaliyet gösteren matbaacılar odalarından da söz etmek mümkündür. Burs toplama ve dağıtma, eğitim faaliyetleri sürdürme, yayılma ve ağını genişletme alanında önemli çalışmalar yürüten Basım Sanayii Eğitim Vakfı (BASEV) ise yakın zamanda UNICEF ile işbirliği içerisinde projeler geliştirmiştir. Son dönemde vakıf yönetimi İTO ve İSO'nun meslek komite toplantılarına iştirak etmektedir.[126]

126 http://www.matbaateknik.com.tr/basim-endustrisinde-sivil-toplum-kurulus-lari-ve-odalar/ [Erişim tarihi: 28.05.2018].

2010 yılından bu yana KOSGEB Destek Programları Yönetmeliği kapsamında uygulamaya alınan "İşbirliği-Güç birliği Destek Programı" ile KOBİ'lerin bir araya gelerek, ortak tedarik, ortak tasarım, ortak pazarlama, ortak laboratuvar ile ortak makine-teçhizat ve benzeri konularda sundukları projeler desteklenmektedir.[127] Teşvikler ve destekler bölümünde daha ayrıntılı incelenen bu destek, yoğun makine yatırımı gerektiren mesleklerden olduğu için matbaacılık için önemli bir olanaktır. Matbaacılık sektöründe faaliyet gösteren işletmeler de daha kaliteli ve verimli imalat yapabilmeleri ve rekabet güçlerini artırmak amacıyla bu desteklerden yararlanabilmektedir.

2.7.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Mesleğe özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.7.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.7.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.7.17. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Baskı teknolojisindeki gelişmeler
- Matbaalarda basılan ürün çeşidinin artması

Zayıf Yönler

- İnternet üzerinde basım yapan işletmelerin varlığı
- Karlılığın artması için gerekli olan basım sayısının yüksek olması

Fırsatlar

- Özellikle ambalaj sektöründe yaşanan gelişmelerin matbaacılık için talebi artırması

Tehditler

- Dijitalleşme ile beraber basılı kitap, defter ve dokümana azalan talep
- Bazı kurum ve kuruluşların fatura, antetli kâğıt vb. basım işlerini kendi bünyelerinde yapmaya başlamaları

127 http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1228/isbirligi-gucbirligi-destek-programi [Erişim tarihi: 24.03.2018].

- Resmi yazışmalarda elektronik belge yönetim sistemine (EBYS) geçiş yapılması
- Baskı için kullanılan beyazlatılmış selülozun Türkiye'de üretilmiyor olması

2.7.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

A) Rekabet İle İlgili Sorunlar

1) İthal Mallarla Rekabet Edememe

Yurt dışından gelen basılı ürünlerde KDV oranı %1 iken, matbaacılık mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârlar işçiliğe %18, kâğıda %8 KDV ödediğinden, yurt dışından gelen basılı ürünler (ajanda, defter vs.) fiyat açısından avantajlı hale gelmektedir.

İlgili Mevzuat

2007/13033 sayılı KDV oranlarına ilişkin genel kararname

2008/13234, 2008/13426, 2008/13902, 2008/14092, 2009/14802, 2009/14812, 2011/1673, 2011/2466, 2011/2604, 2012/2697, 2012/2931, 2012/3594, 2012/4116, 2013/4345, 2013/5595, 2015/7205, 2015/8353, 2016/8705, 2016/8998, 2016/9153, 2016/9542 sayılı kararnameler ile yapılan ek ve değişiklikler.

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Ticaret Bakanlığı İthalat Genel Müdürlüğü yetkilileri, yerli üreticilerin artan ithalata karşı korunmasına yönelik çalışmaları olduğunu belirtmişlerdir. İlgili Bakanlığın esas itibarıyla KDV'ye ilişkin düzenleme yapmasının mümkün olmadığı ifade edilmiş, 2015/6 sayılı Gözetim tebliğinin de yürürlükten kaldırıldığı belirtilmiştir. İthal mallara yönelik olarak, Çin menşeili ürünlere kota getirilerek, bu alandaki sorunların büyük ölçüde giderildiği vurgulanmıştır. Ayrıca, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı arasında bu sorun üzerine görüşülmekte olduğu da eklenmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Hazine ve Maliye Bakanlığının yerli üreticiyi korumak amacı ile yurt dışından ithal edilen nihai ürünler ile esnaf ve sanatkârların yerli üretimi arasındaki KDV farkının eşitlenmesi önerilmektedir.
- Yerli ürünlere karşı rekabet avantajı sağlayan ürünlere kota ya da ek vergi konması faydalı olabilir.

2.7.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Matbaacılık mesleğinde dijitalleşme ve organize matbaalardan kaynaklanan rekabetin artması esnaf ve sanatkârın iş kapasitelerini önemli ölçüde etkilemiştir. Kitapların, gazete ve dergilerin dijital ortama aktarılmasıyla beraber, bu ürünlerin basılı olarak tüketimi azalmıştır. Nesil gençleştikçe, basılı yayın kullanma oranı düşmekte, gençler her türlü işlemlerini dijital ortamda yapmaktadırlar. Buna ek olarak, resmi kurumlarda yazışmalar elektronik belge yönetim sistemi üzerinden işlenmekte, pek çok işletmede faturalar elektronik olarak

gönderilmekte ve böylece basım işleri azalmıştır. Bu eğilimin ilerleyen zamanlarda daha da hızlı bir şekilde devam etmesi beklenmektedir.

Bu bağlamda matbaacılık esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Yerli kâğıt üretimi için fabrikaların tekrar açılmasını sağlamak için meslek kuruluşları aracılığıyla lobi yapmak,
- Organize matbaalarla ve onların fiyat avantajı ile rekabet edebilmek için diğer esnaf ve sanatkârlarla iş birlikleri oluşturmak, kooperatifleşmek
- Yerli ürünlere karşı rekabet avantajı sağlayan ürünlere kota ya da ek vergi konması için meslek kuruluşları aracılığıyla lobi yapmak,
- Kalkınma ajanslarına proje başvurusunda bulunarak teknoloji, inovasyon ve tasarım projelerine yönelerek hem bu alanlarda gelişim göstermek hem de bu projeleri gerçekleştirebilmek için gerekli dış finansman elde etmek
- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek
- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[128]
- Bir modülün açılabilmesi için gerekli olan sınıf mevcuduna ulaşılabilmesi amacıyla diğer esnaf ve sanatkârlarla birleşerek[129], İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı kapsamında, kendi ihtiyaçlarına göre modüler mesleki eğitimler organize ederek bir taraftan çalışanlarının niteliklerini artırırken aynı zamanda devlet tarafından verilen sigorta prim ödeme desteği teşviklerinden daha uzun zaman zarfında yararlanabilmek[130]
- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak

128 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

129 Bir modülün açılabilmesi için en az 10 katılımcı gerekmektedir.

130 18 yaşından küçük vasıfsız erkekler için prim ödeme destek süresi 6 aydır. Mesleki eğitimden geçmiş, "vasıflı" işçiler için İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselmektedir.

2.8. CAMCILIK VE AYNACILIK

2.8.1. Mesleğin Tanımı[131]

Camcılık sektörü, pek çok sektörle yakın ilişki içindedir. Otomotivden, inşaata, gıda ve meşrubattan, ilaç, kozmetik, mobilya hatta boru, elektrik ve enerji gibi temel sanayi alanlarıyla dahi ilişki içindedir. Bu nedenle camcılık sektörünün ülke ekonomisindeki yeri çok büyüktür. Sektörün faaliyet alanı içinde, harmandan veya cam kırığından ısıtma veya eritme yöntemiyle üretilen her çeşit cam ve bu ürünlerin işlemlere sokulmasından elde edilen diğer ürünler de bulunmaktadır.

Cam sektörü temel olarak Gümrük Giriş Tarife Cetveli, Pozisyon 70'de yer alan cam ürünlerinden oluşmakta olup, ana üretim alanlarına göre şu şekilde sınıflandırılmaktadır:

- Mimari Camlar: Düzcam, Kaplamalı Camlar, Isıl İşlem Uygulanmış Camlar, Yalıtım
- Camı Üniteleri, Laminasyonlu Camlar, Opaklaştırılmış Camlar, Buzlu Camlar,
- Aynalar, Telli Camlar, Cam Tuğla, Cam Parke
- Otomotiv Camları: Lamine Camlar, Temperli Camlar, Özel Camlar
- Enerji Camları
- Beyaz Eşya Camları
- Cam Ev Eşyası
- Cam Ambalaj
- Cam Elyafı (cam yünü, cam keçe, fitil, İplik, kırpılmış demet vb)
- Diğer (cam kırığı, cam bilya, cam, ampüller, elektrik lambaları, katod ışın tüpleri, camdan iç gövdeler, sinyalizasyon camları ve camdan optik elemanlar, saat ve gözlük camları, cam tuğla, karo, kiremit, mozaik, camdan laboratuar ve eczane eşyası, cam boncuk vb)

Bu bilgilerden faydalanarak, camcılık ve aynacılık sektörü dâhilinde geçen bazı kavramların teknik açıklamasının yapılması değerlendirmelere ışık tutacaktır. Ayna, nesnelerin görüntüsünü veren, ışığı yansıtan, cilalı ve arkası sırlı cam demektir[132]. Metal yüzeylerin parlatılmasıyla elde edilen aynaya teknik anlamda il ayna denilmektedir. Önceleri, cam levhaların bir yüzeyi cıva amalgamları ile kaplanarak ürün elde edilmiştir. Günümüzde, genellikle cam levhaların bir yüzü, ince bir gümüş tabakası ile sırlanarak ayna ortaya konulmaktadır. Bazen gümüş yerine alüminyum, altın, platin kullanıldığı görülmektedir.

Dalga boyu 0,4 mikrondan küçük olan morötesi ışınları da yansıtan aynalar, alüminyum sırlı aynalardır. Aynalar, düz, küresel ve parabolik aynalar olmak üzere üçe ayrılır[133]. Küresel

131 Camcılık ve aynacılık sektörünün açıklanmasında, https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2013/TOBB-CAM-SEKT-20130924.pdf raporundan yararlanılmıştır.

132 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b07fa3cdd6540.28692443

133 http://www.turkcewiki.org/wiki/Ayna

aynalar ise kendi içerisinde çukur ve tümsek ayna olarak iki çeşittir[134]. İlk ayna, metal yüzeylerin iyi bir şekilde parlatılmasıyla oluşturulmuştur.

Yansıtıcı yüzeyi düz olan aynalara düz ayna denir. Cisimlerin aynada oluşan görünümleri cisimlerden çıkarak aynada yansıyan ışınların uzantılarının kesiştiği yerde oluşur. Bu şekilde oluşan görüntülere zahirî veya sanal görüntü denir[135]. Yansıyan ışınların kendilerinin kesişimiyle oluşan görüntülere ise gerçek görüntü denir. Ayrıca küresel ve parabolik aynalar bulunmaktadır.

Aynacı, ayna yapan ya da satan kimse demektir. Ayna sırcısı, aynacıdan farklı bir terimdir. Ayna sırcısı, astarı oluşturan maddeleri formülüne göre tartıp karıştırmak, temizlenmiş ayna camını gümüşleme masasına yatırmak, camın yüzüne gümüş solüsyonunu sürüp kamalar vasıtasıyla camı tesviye ederek solüsyonun akmamasını sağlamak, belirli bir süre sonra fazla solüsyonu sızdırıp aynayı damıtık suyla yıkamak, kurutma masasında kurutup aynanın kurumuş solüsyonu üzerine şellak (gomalak) veya boya sürerek ayna sırının rutubetten bozulmamasını sağlamak vb. görev ve işlemleri yerine getirir.

2.8.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

2.8.2.1. Camcılık

Cam, TDK Sözlük'te "silisli kumun soda (sodyum) ya da potasyum katılarak yüksek ısıda eritilmesiyle elde edilen, sert, saydam ve kırılgan cisim" olarak tanımlanmaktadır[136]. Cam sanayii cam ambalaj, düz cam, sonsuz filament cam elyafı, cam ev ürünleri, özel cam, madeni yün (cam yünü ve taş yünü), seramik elyaf ve cam hamurları olmak üzere sekiz sektörden oluşmaktadır[137]. Gerek endüstriyel gerekse kişisel kullanım alanı çok geniş olan cam, çok eski yıllardan beri kullanılıyor olup, teknoloji gelişimine paralel olarak gerek üretim teknikleri, gerek kullanıldığı yerler açısından sürekli gelişme göstermektedir.

Şimdiye değin arkeolojik kazılarda bulunan en eski cam ürün M.Ö. 5500 yıllarına ait olup, Mısır'da bulunmuştur[138]. Camın ilk olarak nasıl üretildiğine dair kanıt olmamasına rağmen, kaynaklarda camı ilk olarak Finikeli denizcilerin sahilde kurdukları kampta yakılan kamp ateşinin üzerine soda blokları koymalarının ertesi gününde, kum ve sodanın eriyerek cam oluşturması sonucu şans eseri buldukları ifade edilmektedir[139]. Camdan ilk malzemeler ise yine Mısır ve Mezopotamya bölgesinde bulunmuş olup, M.Ö. 1500'lü yıllara dayanmaktadır.

Cam imalatının devam edebilmesi ve geliştirilmesi amacıyla, M.Ö. 650 yılında Asurlularca "Cam hazırlama kitabı" hazırlanmış, M.S. 1 yılı civarında da üfleme yöntemiyle ilk cam mamul yine aynı bölgede Babilliler tarafından üretilmiştir. M.S 100 civarında, cam üfleme tekniğinin yaygınlaşmasıyla beraber, daha önce yalnız çok zenginlerin erişebildiği

134 http://www.turkcewiki.org/wiki/Ayna

135 http://www.turkcewiki.org/wiki/Ayna

136 www.tdk.gov.tr

137 Avrupa Komisyonu (2001), "Entegre Kirlilik Önleme ve Kontrol (IPPC)- Cam Sanayiinde Kullanılabilecek En iyi Teknikler Hakkında Referans Belgesi" (www.csb.gov.tr/db/ippc/icerikbelge/icerikbelge1147.doc)

138 http://www.historyofglass.com/glass-history/glass-making/

139 (http://izmircamcilar.iesob.org.tr/camin-tarihi/)

cam ürünler, bu tekniğin gelişimi ile birlikte daha yaygın kullanıma erişmiştir. Sonrasında ise, önce Roma İmparatorluğu ardından ise İslami etki ile beraber, cam özellikle dekoratif olarak çok gelişme göstermiş ve dekorasyon alanındaki en önemli malzemelerden biri haline gelmiştir.

1000'li yıllardan sonra ise cam imalatı, Avrupa'da Murano adasında merkezileşmekle beraber, kıta Avrupası'nda 1400'lerin sonları ve 1500'lerin başında önem kazanmıştır. 1500 yılında Angelo Barovier tarafından saydam cam olan "cristallo", 17. Yüzyılda ise, Ravenscroft tarafından kurşunlu camın icat edildiği görülmektedir. Bu icatlarla beraber, camın ışık geçirgenliği, elektriksel özellikleri gelişmiş olup, gerek endüstride, gerekse ev kullanımında kullanımın arttığı görülmektedir[140]. Nitekim bu gelişmeler aynı yıllarda, Hollanda'da mikroskop ve teleskoplarda kullanılmak üzere mercekli camların üretimine yol açmıştır.

1870'lere kadar el ile ve daha çok üfleme tekniği ile üretilen cam, 1870'lerde yarı-otomatik cam üretme makinesinin icadı ile birlikte daha hızlı ve kolay üretilebilir olup kullanım alanı ve talep miktarı açısından da büyük gelişmelere şahitlik etmiştir. Camın kitlesel üretimi ise, 1903'te Owens'ın tam otomatik şişe üfleme makinesi icat etmesi ile beraber mümkün olabilmiştir[141]. 1950 yılının sonlarında ise, Sir Alastair Pilkington'ın uygulamaya koyduğu ve günümüzde de düz camın %90'ının üretim yöntemi olan float cam üretim yöntemi ile cam hızlı ve ekonomik üretilebilen bir malzeme haline gelmiştir.

Ülkemizde küçük atölyelerin dışında, büyük ölçekli cam imalatı, Atatürk'ün talimatıyla İş Bankası iştiraki olan Şişecam A.Ş.'nin kurulması ve 1935 yılında da ilk ürünlerin üretilmesi ile başlamıştır[142].

2.8.2.2. Aynacılık

Ayna, Türk Dil Kurumu sözlüğünde "Işığı yansıtan, varlıkların görüntüsünü veren, cilalı ve sırlı cam" olarak tanımlanmaktadır. Genellikle kişilerin kendi görüntülerine bakıp, kendilerine çeki düzen vermekte kullandıkları bu araç, mimaride ve dekorasyonda da sıklıkla kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, teleskoplar, lazerler ya da daha basitçe otomobil farlarında ve sokak lambalarında da ışığın gücünün yükseltilmesi için yine aynalardan faydalanılmaktadır[143].

İnsan yapımı ilk ayna parlatılmış taş ya da siyah volkanik obsidiyen cam şeklinde kullanılmış olup, en az 6000 yıl öncesinden kalan bu örneklere Türkiye'de rastlanılmaktadır[144]. Daha sonraki zamanlarda ise dayanıklı olmaları, kolay şekil alıp, pürüzsüz hale getirilebilmeleri nedeniyle, ayna yapımında metallerin kullanılmaya başlandığı görülmektedir. 17. Yüzyıla kadar kullanılan metal plakalar, daha sonra yerini bir yüzü çok ince bir metal katmanıyla kaplanmış cam plakalara bırakmıştır. Günümüzdeki aynalara oldukça yakın olan bu aynalar, 14. yüzyılda Venedik'te geliştirilmiştir. Venedikliler cam ve ayna konusundaki

140 http://www.historyofglass.com/glass-history/glass-timeline/

141 Keller, M.E. (1998). The Graham Legacy: Graham-Paige to 1932, Turner Publishing (sf. 29)

142 www.sisecam.com.tr

143 https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2013/TOBB-CAM-SEKT-20130924.pdf

144 http://www.mirrorhistory.com/

uzmanlıklarının yaygınlaşmasını engellemek amacıyla fabrikaları Murano adasına kurarak adaya giriş-çıkış sınırlamaları getirmişlerdir. Ancak, adadan kaçırılan ustalar aracılığıyla teknikler öğrenilmiş ve aynacılık dünyaya yayılmıştır[145]. Günümüzde halen ayna yapımında kullanılan gümüşlü yöntem ise 1800'lü yıllarda Alman kimyager Justus von Leibig tarafından geliştirilmiştir[146].

Cam ayna imalatı, Uluslararası standartlarda 23.12.01 no.lu NACE kodu ile tanımlanmaktadır. Ülkemizdeki en önemli ayna üreticisi Trakya Cam A.Ş. olup, sektörde daha çok esnaf ve sanatkâr şeklinde aynacılar olduğu görülmektedir[147].

2.8.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 3560 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %90'ı erkek, %10'u ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 45,19 yaşındadır.

Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %46'sının ilkokul mezunu olduğu, %30'unun lise mezunu, %21'inin ortaokul ve %4'ünün ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 131.Camcılık ve Aynacılık Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı		3560
	Erkek: 3216	Kadın: 344
Yaş Ortalaması		45,19
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	142	4%
Lise Mezunu	951	30%
Ortaokul Mezunu	661	21%
İlkokul Mezunu	1468	46%

Kaynak: 2016 ESBİS

2.8.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %25´inin 880 adet işletme ile Marmara Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 692 işletme ile İç Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 645 adet işletme ile Ege Bölgesi, dördüncü sırada 444 işletme ile Akdeniz Bölgesi, beşinci sırada 412 işletme ile Karadeniz Bölgesi ve altıncı sırada ise 249 adet işletme ile Doğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma

145 http://www.adalicam.com.tr/ayna.html

146 https://www.livescience.com/34466-who-invented-mirror.html

147 https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2013/TOBB-CAM-SEKT-20130924.pdf

görülmektedir. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %7'sini kapsayan 238 işletme sayısı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 132. Camcılık ve Aynacılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	444	12%
Doğu Anadolu Bölgesi	249	7%
Ege Bölgesi	645	18%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	238	7%
İç Anadolu Bölgesi	692	19%
Karadeniz Bölgesi	412	12%
Marmara Bölgesi	880	25%

2.8.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri[148]

Camcılık ve aynacılık sektöründe, esnaf ve sanatkâr olmaya karar veren bir girişimci, öncelikle gerekli belgeleri temin ederek işe başlangıç sürecini tamamlamalıdır. İşyeri açarken istenen belgeler değişkenlik göstermektedir. Vergi dairesinden istenen belgeler, bildirim formu, kira sözleşmesi veya tapu fotokopisi, işe ilk başlayan kişinin noter onaylı imza sirküleri, ikametgâh belgesi, işe başlama formu ve nüfus cüzdanı örneği olarak özetlenebilir.

Esnaf ve Sanatkâr Sicil Memurluğundan istenen belgeler ise ev ikametgâh belgesi, vergi levhası fotokopisi, nüfus cüzdanı fotokopisi, 1 adet fotoğraf, işlemleri bir başkası takip etmekte ise vekâletnamedir. İlgili meslek odasından istenilen belgeler, vergi odasından istenilen belgeler; vergi levhası fotokopisi, ev ikametgâh belgesi, üç adet fotoğraf, nüfus cüzdanı fotokopisi, sicile kayıt belgesi, vekâletname (işlemleri bir başkası takip etmekte ise). İlgili belediyeden istenilen belgeler, nüfus belediyeden istenilen belgeler; nüfus cüzdanı örneği, vergi levhası, esnaf ve sanatkâr sicil kaydı- oda kaydı belgesi, tapu ve kira sözleşmesinin fotokopisi, iki adet fotoğraf, pul. Açılacak işyeri büyükşehir belediyesi sınırları içinde ise, belediyeden o yerin uygun olduğuna ilişkin onay, noter onaylı muvafakat belgesi (mesken ise kat maliklerinden alınan izin). SGK'dan istenilen bilgeler, işe başlangıç formu ve işe giriş belgesidir.

- *Nüfus cüzdanı sureti, ikametgâh belgesi ve iki adet fotoğraf*
- *Yapı kullanma izin belgesi (yapı kiralıksa, kira sözleşmesinin aslı ve noter onaylı örneği)*
- *Vergi levhası fotokopisi ve ilgili esnaf sanatkâr sicil kaydı fotokopisi*
- *Çöp konteynırı faturası*
- *Sigorta ya da emeklilik cüzdanının fotokopisi*
- *Su abonesi kartlı sayacı*

148 Bu bölümde verilen bilgiler dışında sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

- *İşyeri açma ve çalışma ruhsatı, şahıs adına alınacaksa 1 adet fotoğraf*
- *Şirketler için ticaret sicil kaydı*
- *İtfaiyeden yangın önlemi alınmıştır raporu*
- *Sabıka kaydı*

Sektöre Girişin Cazibesi ve Sakıncaları

Camcılık ve aynacılık sektörü, Türkiye ekonomisinin ihracat alanında öncü sektörlerinden biridir. Camcılık sektöründe, ülkemiz hammadde bakımından oldukça zengindir. Cam üretiminde kullanılan hammaddeler; kum, soda, dolomit, kuvartz ülkemizde bulunmaktadır. Camcılık ve aynacılık sektöründe özellikle 1990'lı yıllardan itibaren gelişim ve ilerleme görülmektedir. Sektördeki kapasite artışı hem yurt içinden hem de yurt dışından yatırımların artmasına sahne olmuştur.

Sektöre Girebilmek İçin Gerekli Sermaye Miktarı

Sektöre girebilmek için gerekli sermaye miktarı, camcılık ve aynacılık sektöründe büyük ölçekli yatırımlar için oldukça yüksektir. Esnaf ve sanatkârlar bakımından camcılık ve aynacılık sektörüne girebilmek için gerekli sermaye miktarı, yaklaşık, 30.000 TL ile 40.000 TL arasında ifade edilebilir.

Sektöre Girerken Dikkat Edilmesi Gerekli Hususlar

Camcılık ve aynacılık sektöründe, yüksek ısı kullanımı ve enerjiye olan ihtiyaç öne çıkmaktadır. Yurt içinde sektöre girerken dikkat edilmesi gereken husus, yurt içi doğalgaz ve elektrik fiyatlarına yönelik olmalıdır. Camcılık ve aynacılık sektöründe, maliyetin %33'ü hammadde ve malzemelerden oluşmaktadır. Maliyetin %12'si işçilik maliyetidir. Enerji ise maliyetin %20'sini kapsamaktadır.

2.8.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Camcılık ve aynacılık mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

2.8.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Camcılık ve aynacılık mesleğinde üretim süreci iki boyutlu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada, büyük ölçekli işletmelerle küçük ve mikro ölçekli işletmelerin üretim faaliyet alanlarının birbirinden büyük ölçüde farklı olduğu söylenebilir. Cam üretimi; düz cam, otomotiv camları, ayna, lamine camlar, kaplamalı camlar, beyaz eşya camları, temperli camlar, cam ev eşyası, cam ambalaj, cam elyafı ve diğer cam ürünlerini kapsamaktadır.

Büyük ölçekli işletmelerin üretimi genellikle, düz cam, temperli cam, otomotiv sanayi için üretilen camlar, enerji camları ve beyaz eşya camlarından oluşmaktadır. Bu çalışmada, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektörü kapsamında büyük ölçekli işletmelerin üretim eğilimlerini değerlendirme kapsamı dışında bırakarak, küçük ve mikro ölçekli işletmelerin üretim sürecine odaklanılmıştır. Bu kapsamda karşımıza esnaf ve sanatkârlar çıkmaktadır.

Esnaf ve sanatkârların üretimi daha çok cam kesimi, cam üfleme, cam balkon, ayna ve çerçeve yapımı üzerinedir. Bu nedenle, esnaf ve sanatkârın aslen büyük ölçekli işletmelerden düz camı, temperli camı girdi olarak alarak, üretim sürecine sokması söz konusudur. Bununla birlikte camcılık ve aynacılık mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârın çalışma alanına göre başka çeşitli girdiler de söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda, çerçeve yapımında kullanılacak olan ahşap veya plastik çerçeve kenarları, cam balkon yapımında kullanılan plastik veya alüminyum şeritler, cam rafların desteklenmesi için kullanılan metal veya plastik tutucular gibi ürünler ara mal olarak kullanılmaktadır. Bunların yanında, cam kesme aletleri, çerçeve kesme aletleri, silikon, yapıştırıcı malzemeler, zımba, ip gibi yardımcı materyallere de ihtiyaç duyulmaktadır.

Camın kendisi aslen sermaye yoğun bir üretim gerektirmektedir. Camcılık ve aynacılık mesleğinde esnaf ve sanatkârlar açısından ise emek ve sermaye yoğunluğunun birbirine yakın olduğu söylenebilecektir.

Camcılık ve aynacılık sektörünün her geçen gün teknolojik gelişmelere de bağlı olarak geliştiği söylenebilir. Bu çerçevede kaplamalı camların da yoğunlukla kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Kaplamalı camlar aslen çevre koruma ve enerji tasarrufu ve enerjinin verimli kullanımı için karşımıza çıkmaktadır.

2.8.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Cam sektörü ürünleriyle inşaat, otomotiv, beyaz eşya, gıda, içki, meşrubat, ilaç, kozmetik, turizm (lokanta gibi), mobilya, boru, elektrik ve elektronik gibi birçok sektöre ve ev kesimine girdi vermektedir. Özellikle düz camda, inşaat ve otomotiv sektöründe yaşanan gelişmelerin etkisi birebir gözlenmektedir. İnşaat sektöründeki, güneş enerjisine yönelik yüksek performanslı camlar ya da otomotivde yeni girilen projeler, düz cam faaliyetlerini etkileyen unsurlardır. Cam ambalaj alanında özellikle gıda ve kozmetik sektöründe gelişen ürün çeşitleri ve dağıtım kanallarında ambalajın önem kazanması, sektörü hareketlendirmektedir (Cam Sektörü Raporu, 2017).

2.8.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Türkiye'de cam ve cam ürünleri sektörünün köklerinin Selçuklu dönemine kadar dayandığı söylenebilir. Osmanlı İmparatorluğu zamanında da, özellikle 17. ve 18. yüzyıllarda önemli gelişmeler yaşamıştır. Cam sektörünün ürettiği ürünler, inşaat, otomotiv, beyaz eşya, gıda, içki, meşrubat, ilaç, kozmetik, mobilya, boru, elektrik ve elektronik gibi çok sayıda sektöre girdi üretmektedir. Cam üretiminde kullanılan en önemli girdiler, kum, soda, dolomit, kuvartz maddeleridir. Bu kaynaklar açısından Türkiye'nin zenginliği, Türkiye cam sanayiinde %98 oranında yerli hammadde kullanmasını sağlamaktadır.

Türkiye'de cam ürünleri sektörünün yaklaşık 2,3 milyar ABD Doları düzeyinde üretim değeri bulunmaktadır. Üretim kapasitesi ise 3,5 milyon tondur. Bununla birlikte sektörde çalışan sayısı yaklaşık 20 bin kişidir. Cam sektöründe ölçek ekonomileri[149] (economies of scale) geçerli olduğu için belirli bir kapasite ile faaliyet göstermek durumundadır. Cam sektörü aslen, kesintisiz üretim gerektiren izabe (ergitme) teknolojisine dayalı yüksek fırınların kullanıldığı bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle üretime ara verilmesi

149 Ölçek ekonomileri;

durumu pek söz konusu olmamaktadır.

Türkiye'nin üretim kapasitesinin %90'ı Şişecam tarafından karşılanmaktadır.[150] Şişecam hem yurtiçinde hem de yurtdışında üretim yapmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışı toplam üretim kapasitesi ise yaklaşık 4,7 milyon tondur. Cam ve cam ürünleri alanında Türkiye'deki en büyük üretici olarak karşımıza çıkan Şişecam 150 ülkeye ihracat yapmaktadır. Düz cam üretiminde, inşaat ve otomotiv sektöründe ortaya çıkan gelişmelerin etkisi doğrudan gözlemlenebilmektedir.

İstanbul, cam ve cam ürünleri üretiminde hem üretici sayısı, hem kapasite miktarı hem de üretim faaliyetlerinin çeşitliliğinin en yoğun olduğu şehirdir. İstanbul'dan sonra Kırklareli, Mersin, Bursa, Eskişehir, Konya, Ankara, İzmir ve Kayseri şehirleri bulunmaktadır.

Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti meslek grubunda 2016 ESBİS verilerine göre 3560 esnaf ve sanatkâr faaliyet göstermektedir. Bu meslek grubunda bulunan mikro ve küçük ölçekli işletmelerdeki çalışan sayıları Tablo 133'de gösterilmiştir. Buradan, cam ve cam ürünleri imalatı üzerine faaliyet gösteren işletmelerin ağırlıklı olarak mikro ölçekli işletmeler olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Mikro ölçekli işletmelerde de ortalama çalışan sayısının yaklaşık bir kişi olduğu görülmekteyken, küçük ölçekli işletmelerde ortalama çalışan sayısı yaklaşık 10,6 olmuştur.

Tablo 133. Cam ve Cam Ürünleri İmalatı

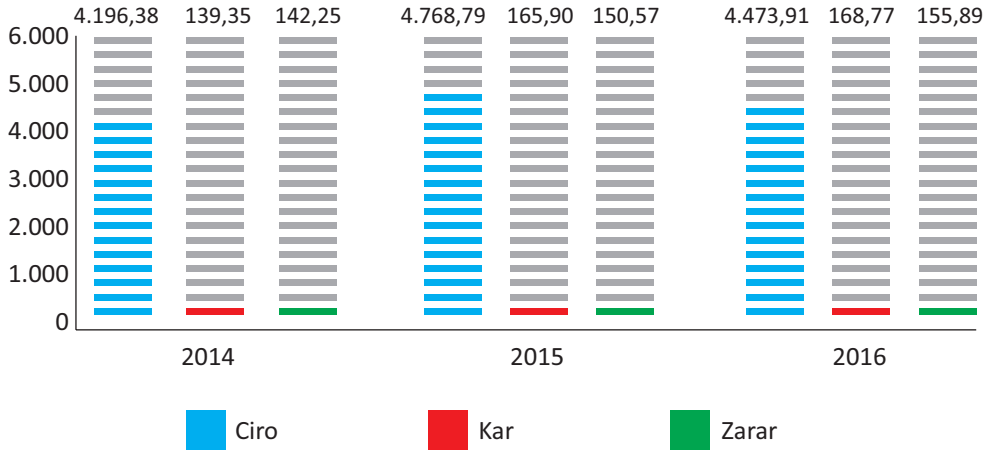
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	2931	2837	0,97
Küçük Ölçekli İşletmelerde	69	731	10,59

Kaynak: ESBİS 2016.

