



KIRGIZİSTAN



MOBİLYA SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 30/10/2025

Raporu Hazırlayan: Bişkek Ticaret Müşavirliği

ÖNEMLİ UYARI:

İşbu rapor T.C. Bışkek Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği tarafından Kırgızistan’da ilgili sektöre yönelik olarak Türk firmalarına yardımcı olmak amacıyla hazırlanmıştır. Müşavirliğimiz, gösterilen tüm özene rağmen, verilen bilgilerde bulunabilecek yanlışlıklar veya herhangi bir sebepten doğacak zararlardan sorumlu olmadığını bildirir. Kırgızistan’da iş yapmak isteyen Türk firmalarının gerçekleştirilmesi planlanan faaliyet ve işlemlerine ilişkin işlem tarihi itibarıyla cari mevzuat ve idari uygulamalar çerçevesindeki güncel bilgi ve gereklilikleri ilgili Kurumlardan teyit etmelerinin önem arz ettiği değerlendirilmektedir.

Ayrıca, raporda yer alan firma bilgileri ve diğer tüm bilgiler genel nitelikli kaynaklara dayanmakta; yalnızca bilgilendirme amacını taşımakta ve referans niteliğinde bulunmamakta olup Müşavirliğimiz herhangi bir şekilde sorumluluk üstlenmemektedir. Muhtemel faaliyetlere ilişkin işbirliği planları kesinleşme aşamasına geldiğinde öncelikle Müşavirliğimizle iletişime geçilmesinin önemli olduğu değerlendirilmektedir.

1. Ülke Pazarında Mobilya Sektörü

İşbu raporun hazırlanmasında; sektör kapsamı olarak, *9401 gümrük tarife pozisyonu altında sınıflandırılan “Oturmaya mahsus mobilyalar”* ve *9403 gümrük tarife pozisyonu altında sınıflandırılan “Diğer mobilyalar”* esas alınmış olup mobilya aksam, parça ve aksesuarları, dış ticaret bölümü ve bu bölümde yer alan veriler hariç olmak üzere, değerlendirmeye dahil edilmemiştir.

1.1 Sektörde Üretim

Kırgızistan'da mobilya sektörü, son yıllarda artan iç talep ve KOBİ'ler için iyileşen koşullar sayesinde aktif şekilde gelişmekte olan hafif sanayinin önemli bir kolunu oluşturmaktadır. Son zamanlarda hem mobilya işletmelerinin sayısı hem de bu işletmelerdeki istihdam sayısı artmıştır. Kırgız Cumhuriyeti (K.C.) Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı'nın açıklamalarına göre, Kırgızistan'da yerel pazarlarda yerli mobilya üreticilerinin ürünlerine olan talep artarken, üretilen ürünlerin kalitesi de yükselmekte; bu durum, mobilya sektörünün daha da gelişmesi için iyi bir teşvik sağlamaktadır.

Bununla birlikte, ülkede seri üretim yapabilecek büyük ölçekli mobilya fabrikaları bulunmamaktadır. Mobilya üretimi ağırlıklı olarak küçük ölçekli, atölye tipi işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Birçoğu özel yapım mobilya üretmekte ve tasarım hizmetleri sunmaktadır. İşletmeler genellikle mimarlık - dizayn firmalarının tasarımları ya da bireysel müşterilerin tercih ve siparişleri doğrultusunda ürün üretmektedir.

Oturma, mutfak, banyo, yatak, dolaplar, panel mobilya gibi ev mobilyaları ile küçük ölçekli ticari işletmelere (örneğin kafe-restoran) yönelik belirli düzeyde yerli üretim söz konusu iken ofis, okul, hastane, turizm işletmeleri gibi alanlara yönelik yerli mobilya üretimi nispeten kısıtlı düzeydedir veya bu segmentteki piyasada ithal talebi olabilmektedir. Örnek olarak, ofis mobilyalarında atölye tarzı yerli üretim bulunmakla birlikte kalite bakımından rekabette zorluklar yaşayabildiği belirtilmektedir.

K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre ülkede yaklaşık 100 adet üretim tesisi; Kırgızistan Mobilya Üreticileri Derneği'ne göre ise ülke genelinde yaklaşık 2.500 KOBİ mobilya üretiminde faaliyet göstermektedir. Kırgızistan Ulusal İstatistik Komitesi'nin verilerine göre, 2024 yılında yaklaşık 1,8 milyar Kırgız somu (yaklaşık 19,8 milyon dolar) değerinde mobilya üretimi gerçekleştirilmiş olup söz konusu üretim değeri 2023 yılına kıyasla %60 oranında artış göstermiştir.

Mobilya Ürünleri Üretimi	2020	2021	2022	2023	2024
Bin Kırgız somu	561.350	639.149	897.624	1.083.369	1.728.342
Bin ABD doları (Yaklaşık)	7.256	7.551	10.671	12.331	19.832

Sektörün üretim odağı başkent Bişkek'te yoğunlaşmış durumdadır ve ülke genelindeki dağıtım da ağırlıklı olarak buradan yapılmaktadır. Mobilya üretiminin büyük bölümü iç piyasa talebine yönelik gerçekleştirilmekte olup ihracat potansiyeli nispeten sınırlıdır.

Kırgızistan Mobilya Üreticileri Derneği bilgilerine göre, ülkedeki mobilya üreticilerinin önemli bir bölümü henüz uluslararası standartlarda bir kalite düzeyine ulaşamamıştır. Bu durumun başlıca nedenleri arasında; modern üretim teknolojilerine erişimde yaşanan eksiklikler, nitelikli iş gücü yetersizliği ve sektörel tecrübenin sınırlı olması yer almaktadır. Sektörde faaliyet gösteren birçok üretici geleneksel yöntemlerle üretim yapmaya devam etmekte ve dijital üretim araçları (örneğin CNC makineleri, CAD/CAM yazılımları, otomatik kesim ve montaj sistemleri) konusunda yeterli bilgi ve donanımına sahip değildir. Ayrıca, ürün tasarımı, fonksiyonellik ve estetik açıdan da gelişmiş pazarlardaki örneklerle rekabet edebilmek için üreticilerin güncel mobilya trendlerini ve müşteri beklentilerini takip etmeleri gerekmektedir. Bu çerçevede, Dernek, sektör genelinde teknik eğitim programlarına, uygulamalı atölye çalışmalarına ve uluslararası deneyim paylaşımına önemli düzeyde ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Özellikle genç ustaların mesleki eğitimden geçirilmesi ve sektöre yönelik modern işçilik becerilerinin kazandırılması, mobilya üretiminin kalitesinin artırılmasına katkı sağlayacaktır. Bu minvalde Dernek, ulusal ve uluslararası iş birlikleriyle seminerler, teknik eğitimler, üretici ziyaretleri ve deneyim paylaşımı etkinliklerinin düzenlenmesinin faydalı olacağını değerlendirmektedir.

Mobilya üretiminde kullanılan hammaddeler açısından Kırgızistan büyük ölçüde ithalata bağımlıdır. Sektör temsilcilerinden edinilen bilgilere göre, özellikle işlenmiş ahşap ürünlerde (masif ahşap, MDF, yonga levha, sunta, laminat) başlıca tedarikçi ülkeler Rusya, Beyaz Rusya, Kazakistan, Türkiye ve bazı Avrupa ülkeleridir. Orta kalite segmentindeki ürünlerde Rusya menşeli sunta ve ahşap malzemeler yaygın olarak tercih edilmekte, Avrupa ve Türkiye'den ithal edilen daha kaliteli malzemeler ise orta ve üst segment ürünlerde kullanılmaktadır. Döşemelik kumaşlarda Türkiye ve Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC)'nin başlıca tedarikçiler arasında yer aldığı bildirilmektedir. Mobilya üretiminde kullanılan metal malzemelerin bir kısmı yerli kaynaklardan sağlanabilse de, paslanmaz çelik ve alüminyum gibi özel alaşımlar genellikle ithal edilmektedir. Mobilya aksesuarları bakımından değerlendirildiğinde, Türkiye ve Avrupa menşeli ürünler de tercih edilebilmekle birlikte özellikle fiyat avantajıyla ön plana çıkan ÇHC menşeli aksesuarların kullanımında önemli düzeyde artış gözlemlenmektedir. Mobilya üretimi için hizmet sağlayıcı şirketlerin bilgilerine göre, mezkur ülke menşeli ürünlerin kalitesinde son dönemde gelişmeler gözlenmektedir.

Mobilya üretimi için gerekli hammadde ve hizmetlerin yoğunlaştığı belli başlı bölgeler arasında en öne çıkan nokta Kulatov Pazarı'dır. Bu pazar, Sovyet döneminden kalma demiryolu altyapısı ve çevresindeki depo alanları sayesinde sektör için önemli bir lojistik merkez haline gelmiştir. Bahse konu tedarikçiler, mobilya üretiminde kullanılan lamine sunta, MDF, mobilya aksesuarları, kulplar, yapay taş lavabolar, hazır mutfak cepheleri, dekoratif elemanlar ve sürgülü gardırop sistemleri gibi birçok farklı ürünü kapsayan geniş bir ürün yelpazesine sahiptirler. Bazı hammadde ve yarı mamul tedarikçileri aynı zamanda kesim, montaj, tamirat, döşeme yenileme ve özel mobilya üretimi gibi imalat faaliyetleri de yürütebilmektedir. Mobilya ustaları genellikle bu tür firmalardan gerekli malzemeleri temin etmekte ve aynı zamanda malzeme işleme (örneğin kesim) gibi hizmetlerden de faydalanarak montaj işlemlerini gerçekleştirmektedir.

Esas itibariyle Kulatov Pazarı etrafında yoğunlaşan mobilya üretim atölye ve tesislerine yönelik olarak kümelenme çalışmaları kapsamında, halihazırda, Bişkek’e yakın 35 hektarlık bir arazide yeni bir “mobilya sanayi bölgesi” inşa edilmesi planlanmaktadır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Sektör kuruluşlarından edinilen bilgilere göre 2025 yılı itibariyle ortalama üretici fiyatları aşağıdaki gibidir:

- Mutfak takımları: 15.000'den 80.000 som'a kadar;
- Sürgülü dolaplar: 18.000'den 60.000 som'a kadar;
- Döşemeli mobilyalar (kanepeler): 20.000'den 70.000 som'a kadar;
- Ofis mobilyası (takım): 10.000'den 50.000 som'a kadar;
- Yataklar: 6.000'den 25.000 som'a kadar.

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

Kırgızistan Mobilya Üreticileri Birliği

Birlik 2022 yılında mobilya üreticilerini bir araya getirerek ortak çıkarlarını korumak, kamu kurumlarıyla etkili iletişim sağlamak ve sektörü uluslararası pazarda tanıtmak amacıyla kurulmuştur. Birlik, mobilya sektöründeki krizin üstesinden gelmek için çabaları birleştirmek ve ihracatın artması ve gelişmesi için gerekli koşulları oluşturmak amacıyla gönüllü, profesyonel, kamuya açık, kar amacı gütmeyen bir kuruluştur.

Kuruluşundan bu yana yaklaşık 40 üyeye ulaşan dernek, üzere yakın dönemde üye sayısını iki katına çıkarmayı hedeflemektedir. Birliğin mevcut en önemli girişimlerinden biri, sektördeki üreticileri bir araya getirecek bir mobilya üretim kümesi oluşturmak ve mobilya üretimine özel organize sanayi bölgesinin kurulmasını sağlamaktır. Bu doğrultuda Bişkek’e yakın 35 hektarlık bir arazide söz konusu sanayi bölgesinin oluşturulması planlanmaktadır. Birlik üyeleri, oturma gruplarından mutfak ve yatak odası mobilyalarına kadar geniş bir yelpazede üretim yapmakta olup, ayrıca Türkiye başta olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenen mobilya fuarlarını ziyaret ederek sektöre yenilikler kazandırmaya çalışmaktadırlar.

Adres: Lermontova sok 12A, Bişkek

Tel: +996 500 677 100

E-posta: souzpm@gmail.com

Yerli Üretici Firmalar

Lina Mobilya Fabrikası (<https://lina.kg/>)

"Lina" firması 1988 yılında Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te kurulmuş olup halihazırda ülkenin önde gelen mobilya üreticileri arasındadır. Şirket, döşemeli mobilya ve yaylı yatakların yanı sıra masa ve sandalyelerin üretiminde faaliyet göstermektedir. Sunulan ürünlerin kataloğu, küçük daireler için ekonomi sınıfı modellerden daha kaliteli sınıf salon mobilyalarına kadar 40'tan fazla ürünü içermektedir. "Lina" şirketi, üretiminde yalnızca yüksek kaliteli, çevre dostu malzemeler kullandığını belirtmektedir. Fabrikada, sadece Kırgızistan'da değil, aynı zamanda yurtdışında da özel mesleki eğitim almış uzmanlar istihdam edilmekte, çalışanları için periyodik olarak Türkiye, İtalya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Almanya, Japonya, BAE, Rusya ve Litvanya'dan uzmanlardan oluşan ustalık eğitimleri alınmaktadır. Fabrikanın yüksek teknoloji ekipmanlarıyla donatıldığı bildirilmektedir.

Nurislam Emerek (<https://nurislamemerek.site/about/>)

3.000 metrekarelik toplam alana sahip "Nurislam Emerek" üretim işletmesi 2012'de Kırgızistan'ın Karakol şehrinde kurulmuştur. Hâlihazırda, 2 üretim atölyesi, perakende mağazaları ve yaklaşık 90 çalışanı ile şirket, Issık-Göl bölgesinde mobilya üretimi ve satışı alanında faaliyet göstermektedir. "Nurislam Emerek" işletmesi yatak odası, çocuk yatakları, mutfak mobilyaları, ve çeşitli ofis mobilyaları ile Klasik, Neoklasik ve Loft stillerinde mobilya üretim yapmaktadır. Ayrıca, faset makinelerinin yardımıyla çeşitli cam ve ayna yüzeylerinin üretimi üzerinde çalışmaktadır. İşletmede üretilen mobilyalar, genellikle ülkenin Issık-Göl, Narın ve Çüy bölgeleri ile komşu Kazakistan'a dağıtılmaktadır. Modern ve yüksek kaliteli mobilyalara olan talebin artması nedeniyle şirket, üretim kapasitesini önemli ölçüde artıracak ve müşteri hizmetlerinin kalitesini ve hızını iyileştirecek yeni bir üretim tesisi kurmayı planlamaktadır. Bu minvalde, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) desteği ile 1 milyon avro tutarında bir kredi anlaşması imzalanmıştır.

Laminat Service

2005 yılında kurulan Laminat Service, mobilya yarı mamul ve aksesuarlarında Türkiye menşeli muhtelif markaların Kırgızistan temsilciliğini üstlenerek, bu firmaların ürünlerinin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütmüştür. 2014 yılında Kırgızistan'ın Avrasya Ekonomik Birliği Birliği'ne üye olmasıyla birlikte şirket farklı alanlara yönelmiştir. Bu bağlamda, teknolojik modernizasyona önem verilmeye başlanmış; Avrupa ve Türkiye'den getirilen makinelerle fabrika altyapısı yenilenmiştir. Bu süreçte, bireysel özel sipariş ve proje bazlı mobilya üretimi yapan firmalara ve mobilya atölyelerine fason üretim hizmetleri sunulmaya başlanmıştır. 2023-2024 yıllarından itibaren şirket, küçük ölçekli üretimden seri üretime geçiş sürecine girmiş; aynı zamanda markalaşma çalışmalarını da başlatmıştır. Günümüzde şirket, devlet alımları kapsamında özellikle okul mobilyaları, çocuk parkı ve kreşler için düzenlenen mobilya ihalelerine aktif şekilde katılmak, ülke genelinde özellikle okul mobilyası sektöründe liderlik elde etmek ve aynı zamanda özel sektör için yeni pazarlar oluşturmak adına kapsamlı araştırmalar yapmaktadır.

Asel kg

Kırgızistan'da faaliyet gösteren bir mobilya üreticisidir. Şirketten alınan bilgilere göre, COVID-19 pandemisi sonrasında mobilya üretim sektörüne geçiş yapmıştır. Günümüzde şirket, siparişe özel çok çeşitli mobilya ürünleri üretimini gerçekleştirmektedir. Piyasaya modern, işlevsel ve kaliteli ürünler sunmak amacıyla sürekli iyileştirme, AR-GE ve tasarım çalışmaları yapılmaktadır. Şirket, Kırgızistan'daki konsept projelerde aktif rol almaktadır.

Decor-Profi

Kulatov Pazarı'nda mobilya sektöründe faaliyet gösteren önemli firmalardan biri Decor-Profi Şirketi'dir. Şirket, mobilya üretiminde kullanılan birçok farklı ürünü kapsayan geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu ürünler arasında lamine sunta, MDF, mobilya aksesuarları, kulplar, yapay taş lavabolar, ortopedik yataklar, hazır mutfak cepheleri, dekoratif elemanlar ve sürgülü gardırop sistemleri yer almaktadır. Decor-Profi, Türkiye ve Avrupa menşeli muhtelif mobilya, yarı mamulleri ve aksesuarları markaları ile Orta Asya pazarı için özel tedarik sözleşmeleri yapmıştır. Ayrıca Şirket, yalnızca hammadde satışı yapmakla kalmayıp aynı zamanda bu malzemelerin işlenmesine yönelik hizmetler de sunmaktadır.

Damebel (<https://damebel.kg/>)

Firma 2024 yılında kurulmuştur. Özel sipariş ile mutfak, yatak, salon mobilya çeşitleri ile ofis, restoran, otel ve diğer ticari kurumlara yönelik mobilya üretimi yapmaktadır. Ayrıca, şirket iç tasarım firmaları ile işbirliği yaparak özel tasarım mobilya üretimi de gerçekleştirmektedir.

Kırgız Mebel (<https://www.kyrgyzmebel.kg>)

Kırgızmebel A.Ş. 21 Ocak 1997'de kurulmuş ve mobilya üretimi ve satışı sektöründe faaliyet göstermektedir. Şirket, modern çeşitli dolaplar, döşemeli mobilya, ofis, okul ve kreş mobilyaları ile kamusal alanlar için mobilyalar, metal çerçeveli mobilyalar ve bireysel siparişlere göre mobilya üretmektedir. Şirketten alınan bilgilere göre, üretimin önemli bir kısmı büyük hacimli kamu alımlarına dönük olarak gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda bazı devlet kurumları ile doğrudan satış usulü ile çalışmakta olup okul ve kreş mobilyaları alanında önemli üreticilerden biridir.

Lamis

Mobilya

Fabrikası

https://www.instagram.com/lamis_kgz?igsh=MW01bmVydjJubXZvNQ==

Bişkek'te esas itibarıyla lavabo dolapları (tek kapılı, iki kapılı, üç kapılı) ve aynalı duvar dolapları dahil olmak üzere banyo mobilyaları üretmektedir. Şirketin bilgilerine göre, şirketin ürünleri hem iç pazarda satılmakta, ayrıca Kazakistan, Türkmenistan ve Rusya'ya ihraç edilmektedir. Hem özel alıcılarla hem de kuruluşlarla çalışarak, ürün seçiminden kuruluma kadar kapsamlı ve talebe dayalı bir yaklaşım dahilinde faaliyet yürütmektedir.

Alyans Mebel (<http://alyans.amart.kg/>)

Alyans Mobilya Salonu, çeşitli mobilya ürünleri üretimi ve satışı konusunda uzmanlaşmıştır. Şirketin temel hedefi, yüksek kaliteli ürünler sunmak ve müşterilere profesyonel hizmet sağlamak; seçici müşterilerin taleplerine hitap edebilmektedir. Firmaya başvuran müşteriler, tasarım projelerinin hazırlanmasından mobilyaların montajına kadar, ev veya daire düzenlemesi konusunda tasarım danışmanlığı alabilmektedir.