2014 yılında toplam 38587, 2015 yılında 40944 işletme varken 2016 yılında bu sayı düşmüş ve bu meslek grubunda faaliyet gösteren işletme sayısı 36874 olmuştur. Bu durum bazı işletmelerin kapanarak sektörü terk ettiğini düşündürmektedir. Bunun ortaya çıkmasında, meslek grubu için her geçen yıl artan zarar düzeylerinin etken olduğu söylenebilir. Cam ve cam ürünleri imalatı ve ticareti yapan işletmelerin toplam ciro ve kâr–zarar değerleri Şekil 117'de gösterilmiştir.

150 Cam ve Cam Ürünleri Sektörü, ASO: http://www.aso.org.tr/wp-content/uploads/2017/09/12.pdf Erişim tarihi: 10.02.2018.

Şekil 117. Cam ve Cam Ürünleri İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

Cam ve cam ürünleri alanında enerji tüketimi yüksek olmakla birlikte, cam sanayii yüksek katma değerli ürünler geliştirmekte ve çevre koruma ve enerji tasarrufu için önemli katkılar sağlamaktadır. Cam ve cam ürünleri alanında 2010 yılında ortaya çıkan net katma değer yaklaşık 1 buçuk milyar TL iken bu değer 2011 yılında artarak 1,8 milyar TL olmuştur. 2012 yılında ise tekrar düşerek 1,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

2.8.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.8.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Cam, modern ve çok yönlü bir maddedir. Şeffaf olması ve şeklinin bozulmaması önemli özelliklerinden olan cam, koku ve tat vermemesi ve bununla birlikte pek çok kimyasal ürüne karşı dayanıklı olması nedeniyle yiyecek, içecek, kozmetik ve ilaç gibi pek çok ürünün ambalajlanmasında tercih edilmektedir. En basit araç gereçten iletişime, inşaattan süs eşyalarına ve uzay teknolojilerine kadar çok yaygın bir kullanım alanı bulunmaktadır.

Cam sektörü, üretim girdilerinin tamamına yakınını yurt içinde sağlayan, sermaye ve enerji yoğun ve aynı zamanda yüksek kapasite kullanımı ile çalışma zorunluluğu olan bir sektördür.[151] Ayrıca pek çok sektöre girdi sağlayan temel sanayi alanlarından birisidir ve Türkiye ekonomisi açısından önem taşımaktadır.

Türkiye cam ve cam ürünleri sanayi yılda 4,7 milyon ton üretim kapasitesiyle Türkiye'de ve dünyada her geçen gün daha önemli bir konuma gelmektedir. Türkiye cam sanayi, yaklaşık 2,3 milyar Amerikan Doları düzeyindeki üretim değeri ve yaratılan yaklaşık 20 bin kişilik istihdam ile Türkiye ekonomisi için değerli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

151 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 5.

2009 yılından bu zamana dünya cam ve cam mamulleri ihracatında Çin, Almanya ve Japonya en fazla cam ihraç eden ilk üç ülke olarak görülmektedir. Türkiye ise, 2012 yılında 956 milyon ABD Doları cam ihracatı ile dünya sıralamasında 19. Sırada yer almıştır.[152]

Tablo 134. Dünya Cam İhracatı Sıralaması (milyon ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Çin	14.903	12.604	10.325	7.597	9.070	7.250
Almanya	6.518	6.734	6.107	5.867	6.891	6.437
Japonya	6.197	6.687	6.527	4.504	4.683	4.136
ABD	5.292	5.325	4.984	4.145	5.088	4.829
Fransa	3.382	3.681	3.459	3.265	4.281	4.245
İtalya	2.782	3.071	2.737	2.515	3.247	3.107
Tayvan	2.529	2.186	1.592	1.129	1.165	1.116
Belçika	2.414	2.860	2.642	2.603	3.489	3.385
Hong Kong	2.090	1.689	972	619	696	704
Çekya	1.823	1.942	1.736	1.621	2.186	2.084
Meksika	1.569	1.480	1.472	1.170	1.395	1.351
Polonya	1.499	1.552	1.285	1.132	1.545	1.434
Türkiye	956	978	903	839	1.017	829
Dünya Cam İhracatı (*)	72.000	71.036	63.120	53.714	65.313	60.174

(*) Yaklaşık değerdir.

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

Türkiye'de cam ürünlerinin 2012 yılı dış ticaret hacmi 1,599 milyon ABD Doları ve 1,1 milyon ton düzeyindedir. Bu noktada, cam sanayinin de mobilya sektörü gibi dış ticaret açısından artı veren bir sektör olduğu söylenebilecektir.

Tablo 135. Türkiye'nin Toplam Cam İhracatı (milyon ABD Doları ve bin ton)

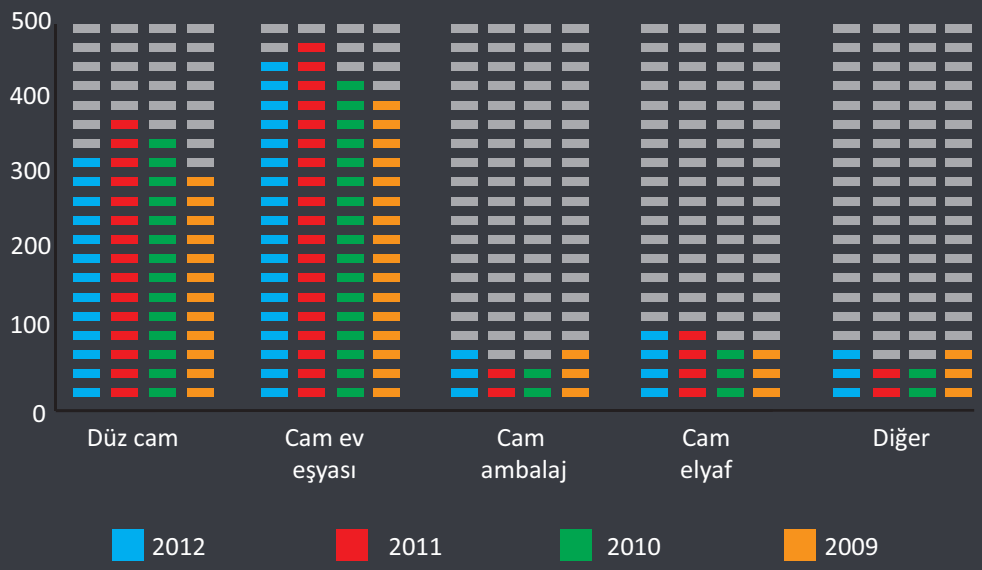
2009		2010		2011		2012	
Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar
839	635	903	720	978	710	956	641

Kaynak: Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

152 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 35.

Cam ve cam ürünleri ihracatının 2008 yılında yaşanan küresel krizden etkilendiği de açıktır. Bu süreç içerisinde 2009 yılında 2008 yılına göre ihracat değerinde %17,5 kadarlık bir azalma söz konusu olmuştur. 2010 itibarıyla ise bir toparlanma sürecine girilmiş, ancak daha sonra yurtiçinde ve dünyada yaşanan siyasi ilişkilerdeki sorunlar ve ekonomik istikrarsızlıklar sektör ihracat düzeylerini olumsuz etkilemiştir. Şekil 118, Türkiye'nin ürünlere göre cam ihracatı miktarlarını göstermektedir. Türkiye'nin en çok cam ihracatı yaptığı ülkeler ise Tablo 136'da gösterilmiştir.

Şekil 118. Türkiye Cam İhracatı (ürünlere göre) (Milyon ABD Doları)[153]



Tablo 136. Türkiye Cam İhracatının En Çok Yapıldığı Ülkeler (Milyon ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Almanya	70	101	72	88	97	97
İngiltere	69	58	50	57	61	63
İtalya	67	78	58	60	67	62
Fransa	39	48	48	52	58	56
Irak	17	31	32	34	50	43
ABD	38	34	27	31	32	38
Bulgaristan	16	22	20	22	24	36
Rusya Federasyonu	31	43	16	25	27	32
Azerbaycan	12	19	18	21	24	31
İspanya	25	35	26	29	33	31
TOPLAM	829	1.017	839	903	978	956

Kaynak: International Trade Center, Trade Map- Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, 2013

153 Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB, sy. 45.

Cam sanayi, inşaat, otomotiv, enerji, beyaz eşya, gıda – kozmetik gibi sektörlerle de sürekli etkileşim içinde bulunmaktadır. Bu nedenle sürekli olarak gelişmeye, yenilenmeye açık bir üretim süreci gözlemlenebilmektedir. Türkiye cam ve cam ürünleri sektörü üretim kapasitesi ile Avrupa'da ve dünyada üst sıralarda yer almaktadır. Şişecam Cam Sektörü Raporu'na göre, üretim kapasitesi olarak cam ev eşyasında dünyada 3., Avrupa'da 2.; cam ambalajda dünyada 5., Avrupa'da 4. ve düzcamda ise dünyada 6., Avrupa'da 4. Konumda bulunmaktadır.

Bu özelliklerinin de etkisiyle, Türkiye'de cam ve cam mamullerinin ihracat potansiyelinin yüksek olduğu söylenebilecektir. Bu noktada, yeni pazarların bulunması, özellikle ABD ve Uzakdoğu ülkelerine ihracat olanaklarının araştırılması önemli olacaktır.

2.8.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Cam, özellikle son yıllarda inşaat sektörü tarafından kullanılan en önemli malzemelerden biri haline gelmiştir. Geleneksel olarak, binaların gün ışığı ve hava alması için kullanılan cam kısımlar, günümüzde estetik ve performans açısından son derece geliştiğinden, ses yalıtımı, ısı yalıtımı, güvenlik gibi ihtiyaçlara cevap verebilmektedir. Üretim teknolojisinde yaşanan gelişmeler, cam ve ayna ürünlerinde kullanım alanlarını yukarıda örneklendirildiği gibi yaygınlaştırmakta ve bu sayede pazarın büyümesine olanak sağlamaktadır. Ülkemizde, malzeme bilimi üzerine çalışan üniversitelerde ve Şişecam gibi büyük şirketlerde, cam ve cam imalatı üzerine araştırmalar yapılmakta olup, gerek yeni kullanım alanları, gerek performans ve estetik özellikleri gerekse üretim yöntemleri üzerine gelişmeler sağlanabilmektedir.

Proje kapsamında yer alan esnaf ve sanatkâr, cam imalatından çok cam ürünlerin montajını yapmaktadır. Ancak yine de müşterilerine sunacakları yeni ürünleri takip etmek durumundadırlar. Buna ek olarak, kullanılan makine-teçhizat da zaman içinde daha fazla fonksiyon barındıracak şekilde gelişmektedir. Öte yandan, internet yeniliklerin takibi, yeni makinelerin kullanımının gösterildiği bir alan olup, esnaf ve sanatkâr interneti mesleki ilerlemesinde kullanabilmektedir. Anket verilerine göre, incelenen meslekler arasında, kendi işletmesine ait web sayfası olma durumu en az sıklıkla camcılık ve aynacılık mesleğinde görülmektedir.

2.8.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

İlki 2010-2012 yılları arasında başarılı bir şekilde uygulanan ve Türkiye Cumhuriyeti ile Avrupa Birliği (AB) tarafından ortaklaşa finanse edilen KİTUP II Projesi, 2014 yılı Eylül ayında uygulanmaya başlanmıştır. Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı'nın (IPA) 4. Bileşeni olan İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Operasyonel Programı kapsamında uygulanan Proje; Teknik Destek, Hibe Programı ve Mal Alım bileşenlerinden oluşmaktadır.

Sektörde faaliyet gösteren firmalar üniversite-sanayii işbirlikleri bağlamında üniversitelerin ilgili bölümlerin akademisyen ve öğrencilerini içeren ortak projelere imza atabilmektedirler.[154]

154 Örneğin bkz. http://www.kampushaber.com/sisecam-cam-ambalaj-karabuk-universitesi-isbirligi/7212/ [Erişim tarihi 30.03.2018].

2.8.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Mesleğe özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.8.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.8.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

2.8.17. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönler

- Ölçek ekonomisi ile düşük maliyetli üretim
- Yüksek teknolojiye sahip firmaların varlığı
- Yüksek ürün çeşitliliği
- Devlet tarafından verilen destekler

Zayıf Yönler

- Yüksek enerji maliyeti
- Meslek eğitiminin yetersiz olması
- Kalifiye eleman bulmada sıkıntılar
- Üretilen ürünlerin çoğunun katma değeri yüksek ürünler olmaması
- Teşvik ve destekleri kullanmada yetersiz kalınması

Fırsatlar

- Yeni mimari yapılarda camın daha fazla kullanılıyor olması
- Kentsel dönüşüm çerçevesinde artan cam ihtiyacı
- Yakın coğrafyada oluşacak yeniden yapılanma çerçevesinde ihtiyaç duyulacak cam ürünler

Tehditler

- İthal hammadde ve enerji maliyetlerinin dövize endeksli olması

2.8.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

Bölüm 6.13'de sektör geneli için dile getirilen sorunlar dışında tespit edilen sorun bulunmamaktadır.

2.8.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Camcılık ve aynacılık ürünlerinde tasarım ve ürün farklılaştırmasının orta ve uzun vadede tüketici taleplerini ve dolayısıyla ürün arzını şekillendirmesi beklenmektedir. Bu sektördeki tasarımların gelişmesi ve markalaşma sürecinin tamamlanması ile kar marjı artabilecek, modern üretim tekniklerinin kullanımı ile verimlilik artışı sağlanabilecektir. Nanoteknoloji ve malzeme mühendisliği alanındaki gelişmelerden yararlanmak, bu teknolojileri ürün tasarımlarına entegre etmek işletmeleri ulusal ve uluslararası rekabette öne çıkaracaktır.

10. Kalkınma Planına[155] göre, cam ve seramik malzeme ile üretilecek rekrafter, yarıiletken ve benzeri ileri özelliklere sahip mühendislik seramikleri ile, yüksek çözünürlükteki ekran camlarının da üretimdeki payının artması beklenmektedir. Bununla beraber, aynı planda, bu tür ürünlerde sürdürülebilir üretime yönelik yatırımların özendirilmesi önerilmektedir.

Sürdürülebilirlik kavramına paralel olarak gelişmesi öngörülen bir diğer alan da, düşük karbon salınımlı ve yüksek enerji tasarrufu sağlayan Low-E camların kullanımının artmasıdır. Bu özelliklerdeki cam ürünlerinin kullanımı ile, önemli ölçüde tasarruf sağlanabildiğinden, özellikle yeni inşaatlarda bu ürünlerin kullanımı teşvik edilmektedir. Uzun ve orta vadede, artan çevre kirliliği ve enerji tasarrufu baskısı ile, yapılarda bu camların kullanımının zorunlu hale gelmesi beklenmektedir.

Bu bağlamda camcılık ve aynacılık esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Navlun giderlerinin azaltılması amacıyla nakliye şirketleri ile anlaşma yapmak
- Demiryolu ile taşımacılığın artması için lobi yapmak
- Yüksek çözünürlüklü ekran camları gibi katma değeri yüksek cam ürünleri imalatı için gerekli teknoloji yatırımlarını yapmak ya da bu konularda teşvik oluşturulması için gerekli temasları yapmak
- Uluslararası fuarlara katılımlar sağlanarak farklı ürünleri ve farklı kullanım şekillerini izleyerek bu inovasyonları yurtiçi pazarda uygulamak
- Markalaşma ve kurumsallaşma çalışmalarını arttırmak
- Kalkınma ajanslarına proje başvurusunda bulunarak teknoloji, inovasyon ve tasarım projelerine yönelerek hem bu alanlarda gelişim göstermek hem de bu projeleri gerçekleştirebilmek için gerekli dış finansman elde etmek
- Kampanya, tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ağırlık vermek

155 10. Kalkınma Planı, https://strateji.sanayi.gov.tr/handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=0b2e-5bf3-d0a4-4b5a-b5af-6ec268843fe8

- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlayarak yurt dışı pazarlara açılım sağlamak ve bilinirliği arttırmak
- Yenilikçi, tasarım ürünlere yönelmek, ürün farklılaştırması sağlayarak prestij fiyatlama (rakiplerinin üstünde fiyatlama) yapabilmek
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlanarak yeni ürün ve teknolojileri takip etmek
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[156]
- Bir modülün açılabilmesi için gerekli olan sınıf mevcuduna ulaşılabilmesi amacıyla diğer esnaf ve sanatkârlarla birleşerek[157], İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı kapsamında, kendi ihtiyaçlarına göre modüler mesleki eğitimler organize ederek bir taraftan çalışanlarının niteliklerini artırırken aynı zamanda devlet tarafından verilen sigorta prim ödeme desteği teşviklerinden daha uzun zaman zarfında yararlanabilmek[158]
- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak

2.9. KERESTE İMAL VE SATICILIĞI

2.9.1. Mesleğin Tanımı

Tomrukların boyuna biçilmesiyle elde edilen ve marangozluk ile inşaat sektöründe kullanılan nitelikli ağaçlara "kereste" denir[159]. Etrafımızda gördüğümüz pek çok ahşap ürünün imal edilmesinde temel alınan, işlenip hazırlanmış olan odunlardır. Diğer yandan inşaat malzemesi, kâğıt ve yakıt yapımında hammadde olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, tahta yalıtkan bir madde özelliği göstermektedir.

Ağaç önce kesilir sonra marangoz işliklerinde kereste hâline getirilir. Keresteler önce sınıflandırılır, sonra kurutulur, gerekiyorsa son işlemler yapılıp en son aşamada satışa çıkarılır. Dünyada kesilen ağaçların yaklaşık yüzde ellisi yakacak olarak diğer yarısı da kâğıt üretiminde ve başka bazı alanlarda kereste olarak kullanılmaktadır. Kullanılacağı yere göre çeşitli ağaçlardan kereste elde edilmesi mümkündür. Sertliklerine bağlı olarak bazı ağaçlar aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır[160];

156 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

157 Bir modülün açılabilmesi için en az 10 katılımcı gerekmektedir.

158 18 yaşından küçük vasıfsız erkekler için prim ödeme destek süresi 6 aydır. Mesleki eğitimden geçmiş, "vasıflı" işçiler için İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselmektedir.

159 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5aba9060bfbab3.13941584

160 Bu araştırmada http://dergipark.gov.tr/download/article-file/302267 adresindeki makaleden yararlanılmıştır.

- Çok Sert Ağaçlar: Ceviz, karaağaç, kara salkım
- Sert Ağaçlar: Kayın, dişbudak, karasakız, karaağaç ve bazı kavak cinsleri
- Yumuşak ağaçlar: Kestane, sarı kavak, selvi, sedir
- Çok yumuşak ağaçlar: Beyaz çam, ladin, ıhlamur, söğüt yapı keresteleri en çok iğne yapraklı ağaçlardan elde edilir.

"n" kesit boyutlarına göre lata, kadron, tahta, azman gibi isimler alır. Yine keresteler 1. 2. ve 3. sınıf olmak üzere sınıflara ayrılmaktadır.

1. Sınıf Keresteler, düzgün bir görünüme sahiptir ve taşıma kapasiteleri fazladır. Özellik gerektiren süreçlerde tercih edilirler.

2. Sınıf kerestelerde taşıma kapasitesi ortalama seviyededir. Binalarda bu tip keresteler kullanılır.

3. Sınıf kerestelerin taşıma kapasiteleri ortalamanın altındadır. Daha çok yapının önemsiz kısımlarında kullanılır.

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Numaraları Kod Sistemine (GTİP) göre kerestenin kod numarası 44.07'dir. Kereste iş piyasasında, hammaddenin, giderlere etkisi çok olduğundan hammadde konusu önem arz eden bir etkendir[161].

Türkiye'de, kereste maliyeti bakımından, odun, %80 oranında kullanılmakta olduğundan, kereste iş piyasası, hammaddeye ilişkin endüstriler kategorisinde, yer almaktadır. Kereste üretim evlerinin, rasyonel bir iş programı izleyebilmeleri, orman işletmeleri ürünlerinin imalat koşulları ile doğru orantılıdır. Başta, hammaddenin ölçülü, istenilen ebat ve nitelikte olması aranmaktadır. Ayrıca, üretim evreleri, rantabilitesi ve kazançlılığı hammadde olarak ele alınan tomruk bakımından değişkenlik gösterir.

2.9.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Kereste, "tomrukların boyuna biçilmesiyle elde edilen ve marangozluk ile inşaatta kullanılan nitelikli ağaç" olarak tanımlanmaktadır[162]. Bir başka tanıma göre ise, odunun biçilmesi, kesilmesi ya da yontulmasıyla elde edilen birbirine paralel en az iki yüzü bulunan parçalar kereste olarak adlandırılmaktadır. Hammaddesi ağaç olan bu malzeme, sanayide, yapılarda, mobilya, masif, lamine ya da laminant parke üretiminde ve levha yapımında kullanılmakta olup farklı sertlikteki ağaçlardan elde edilmektedirler.

Kereste kullanımının milattan önceki devirlerde var olduğuna, hatta ilk medeniyetler olan Mezopotamya ve Mısır medeniyetlerinde kereste ticaretinin yapıldığına ilişkin kanıtlar bulunmaktadır[163]. Ahşap yapılara ilişkin en erken kanıtları, Fransa- Nice yakınında, bir dizi dikme deliği ile ahşap direkler kullanılarak bir kulübe inşa edildiğini göstermektedir. Bozulmamış olarak bulunan en eski ahşap yapı ise kuzeybatı Almanya'da bulunmuş olup yaklaşık 7300 yıl önce inşa edildiği tahmin edilmektedir. Benzer bulgulara göre, milattan önce 500

161 http://www.turkishwood.org/Eklenti/14,kereste.pdf?0&_tag1=7A437668E3A43D5E33F67BD1072522619B1705F8&crefer=9147F9803A0831DDC34FD9E5564F69081BA1E623204562B5FEE548F3AD457FF7

162 TDK, 2017

163 Güran, T. (2004) İktisat Tarihi AOF Yayınları, Eskişehir

yıllarında ahşap kesmek ve şekillendirmek için demir eksenleri, testereler ve keskiler yaygın olarak kullanılmıştır[164]. O dönemlerden itibaren de ağaç ürünleri ve özellikle kerestenin hem inşaat, hem de mobilya sektöründe kullanımı artarak devam etmiştir.

19. yüzyılda buharlı motorun icadından kısa süre sonra, daha önceleri güç unsuru olarak kullanılan rüzgâr ve su yerine buhar kullanılmaya başlanmıştır[165]. Böylece, kerestenin kullanım amacı yakacak olarak da genişlemiş olup, keresteye olan talep artırmış, bununla beraber kereste üretimi açısından da bir teşvik unsuru olmuştur. Özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde, o dönemki hızlı büyüme, keresteye olan ihtiyacın çok hızlı bir şekilde artmasına neden olarak, kereste nakliyesinin hızlanması amacıyla demiryollarının gelişiminin tetiklenmesini sağlamıştır[166]. Bir diğer kaynağa[167] göre ise, İngilizlerin kendi adaları üzerindeki yerli kereste neredeyse yok edildikten sonra, "Yeni Dünya"nın bolluk içerisindeki ormanlarından kereste getirilmesi ve kolaylıkla temin edilebilen keresteler, Amerika'daki erken yerleşimcilere inanılmaz bir kaynak sağladığından, sektör Kuzey Amerika'daki ilk kolonilerle başlayarak hızla gelişmiştir.

Ülkemizde ise, 1800'lerin sonuna doğru gelişmeye başlayan ağaç ürünleri sektöründe, ilk kereste fabrikası 1892 yılında İstanbul'da kurulmuştur[168]. Ardından, 1917 yılında Cide'de bir başka kereste fabrikası kurulmuş olup, Cumhuriyetin ilk yıllarında ülkemizdeki kereste fabrikası sayısının 33'e yükseldiği belirtilmektedir. 1963 yılında planlı kalkınma dönemlerinin başlaması ile sektörün gelişimi de hızlanmıştır. Günümüzde kereste fabrikalarının çoğunlukla Batı Karadeniz bölgesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bunlar içinde Bartın, Düzce, Bolu, Kastamonu, Rize, Ardeşen, Borçka, ve Ordu'da bulunan ve Orman Genel Müdürlüğüne bağlı fabrikalar, yüksek kapasite ile üretim yapmaktadırlar.

Kereste işletmelerinin % 95'i küçük ölçekli işletme yapısında olup, çoğunlukla Kocaeli, Bursa, Mersin, Adana, Kütahya ve Sakarya gibi illerde yoğunlaştığı görülmektedir (TOBB, 2007).

2.9.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Kereste imalatı ve ticareti mesleğinde 2016 ESBİS verilerine göre kayıtlı 5661 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin yaklaşık %93'ü erkek, %7'si ise kadın olup, meslekteki esnaf ve sanatkâr ortalama 47,78 yaşındadır.

Kereste imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın eğitim durumu incelendiğinde, esnaf ve sanatkârın %52'sinin ilkokul mezunu olduğu, %27'sinin lise mezunu, %16'sının ortaokul ve %5'inin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

164 www.encyclopedia.com

165 http://www.encyclopedia.com/science-and-technology/technology/technology-terms-and-concepts/lumber

166 https://www.iww.org/bg/unions/dept100/iu120/lumber/lumber3.shtml

167 www. wikipedia.com

168 https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2012/Orman%20Urunleri%20Rapor_2011.pdf

Tablo 137. Kerestecilik Esnaf ve Sanatkârları

Kayıtlı esnaf ve sanatkâr sayısı	5661	
	Erkek: 5093	Kadın: 395
Yaş Ortalaması	47,78	
Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu		
Üniversite Mezunları	246	5%
Lise Mezunu	1314	27%
Ortaokul Mezunu	797	16%
İlkokul Mezunu	2550	52%

Kaynak: 2016 ESBİS

2.9.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

Kereste imalatı ve ticareti mesleğindeki esnaf ve sanatkârın bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, kayıtların %41'inin 2828 adet işletme sayısı ile Karadeniz Bölgesi'nde yer aldığı, bunu takiben ikinci sırada 1071 işletme ile Karadeniz Bölgesi'nde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Bu bölgelerin ardından, üçüncü sırada 814 adet işletme ile İç Anadolu Bölgesi, dördüncü sırada 809 işletme ile Akdeniz Bölgesi, beşinci sırada 778 işletme ile Ege Bölgesi ve altıncı sırada ise 167 adet işletme ile Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yoğunlaşma görülmektedir. Kereste imalatı ve ticareti mesleğinin en az sayıda olduğu bölge, bu meslekteki toplam esnaf ve sanatkârın %2'ini kapsayan 167 işletme sayısı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak görülmektedir.

Tablo 138. Kerestecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı

Esnaf ve Sanatkârın Bölgelere Göre Dağılımı	Sayı	Yüzde
Akdeniz Bölgesi	809	12%
Doğu Anadolu Bölgesi	403	6%
Ege Bölgesi	778	11%
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	167	2%
İç Anadolu Bölgesi	814	12%
Karadeniz Bölgesi	2828	41%
Marmara Bölgesi	1071	16%

Kaynak: (ESBİS 2016)

2.9.5. Meslekteki İşe Başlangıç Süreçleri

Sektördeki tüm meslekler için ortak olan işe başlangıç süreci ile ilgili bilgiler EK 2'de verilmiştir.

2.9.6. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

Kerestecilik mesleğine özgü belgelendirme ve sertifikasyon bulunmamaktadır.

2.9.7. Meslekteki Üretim Eğilimleri

Yapı işlerinde, marangozlukta ve mobilya imalatında kullanılmak üzere kesilip biçilerek işlenmeye hazırlanmış ağaçlar olarak tanımlanan kerestenin doğal kaynağı ormanlardır. Kereste yapımında, farklı ürünler için farklı sertliğe sahip ağaçlar kullanılmaktadır. Az miktarda da olsa bazı bölgelerde halen yapımı devam eden ahşap evler olduğu gibi, betonarme yapılarda da döşeme, kapı, pencere kasaları, merdivenler gibi bölümler keresteden yapılmakta, demiryolu traverslerinde, nehirler ve küçük denizlerde çalışan mavnaların inşasında, fıçı, sandık, kutu gibi eşyaların yapımında da çeşitli ağaçlardan elde edilen keresteler kullanılmaktadır. Bu bağlamda, ceviz, karaağaç, kara salkım, kayın, dişbudak, karasakız, karaağaç ve bazı kavak cinsleri, kestane, sarı kavak, selvi, sedir, beyaz çam, ladin, ıhlamur ve söğüt ağaçlarını kapsayan pek çok çeşitli ağaç, kerestenin hammaddesi olarak kullanılmaktadır.

Kereste imalat sürecinde, ilk faaliyetin kesilecek olan ağaçların belirlenmesi ve kesilmesi olduğu görülür. Ağaçların kesilmesinde geleneksel olarak insan gücü ve balta kullanılırken, günümüzde uzun ve çift dişli testerelerle kullanılmaktadır. Ağacın yıkılmasının ardından, dalların temizlenmesi, gövdenin ölçülerek kütüklere ayrılması işlemleri gelmektedir. Geleneksel olarak kütükler, biri kesilecek kütüğün üstüne, diğeri altına yerleştirilmiş olan büyük, yuvarlak testerelerle kesilirken, bugünün büyük fabrikalarında yuvarlak testereler yalnız tahtaları düzeltmek gibi küçük işlerde kullanılmakta, kütükler ise büyük bir hızla işleyen şerit testerelerle kesilmektedir. Tomruk kesiminde kullanılan şerit testereler; tam otomatik tandem bıçkı, tam otomatik hidrolik arabalı şerit testere, mekanik ve yarı otomatik arabalı şerit testere, normal şerit testere, markül testere ile küçük ve orta çaplı tomrukların işlenmesinde kullanılan prizma makinesi olarak sıralanabilir.[169] Şekil 119'de tomruğun kesimine göre çıkartılan kereste parçaları gösterilmektedir.