Sonun Mebel (<https://www.instagram.com/sonunmebel/>)

12 yıldan fazla bir süredir Kırgızistan mobilya pazarında aktif bir şekilde faaliyet göstermektedir. Kendi üretim hattına sahip olarak, hem hazır mobilyalar hem de özel sipariş tasarım projeleri sunmaktadır. Ayrıca, Bişkek dahil olmak üzere tüm Kırgızistan'da teslimat hizmeti vermektedir.

Turatbekoff (https://www.instagram.com/turatbekoff_/)

Bişkek ve Özbekistan'a yönelik özel tasarım, doğal ağaç malzemeden üretilmiş, el işi mobilya odaklı bir mobilya üreticisidir. Bişkek'te Monolit, Özbekistan'da ise MegaPolis alışveriş merkezlerinde showroomu bulunmaktadır. Instagram sayfasında premium üst kalite ve özgün üretim vurgulanmıştır.

Azat-Mebel (<https://www.instagram.com/azatmebel.kg/>)

Bişkek'te faaliyet gösteren yerel bir mobilya üretim ve satış şirkettir. 1992 yılında kurulmuş olan firma, özellikle küçük dolaplardan mutfak ve gardırop sistemlerine kadar geniş bir yelpazede modüler mobilya üretimi yapmaktadır.

Amir Mebel (https://www.instagram.com/amir_mebel_kg/)

Şirket sipariş üzerine ev ve mutfak için mobilya üretimi alanında faaliyet göstermekte ve satış öncesi ve sonrası hizmetler sunmaktadır. Ayrıca, kesim ve işleme hizmetleri gibi ek opsiyonlara da yer verilmektedir.

Eura (<https://eura.kg/>)

Bişkek şehrinde faaliyet gösteren yerli bir üretim firması olup ortopedik ve anatomik yataklar, yastıklar ile nevrösizim takımları üretimi konusunda uzmanlaşmıştır. Firma, modern Avrupa standartlarına göre üretim teknolojileri ve özellikle Rusya ve Türkiye menşeli malzemeler kullanarak müşterilerine uyku çözümleri sunmaktadır. Ürünlerinin satışını hem kendi mağazaları hem de çevrimiçi kanallar aracılığıyla gerçekleştiren Eura, ülke genelinde teslimat ve montaj hizmeti sağlamaktadır.

1.4 Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Kırgızistan mobilya sektörü, esas itibariyle, yerli ve ithal perakende satışlar ile özel siparişe yönelik üretimden satışlar ağırlıklı bir görünüm arz etmekte olup toptan satışların nispeten pazarın daha küçük bir kısmını teşkil ettiği değerlendirilmektedir. Toptan satışlar genel itibariyle belirli ithal tedarikçiler tarafından bazı ürün gruplarının satışına yönelik gerçekleştirilmektedir. Pazarda perakende satışlara yönelik mağazalar bulunmakla birlikte zincir mağazalar şeklindeki tedarik kanalları nispeten az sayıdadır.

Satışlara ilişkin hususlar pazarın muhtelif şekillerde ayrılabilen segmentlerine göre farklılık gösterebilmektedir. Oturmaya mahsus mobilyalar (kanepe, koltuk, sandalye vb.), ofis mobilyaları ve yataklar genellikle perakende satışlara konu olabilirken; panel mobilyalar, dolaplar ve mutfak mobilyaları özel sipariş ve özel tasarıma göre üretimden satışlar şeklinde gerçekleştirilebilmektedir.

Fiyat ve kalite açısından yapılabilecek diğer bir değerlendirmeye göre ise pazarda satışa konu olan ürünler düşük, orta ve üst segment şeklinde ayrılabilir. Mezkur ayrım hedef müşteri kitlesi açısından da sektördeki farklılaşmaları yansıtabilmektedir. Özellikle ÇHC ve Rusya menşeli düşük ve orta maliyetli hazır mobilya ürünleri toptan satışa konu olabilmekte; söz konusu ithal mobilya ürünlerinin yer aldığı toptan satış depoları, ürünlerin küçük çaplı tedarikçilere ulaştırılmasında önemli bir rol oynayabilmektedir. Ayrıca, ülkenin yerel bölgelerinde faaliyet gösteren tedarikçiler bu tür depolardan belirli miktarda sipariş ederek ürün temin edebilmektedirler. Ayrıca Rusya markalı bazı mobilya firmaları, Bışkek merkezli bayilik sistemiyle çalışabilmekte ve sınırlı sayıda olmakla birlikte ülke genelinde belirli noktalara hazır mutfak, koltuk ve gardırop gibi ürünlerin toptan sevkiyatını gerçekleştirebilmektedir. Ancak bu tür tedarik zincirlerinin henüz tam anlamıyla organize bir dağıtım ağına dönüşmüş olmayabileceği mütalaa edilmektedir.

Orta segment ürünler, genellikle daha uygun fiyatlı, işlevsel fakat sade tasarımlı, ÇHC ve Rusya menşeli hammadde ve malzemelerin kullanıldığı, yerel küçük üreticiler ve atölyeler tarafından üretilen yerli ürünler ile Rusya, Beyaz Rusya ve bazı ÇHC menşeli ithal hazır mobilya ürünlerinden oluşmaktadır. Bu tür mobilyalar ağırlıklı olarak Bışkek'teki yerel mobilya mağazalarında ya da perakende satış noktalarında müşterilere sunulmaktadır. Müşteri kitlesi genellikle orta gelir grubudur.

Rusya ve Beyaz Rusya menşeli mobilya ürünü tedarik eden firmalar, özellikle orta segmentteki perakende mobilya pazarında güçlü bir konuma sahiptir. Pazarın önemli bir bölümünü Rusya ve Beyaz Rusya merkezli bazı markalar domine etmektedir. Bu kapsamda Azbuka Doma, Eurostyle ve Lubimiy Dom gibi markalar altındaki perakende tedarikçiler ülkedeki büyük şehirlerde yaygın olarak faaliyet göstermektedir. Bu firmalar, genellikle zincir mağaza yapısı içinde hizmet sunmakta ve yüksek hacimli ürün çeşitliliği ile geniş bir müşteri kitlesine ulaşmaktadır. Yapılan araştırmalar, bu tür mağazalarda genellikle seri üretim, modüler ve standart ölçülere sahip mobilya ürünlerinin satıldığını göstermektedir. Ürün gamı genellikle orta segment fiyat aralığında konumlanmakta olup, alım gücü belirli bir seviyenin üzerinde olan tüketicilere hitap etmektedir. Mobilyalar, belirli kalıp tasarımlarla çok sayıda üretilmekte ve bu tür mobilyalar fiyat-kalite dengesi bakımından tercih sebebi haline gelebilmektedir.

Üst segmentte yer alan mobilya ürünleri ise nispeten daha özgün ve detaylı tasarım ile daha yüksek kalitede hammadde-malzeme ve işçilik özelliklerine sahip olup genellikle daha yüksek fiyat aralığında pazara sunulmaktadır. Bu segmentteki ürünler; fonksiyonellik, konfor, malzeme kalitesi ve modern tasarım anlayışıyla öne çıkmaktadır. Bahse konu segmentte, toptan satış yapan yerel tedarikçiler bulunmamaktadır. Genellikle bu segmentte faaliyet gösteren şirketlerin sayısı sınırlı olup ürünlerini Türkiye, Avrupa ve ÇHC'deki üst segment mobilya üreticilerinden doğrudan sipariş ederek temin etmektedirler. Bu firmalar, doğrudan üreticiyle çalışarak koleksiyon bazlı ya da proje bazlı mobilyaları ithal etmekte ve kendi perakende zincirleri üzerinden satışa sunmaktadır. Söz konusu firmalar, çoğunlukla Bışkek'in prestijli ve merkezi bölgelerinde büyük mağazalarda ürünlerini sergileyerek tüketicilere ulaştırmaktadır. Böylece müşterilere hem showroom deneyimi hem de özel sipariş olanakları sunulmaktadır. Bu satış modeli, doğrudan son kullanıcıya yönelik olup, özellikle mobilya alımında kalite ve estetiğe önem veren, alım gücü yüksek müşteri kitlesini hedeflemektedir.

Ofis mobilyaları bakımından değerlendirildiğinde, sektör temsilcilerinde alınan bilgilere göre ülke pazarının alt-orta segment ve üst segment şeklinde ikiye ayrılabilirdi; pazarda ağırlıklı olarak ÇHC ve Rusya menşeli ürünlerinin mevcut olmakla birlikte söz konusu ürünlerin alt-orta kalite düzeyindeki ürün gruplarında oluştuğu; başta İtalya olmak üzere Avrupa ürünlerinin görece yüksek fiyat düzeyinde bulunduğu; ülkemiz ürünlerinin ise görece fiyat-kalite dengesini sağlamış ürünlerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Sektör temsilcileri tarafından, ofis mobilyaları piyasasında, tedarik sürecinde aracı-dağıtıcı olmaksızın toptan satış gerçekleştiren toptancılar, doğrudan depodan nihai tüketiciye satış gerçekleştiren satıcıları ile müstakil perakende mobilya mağazalarının bulunduğu belirtilmektedir.

Pazarda, oturmaya mahsus mobilyalar, panel mobilyalar ve ev mobilyalarında yerli üretim söz konusu olabilmekteyken; kafe, otel, hastane, okul ve belirli ofis mobilyaları (örn. Ofis sandalyeleri/koltukları) gibi mobilya ürünleri büyük oranda ithalata dayalı bir görünüm sergilemektedir.

Kırgızistan'ın ticari olarak en yoğun yerlerinin başında gelen başkent Bışkek dışındaki bölgelere ürün tedariki; Bışkek'teki depolardan toptan satışlar, Bışkek'teki AVM ve mağazalardan satışlar; bölgelerdeki yerel mağazalar / şubeler ve bölgelerde özellikle özel sipariş üzerinde üretim yapan üreticilere tarafından yerinde üretim şeklinde gerçekleştirilebilmektedir.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları (Miktar: Adet) *

		2024			2025 - 8	
	Ülke Adı	İthalat Bin \$	Adet	Oran (%) (Adet)	İthalat Bin \$	Adet
1	Çin	4.147	526.735	77,5%	5.118	252.486
2	Türkiye	2.811	49.993	7,4%	928	17.392
3	Rusya	3.238	47.004	6,9%	1.766	25.050
4	İtalya	1.217	33.876	5,0%	295	680
5	Özbekistan	647	5.763	0,8%	1.084	24.936
6	Kazakistan	170	3.526	0,5%	304	5.222
7	Litvanya	553	2.852	0,4%	86	823
8	Belarus	145	2.180	0,3%	131	1.367
9	Almanya	2.706	1.514	0,2%	118	826
10	Fransa	102	117	0,0%	12	11
	Diğerleri	461	6.189	0,9%	456	4.840
	Toplam	16.198	679.749	100%	10.300	333.633

Kaynak: Kırgız Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Komitesi (KCİK)

* Son tamamlanmış yıl olan 2024 ithalat miktarına göre sıralanmıştır.

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları (Miktar: Ton)*

		2024			2025 - 8	
	Ülke Adı	İthalat Bin \$	Ton	Oran (%) (Ton)	İthalat Bin \$	Ton
1	Rusya	53,1	40,6	43,2%	28,8	6,1
2	Belarus	30,7	20,5	21,8%	0	0
3	Çin	44,9	19,1	20,3%	94,2	6,4
4	Kazakistan	13,9	4,7	5,0%	4,3	0,8
5	Özbekistan	51,9	4,4	4,7%	1,4	0,9
6	Japonya	4,1	2,1	2,2%	3,9	1,6
7	Türkiye	6,3	1,7	1,8%	1,5	0,1
8	Almanya	12,0	0,3	0,3%	5,1	0
9	Güney Kore	13,3	0,2	0,2%	5,8	0,8
10	Belçika	4,4	0,0	0,0%	0	0
	Diğerleri	60,9	0,4	0,4%	1.138 **	1,0 **
	Toplam	295,5	94	100%	1.283	17,7

Kaynak: KÇİK

* Son tamamlanmış yıl olan 2024 ithalat miktarına göre sıralanmıştır.

** 2025-8 döneminde, ABD'den 758 bin \$ değerinde 0,2 ton; Filipinlerden 202,5 bin \$ değerinde ve İtalya'dan 140 bin \$ değerinde 0,1 ton ithalat gerçekleştirilmiştir.

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları (Miktar: Adet)*

		2024			2025 - 8	
	Ülke Adı	İthalat Bin \$	Adet	Oran (%) (Adet)	İthalat Bin \$	Adet
1	Türkiye	2.909	91.654	48,2%	955	5.823
2	Rusya	3.006	41.608	21,9%	2.392	27.960
3	Çin	1.600	20.232	10,6%	2.189	26.473
4	Özbekistan	773	14.020	7,4%	382	30.440
5	Belarus	1.258	13.684	7,2%	603	6.417
6	Kazakistan	1.248	5.765	3,0%	955	6.722
7	İtalya	5.125	1.105	0,6%	347	430
8	Litvanya	465	840	0,4%	97	689
9	İspanya	117	343	0,2%	0	64
10	Vietnam	47	290	0,2%	13	45
	Diğerleri	241	804	0,4%	400	1.992
	Toplam	16.789	190.345	100%	8.333	107.055

Kaynak: KÇİK

* Son tamamlanmış yıl olan 2024 ithalat miktarına göre sıralanmıştır.

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları (Miktar: Ton)*

		2024			2025 - 8	
	Ülke Adı	İthalat Bin \$	Ton	Oran (%) (Adet)	İthalat Bin \$	Ton
1	Rusya	2.947	2.406	40,8%	3.003	2.111
2	Özbekistan	2.456	2.158	36,6%	2.101	2.514
3	Çin	1.564	536	9,1%	2.320	970
4	Türkiye	2.837	363	6,2%	668	187
5	Kazakistan	1.855	316	5,4%	483	65
6	Belarus	245	52	0,9%	144	37
7	İsrail	901	26	0,4%	0	0
8	Almanya	35	6	0,1%	234	16
9	Macaristan	62	4	0,1%	0	0
10	Litvanya	50	3	0,1%	14	4
	Diğerleri	488	25	0,4%	335	34
	Toplam	13.440	5.896	100%	9.301	5.935

Kaynak: KCIK

* Son tamamlanmış yıl olan 2024 ithalat miktarına göre sıralanmıştır.

2.2 Mobilya Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke**9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları (Miktar: Adet)**

		2024		
	Ülke Adı	İhracat Bin \$	Adet	Oran (%) (Adet)
1	Rusya	352,3	4.203	55,8%
2	Kazakistan	209,2	2.237	33,1%
3	Özbekistan	19,8	133	3,1%
4	ABD	14,3	100	2,3%
5	Azerbaycan	24,9	71	3,9%
6	Belarus	9,9	9	1,6%
7	Hindistan	0,03	6	0,01%
8	Polonya	0,07	4	0,01%
9	İsviçre	0,02	3	0,00%
10	Fas	0,8	1	0,13%
	Diğerleri	0,02	1	0,004%
	Toplam	631	6.767	100%

Kaynak: KCIK

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları (Miktar: Ton)

		2024		
	Ülke Adı	İhracat Bin \$	Ton	Oran (%) (Ton)
1	Estonya	0,58	0,10	%99
2	Belarus	0,00	0,00	
3	İspanya	0,06	0,00	
4	Birleşik Arap Emirlikleri	6,09	0,00	
5	Rusya	12,48	0,00	
6	ABD	0,00	0,00	
7	Özbekistan	0,00	0,00	
	Toplam	19,2	0,1	100 %

Kaynak: KCIK

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları (Miktar: Adet)

		2024		
	Ülke Adı	İhracat Bin \$	Adet	Oran (%) (Adet)
1	Kazakistan	480,5	10.911	83,9%
2	Rusya	620,3	1.112	8,5%
3	Özbekistan	27,9	813	6,2%
4	Hırvatistan	0,8	57	0,4%
5	Türkiye	0,0	44	0,3%
6	Birleşik Arap Emirlikleri	0,5	24	0,2%
7	Hollanda	0,7	19	0,1%
8	Hindistan	0,0	14	0,1%
9	ABD	2,9	10	0,1%
10	Azerbaycan	0,6	5	0,0%
	Diğerleri	0,01	1,0	0,01%
	Toplam	1.134	13.009	100 %

Kaynak: KCIK

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları (Miktar: Ton)

		2024		
	Ülke Adı	İhracat Bin \$	Ton	Oran (%) (Ton)
1	Kazakistan	4.715	2.081	100%
2	Özbekistan	415	246	87,0%
3	Rusya	143	50,9	10,3%
4	Belarus	175	8,4	2,1%
5	Türkiye	0,9	4,6	0,4%
6	ABD	3,2	0,9	0,2%
7	Fas	0,2	0,3	0,04%
8	Birleşik Arap Emirlikleri	0,1	0,3	0,01%
9	İsviçre	0,2	0,2	0,01%
10	Azerbaycan	0,05	0,1	0,01%
	Diğerleri	1,66	0	
	Toplam	5.453	2.393	100%

Kaynak: KCIK

2.3 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları (2024 yılı)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
9401.61	Ahşap iskeletli döşemeli koltuklar (yatağa dönüştürülebilenler hariç)	5.069	1.037	20,5%
9401.71	Metal iskeletli döşemeli koltuklar (uçak veya motorlu taşıt koltukları, döner koltuklar hariç ...)	2.932	42	1,4%
9401.39	Değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar (ahşap ve tıbbi, cerrahi, dişçilik hariç)	2.391	1.485	62,1%
9401.69	Ahşap iskeletli koltuklar (döşemeli olanlar hariç)	1.691	309	18,3%
9401.31	Ahşaptan, yüksekliği ayarlanabilir döner koltuklar (tıbbi, cerrahi, dişçilik veya ... hariç)	891	0	0,0%
9401.80	Koltuklar, başka yerde belirtilmeyen	787	122	15,5%
9401.41	Ahşaptan yapılmış, yatağa dönüştürülebilen koltuklar (bahçe koltukları ve kamp ekipmanları ile tıbbi, ... hariç)	585	43	7,4%
9401.79	Metal iskeletli koltuklar (döşemeli, yüksekliği ayarlanabilir döner koltuklar hariç ...)	515	131	25,4%
9401.20	Motorlu taşıt koltukları	441	6	1,4%
9401.49	Yatak olabilen koltuklar (ahşap olanlar hariç), bahçe koltukları ve kamp ekipmanları, tıbbi, ...	392	62	15,8%

Kaynak: Trademap

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları (2024 yılı)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
9403.60	Ahşap mobilyalar (ofis, mutfak ve yatak odası mobilyaları ile oturma grupları hariç)	7.926	1.119	14,1%
9403.20	Metal mobilyalar (ofisler, koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik mobilyaları hariç)	3.897	751	19,3%
9403.30	Ofisler için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	3.863	1.258	32,6%
9403.50	Yatak odaları için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	3.258	524	16,1%
9403.91	Mobilya parçaları, ahşaptan, b.y.s. (oturma yerleri ile tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ile ilgili olanlar hariç)	3.000	142	4,7%
9403.10	Ofisler için metal mobilyalar (koltuklar hariç)	2.049	1.266	61,8%
9403.99	Mobilya parçaları (ahşaptan olmayan, b.y.y.) (oturma yerleri veya tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ile ilgili olanlar hariç)	1.563	604	38,6%
9403.70	Plastik mobilyalar (tıbbi, dişçilik, cerrahi veya veterinerlik ile ilgili olanlar ve koltuklar hariç)	1.175	51	4,3%
9403.89	Kamış, söğüt veya benzeri malzemelerden yapılmış mobilyalar (bambu hariç)	447	22	4,9%
9403.40	Mutfak için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	244	9	3,7%