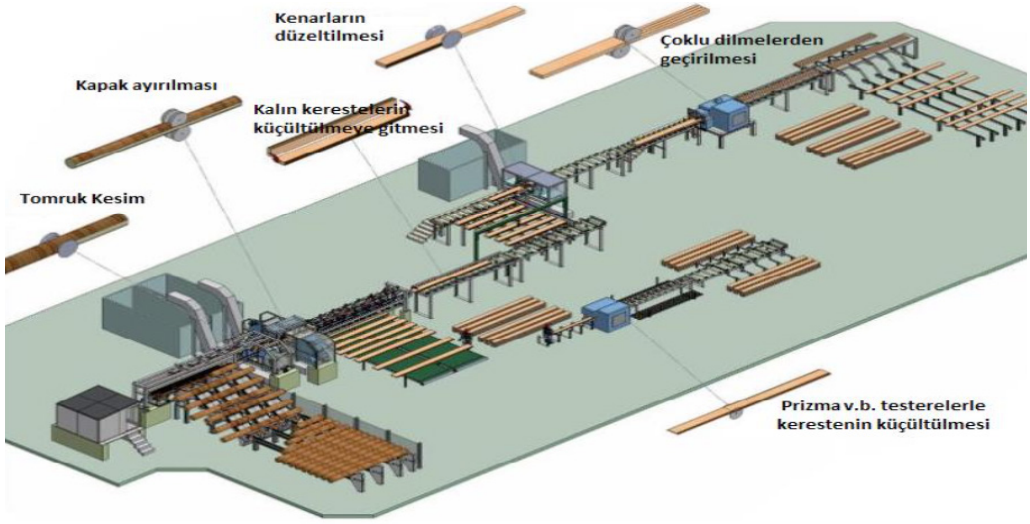
Şekil 119. Tomrukların Kesilmesiyle Elde Edilen Kereste



169 https://www.tobb.org.tr/SanayiMudurlugu/Documents/KapasiteKriterleri/KERESTE%20%C4%B0MALATI.pdf

Kereste fabrikalarından çıkan kerestelerin genel olarak pürüzlü olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, planya tezgahı bulunan bir atölyede talaşı alındıktan sonra istenilen şekil verilmektedir. Bununla beraber, testereden çıkan keresteler taze ve yaş olduklarından, satışa sunulmadan önce kurutulması gerekmektedir. Bunun için de ya uzun süre havalandırma işlemi, ya da özel fırınlarda kurutma işlemi yapılmaktadır. Şekil 120'de kereste üretim süreci şematik olarak gösterilmektedir:

Şekil 120. Kereste Üretim Süreci (Kaynak: Kereste İmalatı, TOBB Raporu[170])



Mesleki Yeterlilik Kurumunca belirlenen Kereste İmalatçısı Ulusal Meslek Standardına göre, kereste imalatında kullanılan araç, gereç ve donanım şunlardır[171]: Anahtar takımı, arabalı şerit testere makinesi, bileme makine ve aletleri, boy ölçülendirme makinesi, çaprazlama / şişirme makine ve aletleri, çoklu dilme makinesi, forklift, istif çıtaları, kesici şerit testereler, manivela demiri, metal detektörü, motorlu zincir testere makinesi, ölçme ve markalama aletleri (kalem, ahşap ve şerit metre, kumpas, pergel vb.), palet, temel el aletleri, tomruk yükleme makinesi, yarma şerit testere makinesi.

2.9.8. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Bilindiği gibi imalat sanayiinde sektörlerin birbiriyle etkileşimlerini anlamak bağlamında ileri ve geri bağlantıların tespit edilmesinin önemi büyüktür. Örneğin belirli bir sektörde doğrudan geri bağlantıların düzeyi ne kadar yüksek ise sektörün diğer sektörlerin çıktılarına daha fazla bağımlı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda keresteciliği de içinde barındıran ormancılık sektörünün diğer sektörlerin üretimine daha az ihtiyaç duyduğu söylenebilir. İleri bağlantılar söz konusu olduğunda durum oldukça farklılaşmaktadır. Keresteciliğin yarattığı çıktılar birçok başka sektörün girdileri durumundadır. Bu bağlamda kerestecilik motorlu taşıtlar ve motosikletler dışında kalan ticaret ve ticaret komisyonculuğu, kara taşımacılığı ve

170 https://www.tobb.org.tr/SanayiMudurlugu/Documents/KapasiteKriterleri/KERESTE%20%C4%B0MALATI.pdf

171 Mesleki Yeterlilik Kurumu, Kereste Imalatçısı Ulusal Meslek Standardı, 2017, https://portal.myk.gov.tr/index.php?dl=2017/11/29/0.932918001511961552_ek_10_kereste___malatc__s____sev__ye_3__rev01.pdf

ormancılık, tomrukçuluk ve ilgili hizmet faaliyetlerinin sunduğu çıktı ve hizmetlerin alıcısı iken; ağaç ve mantar ürünleri imalatı, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı, oteller ve lokantalar, maden kömürü, linyit ve turba çıkarımı gibi sektörlere girdi tedarik eder (Türkiye Orman Ürünleri Meclisi Sektör Raporu, 2015). Kereste, ayrıca, inşaat malzemesi, kâğıt ve yakıt yapımında ham madde olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de kereste üretiminin yaklaşık %70'i inşaat, %20'si mobilya, %10'u ise ambalaj ve diğer sektörlerde kullanılmaktadır.

2.9.9. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

Türkiye'de üretilen kerestenin yaklaşık %70'i inşaat, %20'si mobilya, %10'u ise ambalaj ve diğer sektörlerde kullanılmaktadır. Kişi başına kereste tüketimi is 0,075 – 0,085 metreküp arasındadır.[172] 2016 ESBİS verilerine göre, Türkiye'de kereste imalatı ve ticareti meslek grubunda faaliyet gösteren 5488 esnaf ve sanatkâr bulunmaktadır. Kereste İmal ve ticareti alanında çalışan işletmelerin ağırlıklı olarak mikro ölçekli işletmeler olduğu göze çarpmaktadır. Burada da diğer pek çok meslekte olduğu gibi, mikro ölçekli işletmelerde ortalama çalışan sayısı birin altındadır. Tablo 139, bu konuda detaylı bilgi sunmaktadır.

Tablo 139. Kereste İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları

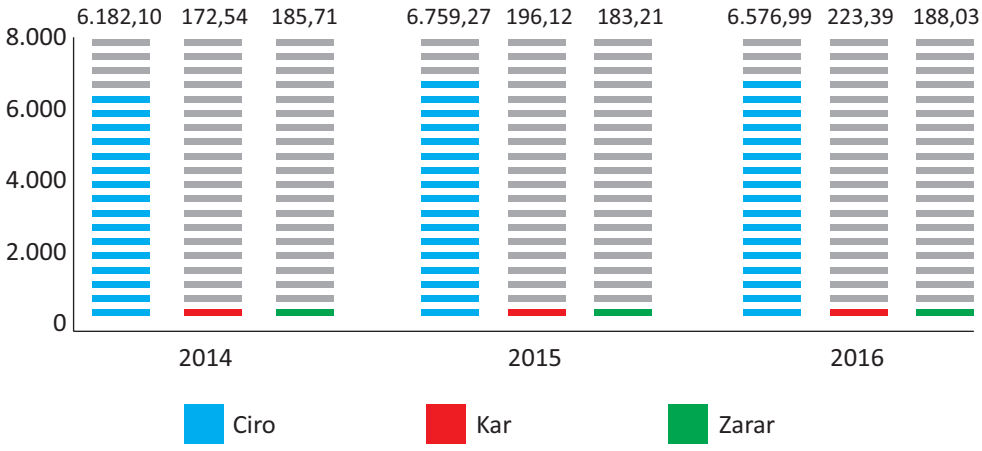
	İşletme Sayısı	Toplam Çalışan Sayısı	Ortalama Çalışan Sayısı
Mikro Ölçekli İşletmelerde	4240	3261	0,77
Küçük Ölçekli İşletmelerde	152	1051	6,91
Orta Ölçekli İşletmelerde	3	19	6,42

Kaynak: SGK 2016.

Şekil 121'da da kereste imal ve ticareti alanında çalışan işletmelerin toplam ciro, kâr ve zarar durumları gösterilmiştir. Buna göre, 2015'ten 2016 yılına kar ve zarar düzeylerinde bir artış olduğu göze çarpmaktadır. Aynı zamanda 2016 yılında kereste imal ve ticareti faaliyetinde bulunan işletme sayısı 2015 yılına göre 2201 azalmıştır. Bu da bu alanda çalışan işletmelerin ortaya çıkan zararlar nedeniyle kapandığını düşündürtmektedir.

172 Orman ve Orman Ürünleri Sektör Raporu, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2012.

Şekil 121. Kerestecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: Hazine ve Maliye Bakanlığı

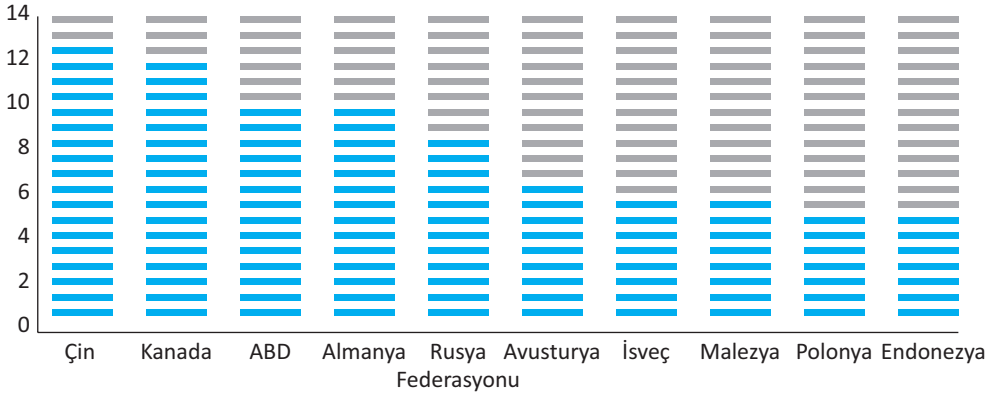
2.9.10. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe, alt sektörlere göre ayrıştırılmış insan kaynakları analizi Bölüm 6.5'te verilmiştir.

2.9.11. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Türkiye'de üretilen kerestenin yaklaşık %70'i inşaat, %20'si mobilya, %10'u ise ambalaj ve diğer sektörlerde kullanılmaktadır. Kişi başına kereste tüketimi is 0,075 – 0,085 metreküp arasındadır.[173] 2013 yılında ağaç ve ahşap eşya dünya ihracatı %11 artmış ve 131,5 milyar ABD Doları olmuştur. 2014 yılında 145,9 milyar ABD Doları ve 2015'te ise daha da artarak 153,9 milyar ABD Doları olmuştur. Dünya ihracatında ise ilk sırada Çin yer almaktadır. Çin'i, Kanada, ABD, Almanya ve Rusya Federasyonu takip etmektedir.[174] Şekil 122, 2015 yılında dünya ağaç ve ahşap eşya ihracatı sıralaması gösterilmektedir. Türkiye bu sıralamada 37. olarak görünmektedir.

Şekil 122. Ağaç ve Ahşap Eşya İhracatı Yapan Ülkeler (2015, %)

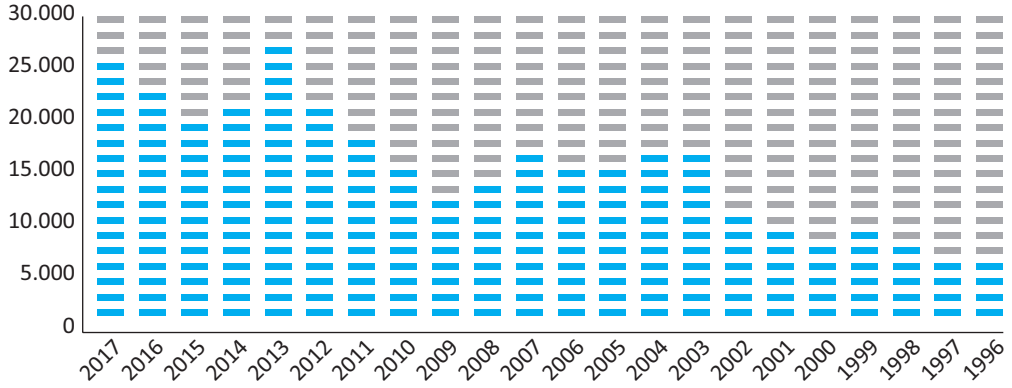


173 Orman ve Orman Ürünleri Sektör Raporu, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2012.

174 Ağaç ve Orman Ürünleri Raporu, Rize Ticaret ve Sanayi Odası, 2017.

2015 yılı verilerine göre, Türkiye'nin en çok ağaç ve orman ürünleri ihracatı yaptığı ülkenin İran olduğu görünmektedir. İkinci sırada Irak bulunurken, onları Türkmenistan, Azerbaycan ve Gürcistan takip etmektedir. Bununla birlikte, 2015 yılında Türkiye ağaç ve orman ürünleri ihracatının 2014 yılına göre azaldığı da dikkat çekmektedir. Türkiye'nin 1996-2017 yılları arasındaki ormancılık ve tomrukçuluk ihracatı aşağıdaki Şekil 123'de gösterilmiştir.

Şekil 123. Türkiye'nin Ormancılık ve Tomrukçuluk İhracatı (Bin ABD Doları)



Kaynak: TÜİK

Türkiye'de kerestecilik alanında ihracatı arttırmanın önemli yollarından birinin üretim kanallarını arttırmak olduğu açıktır. İstanbul İhracatçı Birlikleri sektörel projeksiyonuna göre Türkiye ağaç ve orman ürünleri sektörünün ihracatının 2023 hedefi olarak 1 trilyon ABD Doları değerine yaklaşacağı öngörülmüştür. Burada aslen sektörün dünya ticaretindeki payını 2.3 katına çıkaracağı düşüncesi ve iddiası hâkimdir. Odun ve kereste ihracatında %26'lık bir artış düşünülmüştür. Bu düzeylere ulaşabilmenin yolu tabi ki ihracat potansiyelini iyi değerlendirerek, bunu arttırmak olacaktır. Bunun için de öncelikle yapılması gereken Türkiye'nin ihracat pazarlarındaki rekabet gücünü arttırarak pazar payını arttırmasıdır. Bununla birlikte hedef pazarlarda bilinirliğini arttırması da bir diğer unsur olacaktır. Burada, Avrupa'ya yakınlık ve Avrupa'daki işgücü maliyetlerinin yüksekliği ihracat artışı için pozitif yönde etki yapacak faktörler olmaktadır.

Kaliteli hammadde kaynaklarının arttırılması için çalışalar yapılması da üretimi ve rekabet gücünü arttıracak etkenler olacaktır. Uluslararası pazarlardaki satış ağı ve tanıtım faaliyetlerinin arttırılması da bir diğer önemli unsurdur. Bunların dışında, bu sektörde nakliye önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır ve bu sorunun aşılması için devlet kurumlarıyla birlikte çalışma yoluna gidilmesinde fayda görülebilir.

2.9.12. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

Kerestecilik üretimi ülkemizde özel sektör işletmelerince, Orman Genel Müdürlüğü'nden ihale ile alınan tomruklar ya da aynı şekilde ihale ile ayakta kesim işlemini de içine alarak yapılmaktadır. Bu işletmelerin bir kısmında modern teknolojili makineler yer

alsa da, birçoğunda eski teknoloji ürünü makinelerin kullanıldığı bilinmektedir.[175] Üretim tekniklerine bakıldığında, yıllar boyunca tekniklerin çok fazla değişmediği ve farklı özelliklerde birçok şerit testere kullanıldığı görülmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle şerit testerelerin hızlarının arttığı ve firenin azaltılması yönünde yenilikler yapılmış ve bunlara ek olarak lazer sistemler geliştirilmiştir. Ancak esnaf ve sanatkâr işletmelerinde lazerli kesim makinelerinin kullanımına henüz rastlanmamıştır. Mevcut durumda kullanılan en gelişmiş üretim teknolojisinin hidrolik, pnömatik veya bilgisayar kontrollü makinelerden oluştuğu görülmektedir.

2.9.13. İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

Kerestecilik mesleğine ilişkin faaliyetlerin en önemli paydaşı şüphesiz Orman Genel Müdürlüğü olmaktadır. Müdürlüğün sağladığı çeşitli kredi ve hibe desteklerinin yanı sıra sektördeki ithalata bağımlılığı giderecek, ihracat potansiyelini büyütecek çalışmalar yapılmaktadır (TOBB, 2012). Sahada görüşülen firmaların kamu kurum ve kuruluşlarınca yürütülen destek/teşvik faaliyetlerinden yeterince yararlanmadıkları görülmekle beraber, dönemsel olarak kerestecilik mesleğini yürüten bazı işletmelerin Bölgesel Kalkınma Ajansları tarafından sunulan mali ve teknik yardımlar kapsamında "Teknoloji Yatırımı İle Kapasite Artırımı ve Katma Değerli Ürün Üreterek Rekabet Gücünü Artırma" ve "Yeni Üretim Hattı Kurulmasıyla Tahta Atıklarından Katma Değeri Yüksek Ahşap Mamul Üretimi" gibi projeler yürüttükleri görülmektedir (Kalkınma Ajansları Genel Faaliyet Raporu, 2013). Yakın tarihlerde AKDENİZ Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği üyeleri Ticaret Bakanlığının Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Projesi (UR-GE) kapsamında İsrail'in Tel Aviv ve Kudüs kentlerinde yeni pazarlar için görüşmelerde bulunmuş olması sadece kerestecilik mesleği için değil diğer sektörlerden meslek grupları için de önemli gelişmelerdendir.[176]

2.9.14. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

EK 1'de Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki tüm meslekleri ilgilendiren mevzuata yer verilmiştir. Mesleğe özgü ayrıca bir mevzuat bulunmamaktadır.

2.9.15. Tüketicilerin Mesleğin Ürettiği Mal ve Hizmetlerden Memnuniyet Durumu ve Beklentileri

Tüketicilerin sektörün ürettiği mal ve hizmetlerden memnuniyet durumu ve beklentileri Bölüm 6.7'de verilmiştir.

2.9.16. Mesleğin Rekabet Analizi

Alt sektör bazında rekabet analizi Bölüm 6.9'da yapılmıştır.

175 http://www.tobb.org.tr/SanayiMudurlugu/Documents/KapasiteKriterleri/KERESTE%20%C4%B0MALATI.pdf

176 "Çukurovalı keresteciler İsrail'de," Hürriyet Akdeniz, 18.11.2017 [http://www.hurriyet.com.tr/cukurovali-keresteciler-israil-de-40649577, erişim tarihi: 28.05.2018].

2.9.17. Mesleğin GZFT Analizi

Güçlü Yönleri

- Türkiye'deki yıllık kereste üretim hacminin artışı
- İşçilik maliyetlerinin düşük olması
- İşletmelerin teknoloji kullanımındaki artış
- Kalite bilincinin artarak yüksek kaliteli ürünlerin imalatı

Zayıf Yönleri

- Kalifiye eleman bulunamaması
- Yerli hammadde temininde sıkıntı yaşanması
- Devletin açtığı ayakta kesim ihalelerine katılınamaması
- Ürün standartları bilgisinin yetersizliği,
- Atölye tipi üretimin yaygın olması,
- Ar-Ge çalışmalarının yetersizliği,
- İşletmelerin uluslararası pazarlarda tanıtım eksikliği,
- Ulusal ve uluslararası fuarlara katılım yetersizliği,
- Markalaşma yetersizliği,
- İşletmelerin kurumsallaşamaması,
- Enerji maliyetlerinin yüksek, kalitesinin düşük olması,
- AB Standartlarının bilinmemesi

Fırsatlar

- Keresteyi hammadde olarak kullana inşaat sektörünün büyümesi
- AB'ye üyelik süreci ve ihracat fırsatları
- AB ülkelerinde işçilik maliyetlerinin yüksek oluşu,
- Rusya pazarı ile yakınlık.

Tehditler

- Ekonomik belirsizlikler.
- A.B.D. kereste endüstrisinin hızlı büyümesi

2.9.18. Mesleğe Özgü Sorunlar

A) Rekabet İle İlgili Sorunlar

1) Ayakta Kesim İhalelerine Esnaf ve Sanatkârların Katılamaması

İhalelerin kapsamının büyük tutulması sebebiyle kerestecilik mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârlar bu ihalelere girememekte, bunun yanında ihalelere girebilmek için esnaf ve sanatkârlar odası kaydı istenmediğinden, kerestecilik mesleği dışındakiler de ihalelere katılmaktadır.

İlgili Mevzuat

8631 sayılı Orman Kanunu

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Orman Genel Müdürlüğü yetkilisi, dikili ağaç satışında bölme denilen birim bazında çalışıldığını, daha küçük birimlere dönüşümün mümkün olmadığını belirtmiştir. Bununla birlikte esnaf ve sanatkârların alabileceği büyüklükte ihalelerin de olduğu bilgisi verilerek, Orman Genel Müdürlüğünün internet sitesinde, ihaleler bölümünde hangi gün hangi birimlerin satışa çıktığına ilişkin duyuruların takip edilebileceğini ifade etmiştir. Web sitesinde önceden daha basit bir yazılım kullandıklarını, şu an daha gelişmiş bir yazılım kullandıklarını, ihalelerin de bu yazılım üzerinden görülebildiğini belirtip, yazılımla ilgili sorun yaşayanların kendilerini arayarak bilgi isteyebileceklerini de eklemişlerdir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Dikili ağaçların kesimine ilişkin ihalelerin kapsamının daha küçük tutulması ve ihalelere katılımın oda kaydı gibi bir gereklilik ile sınırlandırılması kerestecilik mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârları korumaya yönelik bir adım olacaktır.
- Devletin önceden kesimi kendisinin yaparak, ağaçları kereste olarak sattığı bilinmektedir. Ayakta kesim ihalelerine geçilmesinin iki şekilde mali zarar yarattığı düşünülmektedir. İlk olarak ağaç kereste olarak satıldığında kâr marjı daha yüksek olmaktadır. İkinci olarak da ihale sonrasında işletmeler kesim işlemini yaparken bilerek veya bilmeyerek ihale edilen alan dışına çıkabilmektedir. Bu noktada, ağaç kesim işlerinin özelleştirilmesinin yarattığı kâr ve zarar durumunun incelenmesi önerilmektedir.

B) Finansman İle İlgili Sorunlar

1) Vadeli İşlem Ücretleri

Kerestecilik mesleği ile uğraşan esnaf ve sanatkârlar teminat mektubu ve kredi kartı ile işlem yapılamamasından ve vadeli işlem ücretlerinin yüksek olmasından şikâyet etmektedir.

İlgili Mevzuat

6377 sayılı Orman Ürünlerinin Satış Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Orman Genel Müdürlüğü yetkilisi, teminat mektubu ve kredi kartıyla işlem yapılabildiğini, sadece üçüncü kişilerin kredi kartının veya teminat mektubunun artık kabul edilmediğini dile getirmiştir. Bunun yanında Vakıfbank ile bir çalışmaları olduğunu, bankanın bir kredi limiti verdiğini, bu limit içerisinde teminat mektubuna gerek olmadan Vakıfbank internet sitesindeki rakam üzerinden satış yapılabildiğini ve bunun taksitlendirebildiğini eklemiştir. Son olarak, vadeli işlemlerde %7,2 yıllık faiz uygulandığını, bunun da enflasyon oranının dahi altında olduğunu belirtmiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Orman Genel Müdürlüğü yetkilisinin yaptığı açıklamaya göre esnaf ve sanatkârlar tarafından dile getirilen sorunun kapsamının farklı olduğu anlaşılmaktadır. Sadece üçüncü kişilerin kredi kartlarının kullanılması önünde engel bulunmaktadır.
- Bu durumda, mali sıkıntılar çeken esnaf ve sanatkârların üçüncü kişilerin kartlarını kullanabilmek istediği, fakat Orman Genel Müdürlüğünün suistimali önlemek ve üçüncü kişilerin korunması adına bu tür bir düzenlemeye gittiği anlaşılmaktadır.
- Bu noktada, en azından esnaf ve sanatkârların ailesinin kredi kartlarını kullanabilmesi nakit sorunu yaşayan esnaf ve sanatkârlar için faydalı olacaktır.
- Vadeli işlemlerde uygulanan faiz oranlarının piyasa şartlarında uygun olduğu görülmektedir. Fakat bu faiz oranının bile esnaf ve sanatkârlara yüksek gelmesi, bu meslekteki esnaf ve sanatkârların yaşadığı maddi sıkıntıları göz önüne sermesi bakımından önemlidir.

C) Diğer Sorunlar

1) Tomruk Ölçümlerine İlişkin Sıkıntılar

Tomruk çapı ölçülürken, ölçümün ağacın en kalın yerinden yapılması böylece tomruk miktarının gerçek miktardan daha fazla hesaplanması ve %1-2 arasında değişen kuruma payının hesaba katılmaması.

İlgili Mevzuat

6377 sayılı Orman Ürünlerinin Satış Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik

İlgili Kamu Kurumunun Görüşü

Orman Genel Müdürlüğü yetkilisi, yaş ağaçta kuruma payının en fazla yarım santimetrelik bir fark yaratabildiğini, ayrıca ölçümlerin standart olarak ortadan yapıldığını belirtmiştir. Ancak bazen yanlış ölçüm yapılabildiğini, bu durumda da esnaf ve sanatkârların ürün depodan kaldırılmadan itiraz etmesi gerektiğini eklemiştir.

Çözüm Önerileri ve Değerlendirme

- Ölçümlerin daha az hata payı ile ve yaş ağacın kuruma payının hesaba katılarak yapılması önerilmektedir.

- Yanlış ölçüm olduğunu düşünen esnaf ve sanatkârların hakları konusunda ve ürün depodan kaldırılmadan itiraz etmesi gerektiği konusunda bilgilendirilmesi yararlı olacaktır.
- Bunun yanında, Orman Genel Müdürlüğünün eleman sayısı konusunda sıkıntı çektiği ve bu nedenle ölçümlerde geçici işçiler çalıştırabildiği ve hata payının bu sebeple artabildiği anlaşılmaktadır. Bu birimler için eleman desteği yapılması ölçüm hatalarının en aza indirilmesine yardımcı olacaktır.

2.9.19. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Kerestecilik mesleğinin orta ve uzun vadeli projeksiyonuna bakıldığında, nitelikli orman arazisi varlığında görülen azalma dolayısıyla sektörde kullanılan ithal tomruklarda artış olduğu ve bu durumun özellikle döviz kuru dolayısıyla risk taşıdığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, devlet tarafından açılan ihalelerde artan oranda dikili kesim ihalesi olması, esnaf ve sanatkârın bu ihalelere katılamamasına yol açmakta, aynı zamanda gerekli tomruğun devlet yerine özel işletmelerden alınması maliyetleri artırmaktadır. Sayılan bu faktörler, sektörün geleceği için riskler olarak sayılabilir. Öte yandan, artan teknoloji ile birlikte, üretimde verimlilik artmakta, eskiden artık olarak nitelendirilen ağaç liflerinin birleştirilerek levha haline getirilerek kullanılması mümkün olmuştur. Bu tür teknolojik imkanların kullanılabilmesi halinde, esnaf ve sanatkârın karlılığı artabilecektir.

Bu bağlamda kerestecilik esnaf ve sanatkârının değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uygulanabilecek strateji önerileri şu şekildedir:

- Orman Genel Müdürlüğü tarafından daha kaliteli ağaç yetiştirilmesi ve düzenli bakım yapılması için meslek kuruluşları aracılığıyla lobi yapmak,
- Ayakta kesim ihalelerine katılabilmek için diğer esnaf ve sanatkârlarla iş birlikleri oluşturmak, kooperatifleşmek
- Tomruk ölçümlerindeki anlaşmazlıkları giderebilmek için ürün depodan kaldırılmadan itiraz etmek
- Kereste üretiminde ileri teknolojiyi kullanarak verimliliği artırmak
- Yurt dışı fuarlara düzenli katılım sağlayarak yurt dışı pazarlara açılım sağlamak ve bilinirliği arttırmak
- Kümelenme modellerinin içerisinde yer alarak tek başına sağlayabileceğinden daha fazla üretim ve müşteri potansiyeli elde etmek
- Diğer esnaf ve sanatkârlar ile iş birliğine yönelik oluşumların içerisinde yer almak ve KOSGEB tarafından verilen "İşbirliği Güç Birliği Destek Programı" gibi teşviklerden yararlanabilmek[177]
- Bir modülün açılabilmesi için gerekli olan sınıf mevcuduna ulaşılabilmesi amacıyla

177 İş Birliği- Güç Birliği programına başvurabilmek için en az 5 ortak gereklidir. Orta- yüksek ya da ileri teknoloji kullanılması durumunda 3 ortak yeterli olabilmektedir.

diğer esnaf ve sanatkârlarla birleşerek[178], İŞKUR tarafından sunulan İşbaşı Eğitim Programı kapsamında, kendi ihtiyaçlarına göre modüler mesleki eğitimler organize ederek bir taraftan çalışanlarının niteliklerini artırırken aynı zamanda devlet tarafından verilen sigorta prim ödeme desteği teşviklerinden daha uzun zaman zarfında yararlanabilmek[179]

- Aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenciler istihdam edilerek hem çekirdekten, kendi işletmelerinin ihtiyaçlarına göre eleman yetiştirirken bir taraftan da bu işçilerin ücretlerinin 2/3'üne varan devlet teşvikinden yararlanmak

178 Bir modülün açılabilmesi için en az 10 katılımcı gerekmektedir.

179 18 yaşından küçük vasıfsız erkekler için prim ödeme destek süresi 6 aydır. Mesleki eğitimden geçmiş, "vasıflı" işçiler için İŞKUR tarafından ödenen prim destek ödemesi süresi de 36 ila 42 ay seviyesine yükselmektedir.

BÖLÜM 3

Sonuç ve Değerlendirme

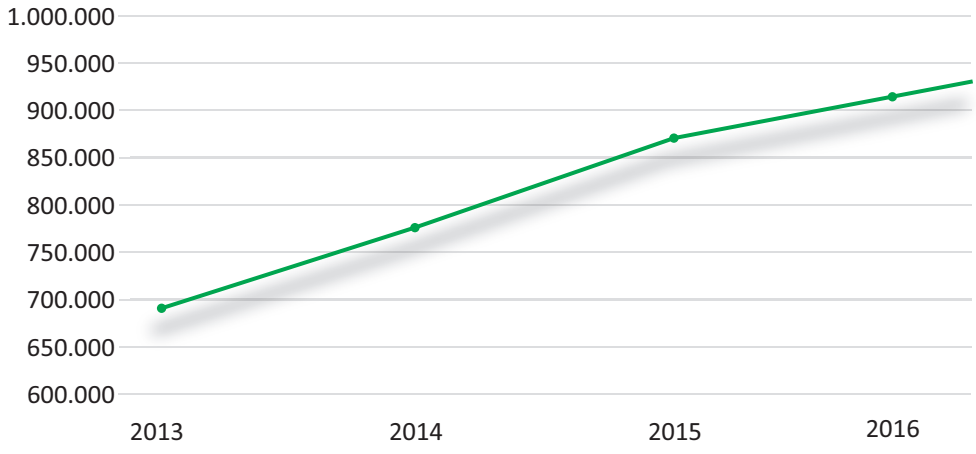
3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

3.1. Genel Değerlendirme

Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki mesleklerin tümü (mahrukatçılık mesleği hariç) tarafından üretilen ürünler, muadili olmayan, tüketicilerin temel ihtiyaçlarından olan ürünlerdir. Bu sebeple, incelenen mesleklerin kısa, orta ve uzun vadede taleplerinde bir azalma öngörülmemektedir. Bunun yanı sıra, artan nüfus, gelir ve refah düzeyindeki iyileşmeler ve kentleşme ile beraber sektörün daha da gelişmesi ve büyümesi beklenmektedir.

Mobilyacılık sektörü, inşaat sektörüne bağlı olarak gelişen ve değişen bir sektör olmasından dolayı talebi sürekli canlı olan mesleklerdendir. Türkiye'deki lokomotif sektörlerden olan inşaat sektörü ve konut satışları son yıllarda sürekli artan bir ivme ile gelişmektedir. Şekil 126 Türkiye'deki konut satışlarının 2013-2017 yılları arasındaki artışını göstermektedir. Bu artan trendin önümüzdeki yıllarda da benzer bir seyir izlemesi beklenmektedir. Kalkınma Bakanlığı tarafından planlanan 2018-2020 dönemine ilişkin Orta Vadeli Program (OVP)'da teşviklerle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da sanayi ve hizmet binaları da dâhil olmak üzere yaklaşık 67 bin konut inşa edilmesi gündemdedir.[180] Benzer şekilde, Irak, Suudi Arabistan, Kuveyt ve Rusya'dan gelen ve her geçen yıl artan konut talepleri inşaat sektörünü ve dolayısıyla mobilyacılık sektörünü canlı tutan etmenlerdendir.