Kaynak: Trademap

2.4 Mobilya Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları (2024 yılı)

Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
9401.61	Ahşap iskeletli döşemeli koltuklar (yatağa dönüştürülebilenler hariç)	223	0	
9401.41	Ahşaptan yapılmış, yatağa dönüştürülebilen koltuklar (bahçe koltukları ve kamp ekipmanları ile tıbbi, ... hariç)	86	0	
9401.39	Değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar (ahşap ve tıbbi, cerrahi, dişçilik hariç)	74	0	
9401.71	Metal iskeletli döşemeli koltuklar (uçak veya motorlu taşıt koltukları, döner koltuklar hariç ...)	36	0	
9401.69	Ahşap iskeletli koltuklar (döşemeli olanlar hariç)	26	0	
9401.99	Ahşap olmayan oturma yeri parçaları, başka yerde belirtilmeyen	8	0	
9401.20	Motorlu taşıt koltukları	7	0	
9401.49	Yatak olabilen koltuklar (ahşap olanlar hariç), bahçe koltukları ve kamp ekipmanları, tıbbi, ...	3	0	
9401.79	Metal iskeletli koltuklar (döşemeli, yüksekliği ayarlanabilir döner koltuklar hariç ...)	1	0	
9401.80	Koltuklar, başka yerde belirtilmeyen	0	0	

Kaynak: Trademap

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları (2024 yılı)

Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
9403.20	Metal mobilyalar (ofisler, koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik mobilyaları hariç)	3.756	0	
9403.99	Mobilya parçaları (ahşaptan olmayan, b.y.y.) (oturma yerleri veya tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ile ilgili olanlar hariç)	1.573	0	
9403.60	Ahşap mobilyalar (ofis, mutfak ve yatak odası mobilyaları ile oturma grupları hariç)	979	0	
9403.30	Ofisler için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	20	0	
9403.10	Ofisler için metal mobilyalar (koltuklar hariç)	13	0	
9403.70	Plastik mobilyalar (tıbbi, dişçilik, cerrahi veya veterinerlik ile ilgili olanlar ve koltuklar hariç)	13	0	
9403.50	Yatak odaları için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	5	0	
9403.40	Mutfak için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	0	0	
9403.81	Bambu veya rattan mobilyalar (oturma yerleri ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik mobilyaları hariç)	0	0	
9403.89	Kamış, söğüt veya benzeri malzemelerden yapılmış mobilyalar (bambu hariç)	0	0	

Kaynak: Trademap

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	9401.61	Ahşap iskeletli döşemeli koltuklar (yatağa dönüştürülebilenler hariç)	328	653	1.144	1.801	1.363
2	9401.39	Değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar (ahşap ve tıbbi, cerrahi, dişçilik hariç)...	-	-	495	121	1.327
3	9401.69	Ahşap iskeletli koltuklar (döşemeli olanlar hariç)	217	169	165	221	401
4	9401.80	Koltuklar, nes	85	195	342	158	284
5	9401.99	Ahşap olmayan oturma yeri parçaları	-	-	38	28	180
6	9401.79	Metal çerçeveli koltuklar (döşemeli, değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar hariç)...	63	73	84	130	143
7	9401.71	Metal iskeletli döşemeli koltuklar (uçak veya motorlu taşıt koltukları, döner koltuklar hariç)...	54	64	140	208	85
8	9401.49	Yatak haline getirilebilen koltuklar (ahşap olanlar hariç) ve bahçe koltukları ve kamp ekipmanları ile tıbbi,...	-	-	130	113	82
9	9401.41	Ahşaptan yatak haline getirilebilen koltuklar (bahçe koltukları ve	-	-	58	55	43

		kamp ekipmanları ile tıbbi,...					
10	9401.31	Ahşaptan yapılmış, değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar (tıbbi, cerrahi, dişçilik veya...	-	-	6	24	41
	LİSTE TOPLAM		868	1.391	2.606	2.869	4.014
	GENEL TOPLAM		869	1.391	2.606	2.870	4.014

Kaynak: Trademap

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	9403.60	Ahşap mobilyalar (ofis, mutfak ve yatak odası mobilyaları ile oturma grupları hariç)	461	726	1.307	2.094	1.444
2	9403.30	Ofisler için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	130	87	602	302	1.343
3	9403.10	Ofisler için metal mobilyalar (koltuklar hariç)	26	19	10	67	963
4	9403.99	Ahşap olmayan mobilya parçaları (oturma yerleri veya tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik hariç)...	-	-	1.510	420	841
5	9403.20	Metal mobilyalar (ofisler, koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik mobilyaları hariç)	208	191	252	757	802

6	9403.50	Yatak odaları için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	303	467	684	1.062	540
7	9403.70	Plastik mobilyalar (tıbbi, dişçilik, cerrahi veya veterinerlik ile ilgili olanlar ve koltuklar hariç)	19	42	95	108	387
8	9403.89	Kamış, söğüt veya benzeri malzemelerden yapılmış mobilyalar (bambu hariç)...	100	57	79	221	187
9	9403.91	Mobilya, ahşap, nesle ait parçalar (oturma yerleri veya tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ile ilgili olanlar hariç)...	-	-	40	96	52
10	9403.40	Mutfak için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	14	8	24	46	9
LİSTE TOPLAMI			1.261	1.597	4.603	5.173	6.568
GENEL TOPLAM							

Kaynak: Trademap

3.2 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar: ton)

9401 – Oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamak lı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	9401.61	Ahşap iskeletli döşemeli koltuklar (yatağa dönüştürülebilirler hariç)	60	142	198	224	199
2	9401.39	Değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar (ahşap olanlar hariç) ve tıbbi, cerrahi, diş veya veterinerlik ve berber koltukları			61	30	118
3	9401.69	Ahşap iskeletli koltuklar (döşemeli olanlar hariç)	52	55	34	38	57
4	9401.80	Koltuklar, nes	24	52	53	41	43
5	9401.79	Metal iskeletli koltuklar (değişken yükseklik ayarlı döşemeli, döner koltuklar ve tıbbi, dişçilik veya cerrahi mobilyalar hariç)	23	18	20	36	36
6	9401.49	Yatak haline getirilebilen koltuklar (ahşap olanlar, bahçe koltukları ve kamp ekipmanları ve tıbbi, dişçilik veya cerrahi mobilyalar hariç)			34	47	24
7	9401.31	Ahşaptan değişken yükseklik ayarlı döner koltuklar (tıbbi, cerrahi, diş			8	11	18

		veya veterinerlik koltukları ve berber koltukları hariç)					
8	9401.99	Ahşap olmayan oturma yeri parçaları			5	4	10
9	9401.41	Ahşaptan yatak olabilen koltuklar (bahçe koltukları ve kamp ekipmanları ile tıbbi, dişçilik veya cerrahi mobilyalar hariç)			12	11	10
10	9401.20	Motorlu taşıt koltukları	3	1	1	4	9
	LİSTE TOPLAMI		162	268	426	446	524
	GENEL TOPLAM		207	367	441	472	537

Kaynak: Trademap

9403 – Diğer mobilyalar ve parçaları

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	9403.60	Ahşap mobilyalar (ofis, mutfak ve yatak odası mobilyaları ile oturma grupları hariç)	189	253	457	597	410
2	9403.30	Ofisler için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	29	36	87	75	242
3	9403.50	Yatak odaları için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	133	215	255	326	179
4	9403.99	Ahşap olmayan mobilya parçaları (oturma yerleri veya tıbbi, cerrahi, dişçilik veya			139	138	142

		veterinerlik hariç)...					
5	9403.70	Plastik mobilyalar (tıbbi, dişçilik, cerrahi veya veterinerlik ile ilgili olanlar ve koltuklar hariç)	7	28	50	23	138
6	9403.10	Ofisler için metal mobilyalar (koltuklar hariç)	8	10	2	16	110
7	9403.20	Metal mobilyalar (ofisler, koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik mobilyaları hariç)	78	53	107	90	50
8	9403.89	Kamış, söğüt veya benzeri malzemelerden yapılmış mobilyalar (bambu hariç)...	27	28	38	47	41
9	9403.91	Mobilya, ahşap, nesle ait parçalar (oturma yerleri veya tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ile ilgili olanlar hariç)...			9	12	23
10	9403.40	Mutfak için ahşap mobilyalar (koltuklar hariç)	4	4	11	14	6
	LİSTE TOPLAM		475	627	1.155	1.338	1.341
	GENEL TOPLAM		559	696	1.155	1.338	1.341

Kaynak: Trademap

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Hedef pazar belirlenirken, her bölgenin nüfus yapısı ekonomik yapısı, halkın alım gücü ve tüketim alışkanlıkları gibi hususların dikkate alınmasının faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Mobilya sektörü için hedef bölge ve şehir belirlenmesinde nüfus ve nüfus yoğunluğunun göz önünde bulundurulabilecek en önemli kriterlerden biri olduğu değerlendirilmektedir.

K.C. Ulusal İstatistik Komitesi verilerine göre, K.C.'nin Ocak-Temmuz 2025'teki daimi nüfusu 67,9 bin kişi veya % 0,9 artarak 1 Ağustos 2025 itibariyle 7 milyon 350 bin kişiye ulaşmıştır.

Kırgızistan Bölgelerine ve Şehirlerine Göre Nüfus (Bin kişi)

Bölge / Şehir	Nüfus
Kırgızistan	7.282
Oş	1.417
Celal Abad	1.359
Çüy	971
Batken	595
Issık Göl	550
Narın	315
Talas	281
Bişkek şehri	1.322
Oş Şehri	474

Kaynak: KCİK

K.C.'de 7 bölge, 31 şehir, 2 önemli büyük şehir, 40 reyon ve 235 köy bulunmaktadır. Bişkek şehri, ülkenin başkenti olup, 1 milyondan fazla nüfusuyla en büyük şehirdir. Ülkenin güney başkenti olarak bilinen ikinci büyük şehri Oş'ta 474 bin kişi yaşamaktadır. Nüfus sayısına göre, Oş, Celal Abad ve Çüy bölgeleri önde yer almakta olup, hedef bölgeler olarak değerlendirilmesi mümkündür.