Şekil 124. Türkiye'de Konut Satışları (2013-2018)



Geçmiş yıllarda mobilya dayanıklı tüketim malzemesi olması nedeniyle sık değiştirilen bir ürün değilken değişen yaşam koşulları, artan satın alım gücü, trendlerin ve modanın sık değişmesi ve aynı zamanda takip edilmesi, sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, yaşam alanlarının genişlemesi gibi faktörlerin etkisi ile eski yıllara nazaran daha sık mobilya değiştirebilmektedir. Nitekim proje kapsamında yapılan anket çalışmasında, mobilya değiştirme sebeplerine bakıldığında en fazla seçilen seçenek eskime olmasına rağmen, onu takiben de-

180 Orta Uzun Vadeli Program, 2018-2020, Kalkınma Bakanlığı http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/OrtaVadeliProgramlar/Attachments/14/Orta_Vadeli_Program_2018-2020.pdf

ğişiklik isteği ve modanın değişmesi seçenekleri işaretlenmiştir.

Pek çok sektörde olduğu gibi, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe de işletmelerin rekabette öne geçmesini sağlayan faktörlerin ürün farklılaştırması, kalitesi ve tasarımı olduğu görülmektedir. Mobilyacılık ürünlerinde, cam ve züccaciye ürünlerinde tasarım ve ürün farklılaştırmasının orta ve uzun vadede tüketici taleplerini ve dolayısıyla ürün arzını şekillendirmesi beklenmektedir. Bu sektördeki tasarımların gelişmesi ve markalaşma sürecinin tamamlanması ile kar marjı artabilecek, modern üretim tekniklerinin kullanımı ile verimlilik artışı sağlanabilecektir. Nanoteknoloji ve malzeme mühendisliği alanındaki gelişmelerden yararlanmak, bu teknolojileri ürün tasarımlarına entegre etmek işletmeleri ulusal ve uluslararası rekabette öne çıkaracaktır.

Benzer şekilde, 10. Kalkınma Planına[181] göre, cam ve seramik malzeme ile üretilecek rekrafter, yarı-iletken ve benzeri ileri özelliklere sahip mühendislik seramikleri ile, yüksek çözünürlükteki ekran camlarının da üretimdeki payının artması beklenmektedir. Bununla beraber, aynı planda, bu tür ürünlerde sürdürülebilir üretime yönelik yatırımların özendirilmesi önerilmektedir.

Sürdürülebilirlik kavramına paralel olarak gelişmesi öngörülen bir diğer alan da, düşük karbon salınımlı ve yüksek enerji tasarrufu sağlayan Low-E camların kullanımının artmasıdır. Bu özelliklerdeki cam ürünlerinin kullanımı ile, önemli ölçüde tasarruf sağlanabildiğinden, özellikle yeni inşaatlarda bu ürünlerin kullanımı teşvik edilmektedir. Uzun ve orta vadede, artan çevre kirliliği ve enerji tasarrufu baskısı ile, yapılarda bu camların kullanımının zorunlu hale gelmesi beklenmektedir.

Sektör büyümekte olan ve her daim tercih edilen bir sektör olduğundan faaliyet gösteren işletme sayısının artması beklenebilecekken, diğer taraftan artan rekabet ile sektörden çıkışın da yoğun olduğu bir sektör olduğundan işletme sayılarında önemli bir artış ön görülmemektedir. Bunun yanında, Avrupa Birliği'ne katılım süreci ve iş sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili mevzuatın getirdiği yükümlülüklerden sektörün orta ve uzun vadede etkilenmesi kaçınılmazdır. Yeni düzenlemelere ve mevzuata uyum sağlayamayan işletmelerin sektörden çekilmeleri söz konusu olacaktır.

Matbaacılık mesleğinde dijitalleşme ve organize matbaalardan kaynaklanan rekabetin artması esnaf ve sanatkârın iş kapasitelerini önemli ölçüde etkilemiştir. Kitapların, gazete ve dergilerin dijital ortama aktarılmasıyla beraber, bu ürünlerin basılı olarak tüketimi azalmıştır. Nesil gençleştikçe, basılı yayın kullanma oranı düşmekte, gençler her türlü işlemlerini dijital ortamda yapmaktadırlar. Buna ek olarak, resmi kurumlarda yazışmalar elektronik belge yönetim sistemi üzerinden işlenmekte, pek çok işletmede faturalar elektronik olarak gönderilmekte ve böylece basım işleri azalmaktadır. Bu dönüşümün ilerleyen zamanlarda daha da hızlı bir şekilde devam etmesi beklenmektedir.

Diğer pek çok sektörde olduğu gibi, Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki esnaf ve sanatkâr için en büyük tehditlerden biri alışveriş merkezleridir. AVM'ler sunduğu erişim kolaylığı, ürün, hizmet ve marka çeşitliliği ile tüketiciler için cazibe merkezi yarat-

181 10. Kalkınma Planı, https://strateji.sanayi.gov.tr/handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=0b2e-5bf3-d0a4-4b5a-b5af-6ec268843fe8

maktadır. Esnaf ve sanatkârlar ise bu oluşumlar içerisinde yer alamayarak rekabette geri planda kalmaktadır. AVM tehditinin kısa, orta veya uzun vadede devam etmesi beklenmektedir. Bağımsız bir araştırmaya göre AVM sayısı Türkiye genelinde 2018 yılında %15 büyüyecek ve 2019 yılı itibarıyla AVM olmayan 17 şehir bulunacaktır.[182] Devlet tarafından esnaf ve sanatkârı koruyacak bir düzenleme getirilmediği takdirde ekonominin bel kemiği olan esnaf ve sanatkâr kan kaybetmeye devam edecektir.

Kerestecilik mesleğinin orta ve uzun vadeli projeksiyonuna bakıldığında, nitelikli orman arazisi varlığında görülen azalma dolayısıyla sektörde kullanılan ithal tomruklarda artış olduğu ve bu durumun özellikle döviz kuru dolayısıyla risk taşıdığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, devlet tarafından açılan ihalelerde artan oranda dikili kesim ihalesi olması, esnaf ve sanatkârın bu ihalelere katılamamasına yol açmakta, aynı zamanda gerekli tomruğun devlet yerine özel işletmelerden alınması maliyetleri artırmaktadır. Sayılan bu faktörler, sektörün geleceği için riskler olarak sayılabilir. Öte yandan, artan teknoloji ile birlikte, üretimde verimlilik artmakta, eskiden artık olarak nitelendirilen ağaç liflerinin birleştirilerek levha haline getirilerek kullanılması mümkün olmuştur. Bu tür teknolojik imkânların kullanılabilmesi halinde, esnaf ve sanatkârın karlılığı artabilecektir.

Züccaciye ürünleri, sektör içinde en fazla gelecek vaat eden ürünlerin başında gelmektedir. Sosyal ve demografik gelişmelerin etkisiyle züccaciye ürünlerine talebin arttığı, bu ürünleri değiştirme sıklığının eskiye göre büyük oranda arttığı görülmektedir. Yine aynı eğilimde, elektrikli mutfak aletleri de gün geçtikçe artan bir taleple karşı karşıya bulunmaktadır. Özellikle genç nüfusun çalışıyor olması ile, mutfakta daha az zamanı olması dolayısıyla, pişirme ve hazırlama grubu ürünler daha fazla rağbet görmektedir. Artan bu talebe karşılık yerli üretimde ürün çeşitliliği ve yenilikçilik açısından sevindirici gelişmeler yaşandığı, özellikle markalı züccaciye ürünlerinin dünya çapında tanınırlığının arttığı görülmektedir. Bu sevindirici gelişmelere karşın, mesleğin karşı karşıya olduğu en büyük problem, yerli hammadde ve yarı mamul bulmakta yaşanan sıkıntılardır. Yerli üretimin desteklenmesi halinde, mesleğin potansiyelinin daha iyi şekilde kullanılarak, daha karlı bir ihracat alanı olarak görülmesi mümkün olabilecektir.

Marangozluk mesleği, ahşap malzemelerin, isteğe göre işlenerek ve şekillendirilerek eşya imal edilmesi ile binalarda kapı, pencere, merdiven gibi yapısal elemanların yapımı ile ilgilenmektedir. Bu tanımına bakıldığında, çok geniş bir çalışma alanı bulunan marangozluk mesleği teknolojinin gelişmesi ve farklı malzemelere yönelinmesi ile birlikte mesleğin tehdit altına girdiği görülmektedir. Yapısal elemanlarda PVC ürünlerin kullanımı artarken, diğer yapısal elemanlarda ise cam ve metal aksamın ağırlık kazandığı görülmektedir. Dolayısıyla, marangozluk mesleğinin çalışma alanının mobilya tamiri ve özellikle el işçiliğinin yoğun olarak kullanıldığı ince marangozluk işleri ile sınırlandığı söylenebilir. Ancak, ne yazık ki, oymacılık gibi el işleri de artık CNC makineleri ile çok daha hızlı bir şekilde yapılabildiğinden, bu mesleğin teknolojiye yenik düşeceği öngörülmektedir.

Kırtasiyecilik mesleğinde en büyük tehdit, büyük marketlerin kırtasiye ürünlerini çok ucuza satabilmeleri dolayısıyla, kırtasiyeci esnaf ve sanatkârının müşteri kaybetmesidir. Özellikle satışların en yoğun olduğu okulların açılmasından önceki dönemde diğer işletme-

182 Türkiye AVM Potansiyel Analizi 2017-2019 http://www.evagyd.com/images/yuklenenler/MTVhNzE2Y2E2OGQ0M2Q.pdf

lerin yaptığı etkili fiyat indirimleri ve promosyonlar ile kırtasiye ve kitapçıların satışlarının önemli ölçüde azaldığı görülmektedir. Buna ek olarak, artık yardımcı kitapların satışının azalması, okul kitaplarını devletin sağlıyor olmasının da iş kapasitelerini azalttığı görülmektedir. Buna ek olarak, sektördeki tedarikçilerin özellikle internet kanalıyla müşterilere doğrudan ulaşmaya başlaması, kırtasiyeci esnaf ve sanatkârının fiyatının yüksek kalmasına yol açmaktadır. Tüm bu veriler ışığında, mesleğin ciddi risklerle karşı karşıya kaldığı, hizmet farklılaşması yoluna gidilmezse rekabet gücünü tamamen kaybedeceği söylenebilir.

Değişen yaşam tarzı, artan seyahat miktarı ve insanların daha fazla hatıra tutma isteği ile birlikte, turistik, hediyelik ve otantik eşyalara talep artış göstermektedir. Özellikle artan iç ve dış turizm, bu mesleğe olumlu destek vermektedir. Ürünlere karşı görülen talep önündeki en büyük engel, Uzak Doğu'dan gelen kalitesiz, imitasyon ürünlerdir. Bu ürünlerin yurda girişinin kontrol edilmemesi durumunda, yerli üreticinin el emeği ile ürettiği ürünler pahalı görülecek ve talebi düşecektir. Bu nedenle, özellikle gümrüklerde gerekli denetimlerin yapılması büyük önem taşımaktadır.

Öte yandan, otantik ürünlere de ilginin giderek arttığı görülmektedir. Ancak, geleneksel el sanatları ile üretilen ürünlerde, bu sanatları bilen ustalar çok azalmış ve yeni neslin ilgisizliği dolaysıyla bazı meslekler kaybolmaya yüz tutmuştur. Bu mesleklerin belirlenip, ivedilikle önlem alınmaması halinde, önemli el sanatlarının tarihe karışması riski bulunmaktadır.

Son olarak, mahrukatçılık mesleği ele alındığında, kentsel dönüşüm ve artan doğalgaz kullanımı dolayısıyla, yeni yapılan binalarda soba düzeneği bulunmadığından, odun-kömür gibi yakacak ihtiyacının azalması ile mahrukatçılık mesleğini atıl duruma gelmektedir. İlerleyen dönemlerde, yakacak ihtiyacının artması beklenmediği gibi, doğalgaz kullanımının yaygınlaşması ile beraber, talebin daha da düşmesi beklenmektedir. Uzun vadede, yalnız odun kömürü ile çalışan fırınlara ya da şömine, mangal gibi özel zevklere hitaben yakacak satışı olması beklenmektedir.

3.2. Strateji Önerileri

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektör Analizi projesinde yazılı kaynak taraması, anket çalışması, odak grup toplantıları, iyi uygulama incelemeleri, büyük işletme ve esnaf ve sanatkâr mülakatları ile sektördeki mevcut durum ortaya konulmuş, sorunlar ve çözüm önerileri tespit edilmiştir. Bu bölümde, elde edilen veriler ışığında, sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik ve teknolojik koşullara ayak uydurabilmeleri, maddi ve sosyal durumlarının iyileştirilmesi için geliştirilen öneri ve stratejiler yer almaktadır.

3.2.1. Kooperatifleşme

Kooperatif, paydaşların ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlar çevresinde bir araya gelerek oluşturdukları mülkiyet ve sorumluluklarını ortak paylaştıkları özerk bir işletme mekanizmasıdır. Kooperatifler ve yararları hakkında farkındalık yaratılması, devlet eliyle kooperatiflerin kurulması ve desteklenmesi Birleşmiş Milletler ve Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından da benimsenen bir kalkınma stratejisidir. Anayasamızın 171. Maddesinde

de "Devlet, milli ekonominin yararlarını dikkate alarak, öncelikle üretimin artırılmasını ve tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır." ifadesi yer almaktadır. Bu bağlamda Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe kooperatifleşmenin desteklenmesinin, hem sektör esnaf ve sanatkârının ekonomik ve sosyal durumunun iyileştirilmesini hem de sektörün ülke ekonomisinde yaratacağı katma değerin artmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı'nda[183] da belirtildiği üzere kooperatifleşme hem üreticilere hem tüketicilere pozitif değer yaratacaktır. Bunun yanında, kaynakların etkin kullanımı ile potansiyel üretim seviyesine ulaşılması, mikro kredi ve diğer finansman imkânlarının genişletilmesi, sermaye birikiminin sağlanması, yeni istihdam olanaklarının yaratılması, girişimcilik ve ortak iş yapma kültürünün geliştirilmesi, sosyal ve beşeri sermayenin arttırılması mümkün olacaktır. Bu noktada yetkili bakanlıklar ve meslek kuruluşları tarafından kooperatifleşmenin faydaları hakkında farkındalık yaratılmalıdır. Eğitim ve bilgilendirme çalışmalarının yanında, kooperatifleşme kültürünün yaygınlaşması ise finansal teşvik ve destekler arttırılmalıdır. Kooperatiflere verilen KDV indirimleri, avantajlı banka kredileri gibi teşviklerin ve KOSGEB tarafından verilen İş Birliği Güç Birliği gibi finansal destek programlarının sayılarının ve niteliğinin arttırılması kooperatifleşmenin yaygınlaştırılması yolunda atılacak önemli adımlardır.

3.2.2. Kümelenmenin Yaygınlaştırılması

Kümelenme, aralarında benzerlikler ve çeşitli ticari ve üretimsel ilişkiler bulunan işletme ve şirketlerin aynı coğrafi alanda toplu halde faaliyette bulunması ile ortaya çıkan yapılardır. Kümelenme modeli, ulusal ve bölgesel rekabetçiliği arttıran, katılımcılar arasında pozitif dışsallıklar yaratarak, firmaların tek başlarına sağlayabileceğinden daha fazla üretim artışı sağlayan bir sistemdir. Proje kapsamında iyi uygulama örnekleri kapsamında incelenen Kayseri ve İnegöl'deki kümelenme örneklerinde, kümelenme faaliyetleri ile ilgili literatürde oluşmuş genel yargılara ve ortaya konulan bulgulara paralel gözlemler yapılmıştır. Şüphesiz ki, kümelenme sektörel gelişme ve ekonomik kalkınma için önemli bir potansiyel taşımaktadır. Kümelenme örneklerinin ön plana çıkarılarak başarılarının vurgulanması, yaygınlaşmasının devletin finansal desteğiyle sağlanması ülke ekonomisine çok daha fazla katkı yapabilen, ihracat potansiyeli yüksek, Ar-Ge yönelimli ve rekabetçi bir sektörel ilerlemenin de önünü açacaktır. Kümelenme projelerinin avantajlı banka kredileri ile desteklenmesi, uygun devlet arazilerinin bu projeler için tahsis edilmesi, planlama ve inşaat aşamasının TOKİ tarafından desteklenmesi, Kayseri Mobilyakent örneğinde olduğu gibi AB desteklerinden yararlanabilmeleri için danışmanlık hizmetleri verilmesi gibi stratejiler sektördeki kümelenme örneklerini yaygınlaştıracak ve hem esnaf ve sanatkâra hem de ülke ekonomisine olumlu yansıyacaktır.

3.2.3. Teknoloji, İnovasyon ve Tasarıma Ağırlık Verilmesi

İyi uygulamaların yerinde incelenmesi ve büyük işletme mülakatlarında öne çıkan önemli bir husus sektörde inovasyon ve tasarımın yarattığı katma değerdir. İşletmeleri hem ulusal hem de uluslararası rekabette öne çıkaran tasarımdır. Kayseri'de Mobilyakent bünyesinde bulunan *Mobitek* benzeri araştırma ve tasarım merkezlerinin yaygınlaştırılması,

183 Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı. 2012-2016, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü

Türk esnaf ve sanatkârının, tasarım ve Ar-Ge desteğiyle daha modern, yenilikçi ve alternatif ürünler geliştirip ve rekabet üstünlüğü sağlamasına olanak verecektir. Tüm sektörlerde olduğu gibi Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe de çağa ayak uydurma ve ilerleme, teknolojik, sürdürülebilir ve katma değeri yüksek üretim ile sağlanacaktır. Sektörün ihracat potansiyelini arttırması ve dolayısıyla ülke ekonomisine daha fazla katkıda bulunması, yenilikçi ürün üretmesi ve dünya standartlarında kalite ve tasarım sunması ile gerçekleşecektir.

Bu tür Ar-Ge projelerine kaynak yaratılması noktasında yine Mobitek güzel bir örnek teşkil etmektedir. Mobitek 7.986.200 Euro AB katkısı ve 1.698.254 Euro ulusal destek ile hayata geçirilmiş bir projedir. Kalkınma Ajansları'nın, BTS Bakanlığı'nın ve diğer ilgili kuruluşların esnaf ve sanatkâra bu tür projelerin geliştirilme, yazılma ve başvuru aşamalarında danışmanlık hizmeti sunması kuşkusuz bu sektörün gelişmesini, uluslararası rekabette güçlenmesini ve dolayısıyla ülke ekonomisine kattığı değerin artmasını sağlayacaktır.

3.2.4. Sektördeki Çırak ve Nitelik Eleman İhtiyacının Karşılanması

Odak grup toplantılarında ve işletme ziyaretlerinde öne çıkan sorunların başında çırak ve nitelikli eleman ihtiyacının karşılanamaması gelmektedir. Ekonomik kalkınma için beşeri sermayenin gelişmesi ve sanayileşmenin artması gerekmektedir. Bu amaca ulaşmak için izlenmesi gereken devlet politikası nitelikli işgücü yaratmaktır. İşgücünün eğitim, bilgi ve becerisinin arttırılmasında meslek okulları çok büyük önem arz etmektedir. Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki ve diğer sektörlerdeki nitelikli ara eleman ihtiyacının karşılanabilmesi için mesleki eğitim politikalarının uygulanmasındaki yetersizliklerin giderilmesi gerekmektedir. Öncelikle mesleki okullara verilen ödeneklerin arttırılması ile okullardaki mevcut ekipman, makine, teçhizatın güncellenmesi ve teknolojiye uyum sağlaması sağlanmalıdır. Bunun yanında mevcut müfredatın Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü, meslek kuruluşları ve üniversitelerle iş birliği halinde yenilenmesi gerekmektedir. Müfredatın ve eğitim kaynaklarının tamamlayıcısı olan eğitmenlerin de sektörün ihtiyaçları doğrultusunda belirlenmesi kuşkusuz büyük önem taşımaktadır. Alanında uzman kişiler eğitimci olarak istihdam edilmeli ve bu eğitmenlerin sektörle iş birliği halinde kendilerini sürekli değişen bilgi ve teknolojiye ayak uydurmaları sağlanmalıdır. Teorik eğitimlerin yanında pratik eğitimin vazgeçilmezliği göz önünde bulundurularak öğrencilerin mümkün olduğu kadar işbaşı eğitim almaları sağlanmalıdır. Bu noktada hem sektörün çırak ihtiyacını gidermek hem de öğrencilerin bilgi becerilerini arttırmak amacıyla 2016 yılında yürürlüğe giren 6764 nolu kanun kapsamında çıraklık eğitiminin zorunlu eğitim kapsamına alınmış olması önemli bir gelişmedir. Yapılan değişiklikler ile çıraklık için aranan yaş şartı kaldırılıp, ortaokul mezunu olma şartı getirilmiştir. Ayrıca değişiklikten önce, on ve daha fazla çalışanı bulunan işverenler çalışan personel sayısının %5'inden az olmamak üzere mesleki ve teknik eğitim okulu öğrencisi çalıştırmakla yükümlüyken yapılan yeni değişiklik ile mesleki ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumu öğrencileri de bu kapsama alınmıştır. Ancak, işbaşında geçirilen sürenin arttırılması hem esnaf ve sanatkârın çıraklardan alacağı verimi arttıracak hem de öğrencilerin bilgi, beceri ve tecrübelerine teorik eğitimin veremeyeceği değeri katacaktır. Bu sebeple, işbaşında geçirilen sürenin arttırılması, öğrencilerin zorunlu ve düzenli olarak esnaf ve sanatkârın yanında düzenli işbaşı eğitim

almaları için gerekli düzenlemeler yetkili kamu kurum kuruluşları tarafından tüm paydaşların görüş ve önerileri alınarak yapılmalıdır. Ek olarak, işverenlerin çalıştırdıkları aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrencilere yapacakları ödemelerde; 20'den az personel çalıştıran işletmelerin kanun kapsamında ödeyeceği ücretin 2/3'ü, 20'den fazla personel çalıştıran işletmelerin ödeyeceği ücretlerin 1/3'ü işsizlik sigortası fonundan karşılanması bu kanun ile hükme bağlanmıştır. Esnaf ve sanatkârları aday çırak, çırak, mesleki eğitim gören stajyer veya tamamlayıcı eğitim gören öğrenci istihdam etmeyi teşvik etmek amacı ile ücretlerinin önemli bir bölümünün işsizlik sigortasından karşılanması esnaf ve sanatkâra önemli bir kaynak aktarımı olmanın yanı sıra genç işsizlik oranının düşürülmesine ve işgücünün niteliğinin arttırılmasına yönelik çarpan etkisi çok olacak bir uygulamadır. Ancak esnaf ve sanatkârlar ile yapılan toplantılarda halen 12 yıllık eğitim sebebi ile çırak yetiştirilememesi sorunu gündeme geldiğine göre esnaf ve sanatkârın yapılan bu düzenlemelerden ve mesleki eğitim sisteminde yapılan değişiklerden yeterince haberdar olmadığı anlaşılmaktadır. Bu noktada ilgili bakanlıklar ve meslek kuruluşları tarafından esnaf ve sanatkârın bilgilendirilmesi, yapılan bu değişikliklerden faydalanan esnaf ve sanatkâr ve öğrenci sayısının arttırılması hem esnaf ve sanatkârın durumunun iyileştirilmesi hem de genel olarak ülke ekonomisi için önem arz etmektedir.

3.2.5. Meslek Odalarının Yeniden Yapılandırılması

Proje kapsamında yapılan odak grup toplantıları, esnaf ve sanatkâr ziyaretleri ve anket çalışmasında ortaya çıkan sorunlardan biri esnaf ve sanatkârın meslek odalarından duyduğu memnuniyetsizliktir. Esnaf ve sanatkârlar, odalardan yeterince hizmet alamadıklarını ve etkin bir şekilde temsil edilmediklerini belirtmektedir. Buna karşın, oda temsilcileri ise hem finansal hem de politik yetersizlikleri dolayısıyla yeterli hizmet ve temsiliyet sunamadıklarından yakınmaktadırlar. Her iki tarafta hissedilen bu memnuniyetsizliğin çözümünün meslek odalarının yeniden yapılandırılması ile çözülebileceği düşünülmektedir. Nitekim Ticaret Bakanlığı yetkililerinden meslek kuruluşlarının yeniden yapılandırılması yönünde devam eden çalışmaları olduğu bilgisi alınmıştır. Bu tür bir yapılandırma, sistemdeki çok başlılığı ve yetki karmaşasını en aza indirerek meslek kuruluşlarının yaptırım gücünü arttıracak, politika üretimini ve esnaf ve sanatkâr temsiliyetini güçlendirecektir.

3.2.6. Sektöre Verilen Teşvik ve Desteklerin Arttırılması

Esnaf ve sanatkârlar ile gerçekleştirilen odak grup toplantılarında ve mülakatlarda sıkça gündeme gelen konulardan biri de, devlet kurum ve kuruşlarınca sağlanan teşvik ve desteklerin esnaf ve sanatkâr tarafından yetersiz bulunmasıdır. Yine proje kapsamında yapılan anket çalışmasına göre, sunulan teşvik ve destekleri yetersiz bulan esnaf ve sanatkârın oranı %60'ı seviyesindedir.

Halkbank tarafından doğrudan veya Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri (ESKKK) kefaletiyle kullandırılan Hazine destekli kredilerin, esnaf ve sanatkâr tarafından yeterince kullanılmamasının sebeplerinin incelenmesi gerekmektedir. İlk olarak teminat şartlarının ağırlığı, esnaf ve sanatkârı diğer kredi olanaklarına yönelten en önemli sebep olarak öne çıkmaktadır. Halkbank kredi başvurularında Yüksek KKB kredi notu, 2 me-

mur kefil şartı, ticari işletme ipotek zorunluluğu getirmektedir. İkinci önemli etkenin kredi limitleri olduğu düşünülmektedir. (ESKKK) Kredilerinin yeterince kullanılmamasının bir diğer sebebi ESKKK kredilerinden yapılan kesintiler olabilmektedir. Kesinti oranı, %3 oranındaki bloke sermaye kesintisi hariç, %3 olarak uygulanmaktadır. Başvuru şartlarının hafifletilmesi, kesinti oranlarının düşürülmesi kredilerden yararlanabilen esnaf ve sanatkâr sayısını arttıracaktır. Bunun yanı sıra ESKKK'nın kullanımını teşvik etmek için Halkbank kredi çeşitlendirmesine gitmeli, farklı limit ve vade seçenekleri sunabilmelidir.

Sektöre yönelik uygulanan teşvik ve destek politikasının geliştirilmesinin önemli bir ayağı da sunulan teşvik ve destekler hakkında esnaf ve sanatkârın bilgilendirilmesidir. Yapılan odak grup toplantılarında ve esnaf ve sanatkâr ile gerçekleştirilen anket çalışmasında saptanan bir unsur esnaf ve sanatkârın devlet tarafından sağlanan teşvik ve destekler hakkında yetersiz bilgiye sahip olduğudur. Esnaf ve sanatkârlar ile yapılan anket çalışmasına göre, esnaf ve sanatkârın %70'inden fazlasının, sunulan herhangi bir teşvik ya da desteğe başvurmamıştır. Başvurmama sebeplerinin başlıca sebepleri bürokratik süreçlerin karışıklığı ve uzunluğu, teminat veya kefil bulunamaması ve teşvik ve destek hakkında yeterli bilgiye sahip olmamak olarak sıralanmaktadır. Bu verilerden hareketle, teşvik ve desteklerin niceliği ve niteliğinin arttırılmasının yanında, başvuru şartlarının kolaylaştırılması ve bürokratik süreçlerde esnaf ve sanatkâra yardımcı olabilecek bir danışma birimi kurulması ve bilgilendirme çalışmalarının yapılması bu desteklerden faydalanabilen esnaf ve sanatkâr sayısı önemli ölçüde yükseltecektir.

EK 1: AĞAÇ KÂĞIT CAMDAN MAMUL EŞYA SEKTÖRÜNDEKİ TÜM MESLEKLERİ İLGİLENDİREN MEVZUAT

5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu[184]

5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3. maddesinde, esnaf ve sanatkârın tanımlandığı görülmektedir. Buna göre esnaf ve sanatkâr, "İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tâbi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler" şeklinde tanımlanmıştır.

Bu kanuna dayanarak, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu kurulmuştur ve esnaf ve sanatkâr meslek kolları, bu Kurul tarafından belirlenerek, 21 Mayıs 2016 gün ve 29718 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmıştır. Bu kapsamda, Ağaç ve Ağaçtan Mamul Eşya, A sektör kodu ile belirlenmiştir. Kâğıt tan Mamul Eşyalar, Kırtasiye Fotoğraf Basın ve Yayın olarak tek başlık altında G sektör kodu içinde yer almıştır. Camdan Mamul Eşyalara ilişkin düzenleme ise Kimyasal, Plastik, Porselen vb. Ürünler başlığı ile H sektör kodu altında toplanmıştır.

Esnaf ve sanatkârların sicil kayıt mecburiyeti ile sicil işlemleri, Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun, 68. maddesinde düzenlenmektedir. Buna göre:

"Bu Kanun kapsamındaki esnaf ve sanatkârlar, yanlarında çalışanlar hariç, çalışmaya başladıkları tarihten itibaren durumlarını otuz gün içinde bağlı bulundukları sicile tescil ve Sicil Gazetesinde ilan ettirmekle yükümlüdürler. Bu yükümlülüğü yerine getirmediği tespit edilenler birlik tarafından ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilir. İlgili kurum ve kuruluşlar, sicil kaydı yapılana kadar bunların faaliyetlerini durdurur. Sicil ve oda tarafından, esnaf ve sanatkârlardan kayıt sırasında 5/6/1986 tarihli ve 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanununda öngörülen ustalık belgesi veya muadili belgeler istenmez. Esnaf ve sanatkârların sicile kayıtlarında, kendilerinin vergi mükellefi ya da vergiden muaf olduklarının belgelenmesi istenir.

Esnaf ve sanatkârların meslekî faaliyette bulunabilmeleri ve ilgili odaya kaydedilmeleri için sicile kayıtları şarttır ve sicile her bir meslek için ayrı kayıt yapılması gereklidir. Sicile kaydı yapılan esnaf ve sanatkârların ilgili odaya kayıt için bilgilerinin gönderilmesi, sicil tarafından elektronik ortamda Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında gerçekleştirilir. Esnaf ve sanatkârlar kayıt beyannamelerindeki hususlarda meydana gelen değişiklikleri en geç otuz gün içinde sicile bildirmek zorundadırlar.

Esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlı iken, daha sonraki yıllarda yıllık alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerini aşanlar kendileri istemedikçe ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayda zorlanamazlar. Ancak, yıllık alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatı, esnaf ve sanat-

184 Resmi Gazete: 21.6.2005-25852.

kâr sayılma hadlerinin altı katını aşanların kayıtları, sicil marifetiyle ticaret siciline aktarılır.

Tescili gerektiren olay veya işlemlerin tamamen veya kısmen sona ermesi veya ortadan kalkması hâlinde sicildeki kayıt ilgilinin talebi üzerine kısmen veya tamamen silinir. Sicil müdürü tarafından öldüğü belirlenen ve varisleri tespit edilemeyen esnaf ve sanatkârların sicil kayıtlarının silinmesi ve bu hususun Sicil Gazetesinde ilanı doğrudan ve ücretsiz olarak yapılır. Bu durumdaki işlemlerden 492 sayılı Harçlar Kanunu'nda belirtilen harçlar tahsil edilmez. Sicil işlemleri, sicil müdürleri ve personeli tarafından elektronik ortamda Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında gerçekleştirilir."

Sicil kaydını kanunî şekilde ve müddeti içinde tescilini istememiş olanlar hakkında Türk Ticaret Kanununun 34 ve 35. maddeleri hükümlerinin uygulanacağı Esnaf ve Sanatkâr Sicil Yönetmeliğinin "Tescile Davet ve Ceza" başlıklı 23. maddesinde açıkça belirtilmiştir. Türk Ceza Kanununun 526/1. maddesi, " yetkili makamlar tarafından adli işlemler dolayısıyla ya da kamu güvenliği ve kamu düzeni veya genel sağlığın korunması düşüncesiyle kanun ve nizamlara aykırı olmayarak verilen bir buyruğu dinlemeyen veya bu yolda alınmış bir önleme uymayan kimse, eylem ayrı bir suç oluşturmadığı takdirde, üç aydan altı aya kadar hafif hapis ve üç bin liradan dokuz bin liraya kadar para cezasıyla cezalandırılır" hükmü emredici bir hükümdür.

5362 sayılı kanuna tâbi odalar arasında veya bu odalar ile Türkiye odalar ve borsalar birliği bünyesindeki odalar arasında üye kayıt zorunluluğu bakımından çıkacak anlaşmazlıkları çözmek üzere il ve ilçelerde mutabakat komiteleri kurulur. Esnaf ve sanatkâr odaları arasında üye kayıt zorunluluğu bakımından anlaşmazlıkları çözümlemek üzere, il ve ilçelerde mülkî amirin başkanlığında ilgili odaların ve Birliğin birer temsilcisinin katılımı ile komite oluşturulur. Üye anlaşmazlığının Esnaf ve Sanatkârlar Odaları ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalar arasında olması hâlinde ise; mülki amirin başkanlığında illerde Birlik, ilçelerde ilgili oda ile ticaret ve sanayi odalarının birer temsilcisinin katılımı ile komite oluşturulur. Komite kararlarına karşı ilgililer tarafından on gün içinde yetkili Asliye Hukuk Mahkemesine itiraz edilebilir. Mahkemenin kararı kesindir. Kesinleşen mahkeme kararı üzerine ilgili sicil müdürlükleri kayıtlarında gerekli işlemi yapmak zorundadırlar.

Meslek odalarına üyeliğin son bulması ise, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 8. maddesinde hüküm altına alınmıştır. Buna göre aşağıda belirtilen durumlarda üyenin oda kaydının silinmesine yönetim kurulu tarafından karar verilir, durum sicile bildirilerek kaydın silinmesi temin edilir ve kaydı silinen üyeye oda tarafından on gün içinde üyenin odaya bildirdiği iş yeri veya ikamet adresine yazılı olarak bildirilir. Kayıt silinmesini gerektiren şartlar şunlardır:

Daimi olarak odanın çalışma bölgesi dışına çıkılması.

Oda üyeliği için Kanunun 7. maddesinde sayılan şartlardan herhangi birinin kaybedilmesi veya bu şartlardan herhangi birine sahip olunmadığının sonradan anlaşılması. Bu kapsamda madde 7'de yer alan şartlar, a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak veya yabancı devlet tâbiiyetinde bulunmakla beraber Türkiye'de sanat ve ticaret yapıyor olmak.

b) Medenî hakları kullanma ehliyetine sahip olmak.

c) Vergi mükellefi olmak ya da vergiden muaf olmak.

d) Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıtlı olmamak şeklinde belirlenmiştir.

Sanat ve mesleğini yapmaktan sürekli olarak men olunması.

Vergi mükellefiyetinin silinmesinden itibaren altı ay içinde tekrar vergi mükellefiyeti tesis ettirilmemesi.

6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu 13.01.2011 tarihinde kabul edilmiş ve 14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmıştır. Kanunun 15. maddesinde esnaf ve sanatkâr tanımlanmıştır. Buna göre esnaf ve sanatkâr, "ister gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan ve geliri 11. maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi"dir. Bununla birlikte Türk Ticaret Kanunu'nun tacirlere ilişkin 20 ve 53. maddeleri ve Türk Medenî Kanununun 950. maddesi ikinci fıkra hükmü esnaf ve sanatkârlara da uygulanır.

Türk Ticaret Kanunu'nun 20. maddesine göre, "Tacir olan veya olmayan bir kişiye, ticari işletmesiyle ilgili bir iş veya hizmet görmüş olan tacir, uygun bir ücret isteyebilir. Ayrıca, tacir, verdiği avanslar ve yaptığı giderler için, ödeme tarihinden itibaren faize hak kazanır". Aynı Kanunun 53. maddesinde ise "İşletme sahibi ile ilgili olmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan adların da sahipleri tarafından tescil ettirilmesi gerekir. Tescil edilen işletme adları hakkında da 38, 45, 47, 50, 51 ve 52. maddeler uygulanır" düzenlemesine yer verilmiştir.

Türk Ticaret Kanununun, 11. maddesinin 2. fıkrasında ise, "Ticarî işletme ile esnaf ve sanatkâr işletmesi arasındaki sınır, Bakanlar Kurulunca çıkarılacak kararnamede gösterilir" hükmü yer almaktadır. Bu maddeye dayanarak çıkarılan Bakanlar Kurulu Kararı 21 Temmuz 2007 gün ve 26859 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmıştır. Bakanlar Kurulu Kararı'nda yer alan hüküm aşağıdaki gibidir:

"Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun tespit edeceği ve Resmi Gazetede yayımlanacak esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabına göre deftere tâbi olanlar ile vergiden muaf bulunanlardan 213 sayılı Vergi Usul Kanununun 177. maddesinin birinci fıkrasının (1) ve (3) numaralı bentlerinde yer alan nakdi limitlerin yarısını, (2) numaralı bendinde yazılı nakdi limitin tamamını aşmayanların esnaf ve sanatkâr sayılmaları ile esnaf ve sanatkâr siciline ve dolayısıyla esnaf ve sanatkârlar odalarına kaydedilmeleri".

Hazine ve Maliye Bakanlığı her yıl söz konusu nakdi limitleri 213 sayılı Vergi Usul Kanunun mükerrer 414. maddesinde tanınan yetkiye dayanarak yeniden belirleyerek yayımlamaktadır.

Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun belirlediği esnaf ve sanatkâr meslek kolları 21 Mayıs 2016 gün ve 29718 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmıştır.

4857 Sayılı İş Kanunu

4857 sayılı İş Kanunun 4. maddesinin (ı) bendinde, en fazla üç kişinin çalıştığı (iş yeri sahibi dâhil) esnaf ve sanatkâr işletmelerinde bu kanun hükümlerinin uygulanmayacağı belirtilmiştir. Bunun dışındaki esnaf ve sanatkâr işletmeleri ise 4857 sayılı İş Kanunu hükümlerini uygulamak zorundadır. İş Kanununa tâbi olan esnaf ve sanatkâr işletmeleri çalışanları ile iş sözleşmesi yapılması ve iş sözleşmesinin fesih edilmesinde İş Kanununun, 17, 18, 19, 20, 21 ve 22. maddelerindeki hükümlere uyulması, çalışanlar için özlük dosyası tutulması, fazla çalışma ücreti ödenmesi, izin hakkının kullandırılması, günlük ve haftalık çalışma sürelerine uyulması, kıdem ve ihbar tazminatı ödenmesi zorunludur.

İş Kanunun 17. maddesine göre: "Belirsiz süreli iş sözleşmelerinin feshinden önce durumun diğer tarafa bildirilmesi gerekir. İş sözleşmeleri; a) İşi altı aydan az sürmüş olan işçi için, bildirimin diğer tarafa yapılmasından başlayarak iki hafta sonra, b) İşi altı aydan bir buçuk yıla kadar sürmüş olan işçi için, bildirimin diğer tarafa yapılmasından başlayarak dört hafta sonra, c) İşi bir buçuk yıldan üç yıla kadar sürmüş olan işçi için, bildirimin diğer tarafa yapılmasından başlayarak altı hafta sonra, d) İşi üç yıldan fazla sürmüş işçi için, bildirim yapılmasından başlayarak sekiz hafta sonra, feshedilmiş sayılır. Bu süreler asgarî olup sözleşmeler ile artırılabilir. Bildirim şartına uymayan taraf, bildirim süresine ilişkin ücret tutarında tazminat ödemek zorundadır. İşveren bildirim süresine ait ücreti peşin vermek suretiyle iş sözleşmesini feshedebilir. İşverenin bildirim şartına uymaması veya bildirim süresine ait ücreti peşin ödeyerek sözleşmeyi feshetmesi, bu Kanunun 18, 19, 20 ve 21. maddesi hükümlerinin uygulanmasına engel olmaz. 18. maddenin birinci fıkrası uyarınca bu Kanunun 18, 19, 20 ve 21. maddelerinin uygulanma alanı dışında kalan işçilerin iş sözleşmesinin, fesih hakkının kötüye kullanılarak sona erdirildiği durumlarda işçiye bildirim süresinin üç katı tutarında tazminat ödenir. Fesih için bildirim şartına da uyulmaması ayrıca dördüncü fıkra uyarınca tazminat ödenmesini gerektirir. Bu maddeye göre ödenecek tazminatlar ile bildirim sürelerine ait peşin ödenecek ücretin hesabında 32. maddenin birinci fıkrasında yazılan ücrete ek olarak işçiye sağlanmış para veya para ile ölçülmesi mümkün sözleşme ve Kanundan doğan menfaatler de göz önünde tutulur.

İş Kanununun 18. maddesine göre: "Otuz veya daha fazla işçi çalıştıran işyerlerinde en az altı aylık kıdemi olan işçinin belirsiz süreli iş sözleşmesini fesheden işveren, işçinin yeterliliğinden veya davranışlarından ya da işletmenin, işyerinin veya işin gereklerinden kaynaklanan geçerli bir sebebe dayanmak zorundadır. Altı aylık kıdem hesabında bu Kanunun 66. maddesindeki süreler dikkate alınır. Özellikle aşağıdaki hususlar fesih için geçerli bir sebep oluşturmaz:

a) Sendika üyeliği veya çalışma saatleri dışında veya işverenin rızası ile çalışma saatleri içinde sendikal faaliyetlere katılmak. b) İşyeri sendika temsilciliği yapmak. c) Mevzuattan veya sözleşmeden doğan haklarını takip için işveren aleyhine idarî veya adlî makamlara başvurmak veya bu hususta başlatılmış sürece katılmak. d) Irk, renk, cinsiyet, medenî hâl, aile

yükümlülükleri, hamilelik, doğum, din, siyasî görüş ve benzeri nedenler. e) 74. maddede öngörülen ve kadın işçilerin çalıştırılmasının yasak olduğu sürelerde işe gelmemek. f) Hastalık veya kaza nedeniyle 25. maddenin (I) numaralı bendinin (b) alt bendinde öngörülen bekleme süresinde işe geçici devamsızlık.

İşçinin altı aylık kıdemi, aynı işverenin bir veya değişik işyerlerinde geçen süreler birleştirilerek hesap edilir. İşverenin aynı işkolunda birden fazla işyerinin bulunması hâlinde, işyerinde çalışan işçi sayısı, bu işyerlerinde çalışan toplam işçi sayısına göre belirlenir. İşletmenin bütününü sevk ve idare eden işveren vekili ve yardımcıları ile işyerinin bütününü sevk ve idare eden ve işçiyi işe alma ve işten çıkarma yetkisi bulunan işveren vekilleri hakkında bu madde, 19 ve 21. maddeler ile 25. maddenin son fıkrası uygulanmaz".

İş Kanununun 19. maddesi uyarınca: "İşveren fesih bildirimini yazılı olarak yapmak ve fesih sebebini açık ve kesin bir şekilde belirtmek zorundadır. Hakkındaki iddialara karşı savunmasını almadan bir işçinin belirsiz süreli iş sözleşmesi, o işçinin davranışı veya verimi ile ilgili nedenlerle feshedilemez. Ancak, işverenin 25. maddenin (II) numaralı bendi şartlarına uygun fesih hakkı saklıdır".

İş Kanunun 20. maddesine göre: "İş sözleşmesi feshedilen işçi, fesih bildiriminde sebep gösterilmediği veya gösterilen sebebin geçerli bir sebep olmadığı iddiası ile fesih bildiriminin tebliği tarihinden itibaren bir ay içinde iş mahkemesinde dava açabilir. Toplu iş sözleşmesinde hüküm varsa veya taraflar anlaşırlarsa uyuşmazlık aynı sürede özel hakeme götürülür.

Feshin geçerli bir sebebe dayandığını ispat yükümlülüğü işverene aittir. İşçi, feshin başka bir sebebe dayandığını iddia ettiği takdirde, bu iddiasını ispatla yükümlüdür.

Dava seri muhakeme usulüne göre iki ay içinde sonuçlandırılır. Mahkemece verilen kararın temyizi halinde, Yargıtay bir ay içinde kesin olarak karar verir.

Özel hakemin oluşumu, çalışma esas ve usulleri çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir".

Geçersiz sebeple yapılan feshin sonuçları ise İş Kanununun 21. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre: "İşverence geçerli sebep gösterilmediği veya gösterilen sebebin geçerli olmadığı mahkemece veya özel hakem tarafından tespit edilerek feshin geçersizliğine karar verildiğinde, işveren, işçiyi bir ay içinde işe başlatmak zorundadır. İşçiyi başvurusu üzerine işveren bir ay içinde işe başlatmaz ise, işçiye en az dört aylık ve en çok sekiz aylık ücreti tutarında tazminat ödemekle yükümlü olur.

Mahkeme veya özel hakem feshin geçersizliğine karar verdiğinde, işçinin işe başlatılmaması halinde ödenecek tazminat miktarını da belirler.

Kararın kesinleşmesine kadar çalıştırılmadığı süre için işçiye en çok dört aya kadar doğmuş bulunan ücret ve diğer hakları ödenir.

İşçi işe başlatılırsa, peşin olarak ödenen bildirim süresine ait ücret ile kıdem tazminatı, yukarıdaki fıkra hükümlerine göre yapılacak ödemeden mahsup edilir. İşe başlatılmayan işçiye bildirim süresi verilmemiş veya bildirim süresine ait ücret peşin ödenmemişse, bu sürelere ait ücret tutarı ayrıca ödenir.

İşçi kesinleşen mahkeme veya özel hakem kararının tebliğinden itibaren on işgünü içinde işe başlamak için işverene başvuruda bulunmak zorundadır. İşçi bu süre içinde başvuruda bulunmaz ise, işverence yapılmış olan fesih geçerli bir fesih sayılır ve işveren sadece bunun hukuki sonuçları ile sorumlu olur.

Bu maddenin birinci, ikinci ve üçüncü fıkra hükümleri sözleşmeler ile hiçbir suretle değiştirilemez; aksi yönde sözleşme hükümleri geçersizdir".

Ayrıca İş Kanunu'na tâbi işyerlerinde çalışanlar İş Kanunu'nun 24. maddesinde tanımlanan koşulların oluşması durumunda haklı fesih hakkına sahiptirler. Benzer şekilde işverenler de Kanunun 25. maddesinde tanımlanan koşulların oluşması durumunda haklı fesih hakkına sahiptirler.

6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu

4857 sayılı İş Kanuna tâbi olmayan esnaf ve sanatkâr işletmeleri işçi çalıştırmaları durumunda 6098 sayılı Borçlar Kanunun Altıncı Bölümü Birinci Ayırımında (Hizmet Sözleşmesi) belirtilen hükümleri uygulamak zorundadırlar. Bu ayırımda hizmet sözleşmesinin kurulması, işçinin sorumlulukları, işverenin borçları, tatil ve izinler, sözleşmenin sona ermesi, haklı sebeplerle fesih, feshe karşı koruma konuları düzenlenmiştir.

Türk Borç Kanununun Kefalet Sözleşmesi başlıklı 15. Bölümü kapsamında, 284. maddesine 28.3.2013 tarih ve 6455 sayılı Kanunun 77 maddesi ile eklenen ek fıkraya göre: "Ticaret siciline kayıtlı ticari işletmenin sahibi veya ticaret şirketinin ortak ya da yöneticisi tarafından işletme veya şirketle ilgili olarak verilecek kefaletler, meslekî faaliyetleri ile ilgili olarak esnaf ve sanatkârlar siciline kayıtlı esnaf veya sanatkârlar tarafından verilecek kefaletler, 27/12/2006 tarihli ve 5570 sayılı Kamu Sermayeli Bankalar Tarafından Yürütülen Faiz Destekli Kredi Kullandırılmasına Dair Kanun kapsamında kullanılacak kredilerde verilecek kefaletler ile tarım kredi, tarım satış ve esnaf ve sanatkârlar kredi ve kefalet kooperatifleri ile kamu kurum ve kuruluşlarınca kooperatif ortaklarına kullandırılacak kredilerde verilecek kefaletler için eşin rızası aranmaz".

213 Sayılı Vergi Usul Kanunu

Tüm esnaf ve sanatkâr işletmeleri 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun İkinci Kitabında belirtilen mükellefin ödevlerini yerine getirmekle yükümlüdür. Buna göre esnaf ve sanatkârlar işe başlandığında, iş veya iş yeri ile ilgili değişiklikler olduğunda ve iş bırakıldığında vergi dairesine bildirimde bulunmak zorundadır. 5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 68. maddesi uyarınca vergi mükellefiyeti tesis etmeyenlerin (diğer bir deyişle vergi dairesine işe başlama bildirimi yapmayanların) veya vergiden muaf olduğunu belgelemeyenlerin esnaf ve sanatkâr siciline kaydı yapılmamaktadır.

Buna ek olarak, bütün esnaf ve sanatkâr işletmeleri 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun İkinci Kitap İkinci Kısmında belirtilen defter tutma ödevlerini yerine getirmek zorundadır. Ancak Vergi Usul Kanunu'nun 173. maddesine göre, vergiden muaf esnaf ile Gelir Vergisi Kanunu'na göre kazançları basit usulde tespit edilenlerin defter tutma yükümlülüğü yoktur.

Tüm esnaf ve sanatkâr işletmeleri, işlemlerinde 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun İkin-

ci Kitap Üçüncü Kısmında belirtilen belgeleri (fatura, perakende satış fişi, gider pusulası, bordro vb.) düzenlemek, ilgili olanlarını müşterilere vermek ve belirli bir süre saklamak zorundadırlar. Ayrıca kendileri de mal ve hizmet alımında fatura ve benzeri belgeleri satıcılardan alıp belirli bir süre saklamak zorundadırlar. Burada da bir istisna söz konusudur. Hazine ve Maliye Bakanlığı, Vergi Usul Kanunu'nun mükerrer 257. maddesinde verilen yetkiye dayanarak yaptığı düzenlemede basit usulde vergiye tâbi olanların belge vermedikleri günlük hasılatları için gün sonunda tek bir fatura düzenlemelerine imkân tanımıştır (bu imkân 30 Aralık 2014 gün ve 29221 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 287 Seri No' lu Gelir Vergisi Genel Tebliği ile 31 Aralık 2015 tarihine kadar uzatılmıştır). Ancak bu imkândan yararlanan esnaf ve sanatkârlar müşterilerinin istemeleri hâlinde fatura veya perakende satış vesikası (dolmuş işletenler hariç) vermek zorundadırlar.

Son olarak, Vergi Usul Kanunu'nun 234. maddesinin 3. fıkrasına göre, "Vergiden muaf esnaf ve sanatkâra; yaptırdıkları işler veya onlardan satın aldıkları emtia içinde tanzim edip işi yapana veya emtiayı satana imza ettirecekleri gider pusulası vergiden muaf esnaf ve sanatkâr tarafından verilmiş fatura hükmündedir. Bu belge birinci ve ikinci sınıf tüccarların, zati eşyalarını satan kimselerden satın aldıkları altın, mücevher gibi kıymetli eşya için de tanzim edilir.

193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu

Vergiden muaf olanlar dışında tüm esnaf ve sanatkârların faaliyetlerinden elde ettikleri kazanç ticarî kazanç sayılır ve dolayısıyla gelir vergisine tâbidir. Ancak, Gelir Vergisi Kanunu'nun 9. maddesinde belirtilen faaliyetlerde bulunan esnaf ve sanatkârlar vergiden muaftır.

Diğer yandan, gelir vergisine tâbi esnaf ve sanatkârlar, gerçek usulde vergiye tâbi olanlar ve basit usulde vergiye tâbi olanlar olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Basit usule tâbi olmanın genel şartları aşağıdaki gibidir:

Kendi işinde bilfiil çalışmak veya bulunmak (işinde yardımcı işçi ve çırak kullanmak, seyahat, hastalık, ihtiyarlık, askerlik, tutukluluk ve hükümlülük gibi zarurî ayrılmalar dolayısıyla geçici olarak bilfiil işinin başında bulunmamak bu şartı bozmaz. Ölüm hâlinde iş sahibinin dul eşi veya küçük çocukla namına işe devam olunduğu takdirde, bunların bilfiil işin başında bulunup bulunmamalarına bakılmaz).

İşyeri mülkiyetinin iş sahibine ait olması hâlinde emsal kira bedeli, kiralanmış olması hâlinde yıllık kira bedeli toplamı büyükşehir belediye sınırları içinde 2017 yılı için 6.500 lirayı, diğer yerlerde 2017 takvim yılı için 4.300 lirayı aşmaması. (Not: Bu tutarlar her yıl yeniden belirlenmektedir).

Ticarî, ziraî veya meslekî faaliyetler dolayısıyla gerçek usulde Gelir Vergisine tâbi olmamak.

a ve b maddelerindeki hükümler öteden beri işe devam edenlerde takvim yılı başındaki, yeniden işe başlayanlarda ise işe başlama tarihindeki duruma göre uygulanır.

Basit usule tâbi olmanın özel şartları ise şunlardır:

Satın aldıkları malları olduğu gibi veya işledikten sonra satanların yıllık alımları tuta-

rının 2016 yılı için 88.000 lirayı veya yıllık satışları tutarının 2016 yılı için 126.000 lirayı aşmaması.

Yukarıdaki maddede yazılı olanların dışındaki işlerle uğraşanların bir yıl içinde elde ettikleri gayri safi iş hasılatının 2016 yılı için 42.000 lirayı aşmaması.

a ve b maddelerindeki yazılı işlerin birlikte yapılması hâlinde yıllık satış tutarı ile iş hasılatı toplamının 2016 yılı için 88.000 lirayı aşmaması.

Gelir Vergisi Kanunu'nun 46. maddesinde basit usulde vergileme ile ilgili aşağıdaki hususlara yer verilmiştir:

Basit usulde vergilendirilen mükellefler, faaliyetlerine ilişkin mal alış ve giderleri ile hasılatlarını gösteren belgeleri ayrı ayrı dosyalarda saklamak zorundadırlar. Bu belgelerin kayıtları, mükelleflerin bağlı bulundukları meslek odalarının oluşturdukları bürolarda tutulur.

Basit usule tâbi olmanın şartlarından herhangi birini takvim yılı içinde kaybedenler, ertesi takvim yılı başından itibaren gerçek usulde vergilendirilirler. Basit usulün şartlarını haiz olanlardan, bu usulden yararlanmak istemediklerini yazı ile bildirenler dilekçelerinde belirttikleri tarihten veya izleyen takvim yılı başından, yeni işe başlayanlar ise işe başlama tarihinden itibaren gerçek usulde vergilendirilirler. Gerçek usulde vergilendirilen mükelleflerden, basit usule tâbi olmanın genel şartlarını taşıyanlardan arka arkaya iki hesap döneminin iş hacmi basit usule tâbi olmanın özel şartlarında yazılı hadlerden düşük olanlar, yazılı talepleri üzerine bu şartın gerçekleşmesini takip eden takvim yılından başlayarak basit usule geçebilirler.

Gerçek usulde vergilendirilmekte iken işini terk eden mükellefler ile basit usulün şartlarını kaybedenlerden gerçek usulde vergilendirilmeye başlamadan önce işini terk eden mükellefler, terk tarihini takip eden yılın başından itibaren iki yıl geçmedikçe basit usule dönemezler.

Gelir Vergisi Kanunu'nun 51. maddesinin 12. fıkrası "Hazine ve Maliye Bakanlığınca[185] teklif edilen ve Bakanlar Kurulunca kararlaştırılan iş grupları, sektörler, il ve ilçeler, büyükşehir belediyeleri dâhil olmak üzere il ve ilçelerin belediye sınırları (mücavir alanlar dâhil), belediyelerin nüfusları, yöreler itibarıyla veya sabit bir işyerinde faaliyette bulunup bulunulmadığına göre gerçek usulde vergilendirilmesi gerekli görülenler" in de basit usulden yararlanamayacağını ifade etmektedir. Bu yetkiye istinaden çıkarılan 8/5521 sayılı, 92/2683 sayılı ve 95/6430 sayılı Bakanlar Kurulu Kararları ile bir kısım mükellefler gerçek usulde vergilendirilme kapsamına alınmıştır.

Gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar Gelir Vergisi Kanunu'nun 94. maddesi gereğince vergi tevkifatı yapmak (örneğin ödedikleri ücret ve kiralar üzerinden) ve tevkif ettikleri vergiyi muhtasar beyanname ile beyan edip ödemek zorundadırlar. Gelir Vergisi Kanunu'nun 94.maddesinde, yaptıkları ödemelerden vergi tevkif edecekler arasında basit usulde vergilendirilen mükellefler sayılmamıştır. Bu nedenle, bu mükellefler yaptıkları ödemeler üzerinden gelir vergisi tevkifatı yapmayacaklar ve muhtasar beyanname vermeyeceklerdir. Gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar Gelir Vergisi Kanunu'nun

185 Hazine ve Maliye Bakanlığı şeklinde yapılanmıştır.

120.maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 217 sayılı Gelir Vergisi Genel Tebliği gereğince üçer aylık dönemler itibarıyla geçici vergi ödemek zorundadır. Gelir Vergisi Kanunu'nun 120. maddesi basit usulde vergilendirilen esnaf ve sanatkârları geçici vergiden muaf tutmuştur.

3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu

Gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar, Katma Değer Vergisi Kanunu'na tâbidir. Buna göre gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar mal ve hizmet satışlarında katma değer vergisi tahakkuk ettirmek ve tahakkuk ettirdikleri katma değer vergisini yasal defterlerine kaydetmek, mal ve hizmet alımlarında tahakkuk ettirilen katma değer vergisini de yasal defterlerine kaydetmek ve katma değer vergisi beyannamesi vermek zorundadırlar. Bunun için söz konusu esnaf ve sanatkârın katma değer vergisi mükellefiyeti tesis ettirmesi gerekmektedir.

Öte yandan, 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunun 17.maddesi 4. fıkrası (diğer istisnalar) a bendi gereğince "Gelir Vergisi Kanuna göre vergiden muaf esnaf ve sanatkâr ile basit usulde vergilendirilen mükellefler tarafından yapılan teslim ve hizmetler" katma değer vergisinden istisna edilmiştir. Buna göre vergiden muaf esnaf ve sanatkârlar ile basit usule tâbi esnaf ve sanatkârlar 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanuna tâbi olmayıp bu kanundaki yükümlülükleri (katma değer vergisi mükellefiyeti tesis etmek, katma değer vergisi tahakkuk ettirmek, katma değer vergisi beyannamesi vermek) yerine getirmek zorunda değillerdir.

5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu

Esnaf ve sanatkârların (4857 sayılı İş Kanununa tâbi olsun veya olmasın) iş yerinde çalışanlar, Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun 4. maddesi 1. fıkrası a bendi gereğince sigortalı sayılmaktadırlar. Bu kapsamda, iş yerinde personel çalıştıran tüm esnaf ve sanatkârlar, Sosyal Sigortalar ve Genel sağlık Sigortası Kanunun 8. maddesinin 1.fıkrası gereğince, aynı kanunun 4. maddesinin 1.fıkrası a bendi kapsamında sigortalı sayılan kişileri fiilen çalışmaya başladıkları tarihten önce, sigortalı işe giriş bildirgesi ile Sosyal Güvenlik Kurumuna bildirmekle yükümlüdürler.

Esnaf ve sanatkârlar (vergiden muaf olanlar ve basit usulde vergilemeye tâbi olanlar da dâhil olmak üzere) Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunun 4. maddesi 1.fıkrası b bendi 1 ve 2,i alt bentleri gereğince sigortalı sayılmaktadırlar. Esnaf ve sanatkârların sigortalılık bildirimleri; gerçek ve basit usulde vergiye tâbi olanlarda kayıt yapılan vergi dairesince, vergiden muaf olanlarda ise kayıt ve tescili yapan Esnaf ve Sanatkâr Sicil Müdürlüğü tarafından sigortalı işe giriş bildirgesi düzenlenerek Sosyal Güvenlik Kurumuna yapılır.

Yanında işçi çalıştıracak esnaf ve sanatkârlar Sosyal Sigortalar ve Genel sağlık Sigortası Kanunun 11.maddesi ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan Sosyal Sigorta İşlemleri Yönetmeliğinin 27.maddesi gereğince iş yeri bildirgesini Sosyal Güvenlik Kurumuna göndermek zorundadır. Bir işyerini devir alan ya da bu nitelikte işyeri kendisine intikal eden esnaf ve sanatkârlar için de aynı yükümlülük söz konusudur.

Esnaf ve sanatkârlar, kendilerinin ve yanında çalıştırdıklarının prime esas kazançlarını Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunun 80 ve 82. maddelerine göre belirlemek zorundadırlar. Kanunun 81.maddesine göre, bu kazanç üzerinden, sigorta primini hesaplamak, Kanunun 86. maddesi gereğince yanında çalıştırdıklarının aylık prim ve hizmet belgesini Sosyal Güvenlik Kurumuna vermek ve Kanunun 87.maddesi gereğince yanında çalıştırdıklarının ve kendilerinin sigorta primlerini ödemek zorundadırlar.

Çek Kanunu

5941 sayılı Çek Kanunu, 14.12.2009 tarihinde kabul edilmiştir ve 20.12.2009 tarihli Resmî Gazetede yayımlanmıştır. Yayımlandığı tarihten sonra, 6273 sayılı Çek Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun 03/02/2012 tarihinde Resmî Gazetede yayımlanmıştır.

Güncel mevzuat itibarıyla, 6728 Sayılı Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun 09/08/2016 tarihinde Resmî Gazetede yayımlanmıştır. Bu kanunun 61-66. maddeleri 5941 sayılı Çek Kanunu'na ilişkin düzenlemeler ve değişiklikler içermektedir.

09.08.2016 tarihinden önce yapılan odak grup toplantılarında, tüm sektörler ve meslek grupları bakımından Çek Kanunu'na yönelik eleştiriler dile getirilmiştir. Bununla birlikte, 09.08.2016 tarihli değişiklikler ve düzenlemeler ile odak grup toplantılarında ifade edilmiş olan sorunların belirli ölçüde giderilmiş olduğu görülmektedir. 09.08.2016 tarihinden sonra yer alan bu değişiklik ve düzenlemelere kısaca yer vermek gerekirse:

6728 S.K.-61. maddesi–*14/12/2009 tarihli ve 5941 sayılı Çek Kanununun 2. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası kayıtlarını," ibaresi "Risk Merkezi ile adli sicil kayıtlarını ve" şeklinde değiştirilmiş, üçüncü fıkrasına aşağıdaki cümleler eklenmiş, dördüncü fıkrasında yer alan "yaptığı, temsilcisi veya imza" ibaresi "yaptığı veya ticaret siciline tescil edilen" şeklinde değiştirilmiş ve yedinci fıkrasına aşağıdaki bentler eklenmiştir.*

"Muhatap banka; gerçek veya tüzel kişi adına açılması talep olunan çek hesaplarında bunların, sermaye şirketlerinde ayrıca yönetim organında görev yapanlar ile ticaret siciline tescil edilen şirket yetkililerinin çek hesabı açma yasağının bulunmadığı hususunu kontrol ederek, yasağın bulunmadığına ilişkin sorgulama sonucunu muhafaza eder. Bankalar çek hesabı açtıkları kişiler ile çek hesabı sahibi tüzel kişi ise hesap açılış tarihi itibarıyla tüzel kişi tarafından bildirilen işlem yetkililerini 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 780. maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen sisteme kaydeder."

"e) Çek hesabı sahibi gerçek kişi ise Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası; tüzel kişilerde ise varsa Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS) numarası,

f) Çek hesabı sahibi ile düzenleyenin farklı kişiler olması hâlinde, ayrıca düzenleyenin Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası," şeklindedir.