Halkın alım gücü kriteri itibariyle de nispeten daha yüksek alım gücüne sahip Bişkek ve nispeten Oş gibi şehirlerin hedef şehirler arasında yer alabileceği değerlendirilmektedir. Alım gücü bakımından, Bişkek ve kısmen Oş gibi şehirler orta ve üst segment mobilya ürünleri açısından nispeten daha cazip pazarlar olarak ön plana çıkmaktadır.

Bişkek ve Oş gibi şehirlerde, ithal, özel tasarımı ve modern mobilyalara yönelik talep mevcuttur. Çüy ve Issık Göl bölgelerinde de daha kaliteli ve özel mobilya alımı yapabilecek müşteri profili bulunmaktadır. Buna karşılık, Narın, Talas, Celal Abad ve Batken gibi bölgelerde genellikle orta ve düşük segment, fiyat hassasiyeti yüksek ürünler tercih edilebilmektedir. Bölgelerde konut olarak yaygın olan müstakil ev yapısı nedeniyle, klasik tarzda, büyük hacimli mobilyalar nispeten daha çok rağbet görebilmektedir.

Issık Göl bölgesi, Kırgızistan'ın en önemli turizm merkezi olarak öne çıkmaktadır. Yerel kaynaklarda yer alan bilgilere göre, bölgede çeşitli otel ve turistik tesis inşaatları planlanmakta veya başlatılmış durumdadır. Bahse konu projelerin, proje bazlı mobilya tedariki açısından önemli iş fırsatları barındırabileceği mülahaza edilmektedir. Dolayısıyla, pazar potansiyellerinden istifade edilebilmesini teminen söz konusu turizm projelerinin takip edilmesinin ve ilgili kurum ve kuruluşlar nezdinde bilgi edinme amaçlı girişimlerde bulunulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Mezkur proje bilgilerine ilişkin Müşavirliğimizce elde edilebilecek bilgiler Müşavirliğimiz iletişim kanalları aracılığıyla talep edilmesi halinde iletilebilecektir.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Kırgızistan mobilya sektöründeki üretici firmalara ilişkin bilgiler, “İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler” başlığı altında belirtilmiştir.

Ideashop, piyasada önde gelen zincir mağazaları arasında yer alan mobilya ve ev eşyaları mağazasıdır. Kırgızistan'da süpermarket formatında faaliyet gösteren ve Rusya, Türkiye ve başka ülke menşeli mobilyaların pazarlandığı büyük ağlarından biridir. Firma "Her şey tek bir yerde" prensibi ile faaliyet göstermekte; özellikle IKEA olmak üzere çok çeşitli markalara dayalı kapsamlı iç mekan çözümleri sunmaktadır. Halihazırda şirketin mobilya, yatak odası, ev gereçleri ve dekorasyon ürünlerinin pazarlandığı Bişkek'te 3 şube, Oş'ta 3 şube ve Celal-Abad'da 2 şube olmak üzere toplam 8 şubesi bulunmaktadır <https://ideashop.kg/>

Eurostyle, Bişkek'te faaliyet gösteren köklü ve büyük mobilya firmalarından biridir. Yaklaşık 30 yılı aşkın süredir mobilya sektöründe faaliyet gösteren firma, hem üretim hem de perakende satış alanlarında hizmet sunmaktadır. Şirketin kendi mobilya atölyesi bulunmakta olup ürünlerinin büyük bir kısmını kendi tesislerinde üretmektedir. Bişkek genelinde beş mağazası bulunmakta olup ürün yelpazesi geniştir: mutfak dolapları, gardıroplar, komodinler, yatak odası takımları, oturma grupları, çocuk ve genç odası mobilyaları ile ofis mobilyaları gibi pek çok kategoride ürün sunmaktadır. Müşteriler, hem hazır ürünler arasından seçim yapabilmekte hem de özel ölçü ve tasarım talebinde bulunabilmektedir. Şirketin tanıtıma önem verdiği ve sıklıkla promosyon etkinlikleri yaptığı görülmektedir. <https://eurostyle.kg/>

Euromebel, Bişkek'te birden fazla şubesi bulunan perakende mobilya zincirlerinden biridir. Şirket, hem yumuşak hem de modüler mobilya ürünlerinde geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır: oturma grupları, yemek odaları, yatak odaları, çocuk mobilyaları, ofis takımları, mutfak dolapları, masa-sandalye takımları ve dekoratif ürünler gibi pek çok kategori yer almaktadır. Firmanın ürünlerini Beyaz Rusya ve Ukrayna gibi ülkeler mobilya fabrikalarından tedarik ettiği görülmektedir. <https://euromebel.kg/>

Mebelin, Bauflex ofis mobilya mağazasını 1995 yılında; Shatura Rus markası mobilya fabrikasının Kırgızistan'daki resmi temsilcisi olarak Shatura mağazalarını 1997 yılında açmıştır. Halihazırda şirket ofis mobilya ve ev mobilyası alanlarında faaliyet göstermektedir. Her iki alanda da Rusya ve Avrupa'nın çeşitli mobilya ürünleri tedarik edilmektedir. Halihazırda şirkete ait mağazalarda Las, Aran Cucine, Upper, Finnish Furniture, Rosling gibi Avrupa menşeli markalar yer almaktadır. Şirketin Bişkek şehrinde 6, Oş şehrinde 2, Celal Abad'da 1 mağazası bulunmaktadır. <https://mebelin.kg/>, <https://www.shatura.com/>

Ovel Mobilya Salonu, Kırgızistan pazarında 2000 yılından beri faaliyet göstermektedir. Salonda, Polonya, Rusya ve Beyaz Rusya mobilya üreticileri ürünleri yer almaktadır. Salondaki mobilya yelpazesi, stil, odak noktası ve geniş bir model yelpazesi açısından çeşitlidir. Bu çeşitlilik, Doğu Avrupa genelinde 15'ten fazla fabrika ile yapılan işbirliği ile desteklenmektedir. Fabrikalarda model seçerken, modellerin modernliğine ve işlevselliğine önem verilmektedir. <https://www.mebelpl.kg/>

Inhouse, mobilya ve halı ürünlerinde dünya çapındaki üst segment üreticileri temsil eden, tasarım ve kalite odaklı bir mobilya showroomudur. Mağaza, modern koltuklardan yataklara, TV ünitelerinden halılara kadar geniş ürün gamıyla dikkat çekmektedir. Firma showroomunda bazı Türk markalar da dahil olmak üzere çeşitli markaların ürünleri sergilenmektedir. Şirketten alınan bilgilere göre, iç mimar ve tasarım şirketlerine yönelik mağaza işbirlikleri, 3D proje hizmetleri ve özel satış çözümleri gerçekleştirilmektedir.

South Gate, 2012 yılından bu yana faaliyet gösteren, üst segment ürünlere odaklı prestijli bir perakende mobilya mağazasıdır. Mağaza, Amerikan markası Ashley başta olmak üzere, Malezya, Kazakistan ve Rusya menşeli muhtelif üreticilerle çalışmakta; döşemeli mobilyalar (kanepeler, koltuklar), sert mobilyalar (yatak odası, yemek odası, gardırop sistemleri), bahçe mobilyaları ve dekoratif aksesuarlar gibi geniş ürün yelpazesi sunmaktadır.

Azbuka Doma, Bişkek'te modern, fonksiyonel ve konforlu ev mobilyaları sunan bir mağazadır. Şirket bilgilerine göre ürünler Rusya ve Belarus'tan hazır modüler mobilya halinde ithal edilmektedir. Web sitesinde yer aldığı üzere mağaza; oturma odası, yatak odası, mutfak ve ofis için mobilyaların yanı sıra tekstil ürünleri, aksesuarlarda sunmaktadır. Bişkek ve Oş şehirlerinde mağazaları bulunmakta ve bölgelere dağıtım da yapmaktadır. (<https://azbukadoma.kg/>)

Lubimiy Dom, Bişkek'te yerleşik bir mobilya salonu olup internet üzerinden de satış yapmaktadır. Şirket, özellikle ev ve ofisler için modüler mobilyalar, yatak odası, çocuk odası ve oturma odası setleri sunmaktadır. Şirket genelde Rusya menşeli ürünlerin satışını yapmaktadır. Şirketin bölgelerde dağıtım ağı da bulunmaktadır. (<http://www.lubidom.kg/>)

Decorall, Kırgızistan merkezli bir mobilya internet mağazasıdır ve geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır; dolaplar, raf sistemleri, koltuklar, yataklar ve şilteler bunlar arasında yer almaktadır. Müşteriler siparişlerini online veya telefon üzerinden verebilmekte ve belirli şartlarda teslimat yapılmaktadır. Ayrıca, Bişkek' ürünlerin sergilendiği showroomu da bulunmaktadır. (<https://www.decorall.kg/>)

Luxury Mebel, Bişkek'te faaliyet gösteren ve muhtelif mobilyalar sunan bir salon olarak öne çıkmaktadır. Firma bilgilerine göre şirket yaklaşık 20 yıllık tecrübesiyle “premium mobilya uzmanı” konumunda ve Türk ürünleriyle doğrudan çalışmaktadır. (https://www.instagram.com/luxury_mebel.kg/)

American Home, Bişkek'te faaliyet gösteren bir mobilya ve dekorasyon mağazası olup, Amerikan tarzı iç mekân tasarımını yansıtan geniş ürün yelpazesiyle öne çıkmaktadır. Şirket, Caracole, A.R.T. Furniture ve Uttermost gibi tanınmış markaların mobilya, aydınlatma ve dekoratif aksesuarlarını müşterilerine sunmaktadır. Ürünlerin çoğu ABD menşelidir. <https://americanhome.kg>

Mebel Forum, Bişkek'te faaliyet gösteren bir mobilya mağazasıdır. Firma, ev ve ofisler için geniş ürün yelpazesine sahip olup, özellikle oturma grupları, yatak odası ve salon mobilyaları, gardıroplar ile dekoratif mobilyalar sunmaktadır. <https://mebel-forum.kg/>