Bu değişiklikler kapsamında, 5941 Sayılı Kanunu'nun 2. maddesinin bundan sonra şu şekilde uygulanacağı söylenebilir:

5941 Sayılı Kanun m.2/ (1) Bankalar, çek hesabı açılması ile ilgili olarak bu Kanunla kendilerine verilen görev ve yükümlülükleri yerine getirirken, çek hesabı açtırmak isteye-

nin yasaklı olup olmadığını bu Kanun hükümlerine göre araştırırlar; ayrıca ilgili kişinin ekonomik ve sosyal durumunun belirlenmesinde gerekli basiret ve özeni gösterirler. (2) Bankalar, çek hesabı açtırmak isteyenlerin yasaklılık durumuna ilişkin Risk Merkezi ile adli sicil kayıtlarını ve açık kimliklerini saptamak için fotoğraflı nüfus cüzdanı, pasaport veya sürücü belgesi örneklerini, yerleşim yeri belgelerini, vergi kimlik numaralarını, tacir olanların ayrıca ticaret sicili kayıtlarını, esnaf ve sanatkâr olanların ise esnaf ve sanatkâr sicili kayıtlarını almak ve çek hesabının kapatılması hâlinde bunları, hesabın kapatıldığı tarihten itibaren on yıl süreyle saklamakla yükümlüdür. Yerleşim yeri yurt dışında bulunan kişiler, bankaya kendileri ile ilgili olarak Türkiye'de bir adres bildirmek zorundadır. Çekin karşılığının tamamen veya kısmen bulunmaması hâlinde, çek düzenleyenin bankaca bilinen adresleri, talebi hâlinde hamile verilir.

(3) Çek hesabı ilgilinin, vekilin veya yasal temsilcisinin imzası olmadan açılamaz. Çek hesabı açılmasını veya mevcut çek hesabından çek defteri verilmesini isteyen kişi, her defasında tacir veya esnaf ve sanatkâr olup olmadığı ve kendisi hakkında çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı bulunmadığı hususunda bankaya yazılı beyanda bulunur. Tüzel kişiler adına verilecek beyannamede ayrıca, tüzel kişinin yönetim organında görev yapan, temsilcisi olan veya imza yetkilisi olan kişilerin çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı bulunmadığı belirtilir[186]. (4) Hakkında çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararı bulunan gerçek kişinin, yönetim organında görev yaptığı veya ticaret siciline tescil edilen yetkilisi olduğu tüzel kişiye çek defteri verilmez. (5) Çek defterleri bankalarca bastırılır. (6) Çek defterlerinin baskı şeklini belirleyen esaslar, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye Katılım Bankaları Birliğinin görüşü alınarak, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasınca Resmî Gazetede yayımlanacak tebliğle düzenlenir. Tacir olan ve tacir olmayan kişilere verilecek çekler ile hamiline düzenlenecek çekler, açıkça ayırt edilebilecek biçimde bastırılır. Hamiline düzenlenecek çekler için sadece bu çeklere ilişkin işlemlerin işlendiği ayrı çek hesapları açılır. Hamiline düzenlenecek çeklerde, hamiline çek defteri yapraklarının kullanılması gerekir. Çek yapraklarının üzerinde "hamiline" ibaresi matbu olarak yer alır.

(7) Çek defterinin her bir yaprağına;

a) Çek hesabının numarası,

b) Çek hesabının bulunduğu banka şubesinin adı,

c) Çek hesabı sahibi gerçek kişinin adı ve soyadı, tüzel kişinin adı,

ç) Çek hesabı sahibi gerçek veya tüzel kişinin vergi kimlik numarası,

d) (Ek: 31/1/2012-6273/1 md.) Çekin basıldığı tarih,

e) (Ek: 15/7/2016-6728/61 md.) Çek hesabı sahibi gerçek kişi ise Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası; tüzel kişilerde ise varsa Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS) numarası,

186 (Ek cümleler: 15/7/2016-6728/61 md.) Muhatap banka; gerçek veya tüzel kişi adına açılması talep olunan çek hesaplarında bunların, sermaye şirketlerinde ayrıca yönetim organında görev yapanlar ile ticaret siciline tescil edilen şirket yetkililerinin çek hesabı açma yasağının bulunmadığı hususunu kontrol ederek, yasağın bulunmadığına ilişkin sorgulama sonucunu muhafaza eder. Bankalar çek hesabı açtıkları kişiler ile çek hesabı sahibi tüzel kişi ise hesap açılış tarihi itibarıyla tüzel kişi tarafından bildirilen işlem yetkililerini 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 780. maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen sisteme kaydeder.

f) (Ek: 15/7/2016-6728/61 md.) Çek hesabı sahibi ile düzenleyenin farklı kişiler olması hâlinde, ayrıca düzenleyenin Türkiye Cumhuriyeti kimlik numarası, yazılır.

(8) Tüzel kişi adına çek düzenleyen kişinin adı ve soyadı, düzenlenen çek üzerine açıkça yazılır. (9) Türk Ticaret Kanunundaki unsurları taşıması kaydıyla, düzenlenen çekin bu maddede yer alan koşullara aykırı olması çekin geçerliliğini etkilemez.

(10) Çek hesabı, ancak sahibinin veya yasal temsilcisinin yazılı talebi ya da mevduat veya katılım fonu zamanaşımı süresinin dolması üzerine kapatılabilir. Çek hesabı kapatıldıktan sonra, üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihine göre kanunî ibraz süresi içinde ibraz edilen çekler karşılıksızdır işlemine tâbi tutulur.

(11) Esnaf ve sanatkâr odalarına kayıtlı olanlardan, tacir kişilere özgü çek hesabı açtıranlar hakkında bu Kanunun tacirlere ilişkin hükümleri uygulanır."

Yapılan bu değişlikleri kısaca özetleyecek olursak, 2. fıkrada koyu yazan kısmın, 2009 yılı 5941 kanunundaki hâli "adli sicil", 2012 yılı 6273 kanunundaki hâli "Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası kayıtları", 2016 yılı 6728 kanunundaki hâli "Risk Merkezi ile adli sicil kayıtlarını ve" şeklindedir ve bu son hâlidir[187].

6728 Sayılı Kanun ile sadece Çek Kanunu'nda değil, pek çok kanunda değişiklik yapıldığı görülmektedir. Bu değişikliklerden en önemlisi Türk Ticaret Kanunu'nda gerçekleşmiştir. Türk Ticaret Kanunu 780. maddesi ve devamı maddeler "Çeklerin Düzenlenmesi ve Şekli" başlığı altındaki maddelerde düzenlemeye gidilmiştir. Türk Ticaret Kanunu 780. maddesi 1. fıkrası çekin unsurlarını içeren ('çek' ibaresi, kayıtsız-şartsız havale, ödeyecek kişinin- muhatabın ticari unvanı, çekin düzenleme yeri, tarihi, düzenleyenin imzası) bir fıkra olup, ona 'g' ve 'h' olarak 2 unsur daha eklenmiştir: "g) (Ek: 15/7/2016-6728/70 md.) Banka tarafından verilen seri numarasını, h) (Ek: 15/7/2016-6728/70 md.) Karekodu," eklenmiştir.

Türk Ticaret Kanunu 780/3. fıkrası ise "(3) (Ek fıkra : 15/7/2016-6728/70 md.) İkinci fıkrada belirtilen verilere ulaşılmasını sağlayacak karekod okutma ve bilgi paylaşım sistemi 5411 sayılı Kanunun ek 1. madde hükmü uyarınca kurulan Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi tarafından oluşturulur. Risk Merkezi sistemdeki verileri, 5411 sayılı Kanunun ek 1. maddesinin on birinci fıkrası uyarınca bilgi alışverişini gerçekleştirdiği şirket ile paylaşmaya yetkilidir. Bu yetki kullanıldığı takdirde sistem bilgilerin paylaşıldığı şirket nezdinde kurulabilir." şeklidedir. Görüldüğü gibi bu fıkra da 6728 Sayılı Kanun ile getirilmiştir.

Yani buradaki değişiklik, başvuruculara, bankaya çek yasağı bulunmadığına dair yazılı

187 T.B.B. Risk Merkezi web sayfasındaki yazısı : "Resmi Gazete'nin 25 Şubat 2011 tarih, 27857(mükerrer) sayılı nüshasında yayımlanan 6111 sayılı Kanun ile 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'na Ek Madde 1 ve Geçici Madde 28 ilave edilmiştir. Ek Madde 1 ile Türkiye Bankalar Birliği nezdinde, kredi kuruluşları ile Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nca uygun görülecek finansal kuruluşların müşterilerinin risk bilgilerini toplamak ve söz konusu bilgileri bu kuruluşlar ile gerçek veya tüzel kişilerin kendileriyle ya da onay vermeleri koşuluyla özel hukuk tüzel kişileri ve üçüncü gerçek kişileri ile de paylaşılmasını sağlamak üzere Risk Merkezi kurulmuştur. Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi 28 Haziran 2013 tarihinde faaliyete geçmiştir." şeklinde ifade yer almaktadır. Risk Merkezi üç tip rapor hazırlar, bunlardan biri de "Çek Raporu"dur. Çek Raporu 2009 yılından itibaren olmak üzere; * karşılıksız çekler, * karşılıksız işlemi yapıldıktan sonra ödenen çekler ve * ibrazında ödenen çeklere ilişkindir. Bu sayılan üç hususa ilişkin hazırlanacak raporda ;– çek toplam adeti,– toplam tutarı,– çeklerin alındığı banka bilgileri ve– en son işlem yapılan 50 adet çek dökümü yer alır.

beyan verilmesi yeterli olmaması; bu beyanların doğru olup olmadığının araştırılması konusunda bankaya sorumluluklar getirilmiş olmasıdır. Banka, başvuruda bulunan gerçek kişi ya da tüzel kişi adına yetkilisini Risk Merkezi Sistemine kaydetmeli ve yine bu sistemden sorgulama yapmalı, bu sorgu sonucunu da muhafaza etmelidir.

6728 Sayılı Kanun'un 62. maddesi incelenecek olursa:

"*5941 sayılı Kanunun 3. maddesinin altıncı fıkrasında yer alan "Cumhuriyet Başsavcılığına talepte" ibaresi "icra mahkemesine şikâyette" şeklinde değiştirilmiş ve maddeye aşağıdaki fıkra eklenmiştir."(10) Lehine karekodlu çek düzenlenen lehdar, teslim aldığı çeki Türk Ticaret Kanununun 780. maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen sisteme kaydeder. Karekodlu çekin sisteme kaydedildiği tarihten sonra çek düzenleyen tüzel kişinin temsilcilerinde meydana gelen değişiklikler, çek hesabı sahibi tüzel kişinin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.*" şeklindedir.

Söz konusu maddenin yeni hâlinde: 5941 Sayılı Kanun m.3: (1) Karşılığı bulunan çek, hesabın bulunduğu muhatap bankanın herhangi bir şubesine ibraz edildiğinde hamilin varsa vergi kimlik numarası saptandıktan sonra ödenir. Ancak çek, hesabın bulunduğu şubeden başka bir şubeye ibraz edildiğinde, o şubece karşılığı sorulmak suretiyle ödenir. (2) "Karşılıksızdır" işlemi, muhatap bankanın hamile kanunen ödemekle yükümlü olduğu miktarın dışında, çek bedelinin karşılanamayan kısmıyla sınırlı olarak yapılır. (3) Muhatap banka, ibraz eden düzenleyici dışındaki hamile, süresinde ibraz edilen her çek yaprağı için;

a) Karşılığının hiç bulunmaması hâlinde,

1) Çek bedeli bin Türk Lirası veya üzerinde ise bin Türk Lirası,

2) Çek bedeli bin Türk Lirasının altında ise çek bedelini,

b) Karşılığının kısmen bulunması hâlinde,

1) Çek bedeli bin Türk Lirası veya altında ise, çek bedelini aşmamak koşuluyla, kısmî karşılığı bin Türk Lirasına tamamlayacak bir miktarı,

2) Çek bedeli bin Türk Lirasının üzerinde ise, çek bedelini aşmamak koşuluyla, kısmî karşılığa ilave olarak bin Türk Lirasını, ödemekle yükümlüdür. Bu husus, hesap sahibi ile muhatap banka arasında çek defterinin teslimi sırasında yapılmış olan dönülemeyecek bir gayri nakdî kredi sözleşmesi hükmündedir. Bu fıkradaki miktar, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayımlanan fiyat endekslerindeki yıllık değişmeler göz önünde tutularak Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından her yıl Ocak ayında belirlenir ve Resmî Gazetede yayımlanır.

(4) Hamilin talepte bulunması hâlinde, karşılıksızdır işlemi; çekin arka yüzüne tahsil için bankaya ibraz edildiği tarih, hesap durumu, bankanın yükümlülüğü çerçevesinde ödediği miktar ve ibraz eden gerçek kişinin adı ve soyadı yazılmak, bu kişinin tüzel kişi adına bedeli tahsil etmesi hâlinde bu husus belirtilmek ve bu kişi ile birlikte banka yetkilisi tarafından imzalanmak suretiyle yapılır. Banka tarafından ödenen miktar düşüldükten sonra karşılıksız kalan tutar açıkça belirtilir. Hamilin imzalamaktan kaçınması hâlinde, karşılıksızdır işlemi yapılmaz.

(5) Muhatap bankanın üçüncü fıkraya göre ödemekle yükümlü olduğu tutar dâhil,

kısmî ödemenin hamil tarafından kabul edilmemesi hâlinde, ikinci fıkra hükmüne göre karşılıksızdır işlemi yapılır; ibraz tarihi ile ödememe nedeni çekin üzerine yazılır ve çek, üzerine imzası alınarak hamiline geri verilir; ön ve arka yüzünün fotokopisi banka tarafından saklanır. Çek hesabında hiç karşılığın bulunmaması ve hamilin sadece muhatap bankanın üçüncü fıkraya göre ödemekle yükümlü olduğu tutarın ödenmesini talep etmesi hâlinde de bu fıkra hükmüne göre işlem yapılır.

(6) Muhatap bankanın üçüncü fıkraya göre ödemekle yükümlü olduğu tutar dâhil kısmî ödeme hâlinde, çekin ön ve arka yüzünün onaylı fotokopisi ücretsiz olarak hamile verilir. Çek hamili, bu fotokopiyle müracaat borçlularına veya kambiyo senetleri hakkındaki takip usullerine başvurabileceği gibi, icra mahkemesine şikâyette bulunurken dilekçesine bu fotokopiyi ekleyebilir ve bunu icra daireleri ile mahkemelerde ispat aracı olarak kullanabilir. Mahkeme veya icra dairesinin istemi hâlinde çekin aslı bu mercilere gönderilir.

(7) Banka;

a) Çekin karşılığının hesapta bulunmasına rağmen hamiline ödenmesinin geciktirilmesi,

b) Kanunen ödemekle yükümlü olduğu miktarın hamile ödenmesinin geciktirilmesi,

hâllerinde, çek hamiline, her geçen gün için binde üç gecikme cezası öder. Bu hâllerde 4/12/1984 tarihli ve 3095 sayılı Kanuni Faiz ve Temerrüt Faizine İlişkin Kanun hükümleri uygulanmaz.

(8) Üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihinden önce ibraz edilen çekin karşılığının Türk Ticaret Kanununun 707. maddesi uyarınca kısmen veya tamamen ödenmemiş olması hâlinde, bu çekle ilgili olarak hukukî takip yapılamaz. İleri düzenleme tarihli çekle ilgili olarak hukukî takip yapılabilmesi için, çekin üzerindeki düzenleme tarihine göre kanunî ibraz süresi içinde bankaya ibraz edilmesi ve karşılıksızdır işlemine tabi tutulması şarttır.

(9) (Ek: 31/1/2012-6273/2 md.)Çekin, üzerinde yazılı baskı tarihinden itibaren beş yıl içinde ibraz edilmemesi hâlinde, muhatap bankanın üçüncü fıkraya göre ödemekle yükümlü olduğu tutara ilişkin sorumluluğu sona erer.

(10) (Ek: 15/7/2016-6728/62 md.) Lehine karekodlu çek düzenlenen lehdar, teslim aldığı çeki Türk Ticaret Kanununun 780. maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen sisteme kaydeder. Karekodlu çekin sisteme kaydedildiği tarihten sonra çek düzenleyen tüzel kişinin temsilcilerinde meydana gelen değişiklikler, çek hesabı sahibi tüzel kişinin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.

Proje araştırmasında, Odak Grup toplantılarında dile getirilen temel eleştiri açısından değişiklikler yorumlanacak olursa: 2012 yılındaki 6273 Sayılı Kanun ile cezaî yaptırımlar kaldırışmışsa da, 2016 yılındaki 6728 Sayılı Kanun ile geri getirildiği ve bunun da kanundaki ifadelere yukarıda açıklandığı şekilde yansıdığını söyleyebiliriz. Bilhassa sonraki olan 63. maddede cezaya yönelik uygulamalar görülmektedir.

10. fıkra tamamen yenidir. Çekin daha güvenilir bir ödeme vasıtası hâline getirmek için eklenen fıkralardan biridir. Bu kanunla daha fazla teknoloji ve bilgi kaydı ve paylaşımı

söz konusudur. Risk Merkezi Sistemi'nden sonra "Karekod" uygulaması getirilmiştir. Bu uygulama ile amaç çekin takibini kolaylaştırmaktır. Değişiklikten önce, bankaların verdiği çek yapraklarının kaçının kullanıldığı kaçının halen çek sahibinin elinde olduğu tespit edilememekteydi; ancak çek bankaya ibraz edildiğinde çek hakkında bilgi sahibi olmak mümkün oluyordu. Çekin kayıt dışı kullanımının önüne geçmek için Karekod uygulaması getirilmiştir. Diğer bir deyişle, lehdar, aldığı çeki Karekod Sistemine tanıtarak onu takip edilebilir hâle getrmiş olacaktır. Aynı şekilde çek hesabı sahibinin bankalara henüz ibraz edilmemiş çekleri de üçüncü kişilerin paylaşımına açık olacaktır.

Sisteme kayıt yaptırmamak çekin geçerliliğini etkilemeyecektir, ancak lehdar 5941 Sayılı Kanun'un 3.maddesinin 3. fıkrasındaki haktan mahrum kalacaktır, yani bankaların karşılıksız çıkan çeklere karşılık ödemekle sorumlu olduğu belirli tutardaki paradan mahrum kalacaktır.

Yine değişiklikler arasında güvence olarak yorumlayabileceğimiz düzenleme ise, tüzel kişilerde, temsilci değişse de, tüzel kişi çekten sorumlu olmaya devam etmesidir. Yeni değişiklikten önce, çekin düzenlenmesinden sonra fakat ibrazından önce şirket yetkilisinin yetki süresi dolduğunda banka ve şirketlerin çekin yetkisiz kişi tarafından düzenlendiği gerekçesiyle çek bedeli ödemekten kaçınmaktaydılar. Burada dikkat edilmesi gereken nokta Karekodlu çekin sisteme kaydedildiği tarihten sonra" ifadesidir.

Yapılan değişikliklerden bir diğeri 6728 Sayılı Kanun'un 63. maddesi ile getirilmiştir.

"*5941 sayılı Kanunun 5. maddesinin madde başlığı "Ceza sorumluluğu, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı" şeklinde, birinci, sekizinci ve onuncu fıkraları aşağıdaki şekilde değiştirilmiş, ikinci ve dokuzuncu fıkraları aşağıdaki şekilde yeniden düzenlenmiş, üçüncü fıkrasında yer alan "sorumluluk ile idarî yaptırım sorumluluğu" ibaresi "ve cezai sorumluluk" şeklinde değiştirilmiş ve maddeye aşağıdaki fıkra eklenmiştir.*

"(1) Üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihine göre kanuni ibraz süresi içinde ibrazında, çekle ilgili olarak "karşılıksızdır" işlemi yapılmasına sebebiyet veren kişi hakkında, hamilin şikâyeti üzerine, her bir çekle ilgili olarak, 1500 güne kadar adli para cezasına hükmolunur. Ancak, hükmedilecek adli para cezası; çek bedelinin karşılıksız kalan miktarı, çekin üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihine göre kanuni ibraz tarihinden itibaren işleyecek 3095 sayılı Kanuna göre ticari işlerde temerrüt faizi oranı üzerinden hesaplanacak faizi ile takip ve yargılama gideri toplamından az olamaz. Mahkeme ayrıca, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağına; bu yasağın bulunması hâlinde, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının devamına hükmeder. Yargılama sırasında da resen mahkeme tarafından koruma tedbiri olarak çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağına karar verilir. Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı, çek hesabı sahibi gerçek veya tüzel kişi, bu tüzel kişi adına çek keşide edenler ve karşılıksız çekin bir sermaye şirketi adına düzenlenmesi durumunda ayrıca yönetim organı ile ticaret siciline tescil edilen şirket yetkilileri hakkında uygulanır. Koruma tedbiri olarak verilen çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararlarına karşı yapılan itirazlar bakımından 9/6/1932 tarihli ve 2004 sayılı İcra ve İflas Kanununun 353. maddesinin birinci fıkrası hükmü uygulanır. Bu suçtan dolayı açılan davalar icra mahkemesinde görülür ve İcra ve İflas Kanununun 347, 349, 350, 351, 352 ve 353. maddelerinde düzenlenen yargılama usulüne ilişkin hükümler uygulanır. Bu

davalar çekin tahsil için bankaya ibraz edildiği veya çek hesabının açıldığı banka şubesinin bulunduğu yer ya da hesap sahibinin yahut şikâyetçinin yerleşim yeri mahkemesinde görülür."

"(2) Birinci fıkra hükmüne göre çek karşılığını ilgili banka hesabında bulundurmakla yükümlü olan kişi, çek hesabı sahibidir. Çek hesabı sahibinin tüzel kişi olması hâlinde, bu tüzel kişinin mali işlerini yürütmekle görevlendirilen yönetim organının üyesi, böyle bir belirleme yapılmamışsa yönetim organını oluşturan gerçek kişi veya kişiler, çek karşılığını ilgili banka hesabında bulundurmakla yükümlüdür. Birinci fıkra uyarınca hakkında çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararı verilenler, yasaklılıkları süresince sermaye şirketlerinin yönetim organlarında görev alamazlar. Ancak, hakkında yasaklama kararı verilenlerin mevcut organ üyelikleri görev sürelerinin sonuna kadar devam eder."

"(8) Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararına ilişkin bilgiler, güvenli elektronik imza ile imzalandıktan sonra, Adalet Bakanlığı Ulusal Yargı Ağı Bilişim Sistemi (UYAP) aracılığıyla MERSİS ile Risk Merkezine elektronik ortamda bildirilir. Hakkında çek hesabı açma yasağı kararı verilen kişiler, Risk Merkezi tarafından bankalara bildirilir. Bu bildirimler ile bankalara yapılacak duyurulara ilişkin esas ve usuller, Adalet Bakanlığının uygun görüşü alınarak Risk Merkezi tarafından belirlenir."

"(9) Karşılıksız kalan bir çekle ilgili olarak yapılan yargılama neticesinde mahkeme tarafından beraat, ceza verilmesine yer olmadığı, davanın düşmesi veya davanın reddine karar verilmesi hâlinde, aynı kararda, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılmasına karar verilir. Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılmasına ilişkin kararların kesinleşmesi üzerine, bu kararlar, MERSİS ile Risk Merkezine sekizinci fıkradaki usullere göre bildirilir ve ilan olunur."

"(10) Birinci fıkrada tanımlanan suç nedeniyle, ön ödeme, uzlaşma ve hükmün açıklanmasının geri bırakılmasına ilişkin hükümler uygulanmaz."

"(11) Birinci fıkra uyarınca verilen adli para cezalarının ödenmemesi durumunda, bu ceza, 13/12/2004 tarihli ve 5275 sayılı Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanunun 106. maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan kamuya yararlı bir işte çalıştırma kararı verilmeksizin doğrudan hapis cezasına çevrilir."

Bu değişiklik kapsamında, 5941 Sayılı Kanun'un madde 5 (1) (Değişik: 15/07/2016-6728/63 m.) üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihine göre kanunî ibraz süresi içinde ibrazında, çekle ilgili olarak "karşılıksızdır" işlemi yapılmasına neden olan kişi hakkında, hamilin şikâyeti üzerine, her bir çekle ilgili olarak, 1500 güne kadar adlî para cezasına hükmolunur. Ancak, hükmedilecek adlî para cezası; çek bedelinin karşılıksız kalan miktarı, çekin üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihine göre kanunî ibraz tarihinden itibaren işleyecek 3095 sayılı Kanun'a göre ticarî işlerde temerrüt faizi oranı üzerinden hesaplanacak faizi ile takip ve yargılama gideri toplamından az olamaz. Mahkeme ayrıca, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağına; bu yasağın bulunması hâlinde, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının devamına hükmeder. Yargılama sırasında da re'sen mahkeme tarafından koruma tedbiri olarak çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağına karar verilir. Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı, çek hesabı sahibi gerçek veya tüzel kişi, bu tüzel kişi adına çek keşide edenler ve karşılıksız çekin bir sermaye şirketi adına düzenlenmesi durumunda ayrıca yönetim organı ile ticaret siciline tescil edilen şirket yetkilileri hakkında uygulanır. Koruma

tedbiri olarak verilen çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararlarına karşı yapılan itirazlar bakımından 9/6/1932 tarihli ve 2004 sayılı İcra ve İflas Kanununun 353. maddesinin birinci fıkrası hükmü uygulanır. Bu suçtan dolayı açılan davalar icra mahkemesinde görülür ve İcra ve İflas Kanununun 347, 349, 350, 351, 352 ve 353. maddelerinde düzenlenen yargılama usulüne ilişkin hükümler uygulanır. Bu davalar çekin tahsil için bankaya ibraz edildiği veya çek hesabının açıldığı banka şubesinin bulunduğu yer ya da hesap sahibinin yahut şikâyetçinin yerleşim yeri mahkemesinde görülür.

(2) (Mülga: 31/1/2012-6273/3 md.; Yeniden düzenleme: 15/7/2016-6728/63 md.) Birinci fıkra hükmüne göre çek karşılığını ilgili banka hesabında bulundurmakla yükümlü olan kişi, çek hesabı sahibidir. Çek hesabı sahibinin tüzel kişi olması hâlinde, bu tüzel kişinin mali işlerini yürütmekle görevlendirilen yönetim organının üyesi, böyle bir belirleme yapılmamışsa yönetim organını oluşturan gerçek kişi veya kişiler, çek karşılığını ilgili banka hesabında bulundurmakla yükümlüdür. Birinci fıkra uyarınca hakkında çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararı verilenler, yasaklılıkları süresince sermaye şirketlerinin yönetim organlarında görev alamazlar. Ancak, hakkında yasaklama kararı verilenlerin mevcut organ üyelikleri görev sürelerinin sonuna kadar devam eder.

(3) Çek hesabı sahibi gerçek kişi, kendisi adına çek düzenlemek üzere bir başkasını temsilci veya vekil olarak tayin edemez. Gerçek kişinin temsilcisi veya vekili olarak çek düzenlenmesi hâlinde, bu çekten dolayı hukukî ve cezaî sorumluluk çek hesabı sahibine aittir.

(4) (Mülga: 31/1/2012-6273/3 md.)

(5) Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararı ile ilgili olarak, herhangi bir adres değişikliği bildiriminde bulunulmadığı sürece ilgilinin çek hesabı açtırırken bildirdiği adrese 11/2/1959 tarihli ve 7201 sayılı Tebligat Kanunu'nun 35. maddesine göre derhal tebligat çıkarılır. Adresin bankaya yanlış bildirilmesi veya fiilen terkedilmiş olması hâlinde de, tebligat yapılmış sayılır.

(6) Hakkında çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararı verilmiş olan kişi, elindeki bütün çek yapraklarını ait olduğu bankalara iade etmekle yükümlüdür. Bu kişi adına yeni bir çek hesabı açılamaz.

(7) Hakkında çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararı verilmiş olan kişi, kararın kendisine tebliğ edildiği tarihten itibaren on gün içinde, düzenlemiş bulunduğu ve henüz karşılığı tahsil edilmemiş olan çekleri, düzenleme tarihlerini, miktarlarını ve varsa lehtarlarını da göstermek suretiyle, muhatap bankaya liste hâlinde vermekle yükümlüdür.

(8) (Değişik: 15/7/2016-6728/63 md.) Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı kararına ilişkin bilgiler, güvenli elektronik imza ile imzalandıktan sonra, Adalet Bakanlığı Ulusal Yargı Ağı Bilişim Sistemi (UYAP) aracılığıyla MERSİS ile Risk Merkezine elektronik ortamda bildirilir. Hakkında çek hesabı açma yasağı kararı verilen kişiler, Risk Merkezi tarafından bankalara bildirilir. Bu bildirimler ile bankalara yapılacak duyurulara ilişkin esas ve usuller, Adalet Bakanlığının uygun görüşü alınarak Risk Merkezi tarafından belirlenir.

9) (Mülga: 31/1/2012-6273/3 md.; Yeniden düzenleme: 15/7/2016-6728/63 md.) Karşılıksız kalan bir çekle ilgili olarak yapılan yargılama neticesinde mahkeme tarafından

beraat, ceza verilmesine yer olmadığı, davanın düşmesi veya davanın reddine karar verilmesi hâlinde, aynı kararda, çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılmasına karar verilir. Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılmasına ilişkin kararların kesinleşmesi üzerine, bu kararlar, MERSİS ile Risk Merkezine sekizinci fıkradaki usullere göre bildirilir ve ilan olunur.

(10) (Değişik: 15/7/2016-6728/63 md.) Birinci fıkrada tanımlanan suç nedeniyle, ön ödeme, uzlaşma ve hükmün açıklanmasının geri bırakılmasına ilişkin hükümler uygulanmaz.

(11) (Mülga: 31/1/2012-6273/3 md.; Ek: 15/7/2016-6728/63 md.) Birinci fıkra uyarınca verilen adli para cezalarının ödenmemesi durumunda, bu ceza, 13/12/2004 tarihli ve 5275 sayılı Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanunun 106. maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan kamuya yararlı bir işte çalıştırma kararı verilmeksizin doğrudan hapis cezasına çevrilir.

Bu değişiklikleri özetleyecek olursak, cezaî yaptırımlar getirilmesinin diğer sonucu bu madde başlığına "Ceza sorumluluğu" ibaresinin getirilmesi olmuştur. 2012 yılı 6273 Sayılı Kanunda başlık sadece "Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağı" şeklindeydi. Yeni düzenlemeye göre, çek kanunî ibraz süresi içinde ibraz edilmelidir. Çek ibraz edildiğinde ödenmesi gereken bir ödeme vasıtasıdır. Kural olarak ileri tarihli düzenlenmemesi gerekir. Bilindiği üzere uygulamada çekler ileri tarihli olarak düzenlenmektedir ve bu sık karşılaşılan bir durumdur. Eğer ileri tarihli düzenlenen çek ibraz süresinden önce ibraz edilirse cezaî yaptırıma yönelik hükümlerden faydalanmak mümkün olmayacaktır. Süresi içinde ibraz edilen çek tamamen ya da kısmen karşılıksız ise "karşılıksız işlemi" yaptırılır. Hamil, çekin karşılıksız çıkmasına sebep olan kişiye karşı şikâyette bulunur. Şikâyete konu her bir çekle ilgili olarak 1500 güne kadar adlî para cezası hükmolunur. Fakat bu adlî para cezası çekin karşılıksız çıkan miktarı, faizi (düzenleme tarihinden itibaren işletilecek 3095 Sayılı Kanuna göre temerrüt faizi), takip ve yargılama giderleri toplamından az olamaz. Mahkeme sadece hüküm kısmında değil, artık yargılama sırasında da "koruma tedbiri" olarak yasak kararı verebilir ve bu kararı "re'sen" verir.

Yasak kararı, çek hesabı gerçek kişi veya tüzel kişi, bu tüzel kişi adına çek keşide edenler ve karşılıksız çek sermaye şirketi adına düzenlenmişse ayrıca yönetim organı ile ticaret siciline tescil edilen yetkilileri hakkında uygulanır. Koruma tedbiri olarak verilen yasak kararına karşı yapılacak itirazlar 2004 Sayılı İcra İflas Kanunu 353/1. maddesi uygulanır[188]. Karşılıksız çekten kaynaklı suçlar "icra mahkemelerinde görülür. İ.İ.K. 347-349-350-351-352-353. maddelerinde düzenlenen yargılama usulüne ilişkin hükümler uygulanır.

Çek hesabında para bulundurmakla yükümlü olan kişi çek hesabı sahibidir. Tüzel kişilerde ise, eğer yönetim organında mali işleri yönetmekle görevlendirilen üyedir.

188 2004 sayılı İcra ve İflas kanunu m.353/1: "İcra mahkemesinin verdiği tazyik ve disiplin hapsine ilişkin kararlara karşı, tefhim veya tebliğden itibaren yedi gün içinde itiraz edilebilir. Mahkeme itirazı incelemesi için dosyayı o yerde icra mahkemesinin birden fazla dairesinin bulunması halinde, numara olarak kendisini izleyen daireye, son numaralı daire için birinci daireye, o yerde icra mahkemesinin tek dairesi bulunması halinde asliye ceza mahkemesine, icra mahkemesi hâkimi ile asliye ceza mahkemesi hâkiminin aynı hâkim olması hâlinde ise en yakın asliye ceza mahkemesine gönderir. İtiraz incelemesi neticesinde verilen karar kesindir."

Eğer böyle bir üye yoksa yönetim organındaki üye/üyeler çek hesabı sahibi olarak kabul edilir. Haklarında yasak kararı verilen üye/üyeler yönetim organında görev alamaz, fakat üyelikleri, görev sürelerinin sonuna kadar, devam eder. 5941 Sayılı Kanunda "hukukî ve cezaî sorumluluk", 2012 Yılı 6273 Sayılı kanunda "hukukî sorumluluk ile idarî yaptırım sorumluluğu", en son olarak bu kanunla 2016 yılı 6728 Sayılı Kanunda "hukukî ve cezaî sorumluluk" hâlini almıştır.

Çek hesabı yasağının sisteme kaydı konusu düzenlenmiştir. Elektronik imzalı yasak kararına ilişkin bilgiler UYAP vasıtasıyla MERSİS ve Risk Merkezi'ne elektronik ortamda bildirilir. Hakkında yasak kararı olanları Risk Merkezi bankalara bildirir. Yargılama sırasında koruma tedbiri olarak verilen yasak karanına itiraz sonucu kaldırılması hâlinde de aynı bildirimler yapılır. Bildirimin nasıl yapılacağına dair usul ve esası Risk Merkezi, Adalet Bakanlığı'nın uygun görüşünü alarak belirler.

Karşılıksız çek davaları: beraat, ceza verilmesine yer olmadığı, davanın düşmesi veya davanın reddine ile sonuçlanmışsa, aynı kararda çek yasağının kaldırılmasına da karar verilir. Bu kararın kesinleşmesi ile 8. fıkrada sayılan usullerde MERSİS ile Risk Merkezi'ne bildirimler yapılır. Karşılıksız çek davalarında ön ödeme, uzlaşma ve hükmün açıklanmasının geri bırakılmasına ilişkin hükümlerin uygulanmayacağı düzenlenerek daha caydırıcı hâle getirildiği görülmektedir. Karşılıksız çek davalarında verilen adlî para cezalarının 5275 Sayılı Kanun 106/3 maddesinde düzenlenen kamuya yararlı işte çalıştırma kararı verilmeksizin hapis cezasına çevrileceği hususu işlenmiştir.

6728 Sayılı Kanunun, 64. maddesi ile

'*5941 sayılı Kanunun 6. maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.*

"Etkin pişmanlık ve çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılması

MADDE 6- (1) Karşılıksız kalan çek bedelinin, çekin üzerinde yazılı bulunan düzenleme tarihine göre kanunî ibraz tarihinden itibaren işleyecek 3095 sayılı Kanuna göre ticarî işlerde temerrüt faiz oranı üzerinden hesaplanacak faizi ile birlikte tamamen ödeyen kişi hakkında,

a) Yargılama aşamasında mahkeme tarafından davanın düşmesine,

b) Mahkûmiyet hükmünün kesinleşmesinden sonra mahkeme tarafından hükmün bütün sonuçlarıyla ortadan kaldırılmasına,

karar verilir. Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırıldığı, MERSİS ile Risk Merkezine 5. maddenin sekizinci fıkrasındaki usullere göre bildirilir ve ilan olunur.

(2) Şikâyetten vazgeçme hâlinde de birinci fıkra hükmü uygulanır.

(3) Kişi, mahkûm olduğu cezanın tamamen infaz edildiği tarihten itibaren üç yıl ve her halde yasağın konulduğu tarihten itibaren on yıl geçtikten sonra, hükmü veren mahkemeden çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılmasını isteyebilir; mahkemenin vereceği karara itiraz edebilir. Bu itiraz bakımından İcra ve İflas Kanununun 353. maddesinin birinci fıkrası hükmü uygulanır. Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılmasına ilişkin karar kesinleştiğinde, yasağın kaldırıldığı, MERSİS ile Risk Merkezine 5. maddenin sekizinci fıkrasındaki usullere göre bildirilir ve ilan olunur." '

Bu kapsamda, 6. maddenin başlığı "Etkin pişmanlık ve yasak kararının kaldırılması" iken, 2012 yılı 6273 Sayılı Kanun ile " Çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılması", en son olarak 2016 yılı 6728 Sayılı Kanun "Etkin pişmanlık ve çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağının kaldırılması" olarak değiştirilmiştir. 2012 yılı kanunî düzenlemeleriyle kaldıran cezaî yaptırımlar, 2016 yılı 6728 Sayılı Kanun ile geri getirildiği için, yine değişen hükümler karşımıza çıkmaktadır. Bu kanun maddesinde yapılan değişiklerde amaç, çekin güvenilir bir ticarî araç olmasını sağlamaktır. O yüzden bu madde hükümleri kapsamında karşılıksız çekin olumsuz etkilerini ortadan kaldıran kişi için yargılama sonrasında cezasızlık durumu getirilmiştir.

6728 Sayılı Kanunun 65. maddesi ile

'5941 sayılı Kanuna aşağıdaki madde eklenmiştir.

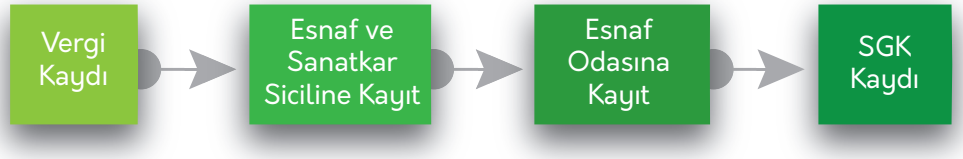
"GEÇİCİ MADDE 4- (1) Bu maddenin yürürlüğe girmesinden önce verilen çek düzenleme ve çek hesabı açma yasağına ilişkin kayıtlar, bu Kanun gereğince silinmesini gerektiren şartlar oluşuncaya kadar Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasında tutulmaya devam olunur." şeklindedir.

Yeni kanunî değişiklikler ile yasak kararları Risk Merkezi'ne ve MERNİS'e bildirilmesi düzenlenmişken, eski kayıtların da silineceği koşulların oluşumuna kadar T.C. Merkez Bankası'nda muhafazasına karar verildiği görülmektedir.

EK 2: SEKTÖRDEKİ İŞE BAŞLANGIÇ SÜREÇLERİ

Sektörde İşe Başlangıç Süreçleri

Sektörde faaliyet göstermekte olan mobilya imâl ve satıcılığı, marangozluk, turistik otantik, hediyelik ve hatıra eşya imal ve satıcılığı, kırtasiyecilik, kitapçılık, züccaciyecilik, mahrukatçılık, matbaacılık, camcılık ve aynacılık, kereste imâl ve satıcılığı, mobilya döşemeciliği, mobilya tamirciliği, mobilya boyacılığı ve cilacılığı meslek gruplarının hepsi için işe başlangıç aşamasında geçerli olan ve yerine getirilmesi gereken ortak süreçler bulunmaktadır. Bunlar, 1- Vergi Kaydı 2- Esnaf ve Sanatkâr Siciline Kayıt 3- Esnaf Odasına Kayıt ve 4- SGK kaydı olarak dört faaliyetten oluşmaktadır. Tüm meslekler için değişiklik göstermeyen bu aşamalar aşağıda açıklanmaktadır.



Bütün sektörlerde ortak özellik olarak bulunan işe başlangıç süreçlerinin süreç akış çizelgesi yukarıdaki gibidir. Bununla birlikte ortak süreçler aşağıda detaylı olarak açıklanmaktadır.

Vergi Kaydı

Vergi kaydı, Vergi Dairesi, Gelir İdaresi Başkanlığı - Hazine ve Maliye Bakanlığına başvuru ile yapılmaktadır. Vergi Usul Kanunu'nun 168. maddesinde "*Gerçek kişilerde işe başlama bildirimleri, işe başlama tarihinden itibaren on gün içinde kendilerince veya 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'na göre ruhsat almış avukatlar veya 3568 sayılı Kanuna göre yetki almış meslek mensuplarınca, şirketlerin kuruluş aşamasında işe başlama bildirimleri ise işe başlama tarihinden itibaren on gün içinde ticaret sicili memurluğunca ilgili vergi dairesine yapılır. Şirketlerin işe başlama bildirimleri dışında yapılacak bildirimler ile işi bırakma ve değişiklik bildirimleri, bildirilecek olayın vukuu tarihinden itibaren bir ay içerisinde mükellef tarafından vergi dairesine yapılır.*" ibaresi yer almaktadır. Vergi kaydının yapılabilmesi için vergi dairelerinden ya da Gelir İdaresi Başkanlığı'nın internet sitesinden (www.gib.gov.tr) temin edilecek "İşe Başlama Bildirim Formu"nun doldurulup, forma eklenecek belgeler ile birlikte vergi dairesi sicil yoklama servisine müracaat edilmesi gerekmektedir.

İşe Başlama Bildirim Formunun yanında vergi kaydının yapılması için gerekli evraklar şunlardır:

- Onaylı Nüfus Cüzdanı Örneği (Bizzat başvurulması ve nüfus cüzdanının aslının ve bir adet nüfus cüzdanı fotokopisinin getirilmesi durumunda onay vergi dairesince yapılmaktadır.),
- İkametgâh Belgesi,

- Noter onaylı imza sirküleri (basit usulde vergilendirilenler hariç),
- Taşıta ilişkin fatura veya noter senedinin tasdikli bir örneği (Fatura veya noter senedi örneği, aslı ile birlikte ibraz edilmesi halinde vergi dairesince onaylanır.)

Belgeler tamamlandıktan ve doğruluğu yoklama memurları tarafından onaylandıktan sonra, vergi levhası alınabilmekte ve böylece vergi kaydı tamamlanmaktadır.

Esnaf ve Sanatkâr Siciline Kayıt

Vergi dairesine işe başlama ile ilgili gerekli evraklar verildikten sonra 5362 Sayılı Esnaf Ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşu Kanununun 68. maddesine göre: "*esnaf ve sanatkârlar, yanlarında çalışanlar hariç, çalışmaya başladıkları tarihten itibaren durumlarını otuz gün içinde bağlı bulundukları sicile tescil ve Sicil Gazetesinde ilan ettirmek ile yükümlüdürler*." Bu nedenle, esnaf ve sanatkâr siciline kayıt için Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği-Esnaf ve Sanatkâr Sicil Müdürlüğü'ne başvuru yapılır. Esnaf ve sanatkârların sicile kayıtlarında kendilerinin vergi mükellefi ya da vergiden muaf olduklarının belgelenmesi istenir. Dolayısıyla vergi kaydı yapılmadan esnaf ve sanatkâr siciline kayıt gerçekleştirilememektedir. Kanunda da belirtildiği üzere, vergi kaydı yaptırılıp, işe başladıktan itibaren en geç 30 gün içinde esnaf ve sanatkâr siciline kayıt olunması gerekmektedir.

Esnaf Siciline Kayıt için gerekli evraklar aşağıda sıralanmaktadır:

- 1 adet ikametgâh ilmühaberi
- Vergi Levhası fotokopisi
- Aracın 1 adet ruhsat fotokopisi
- 1 adet ehliyet fotokopisi
- 1 adet Nüfus Cüzdanı fotokopisi

Esnaf Odasına Kayıt

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları kanunun 6. maddesinde *"Esnaf ve sanatkârların sicile kayıtları yapılmadıkça, hiçbir şekilde odaya kaydı yapılamaz. Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara ait bilgiler sicil tarafından; elektronik ortamda, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki, iş yerleri seyyar olanların ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına; meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odası bulunmayanların bilgileri ise karma odaya kayıt için gönderilir. İlgili oda yönetim kurulu, bu kişilerle ilgili üyelik kararlarını ilk toplantısında alır."* ifadesi yer almaktadır. Bu nedenle, esnaf ve sanatkârların, sicile kayıt yaptırdıktan sonra işyerinin veya ikametgâhının bulunduğu yerdeki esnaf ve sanatkârlar odasına başvurarak, odaya kayıt yaptırmaları gerekmektedir.

Esnaf ve sanatkârlar odasına kayıt için gerekli koşullar aşağıda sıralanmıştır:

- Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak veya yabancı devlet tabiiyetinde bulunmakla beraber Türkiye'de sanat ve ticaret yapıyor olmak,
- Medeni hakları kullanma ehliyetine sahip olmak,

- Vergi mükellefi olmak ya da vergiden muaf olmak,
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıtlı olmamak.
- Esnaf ve sanatkâr odasına kayıt için gerekli evraklar:
- Esnaf ve sanatkâr sicil kayıt evrakı
- 2 adet ikametgâh ilmühaberi
- 2 adet nüfus cüzdanı örneği
- Kimlik fotokopisi
- Ehliyet fotokopisi
- 5 adet fotoğraf
- Araç ruhsatının 1 adet fotokopisi

4 Nisan 2012 tarih ve 28254 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Ticaret Bakanlığının 2012/1 sayılı Genelgesi uyarınca; 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu kapsamında faaliyet gösteren, esnaf ve sanatkârların işyeri açılışlarının basitleştirilmesi amacıyla ilgili sicil müdürlükleri ile esnaf ve sanatkârlar odalarına kayıt işlemlerinde istenilen belge sayısı azaltılmıştır.

Bu çerçevede; bundan böyle esnaf ve sanatkârlardan sicil ve oda kayıtlarında nüfus cüzdanı örneği ya da fotokopisi, ikametgâh ilmühaberi, vergi levhasının aslı ya da fotokopisi istenmemekte, esnaf ve sanatkârlara ilişkin bu bilgiler; Esnaf ve Sanatkârlar Bilgi Sistemi (ESBİS) aracılığı ile sağlanacaktır.

SGK Kaydı

Esnaf ve sanatkârların işe başlama sürecinde yapılması gerekli faaliyetlerden biri de sigorta kaydının yapılmasıdır. 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun, Madde 4, B Bendi 1. ve 2. maddesine dayanarak gelir vergisinden muaf olup, esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlı olanlar ile ticarî kazanç veya serbest meslek kazancı nedeniyle gerçek veya basit usulde gelir vergisi mükellefi olanlar sigortalı sayılmaktadır. Aynı kanunun 7. Maddesi b Bendinde, gelir vergisi mükellefi olan esnaf ve sanatkârların vergi mükellefiyetlerinin başladığı tarihten itibaren; gelir vergisinden muaf olan esnaf ve sanatkârın ise, esnaf ve sanatkâr siciline kayıt tarihinden itibaren sigortalı sayılacağı belirtilmiştir.

Diğer faaliyetlerden farklı olarak, SGK kaydı için esnaf ve sanatkârın bireysel başvurusuna gerek duyulmamaktadır. Vergi dairesine yapılan başvurular Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından görebildiğinden, otomatik olarak işlem yapabilmektedir.

Genel olarak tüm esnaf ve sanatkârın işe başlangıç aşamasındaki ortak faaliyetleri yukarıda açıklanmıştır. Sektörde faaliyet gösteren alt meslek gruplarındaki esnaf ve sanatkârın ise işe başlangıç süreçleri birbirlerine ve sınırları içerisinde bulundukları belediyelere göre farklılıklar göstermekte olup, her bir meslek grubunun temsilcisi esnaf ve sanatkârın işe başlangıçta yerine getirmesi gereken işlemler ve hazırlaması gereken evraklar aşağıda sunulmaktadır.

Esnaf ve Sanatkârların Sicil İşlemleri, Yasal Dayanakları ve Yapılış Süreleri:

Tescil – Terkin ve Tadil işlemleri

Esnaf ve sanatkâr sicil işlemleri; 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunun 67–70. maddeleri, Esnaf ve Sanatkâr Sicil Yönetmeliği, Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesi Yönetmeliği ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunun 5362 sayılı Kanununa aykırı olmayan ticaret siciline ilişkin 24 – 38. maddeleri hükümleri çerçevesinde yürütülmektedir.

5362 sayılı Kanun 67. maddesi uyarınca, esnaf ve sanatkârların sicillerinin, sağlıklı ve güvenli bir şekilde Bakanlık esnaf ve sanatkâr veri tabanında tutulması ve yayınlanmasını teminen ticaret davalarına bakan asliye hukuk mahkemeleri gözetiminde ve kurulu bulunduğu il idari sınırları içerisinde çalışmak üzere birlik bünyesinde ayrı bir birim olarak Esnaf ve Sanatkâr Sicil Müdürlüğü kurulmuştur.

Tescil İşe Başlama İşlemi

5362 sayılı Kanun kapsamındaki esnaf ve sanatkârlar, yanlarında çalışanlar hariç, çalışmaya başladıkları tarihten itibaren durumlarını otuz gün içinde bağlı bulundukları sicile tescil ve Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesinde ilan ettirmekle yükümlüdürler. Bu yükümlülüğü yerine getirmediği tespit edilenler, birlik tarafından ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilir ve sicil kaydı işlemleri tamamlanana kadar esnaf ve sanatkârın faaliyetleri durdurulur.

Esnaf ve sanatkârların meslekî faaliyette bulunabilmeleri ve ilgili odaya kaydedilmeleri için sicile kayıtları mecburî olmakla beraber, her bir meslek için ayrı ücret ödenerek ayrı kayıt yapılması gerekmektedir. Ancak, ilgilinin, aynı odanın çalışma bölgesi içerisinde aynı meslekten dolayı ikinci bir işyeri açması durumunda bu ikinci işyeri şube olarak kaydedilmekte ve oda kayıt ücreti tahsil edilmemektedir. Benzer şekilde, esnaf ve sanatkâr sicil müdürlüğüne kayıt için gelen şahısların daha önceden aldıkları bir sicil numarası varsa, bu kişilere yeni bir sicil numarası verilmeden mevcutta almış oldukları sicil numarası üzerinden işlemleri devam ettirilmektedir.

Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara ait bilgiler sicil tarafından; elektronik ortamda, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına, iş yerleri seyyar olanların ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına; meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odası bulunmayanların bilgileri ise karma odaya, karma oda yoksa meslek ve sanatları ile ilgili en yakın odaya kayıt için gönderilir. İlgili oda yönetim kurulu, bu kişilerle ilgili üyelik kararlarını ilk toplantısında alır.

Esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlı iken, daha sonraki yıllarda yıllık alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerini aşanlar kendileri istemedikçe ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayda zorlanamazlar. Ancak, yıllık alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerinin altı katını aşanların kayıtları, sicil marifetiyle ticaret siciline aktarılır.

Sicil Tasdiknamesi

Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara sicil tasdiknamesi verilir. Sicil tasdiknamesi verildiği tarihten itibaren beş yıl için geçerlidir ve beş yılın sonunda sicile vize ettirilir. Sicil tasdiknamesi sicil personelince vize edilir ve beş yıl süreyle geçerlidir. İlgilinin eski tasdiknameyi herhangi bir sebeple getirememesi durumunda gerekli harç alınarak yeni bir tasdikname verilir. İlgililerinin daha önce yaptırdıkları tescil işleminde değişiklik yaptırmaları halinde, kendilerine yeni durumlarına göre sicil tasdiknamesi verilir.

Tadil İşlemi

Esnaf ve sanatkârlar kayıt beyannamelerindeki hususlarda meydana gelen değişiklikleri en geç 30 gün içinde sicile bildirmek zorundadırlar. Ad ve soyadın değiştirilmiş bulunması, iş yerinin sicilin yetki bölgesi içinde başka bir yere nakledilmesi, unvan değişikliği gibi haller tescil edilmiş işlemlerde değişiklik sayılır. Aynı sicil bölgesinde adres değişikliği sebebi ile yapılan oda değişikliği işlemi de tadil işlemi sayılır. Bu işlemden kayıt ücreti alınmaz. İlgililerin faaliyetleri ile ilgili ihtisas odalarına aktarılmaları da tadil işlemiyle yapılır. Bu işlem sırasında da kayıt ücreti alınmaz. Belediye Meclislerince alınan karar doğrultusunda değişen sokak, cadde ve numaralar nedeni ile yapılan tadil işlemleri ücretsiz olarak yapılır.

Meslek Terkin

Birden fazla meslek icra eden esnaf ve sanatkârların bu mesleklerinden birisini icra etmekten vazgeçmeleri halinde mesleği terk işlemi yapılır. Yine, ilgilinin icra ettiği mesleği bırakıp, başka bir mesleki faaliyete başlaması durumunda; önce icrasına başlayacağı meslek dalından dolayı tescil işlemi daha sonra faaliyetine son verdiği meslekten dolayı da meslek terk işlemi yapılır.

Sicil Terkin

Esnaf ve sanatkârlık niteliği sona erdiği takdirde ilgili, durumu en geç 30 gün içinde sicile bildirmek zorundadır. Buna bağlı olarak ilgilinin sicildeki kaydı silinir. Sicil müdürü tarafından öldüğü belirlenen ve varisleri tespit edilemeyen esnaf ve sanatkârların sicil kayıtlarının silinmesi ve bu hususun Sicil Gazetesinde ilânı doğrudan ve ücretsiz olarak yapılır. Bu durumdaki işlemlerden 492 sayılı Harçlar Kanununda belirtilen harçlar tahsil edilmez.

Sicil İşlemlerinin Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesinde Yayımlanması

Sicile kayıt edilen ve ilanı gereken hususlar, Bakanlığın gözetim ve denetimi altında Konfederasyon tarafından Bakanlık e- esnaf ve sanatkâr veri tabanı kullanılarak elektronik ortamda Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesinde yayımlanır.

Sicil Kaydı Yaptırmamanın Yaptırımı

Tescili mecburî olup da kanunî şekilde ve müddeti içinde kayıt ettirmemiş olanlar hakkında, Türk Ticaret Kanununun 35. maddesindeki davet hükümleri uygulanır. Buna rağmen, kayıt yükümlülüğünü yerine getirmeyenler, birlik tarafından ruhsat vermekle yetkili

ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilir. İlgili kurum ve kuruluşlar, sicil kaydı yapılana kadar bunların faaliyetlerini durdurur.

Sicil İlân Ücretleri

16.09.2005 tarih ve 25938 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesi Yönetmeliğinin ikinci fıkrası, "Gazetenin satış bedeli ile Gazetede yayımlanacak ilan ücretleri, Komitenin teklifi ve Bakanlığın onayı ile yürürlüğe girecek bir tarife ile belirlenir." hükmüne amirdir. Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesi Komitesinin 20.03.2008 tarih ve 2008/03 sayılı toplantısında, Gazetede yayımlanacak ilanların ücretlerinin artırılması uygun bulunmuş ve buna göre yeniden hazırlanan tarifenin, Bakanlık Makamının onayına sunulmasına karar verilmiştir. Bakanlık Makamının 22.03.2008 tarih ve 2008/19 sayılı onayları ile aşağıdaki tabloda yer alan Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesi ilan ücretlerine ilişkin tarifenin 01.04.2008 tarihinden geçerli olmak üzere yürürlüğe konulması uygun görülmüştür.

Tablo 140. Sicil İlan Ücretleri

	KALKINMADA ÖNCELİKLİ YÖRELER DIŞINDA KALAN İLLERİN TÜRKİYE ESNAF VE SANATKARLAR SİCİL GAZETESİ İLAN BEDELLERİ		KALKINMADA ÖNCELİKLİ YÖRELERDEKİ İLLERİN TÜRKİYE ESNAF VE SANATKARLAR SİCİL GAZETESİ İLAN BEDELLERİ		
	1 ADANA	17 ISPARTA	1 ADIYAMAN	17 KARS	35 ŞANLIURFA
	2 AFYON	18 İÇEL	2 AĞRI	18 KASTAMONU	36 VAN
	3 ANKARA	19 İSTANBUL	3 AMASYA	19 KIRŞEHİR	37 YOZGAT
	4ANTALYA	20 İZMİR	4 ARTVİN	20 MALATYA	38 ZONGULDAK
	5 AYDIN	21 KAYSERİ	5 BİNGÖL	21 K.MARAŞ	39 AKSARAY
	6 BALIKESİR	22 KIRKLARELİ	6 BİTLİS	22 MARDİN	40 BAYBURT
	7 BİLECİK	23 KOCAELİ	7 ÇANKIRI	23 MUŞ	41 KARAMAN
	8 BURDUR	24 KONYA	8 ÇANAKKALE (Boczaada ve Göçeada İlçeleri)	24 NEVŞEHİR	42 KIRIKKALE
	9 BURSA	25 KÜTAHYA	9 ÇORUM	25 NİĞDE	43 BATMAN
	10 BOLU	26 MANİSA	10 DİYARBAKIR	26 ORDU	44 ŞIRNAK
	11 ÇANAKKALE (Bozcaada ve Gökçeada İlçeleri Hariç)	27 MUĞLA	11 ELAZIĞ	27 RİZE	45 BARTIN
	12 DENİZLİ	28 SAKARYA	12 ERZİNCAN	28 SAMSUN	46 ARDAHAN
	13 EDİRNE	29 TEKİRDAĞ	13 ERZURUM	29 SİİRT	47 IĞDIR
	14 ESKİŞEHİR	30 UŞAK	14 GİRESUN	30 SİNOP	48 KARABÜK
	15 GAZİANTEP	31 YALOVA	15 GÜMÜŞHANE	31 SİVAS	49 KİLİS
	16 HATAY	32 DÜZCE	16 HAKKARİ	32 TOKAT	50 OSMANİYE
				33 TRABZON	
				34 TUNCELİ	
İLANLAR	FİYAT/YTL		FİYAT/YTL		
Tescil (İlk Kayıt) Standart İlan Ücreti (İlgiliye Gönderilen 2 Gazete Bedeli Dahil)	85.00		40.00		
Terkin (Kayıt Silme) (İlgiliye Gönderilen 2 Gazete Bedeli Dahil)	20.00		10.00		
Tadil (Değişiklik) (İlgiliye Gönderilen 2 Gazete Bedeli Dahil)	30.00		15.00		
Genel Kurul İlanları (İlgiliye Gönderilen 2 Gazete Bedeli Dahil)	440.00				
Konfederasyon	440.00				
Federasyon	440.00				
Birlik	440.00		110.00		
Özel ilanların kelimesinden (nokta, virgül dahil)	1.0		0.50		
İkiden Fazla Gazete Talep Edenlerden Beher Gazete İçin	1.0		0.50		

Esnaf ve Sanatkârların Oda Kaydı, Üyelik Şartları, Üyeliğin Silinmesi

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 6. ve 68. maddeleri gereği esnaf ve sanatkârların, esnaf ve sanatkâr siciline ve çalışma bölgesi içindeki meslek odasına kaydı zorunludur. Oda üyeliği için aşağıdaki şartlar aranır:

- Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak veya yabancı devlet tabiiyetinde bulunmakla beraber Türkiye'de sanat ve ticaret yapıyor olmak.
- Medeni hakları kullanma ehliyetine sahip olmak.
- Vergi mükellefi olmak ya da vergiden muaf olmak.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıtlı olmamak

Esnaf ve sanatkârlar çalışmaya başladıkları tarihten itibaren otuz gün içerisinde, bağlı bulundukları sicile durumlarını tescil ettirmekle yükümlülüğü altındadırlar. Bu yükümlülüğü yerine getirmediği tespit edilen kişiler, birlik tarafından ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilir. İlgili kurum ve kuruluşlar, sicil kaydı yapılana kadar bu kişilerin faaliyetlerini durdurur. Üyenin sabit bir işyeri varsa; işyerlerinin bulunduğu yerdeki odaya üyenin sabit bir işyeri yoksa yasal ikametgâhının bulunduğu yerdeki odaya kaydı yapılır.

Aynı meslekten dolayı hem esnaf ve sanatkâr odaları hem de ticaret ve sanayi odalarına kayıt yapılamaz. Birden fazla meslekten dolayı sicile kayıtları yapılan üyelerin ilgili ihtisas odalarına ayrı ayrı kayıtları yapılır ve kayıt ücreti her bir meslek için ayrı ayrı tahsil edilir.

Belediyeler; ruhsat verebilmek için iş yeri açmak veya meslekî faaliyette bulunmak isteyen esnaf ve sanatkârlardan sicil tasdiknamesi ile üye olduklarına dair ilgili oda belgesini istemek zorundadırlar. Kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler, kamu iktisadi teşebbüsleri, esnaf ve sanatkâr kredi ve kefalet kooperatifleri ve bankalar oda üyeleri ile ilgili ruhsat, ihale ve kredi işlemlerinde üye olduklarına dair ilgili oda belgesini istemek zorundadırlar.

Oda üyeleri meslekleri nedeniyle borsaya tabi bir malın alım satımını gerçekleştiriyorlarsa borsaya da kayıt olabilirler.

Üyelik kayıtlarının silinebilmesi için ise bazı koşulların gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu koşullar üyenin daimi olarak odanın çalışma bölgesi dışına çıkması, üyelik şartlarından herhangi birinin kaybedilmesi veya bu şartlardan herhangi birine sahip olmadığının sonradan anlaşılması, meslekten men edilmesi, vergi mükellefiyetini altı ay içinde tekrar tesis ettirmemesi durumlarıdır. Bunların gerçekleşmesi halinde, ilgili odanın yönetim kurulu tarafından karar alınarak üyenin kayıtları silinir.

Esnaf ve Sanatkâr -Tacir Ayrımı

27.7.2007 tarih ve 26589 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 2007/12362 sayılı Bakanlar Kurulu Kararına göre, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayicinin Ayrımına İlişkin Karar yürürlüğe girmiştir. 1. maddeye göre, (1) 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 3. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi ve 63. maddesi ile 6762 sayılı Türk Ticaret Kanununun 12. ve 17. maddelerinin uygulaması bakımından;

a) Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun tespit edeceği ve Resmî Gazete'de yayımlanacak esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedeni çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunanlardan 213 sayılı Vergi Usul Kanununun 177. maddesinin birinci fıkrasının (1) ve (3) numaralı bentlerinde yer alan nakdi limitlerin yarısını, (2) numaralı bendinde yazılı nakdi limitin tamamını aşmayanların esnaf ve sanatkâr sayılmaları ile esnaf ve sanatkâr siciline ve dolayısıyla esnaf ve sanatkârlar odalarına kaydedilmeleri

Ancak, esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlı iken, daha sonraki yıllarda yıllık alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerini aşanların kendileri istemedikçe ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıt için zorlanmaması, yıllık alış veya satış tutarları ya da gayri safi iş hasılatı esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerinin altı katını aşanların ise kayıtlarının, esnaf ve sanatkâr sicili marifetiyle ticaret siciline aktarılması,

b) 213 sayılı Vergi Usul Kanununa istinaden birinci sınıf tacir sayılan ve bilanço esasına göre defter tutanlar ile işletme hesabına göre defter tutan ve bu Kararın (a) bendinde belirtilenlerin dışında kalanların tacir ve sanayici sayılmaları ile ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin bünyesindeki odalara kaydedilmeleri, kararlaştırılmıştır.