Dyatkovo Mebel, Dyatkovo Rusya merkezli bir mobilya markasıdır ve özellikle klasik ve fonksiyonel iç mekân mobilyaları üretmektedir. Firma, yatak odası, oturma grubu, mutfak mobilyaları ve genç odası gibi geniş bir ürün portföyüne sahiptir. Bişkek'te bir satış noktası bulunmaktadır. (https://www.instagram.com/dyatkovo_bishkek/)

MebelPL, Bişkek şehir merkezinde yer alan bir mobilya salonu olarak faaliyet göstermektedir. Firma, özellikle Polonya yapımı mobilyaları ön plana çıkaran oturma grubundan, yatak mobilyasına kadar geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır ve web sitesinde ürün kataloğu yer almaktadır. (<https://www.mebelpl.kg/>)

MebelMixx, Bişkek'te yer alan mağaza özellikle ofis için tasarlanmış geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır: ofis masaları, yönetici kabinleri, çalışma koltukları, konferans sandalyeleri ve metal dosya dolapları gibi. Firma doğrudan Rusya, Belarus, ÇHC fabrikaları ile işbirliği yapmaktadır. (<https://mebelmixx.kg/>)

Micasa, Mobilya ve ev içi tasarım aksesuarları üzerinde mağazadır. (<https://www.instagram.com/micasakg/>)

Ayrıca, ülkede faaliyet gösteren Türk firmaları / markaları da bulunmaktadır.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

Kırgızistan Mobilya Üreticileri Birliği

Birlik 2022 yılında mobilya üreticilerini bir araya getirerek ortak çıkarlarını korumak, kamu kurumlarıyla etkili iletişim sağlamak ve sektörü uluslararası pazarda tanıtmak amacıyla kurulmuştur. Birlik, mobilya sektöründeki krizin üstesinden gelmek için çabaları birleştirmek ve ihracatın artması ve gelişmesi için gerekli koşulları oluşturmak amacıyla gönüllü, profesyonel, kamuya açık, kar amacı gütmeyen bir kuruluştur.

Kuruluşundan bu yana yaklaşık 40 üyeye ulaşan dernek, üzere yakın dönemde üye sayısını iki katına çıkarmayı hedeflemektedir. Birliğin mevcut en önemli girişimlerinden biri, sektördeki üreticileri bir araya getirecek bir mobilya üretim kümesi oluşturmak ve mobilya üretimine özel organize sanayi bölgesinin kurulmasını sağlamaktır. Bu doğrultuda Bişkek'e yakın 35 hektarlık bir arazide söz konusu sanayi bölgesinin oluşturulması planlanmaktadır. Birlik üyeleri, oturma gruplarından mutfak ve yatak odası mobilyalarına kadar geniş bir yelpazede üretim yapmakta olup, ayrıca Türkiye başta olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenen mobilya fuarlarını ziyaret ederek sektöre yenilikler kazandırmaya çalışmaktadırlar.

Adres: Lermontova sok 12A, Bişkek

Tel: +996 500 677 100

E-posta: souzpm@gmail.com

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

İthalatçılar hakkında doğrudan bilgi alınabilecek açık kaynaklar bulunmamaktadır. Bununla birlikte ülkede mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların bilgilerinin yer aldığı muhtelif kaynaklar mevcuttur. Esas itibarıyla, ülke iş dünyasında firma kurumsal web sitesine sahip olma oranının nispeten düşük olduğu gözlenmekte; bahse konu husus belirli durumlarda bilgi kaynaklarına ulaşmada güçlükler doğurabilmektedir.

Genel olarak mobilya üretimi ve satışı alanında faaliyet gösteren şirketlerin bilgileri <https://yellowpages.akipress.org/cats:193/> web adresinden temin edilebilir.

Ayrıca, temel olarak, “İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler” ve “Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı” başlıkları altında yer alan firmalar, aynı zamanda sektör ürünlerinin farklı ülkelerden teminini gerçekleştirebilen firmalar olarak değerlendirilebilir.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Dış ticarete konu ürünlerin Kırgızistan'ın üyesi olduğu Avrasya Ekonomik Birliği'nin teknik düzenlemeleri ve standartları ile belirlenen güvenlik ve kalite gerekliliklerine uygunluğunun teyit edilmesine yönelik ürün belgelendirme süreci, ürünün çeşidi ve kullanımına **göre zorunlu veya ihtiyari** olarak düzenlenmektedir. “Standardizasyon” Hakkında K.C. Kanunu ile “Teknik Düzenlemeler” Hakkında K.C. Kanunu hükümleri uyarınca, **zorunlu ürün belgelendirmesi**, insan sağlığı ve hayatı, mülkiyet ve çevre için potansiyel tehlike oluşturabilecek ürünler için uygulanmaktadır. Bu işlem ilgili ürünlerin piyasaya arzı ve satışı için zorunludur. Zorunlu belgelendirmeye tabi ürünlerin listesi, Avrasya Ekonomik Birliği teknik düzenlemeleri kapsamında belirlenmektedir. **İhtiyari (gönüllü) belgelendirme**, zorunlu olmayan belirli kalite standartlarına ürünün uygunluğunun teyit edilmesi amacıyla, üretici veya tedarikçi tarafından kendi isteğiyle gerçekleştirilmektedir. Belgelendirme süreci, Avrasya Ekonomik Birliği üyesi bir devlette akredite edilmiş bir belgelendirme kuruluşuna başvuru yapılması, gerekli belgelerin sunulması, akredite bir laboratuvarında ürünlerin test edilerek denetlenmesi ve uygunluk belgesinin düzenlenmesi aşamalarını kapsamaktadır.

K.C. sınırları içerisinde, Avrasya Ekonomik Komisyonu Konseyi'nin 15 Haziran 2012 tarihli ve 32 sayılı Kararı ile kabul edilen, "Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında" Gümrük Birliği Teknik Düzenlemesi (TR TS 025/2012) yürürlüktedir ve söz konusu teknik düzenleme, mobilya ürünlerine ve bunların kullanım (işletme) süreçlerine ilişkin gereklilikleri belirlemekte olup, Gümrük Birliği'nin ortak gümrük alanında insan sağlığı ve hayatı, mal güvenliği, çevre ile hayvan ve bitki sağlığının korunması ve tüketicilerin yanıltılmasının önlenmesini amaçlamaktadır. Söz konusu Teknik düzenlemenin Ek 1'ine göre, "Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında" Gümrük Birliği Teknik Düzenlemesi (TR TS 025/2012) kapsamına giren mobilya ürünleri listesi mevcuttur. Bu bağlamda, mobilya ürünlerinin söz konusu teknik düzenleme ve bu ürünlere uygulanabilir diğer Gümrük Birliği teknik düzenlemelerine uygunluğunun değerlendirilmesi (onaylanması), uygunluk onayı (uygunluk belgesi veya beyanı) ve devlet kontrolü (denetimi) yoluyla gerçekleştirilir. Listesi Teknik Düzenlemenin Ek 1'inde yer alan ev mobilyaları ve kamuya açık yerlerde kullanılan mobilyalar, Teknik Düzenleme'de (TP TC) belirtilen şemalara göre uygunluk beyanına; çocuk mobilyaları, eğitim kurumu mobilyaları ve okul öncesi kurumlara yönelik mobilyalar ise **zorunlu uygunluk belgesine** tabidir. Mobilya ürünlerinin uygunluk değerlendirmesi, Gümrük Birliği Komisyonu'nun 7 Nisan 2011 tarihli ve 621 sayılı Kararı ile Onaylanan Birleşik Prosedürler Ve Tip Uygunluk Değerlendirme (Onay) Şemaları çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Uygunluk beyanı ve uygunluk belgesi, söz konusu belgelerin geçerlilik süresi boyunca Gümrük Birliği'nin ortak gümrük bölgesinde dolaşıma sokulan mobilya ürünlerine ilişkin olarak Gümrük Birliği'nin ortak gümrük bölgesinde ve ürünlerin her bir birimine ilişkin olarak kullanım ömrü boyunca geçerlidir.

"Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Gümrük Birliği Teknik Düzenlemesi (TR TS 025/2012)" nin 4 üncü maddesinde mobilya ürünlerinin piyasada dolaşımına yönelik aşağıdaki hususlar düzenlenmektedir:

1. Mobilya ürünleri, bu teknik düzenlemenin ve kendisine uygulanan diğer Gümrük Birliği teknik düzenlemelerinin gereklerini karşıladığına dair gerekli uygunluk değerlendirme (onaylama) süreçlerinden geçmiş olması koşuluyla, Gümrük Birliği'nin ortak gümrük bölgesinde dolaşıma sunulabilir.

2. Mobilya ürününü piyasaya arz eden üretici, satıcı, ithalatçı veya üretici tarafından yetkilendirilmiş kişi aşağıdaki yükümlülükleri yerine getirmekle sorumludur:

- Mobilya ürününün, bu teknik düzenleme hükümlerine uygunluğunu sağlamak;
- Mobilya ürününün, üretici tarafından belirlenen kullanım süresi boyunca güvenliğini sağlamak;
- **Ürüne eşlik eden belgelerde ve ürün etiketlerinde, uygunluk beyanı veya uygunluk sertifikası hakkında bilgi vermek.**

Eşlik eden belgeler; sevk irsaliyesi, kullanım kılavuzu ve mobilya demonte olarak teslim ediliyorsa montaj talimatını içerir.

- Ürünün Gümrük rejimi altına alınması da dâhil olmak üzere, ilgili tarafların talebi üzerine, ürünün bu teknik düzenleme hükümlerine uygunluğunu belgeleyen dokümanları (uygunluk beyanı, uygunluk sertifikası veya bunların kopyaları) ibraz etmek;
- Sertifikalı mobilya ürünlerinin yapısında veya teknik belgelerinde yapılan değişiklikleri, uygunluğu değerlendiren (onaylayan) kuruluşa bildirmek;
- Uygunluk beyanı veya sertifikasının süresi dolmuşsa, ürünün dolaşıma sunulmasını durdurmak veya sonlandırmak. Ancak, bu belge(ler)in geçerli olduğu süre içinde dolaşıma sunulmuş ve üretici tarafından belirlenen kullanım ömrü süresince piyasada bulunan ürünler bu kapsamın dışındadır;
- Uygunluk beyanı veya sertifikasının askıya alınması ya da iptal edilmesi durumunda, mobilya ürününün satışını durdurmak veya tamamen sonlandırmak;
- Uygunluk değerlendirme süreci tamamlanmış olsa bile, bu teknik düzenleme hükümlerine uymadığı tespit edilen ürünlerin üretimini ve satışını, ilgili devlet denetim ve kontrol organlarının kararı doğrultusunda durdurmak.