5362 sayılı kanuna tabi olan esnaf ve sanatkâr odaları arasında veya bu odalar ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalar arasında üye kayıt zorunluluğu bakımından anlaşmazlıklar olması durumunda, bu anlaşmazlıkları çözümlemek üzere, il ve ilçelerde mülkî amirin başkanlığında ilgili odaların ve Birliğin birer temsilcisinin katılımı ile mutabakat komiteleri oluşturulur. Komite kararlarına karşı ilgililer tarafından on gün içinde yetkili Asliye Hukuk Mahkemesine itiraz edilebilir. Mahkemenin kararı kesinleştikten sonra, itiraz edilememektedir. Kesinleşen mahkeme kararı üzerine, ilgili sicil müdürlükleri kayıtlarında gerekli işlemi yapmak zorundadırlar.

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma Geliştirme
BAĞ-KUR	Esnaf ve Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu
ESBİS	Esnaf ve Sanatkârlar Bilgi Sistemi
ESGM	Esnaf Sanatkârlar Genel Müdürlüğü
ESKKK	Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GZFT	Güçlü ve Zayıf Yönler İle Fırsatlar ve Tehditler
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labour Organization)
İBBS	İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KDV	Katma Değer Vergisi
KGF	Kredi Garanti Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Boy (Ölçekli) İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
NACE	Avrupa Topluluğu Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SSK	Sosyal Sigortalar Kurumu
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TESKOMB	Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği
TOKİ	Toplu Konut İdaresi Başkanlığı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜKİD	Tüm Kırtasiyeciler Derneği

Tablo Listesi

Tablo 1.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Esnaf ve Sanatkâr Toplam Sayıları	8
Tablo 2.	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Odak Grup Toplantıları	9
Tablo 3.	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen İyi Uygulama İncelemeleri	11
Tablo 4.	Proje Kapsamında Gerçekleştirilen Büyük Ölçekli Şirket Mülakatları	13
Tablo 5.	Esnaf Anketi Örnekleminin Mesleklere Göre Dağılımı	16
Tablo 6.	Esnaf Anketi Örnekleminin 26 Bölgeye Göre Dağılımı	16
Tablo 7.	Müşteri Anketi Örnekleminin 26 Bölgeye Göre Dağılımı	18
Tablo 8.	NACE Sınıflandırmaları	21
Tablo 9.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Esnaf ve Sanatkâr Toplam Sayıları	33
Tablo 10.	Cinsiyete Göre Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Esnaf ve Sanatkâr Toplam Sayıları	34
Tablo 11.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Mikro Ölçekli İşletmelerde Toplam Çalışan Sayıları	34
Tablo 12.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Küçük Ölçekli İşletmelerde Toplam Çalışan Sayıları	35
Tablo 13.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Orta Ölçekli İşletmelerde Toplam Çalışan Sayıları	36
Tablo 14.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Yaş Ortalamaları	36
Tablo 15.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu	37
Tablo 16.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumu (Yüzde)	37
Tablo 17.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Akdeniz Bölgesi	39
Tablo 18.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Doğu Anadolu Bölgesi	44
Tablo 19.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Ege Bölgesi	50
Tablo 20.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Güneydoğu Anadolu Bölgesi	54
Tablo 21.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları-İç Anadolu Bölgesi	59
Tablo 22.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları-Karadeniz Bölgesi	64
Tablo 23.	Meslek ve İl Bazında Esnaf ve Sanatkâr Sayıları- Marmara Bölgesi	74
Tablo 24.	Sektörde Kapasite Kullanım Oranları	79
Tablo 25.	Son Üç Yılda Çalışan Sayısındaki Değişme	79
Tablo 26.	Üretimde Kullanılan Ürün Ve Makinelerin Menşei	80

Tablo 27.	Sektörün Toplam Ciro ve Kâr – Zarar Değerleri (Milyon TL)	80
Tablo 28.	Marangozluk Çalışan Sayıları	82
Tablo 29.	Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Çalışan Sayıları	84
Tablo 30.	Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (Bin ABD Doları)	86
Tablo 31.	Türkiye'nin Toplam Mobilya İthalatı (Bin ABD Doları)	86
Tablo 32.	Kitapçılık ve Kırtasiyecilik	87
Tablo 33.	Cam ve Cam Ürünleri İmalatı	89
Tablo 34.	Dünya Cam İhracatı Sıralaması (milyon ABD Doları)	90
Tablo 35.	Türkiye'nin Toplam Cam İhracatı (milyon ABD Doları ve bin ton)	90
Tablo 36.	Türkiye Cam İhracatının En Çok Yapıldığı Ülkeler (Milyon ABD Doları)	91
Tablo 37.	Türkiye'nin En Çok Cam İthalatı Yaptığı Ülkeler (1000 ABD Doları)	92
Tablo 38.	Mahrukatçılık Mesleği Çalışan Sayıları	93
Tablo 39.	Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracat ve İthalat Değerleri (Bin ABD Doları)	94
Tablo 40.	Züccaciyecilik Mesleği Çalışan Sayıları	96
Tablo 41.	Züccaciye Ürünleri İhracat Değerleri (1000 ABD Doları)	97
Tablo 42.	Züccaciye Ürünleri İthalat Değerleri (1000 ABD Doları)	98
Tablo 43.	Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları	99
Tablo 44.	Hediyelik Eşya İhracat Değerleri (ABD Doları)	100
Tablo 45.	Hediyelik Eşya İthalat Değerleri (ABD Doları)	101
Tablo 46.	Kereste İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları	101
Tablo 47.	Matbaacılık Mesleği Çalışan Sayıları	104
Tablo 48.	Basım Sanayi İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)	106
Tablo 49.	Basım Sanayi İthalat Değerleri (milyon ABD Doları)	107
Tablo 50.	İşletmelerdeki Çalışan Sayıları	108
Tablo 51.	İşletmelerdeki Çalışan Sayıları	109
Tablo 52.	Sektördeki Esnaf ve Sanatkârın Eğitim Durumları	110
Tablo 53.	Meslekle İlgili Gidilen Bir Kurs/Okullar	111
Tablo 54.	Meslekle İlgili Alınan Eğitimin Mesleği İcra Ederken Faydalı Olma Durumu	112
Tablo 55.	Çalıştırılan Elemanların Mesleki Eğitimlerinin Yeterliliği	113
Tablo 56.	Eleman İhtiyacının Olup Olmaması	113
Tablo 57.	Elemana İhtiyaç Duyulan Alanlar	114
Tablo 58.	İşe Yeni Eleman Alırken Dikkat Edilen Hususlar	114
Tablo 59.	Yıllara Göre Sektörün İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)	115
Tablo 60.	Sektördeki İhracatın Cinsiyete Göre Dağılımı	115
Tablo 61.	Sektördeki İhracatın Yaş Grubuna Göre Dağılımı	116
Tablo 62.	En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (milyon ABD Doları)	116

Tablo 63.	İllere Göre İhracat Miktarları (Milyon ABD Doları)	117
Tablo 64.	GTİP Kodlarına Göre En Çok İhracatı Yapılan Ürünler (ABD Doları)	117
Tablo 65.	Ağaç ve Ahşap Eşya, Odun Kömürü (ABD Doları)	118
Tablo 66.	Hasırdan, Sazdan Veya Örülmeye Elverişli Diğer Maddelerden Mamuller, Sepetçi Ve Hasırcı Eşyası (ABD Doları)	118
Tablo 67.	Odun veya Diğer Lifli Selülozik Maddelerin Hamurları, Geri Kazanılmış Kâğıt veya Karton (döküntü, kırpıntı ve hurdalar) (ABD Doları)	118
Tablo 68.	Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya (ABD Doları)	118
Tablo 69.	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayiinin diğer mamulleri, el ve makina yazısı metinler ve planlar (ABD Doları)	119
Tablo 70.	Mobilyalar, Yatak Takımları, Aydınlatma Cihazları, Reklam Lambaları, Işıklı Tabelalar vb., Prefabrik Yapılar (ABD Doları)	119
Tablo 71.	Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (1000 ABD Doları)	120
Tablo 72.	Dünya Cam İhracatı Sıralaması (milyon ABD Doları)	121
Tablo 73.	Türkiye'nin Toplam Cam İhracatı (milyon ABD Doları ve bin ton)	122
Tablo 74.	Türkiye Cam İhracatının En Çok Yapıldığı Ülkeler (Milyon ABD Doları)	123
Tablo 75.	Züccaciye Sektörü İhracat Değerleri (1000 ABD Doları)	124
Tablo 76.	Basım Sanayi İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)	125
Tablo 77.	Hediyelik Eşya İhracat Değerleri (ABD Doları)	126
Tablo 78.	Kırtasiye Alışverişi Yapılan Yeri Seçerken Dikkat Edilen Faktörler	141
Tablo 79.	Züccaciye ve Cam Ürünleri Alışverişlerinin Yapılacağı Yer Seçiminde Etkili Olan Faktörler	144
Tablo 80.	Esnaf ve Sanatkârların Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler	156
Tablo 81.	Gelir Durumuna Göre Esnaf Ve Sanatkârın Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler	156
Tablo 82.	Müşteri profili	158
Tablo 83.	Esnaf ve Sanatkârların Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler	159
Tablo 84.	Esnafın Rakip Olarak Gördüğü İşletmeler	162
Tablo 85.	Dünya Tomruk Üretimi – Ülkeler Sıralaması	165
Tablo 86.	AB28 Tomruk Üretimi – Ülkeler Sıralaması	166
Tablo 87.	Dünya Kereste Üretimi – Ülkeler Sıralaması	167
Tablo 88.	AB28 Kereste Üretimi – Ülkeler Sıralaması	167
Tablo 89.	Dünya Kâğıt ve Karton Üretimi – Ülkeler Sıralaması	168
Tablo 90.	AB28 Kâğıt ve Karton Üretimi – Ülkeler Sıralaması	169
Tablo 91.	Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı – Dünya Sıralaması	172
Tablo 92.	Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı – Dünya Sıralaması	174
Tablo 93.	Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı – Dünya Sıralaması	176

Tablo 94.	Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı – Dünya Sıralaması	178
Tablo 95.	Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı – Dünya Sıralaması	180
Tablo 96.	Cam ve Camdan Eşya İthalatı – Dünya Sıralaması	182
Tablo 97.	Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârları	219
Tablo 98.	Mobilya Döşemeciliği Esnaf ve Sanatkârları	219
Tablo 99.	Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Esnaf ve Sanatkârları	220
Tablo 100.	Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	220
Tablo 101.	Mobilya Döşemeciliği Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	221
Tablo 102.	Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	221
Tablo 103.	Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Çalışan Sayıları	228
Tablo 104.	Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (Bin ABD Doları)	230
Tablo 105.	Türkiye'nin Toplam Mobilya İthalatı (Bin ABD Doları)	230
Tablo 106.	Türkiye'nin Toplam Mobilya İhracatı (1000 ABD Doları)	232
Tablo 107.	Marangozluk Esnaf ve Sanatkârları	248
Tablo 108.	Marangozluk Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	249
Tablo 109.	Marangozluk Çalışan Sayıları	252
Tablo 110.	Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârları	257
Tablo 111.	Hediyelik Eşya İmalatı ve Ticareti Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	257
Tablo 112.	Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları	259
Tablo 113.	Hediyelik Eşya İhracat Değerleri (ABD Doları)	261
Tablo 114.	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık Esnaf ve Sanatkârları	269
Tablo 115.	Kırtasiyecilik ve Kitapçılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	270
Tablo 116.	Kitapçılık ve Kırtasiyecilik	275
Tablo 117.	Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârları	283
Tablo 118.	Züccaciyecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	284
Tablo 119.	Züccaciyecilik Mesleği Çalışan Sayıları	287
Tablo 120.	Mahrukatçılık Esnaf ve Sanatkârları	295
Tablo 121.	Mahrukatçılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	295
Tablo 122.	Mahrukatçılık Mesleği Çalışan Sayıları	301
Tablo 123.	Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracat ve İthalat Değerleri (Bin ABD Doları)	302
Tablo 124.	Matbaacılık Esnaf ve Sanatkârları	315
Tablo 125.	Matbaacılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	316
Tablo 126.	Matbaacılık Makine İthalatı	318
Tablo 127.	Kâğıt Ürünleri Sektörünün Satım Yaptığı Sektörler - 2014	319

Tablo 128.	Kâğıt Ürünleri Sektörünün Alım Yaptığı Sektörler- 2014	320
Tablo 129.	Matbaacılık Mesleği Çalışan Sayıları	321
Tablo 130.	Basım Sanayi İhracat Değerleri (milyon ABD Doları)	322
Tablo 131.	Camcılık ve Aynacılık Esnaf ve Sanatkârları	330
Tablo 132.	Camcılık ve Aynacılık Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	331
Tablo 133.	Cam ve Cam Ürünleri İmalatı	334
Tablo 134.	Dünya Cam İhracatı Sıralaması (milyon ABD Doları)	336
Tablo 135.	Türkiye'nin Toplam Cam İhracatı (milyon ABD Doları ve bin ton)	336
Tablo 136.	Türkiye Cam İhracatının En Çok Yapıldığı Ülkeler (Milyon ABD Doları)	337
Tablo 137.	Kerestecilik Esnaf ve Sanatkârları	344
Tablo 138.	Kerestecilik Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgesel Dağılımı	344
Tablo 139.	Kereste İmal ve Ticareti Mesleği Çalışan Sayıları	347
Tablo 140.	Sicil İlan Ücretleri	392

Şekil Listesi

Şekil 1.	Ağaç, Kâğıt ve Camdan Mamul Eşya Sektöründe Çalışan Esnaf ve Sanatkâr Sayısı	78
Şekil 2.	Marangozluk Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	83
Şekil 3.	Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	83
Şekil 4.	Mobilya Döşemeciliği Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	84
Şekil 5.	Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	85
Şekil 6.	Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	87
Şekil 7.	Cam ve Cam Ürünleri İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	89
Şekil 8.	Türkiye Cam İhracatı (ürünlere göre) (Milyon ABD Doları)	91
Şekil 9.	Yakacak İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	93
Şekil 10.	Türkiye'nin Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracatı (Bin ABD Doları)	95
Şekil 11.	Maden Kömürü, Linyit ve Turba İthalatı (Bin ABD Doları)	96
Şekil 12.	Züccaciyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	97
Şekil 13.	Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	99
Şekil 14.	Kerestecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	102
Şekil 15.	Ağaç ve Ahşap Eşya İhracatı Yapan Ülkeler (2015, %)	102
Şekil 16.	Türkiye'nin Ormancılık ve Tomrukçuluk İhracatı (Bin ABD Doları)	103
Şekil 17.	Yıllara Göre Tomruk İthalatı (Bin ABD Doları)	103
Şekil 18.	Matbaacılık Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	105
Şekil 19.	Meslekle İlgili Herhangi Bir Kursa/Okula Gitme Durumu	111
Şekil 20.	Ustalık Belgesine Sahip Olma Durumu	112
Şekil 21.	Türkiye Cam İhracatı (ürünlere göre) (Milyon ABD Doları)	123
Şekil 22.	Mobilya Alışverişlerinin Esnaf ve Sanatkârlardan Yapılmasında Etkili Olan Faktörler	128
Şekil 23.	Mobilya Alışverişinin Esnaf ve Sanatkârlardan Yapılmamasında Etkili Olan Faktörler	129
Şekil 24.	Mobilyacı Seçiminde En Etkili Olan Faktörler	129
Şekil 25.	Mobilya Tasarımında Önem Verilen Unsurlar	130
Şekil 26.	Yeni Trendlerin Takibi	131
Şekil 27.	Mobilya Trendlerinin Takip Edildiği Mecralar	131
Şekil 28.	Mobilya Değiştirme Nedenleri	132

Şekil 29.	Yaşa Göre Mobilya Değiştirme Nedenleri	133
Şekil 30.	Eğitim Durumuna Göre Mobilya Değiştirme Nedenleri	133
Şekil 31.	Esnaf ve Sanatkârdan En Son Mobilya Alışverişi Yapılan Zaman	134
Şekil 32.	Son Alınan Mobilya Ürününden Memnuniyet Durumu	134
Şekil 33.	Memnuniyetsizlik Nedenleri	135
Şekil 34.	Memnun Kalınmamasına Verilen Tepki	135
Şekil 35.	Ürün ve Hizmet Kalitesi Memnuniyeti	136
Şekil 36.	Ürün ve Hizmet Çeşitliliği Memnuniyeti	136
Şekil 37.	Fiyat Memnuniyeti	136
Şekil 38.	Pazarlık Etme Olanağına İlişkin Memnuniyet	137
Şekil 39.	Güvence Bakımından Memnuniyet	137
Şekil 40.	Tüketici Hakları Bakımından Memnuniyet	138
Şekil 41.	Müşteriye Gösterilen İlgiden Duyulan Memnuniyet	138
Şekil 42.	Tercihlere Uygun Özel Ürün Bulabilme Olanağı ile İlgili Memnuniyet	138
Şekil 43.	Esnaf ve Sanatkârın İş Yerinin Fiziksel Şartları ile İlgili Memnuniyet	139
Şekil 44.	Orijinal/Marka Ürün Temini Konusundaki Memnuniyet	139
Şekil 45.	Kaliteli İmitasyon veya Taklit Ürün Bulabilme Olanağı ile İlgili Memnuniyet	140
Şekil 46.	İnsan İlişkileri ve Nezaket Bakımından Müşteri Memnuniyeti	140
Şekil 47.	Kırtasiye Ürünü Satın Alırken Önem Verilen Özellikler	141
Şekil 48.	Eğitim Durumuna Göre Kırtasiye Ürünü Satın Alırken Önem Verilen Özellikler	142
Şekil 49.	Gelir Durumuna Göre Kırtasiye Ürünü Satın Alırken Önem Verilen Özellikler	142
Şekil 50.	Esnaf ve Sanatkârın Yüksek Kaliteli Ürünler Sunmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	145
Şekil 51.	Esnaf ve Sanatkârın Saygın İşletmeler Olduğuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	145
Şekil 52.	Esnaf ve Sanatkârın Satış Sonrası Hizmet Sunmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	146
Şekil 53.	Esnaf ve Sanatkârın Sattığı Ürüne Güvenine İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	146
Şekil 54.	Esnaf ve Sanatkârın Ürün Seçeneğinin Fazlalığına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	147
Şekil 55.	Esnaf ve Sanatkârın Toplumsal Yapının Önemli Bir Unsuru Oluşuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	147
Şekil 56.	Esnaf ve Sanatkârın Ekonomi için Önemine İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	148

Şekil 57.	Esnaf ve Sanatkârın Dürüst ve Güvenilir Oluşuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	148
Şekil 58.	Esnaf ve Sanatkârın Samimi Olmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	149
Şekil 59.	Esnaf ve Sanatkârın Yeniliklere Açık Olmasına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	149
Şekil 60.	Esnaf ve Sanatkârın Rakiplerine Göre Ucuz Ürün Satışına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	150
Şekil 61.	Esnaf ve Sanatkârın Ticaret Ahlakına Sahip Oluşuna İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri	150
Şekil 62.	Esnaf ve Sanatkârların Ekonomik Açıda Daha İyi Konuma Gelebilmeleri için Atmaları Gereken Adımlar	151
Şekil 63.	Dünya Tomruk Üretimi (Milyon Metreküp)	165
Şekil 64.	AB28 – Tomruk Üretimi (Milyon Metreküp)	166
Şekil 65.	Dünya Kereste Üretimi (Milyon Metreküp)	166
Şekil 66.	AB28 – Kereste Üretimi (Milyon Metreküp)	167
Şekil 67.	Dünya Kâğıt ve Karton Üretimi (Milyon Ton)	168
Şekil 68.	AB28 – Kâğıt ve Karton Üretimi (Milyon Ton)	169
Şekil 69.	AB28 – Cam Üretimi (Milyon Ton)	170
Şekil 70.	AB28 – Cam ve Cam Ürünleri İmalatı (Toplam Çıktı Fiyat Endeksi – 2010=100)	171
Şekil 71.	Dünya Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı (Bin Euro)	171
Şekil 72.	AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar – Dünya İhracat Payı (%)	172
Şekil 73.	AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı (Bin Euro) /	173
Şekil 74.	AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İhracatı (%'lik Dağılım – 2016)	173
Şekil 75.	Dünya Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı (Bin Euro)	174
Şekil 76.	AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar – Dünya İthalat Payı (%)	174
Şekil 77.	AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı (Bin Euro)	175
Şekil 78.	AB28 – Ağaç ve Ahşap Eşyalar İthalatı (%'lik Dağılım – 2016)	175
Şekil 79.	Dünya Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı (Bin Euro)	176
Şekil 80.	B28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri – Dünya İhracat Payı (%)	176
Şekil 81.	AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı (Bin Euro)	177
Şekil 82.	AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İhracatı (%'lik Dağılım– 2016)	177
Şekil 83.	Dünya Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı (Bin Euro)	178
Şekil 84.	AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri – Dünya İthalat Payı (%)	178
Şekil 85.	AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı (Bin Euro)	179
Şekil 86.	AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İthalatı (%'lik Dağılım – 2016)	179
Şekil 87.	Dünya Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı (Bin Euro)	180
Şekil 88.	AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar – Dünya İhracat Payı (%)	180

Şekil 89.	AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı (Bin Euro)	181
Şekil 90.	AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar İhracatı – (%'lik Dilim – 2016)	181
Şekil 91.	Dünya Cam ve Camdan Eşya İthalatı (Bin Euro)	182
Şekil 92.	AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar – Dünya İthalat Payı (%)	182
Şekil 93.	AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar – Dünya İthalatı (Bin Euro)	183
Şekil 94.	AB28 – Cam ve Camdan Eşyalar İthalatı (%'lik Dilim – 2016)	183
Şekil 95.	AB28 – Ağaç ve Ağaç Ürünleri İmalatında İstihdam (Bin Kişi)	184
Şekil 96.	AB28 – Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalatında İstihdam (Bin Kişi)	184
Şekil 97.	AB28 – Cam Sektörü İstihdamı ve Verimlilik	185
Şekil 98.	Mobilyacılıkta Üretim Süreci	225
Şekil 99.	Kanepe Üretimi İş Akış Şeması (Kaynak: Hacıhasanoğlu, 2014)	226
Şekil 100.	Mobilya Boyacılığı ve Cilacılığı Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	227
Şekil 101.	Mobilya Döşemeciliği Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	228
Şekil 102.	Mobilya İmal, Onarım ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	229
Şekil 103.	Türkiye'de Konut Satışları (2013-2018)	242
Şekil 104.	Marangozluk Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	253
Şekil 105.	Üretim Süreci Şeması	258
Şekil 106.	Hediyelik Eşya Satıcısı Esnaf ve Sanatkârların Sattığı Bazı Ürünler	259
Şekil 107.	Hediyelik Eşya İmal ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	260
Şekil 108.	Bir Tedarik Zinciri Örneği	273
Şekil 109.	Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Esnaf ve Sanatkârının Sattığı Ürünler ve Verdiği Hizmetler	274
Şekil 110.	Kitapçılık ve Kırtasiyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	275
Şekil 111.	Züccaciyeci Esnaf ve Sanatkârının Sattığı Ürünler	287
Şekil 112.	Züccaciyecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	288
Şekil 113.	Mahrukatçılık Mesleğini Yapan Esnaf ve Sanatkârın Sattığı Bazı Mallar	300
Şekil 114.	Yakacak İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	302
Şekil 115.	Türkiye'nin Maden Kömürü, Linyit ve Turba İhracatı (Bin ABD Doları)	304
Şekil 116.	Matbaacılık Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	321
Şekil 117.	Cam ve Cam Ürünleri İmalatı ve Ticareti Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	335
Şekil 118.	Türkiye Cam İhracatı (ürünlere göre) (Milyon ABD Doları)	337
Şekil 119.	Tomrukların Kesilmesiyle Elde Edilen Kereste	345
Şekil 120.	Kereste Üretim Süreci (Kaynak: Kereste İmalatı, TOBB Raporu)	346

Şekil 121.	Kerestecilik Ciro ve Kâr–Zarar Değerleri (Milyon TL)	348
Şekil 122.	Ağaç ve Ahşap Eşya İhracatı Yapan Ülkeler (2015, %)	348
Şekil 123.	Türkiye'nin Ormancılık ve Tomrukçuluk İhracatı (Bin ABD Doları)	349
Şekil 124.	Türkiye'de Konut Satışları (2013-2018)	358

KAYNAKÇA

1	10. Kalkınma Planı, https://strateji.sanayi.gov.tr/handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=0b2e5bf3-d0a4-4b5a-b5af-6ec268843fe8
2	Ağaç ve Orman Ürünleri Raporu, Rize Ticaret ve Sanayi Odası, 2017.
3	Akyüz, K.C (2000) "Doğu Karadeniz Bölgesinde Yer Alan Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısal Analizi", Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Trabzon
4	ASO Mobilya Sektörü Raporu
5	Atmış, E., Gençay, G., 2014. Cumhuriyetin ilk yıllarındaki ormancılık politikalarının yerel yansımaları (Bartın Gazetesi örneği). Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University 64(2): 1-13.
6	BAKA, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Orman ve Orman Ürünleri Sektör Raporu,
7	Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (2012) TR81 Düzey2 Bölgesi Mobilya ve Orman Ürünleri Sektör Analizi Raporu, Zonguldak.
8	Cam Sektörü Raporu 2017. Sektörel Raporlar ve Analiz Serisi: T.C. Bilişim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.
9	Cam ve Cam Ürünleri Sektörü, ASO: http://www.aso.org.tr/wp-content/uploads/2017/09/12.pdf Erişim tarihi: 10.02.2018.
10	Çavuş, V. Kurt, R.,Çil, M ,Aslan, K (2012)
11	Çevik (2016) Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri Sektörü Sunumu, Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Merkezi, Ankara.
12	Efe, A. ve Aydoğan, C. 2010. Medeniyetler Şehri Konya. Konya Valiliği İl Kültür Turizm Müdürlüğü Yayınları Yayın No:76
13	Eke vd. (2015) Kâğıt ve Matbaacılık Sektörü Araştırma Raporu, Dış Ekonomik İlişkiler ve Uluslararası Organizasyonlar Müdürlüğü, Ankara.
14	Esnaf Ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü
15	European Commission. (2013). A Blueprint For The Eu Forest-Based Industries. Brussels: European Commission. Brussels, 20.9.2013, SWD(2013)
16	European Commission. (2013a). A new EU Forest Strategy: for forests and the forest-based sector. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels.
17	EUROSTAT. (2017). Agriculture, Forestry and Fishery Statistics (2017 Edition). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
18	FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). 2016. Global Forest Products Facts and Figures 2016. FAO Forestry Department
19	FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). 2014. State of the World's Forests: Enhancing the Socioeconomic Benefits from Forests. Rome: FAO

20	Gökal, Kamil (2010) Basım ve Ambalaj Ürünleri İhracatının Arttırılması Bakımından Avrupa Birliği IUyum Kriterlerinin İncelenmesi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Matbaa Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
21	Gültekin O., 2000. Panel mobilya üretim hatalarının optimizasyonunu gerçekleştirmeye yönelik yeni bir seçim modeli ile bilgisayar destekli (CNC) makinelerin belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
22	Güran, T. (2004) İktisat Tarihi AOF Yayınları, Eskişehir
23	Hacıhasanoğlu, T. (2014) Üretim Maliyetlerinin Düşürülmesinde Kaizen Maliyetleme Yöntemi ve Mobilya Sektöründe Bir Uygulama. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 10, Yıl 10, Sayı 2, 2014, ss. 47-64
24	Hediyelik Eşya ve El Sanatlari Çaliştay Raporu (2011).
25	İSO (2015) Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi, İstanbul.
26	İstanbul Ticaret Odası- Dış Ticaret Şubesi Araştırma Servisi Züccaciye Sektör Raporu
27	Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, İSO, Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi, 2015.
28	Keenan, R. J., Reams, G. A., Achard, F., de Freitas, J. V., Grainger, A., ve Lindquist, E. (2015). Dynamics of Global Forest Area: Results from the FAO Global Forest Resources Assessment 2015. Forest Ecology and Management, 352, 9-20.
29	Keller, M.E. (1998). The Graham Legacy: Graham-Paige to 1932, Turner Publishing (sf. 29)
30	Kılıç, N. (2014) Orman Ürünleri Sanayii, Ar-ge Bülten 2014 Temmuz- Sektörel, İZTO İzmir Ticaret Odası Bültenleri (www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/2014ormanurunleri.pdf)
31	KILIÇ, O. (2017) Kafe İç Mekan Tasarımında Ahşap Kompozit Malzemelerin Kullanımının İrdelenmesi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 16, 63, sy. 1270-1281
32	Küçükçolak, R. A. Ve M. Kasımoğlu, Türkiye Kırtasiye Sektörü ve Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi, İTO/İDA, İstanbul, 2018.
33	Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi: Kâğıt, Kâğıt Ürünleri ve Basım Sanayi, 2015.
34	Lee, H. L. ve C. Billington, "Managing Supply Chain Inventory: Pitfalls and Opportunities" MIT Sloan Management Review; Bahar 1992, 33, 3; ABI/INFORM Global sy. 65.
35	Mobilya İmalatı Sanayi Sektör Raporu - İstanbul Sanayi Odası
36	MOBSAD Sektör Raporu, 2016
37	Orman ve Orman Ürünleri Sektör Raporu, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2012.
38	Orta Uzun Vadeli Program, 2018-2020, Kalkınma Bakanlığı http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/OrtaVadeliProgramlar/Attachments/14/Orta_Vadeli_Program_2018-2020.pdf
39	ORÜS Tarihçesi- Orman Ürünleri Sanayii A.Ş. Genel Müdürlüğü
40	Serin, H., 2004. Organize Sanayi Bölgelerindeki Mobilya Sanayi İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi, K.T.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon
41	Soysal, H. (2007). Geleneksel Türk El Sanatlarımızı Yaşatan Kündekâri Ustası Mevlüt Çiller, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Geleneksel Türk El Sanatları Eğitimi Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara

42	T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2017) Cam Sektörü Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi.
43	T.C. Ticaret Bakanlığı (2016) Mobilya Sektörü, Sektör Raporları, Ankara.
44	T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi- Makine, Taşıtlar ve Madeni Eşya Sektörü
45	T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi- Deri, Giyim ve Ayakkabı Sektörü
46	T.C. Kalkınma Bakanlığı (2015) 10. Kalkınma Planı 2014-2018 Mobilya Çalışma Grubu Raporu. Ankara.
47	TİM (2010) Ağaç ve Orman Ürünleri Sektörü Proje Raporu: Türkiye 2023 İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi.
48	TOBB (2012) Türkiye Orman Ürünleri Sektör Meclis Raporu, Ankara.
49	TOBB (2013) Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu, Ankara.
50	TOBB (2016) Türkiye Orman Ürünleri Sektör Meclis Raporu, Ankara.
51	Türkiye AVM Potansiyel Analizi 2017-2019
52	Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Sektör Raporu, TOBB
53	Türkiye Cam ve Cam Ürünleri Sektörü Raporu, ASO, 2013.
54	Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2012-2016, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçişil Genel Müdürlüğü
55	Türkiye Mobilya Endüstrisi Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerinin Yapisal İncelenmesi, Sorunlari Ve Çözüm Önerileri, Selçuk Üniversitesi, sutod.selcuk.edu.tr/sutod/article/download/270/239
56	Vurucu, V. (2011), Marangozluk Aletlerinin Ahşapla Olan İlişkisinin Resimsel Çözümlemelerine İlişkin Olarak Bir Dizi Resim Önerisi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi
57	Yanar, A. (2012) "Türkiye'de Geleneksel Turistik Hediyelik Eşyanın Sürdürülebilirliği", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara
58	Yücel, M. (2010) "Seramik Hediyelik Eşya Üretiminde Tasarım ve İşlev Analizi", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale
59	Zaimoğlu (2012) Türkiye Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri Sektör Meclis Raporu, TOBB Yayını, Ankara.
60	Züccaciye Sektörü Dış Ticaret Raporu, Mayıs 2015.