3. Mobilya ürünleri, bu teknik düzenleme ile birlikte kendisine uygulanan diğer Gümrük Birliği teknik düzenlemelerine de uygun olduğu takdirde, Gümrük Birliği üye ülkeleri pazarında dolaşımını gösteren "tek dolaşım işareti" (EAC) ile etiketlenir.

4.4 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Interior Expo Kyrgyzstan - Uluslararası İç ve Dış Tasarım, Mobilya ve Aksesuarları Fuarı: Biexpo fuar şirketi tarafından, iç tasarım, dekorasyon ve mobilya sektörüne yönelik olarak 14-16 Ekim 2025 tarihleri arasında Bişkek'te ilk defa düzenlenmesi planlanan söz konusu Fuar, mimari, dekorasyon, akıllı ev teknolojileri, mobilya, tekstil, aydınlatma, peyzaj düzenlemesi ve eko dizayn gibi çok sayıda alanda katılımcı firmalara yer sunmaktadır. Özellikle sektördeki profesyoneller, tasarımcı ve mimarlar, HoReCa temsilcileri, proje geliştiricileri, distribütör ve üreticiler için bir B2B platformu işlevi sunması beklenmektedir. Biexpo tarafından gerçekleştirilen fuar organizasyonlarında, genellikle, fuar ile eş zamanlı olarak seminer, masterclass, yeni ürün tanıtımları ve iş görüşmeleri gibi etkinlikler düzenlenmektedir.

Fuarın bölümleri:

Dekor ve kaplama

Mimari unsurlar

Zeminler

Aydınlatma

Mutfaklar ve banyolar

Tekstil

Mobilya

Depolama ve Organizasyon Sistemleri

Akıllı ev ve teknoloji

Peyzaj tasarımı ve çevre düzenlemesi

Eko-tasarım ve sürdürülebilir malzemeler

Yazlık ev, yazlık evlerin ve bahçe arsalarının geliştirilmesi

Fuara ilişkin detaylı bilgilere <https://interiorexpo.kg/> web adresinden ulaşılabilir.

İlgili alanlardaki firmalarımızın söz konusu fuarlara iştirak etmelerinin Kırgızistan ihraç pazarı potansiyellerinin değerlendirilmesi bakımından faydalı olabileceği mülahaza edilmektedir.

4.5 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

Halihazırda sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyeti bilgileri söz konusu olmamakla birlikte, geçtiğimiz yıllarda (örn. 2023, 2024) ülkemiz bazı ihracatçı Birlikleri tarafından muhtelif sektörlerle yönelik sektörel ticaret heyeti, genel ticaret heyeti ve B2B etkinlikleri gerçekleştirilmiştir.

Bu minvalde, ülkemiz İhracatçı Birlikleri, Sanayi-Ticaret Odaları vb. organizatörlüğünde mezkur heyet programlarının tertip edilmesinin Kırgızistan ihraç pazarı potansiyellerinin değerlendirilmesi bakımından önemli düzeyde faydalı olabileceği mütalaa edilmektedir.

4.6 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

İlaç sektörü ürünlerine ilişkin alım ilanlarının da yer aldığı gözlemlenen ihaleler,

<http://zakupki.gov.kg/popp/>

<https://zakupki.okmot.kg/popp/>

<http://www.donors.kg/ru/ob-yavleniya>

<http://procurement.kg/>

<https://www.rkdf.org/category/tendery-i-zakupki/>

gibi web sitelerinden takip edilebilmektedir.

İlaveten, ülkeye ait alım-satım talepleri, iş birliği ve ihale bilgileri gibi güncel ticari fırsatları Bakanlığımıza ait Dış Talepler Bülteninden (<https://distalep.ticaret.gov.tr/giris/?next=/>) takip edilebilir.

Benzer şekilde, ülkede ilgili sektörde gündeme gelen güncel gelişmeler, planlanan proje, program ve etkinliklere ilişkin bilgiler Ticaret Bakanlığı'nın Ticaret Müşavirliklerimizden Blogu'nda (<https://dtybs.ticaret.gov.tr/blog/?page=1>) yer alabilmektedir. Mezkur Blog içerisinde ülke bazlı filtreleme yapılabilmektedir.

Ülkede yerleşik kurum ve firmalar ile iletişimin genellikle Kırgızca/Rusça dillerinde sağlandığı hususunun dikkate alınmasında fayda görülmektedir. Firmalarımızın başvuru yapmadan önce katılım koşulları ve başvuru yeterliliklerine ilişkin ilgili Kurumdan bilgi almalarında yarar görülmektedir.

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

Ülkemiz ile Kırgızistan arasında tarife tercihlerine ilişkin olarak özellikle ihracatçılarımız açısından gümrük vergilerinin indirimi/muafiyetini öngören bir anlaşma (STA, Tercihli Ticaret Anlaşması gibi) bulunmamaktadır.

Kırgızistan’ın Diğer Ülkelerle Ticari Ve Ekonomik İlişkilerinde Uyguladığı Ticaret Rejimleri:

- En Çok Kayrılan Ülke
- Serbest Ticaret Rejimi
- Avrasya Ekonomik Birliği
- Tercihli Ticaret Rejimi

Dünya Ticaret Örgütü En Çok Kayrılan Ülke Kuralı

K.C. 1998 yılında BDT ülkeleri arasında Dünya Ticaret Örgütü’ne (DTÖ) üye olan ilk ülke olmuştur. DTÖ anlaşması çerçevesinde Kırgız mallarının DTÖ üyesi ülkelere ihracatında En Çok Kayrılan Ülke Kuralı (MFN) uygulanmaktadır. Kırgızistan’ın DTÖ’ye katılımı, dünyadaki diğer ülkelerle olan ticaret hacminin artmasını sağlamış, ticaret yapılan ülkelerin coğrafi dağılımını önemli ölçüde genişletmiş, özellikle MFN rejimi uygulanan ülkeler ile yapılan ticaretin hacmi artmıştır. Hâlihazırda, MFN'nin sağlandığı ülkelerle yapılan ticarete, Avrasya Ekonomik Birliği Ortak Gümrük Kanunu’nda belirlenen tarife oranları geçerlidir.

Serbest ticaret rejimi:

Serbest ticaret rejimi, yapılan uluslararası anlaşmalar gereğince, karşılıklı ticarete gümrük vergilerinin ve miktar kısıtlamalarının kaldırılmasını öngörmektedir.

Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra Bağımsız Devletler Topluluğu’na (BDT) üye ülkelerle ekonomik işbirliğine devam edilmesi Kırgızistan’ın dış politikasının önemli yönlerinden biri olmuştur. Bu kapsamda, K.C., BDT bünyesinde imzalanan 15 Nisan 1994 tarihli “Serbest Ticaret Bölgesinin Kurulmasına İlişkin Anlaşma”ya taraf olmuştur.

Ayrıca, Kırgızistan aşağıdaki ülkeler ile ikili Serbest Ticaret Anlaşmaları yapmıştır: Rusya, Kazakistan, Ermenistan, Moldova, Ukrayna, Özbekistan, Beyaz Rusya, Tacikistan, Azerbaycan.

Bağımsızlığı yeni kazanan Kırgızistan için söz konusu anlaşmalar Birliğin diğer ülkeleri ile ticari bağlarının kopmasını önlemede önemli bir rol oynamıştır. Ancak, söz konusu geçiş döneminde temel ticaret politikalarının koordinasyonu alanında yaşanan güçlükler nedeniyle zamanla BDT ülkelerinin ticaret rejimleri arasında farklılaşmaların ortaya çıktığı gözlenmiştir. Bu çerçevede, 18 Ekim 2011 tarihinde Ermenistan, Beyaz Rusya, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova, Rusya, Tacikistan ve Ukrayna’nın katılımı ile “BDT Ülkeleri

Serbest Ticaret Bölgesi Anlaşması” akdedilmiş; mezkur Anlaşma, 20 Eylül 2012’de yürürlüğe girmiştir. Özbekistan ayrı bir Protokol ile (31 Mayıs 2013) Anlaşmaya taraf olmuştur.

Mezkur Anlaşmanın kabul edilmesiyle, taraf ülkeler arasında mevcut olan 15 Nisan 1994 tarihli “Serbest Ticaret Bölgesi Kurulmasına İlişkin Anlaşmanın” ve ikili anlaşmaların geçerliliği hususu gündeme gelmiştir.

Ancak, Gürcistan ve Türkmenistan’ın yeni Anlaşmaya (18 Ekim 2011 tarihli) taraf olmadığı gerçeğini dikkate alarak Kırgızistan, bu ülkelerle ticaret ilişkilerini 15 Nisan 1994 tarihli “Serbest Ticaret Bölgesinin Kurulmasına İlişkin Anlaşma” kapsamında yürütmeye devam etmektedir.

Benzer şekilde, Azerbaycan’ın da yeni Anlaşmaya (18 Ekim 2011 tarihli) taraf olmaması nedeniyle, Azerbaycan ile 12 Ocak 2004 tarihinde yapılan ikili Serbest Ticaret Anlaşması kapsamında ticaret ilişkileri yürütülmektedir.

Avrasya Ekonomik Birliği

12 Ağustos 2015 tarihi itibarıyla K.C. Avrasya Ekonomik Birliği’ne üye olmuştur. Söz konusu üyelik ile Kırgızistan için 180 milyon kişilik bir pazarın açılması, ülkenin yatırım cazibesinin artırılması, özellikle tekstil ve tarım sektörlerinin rekabet gücünün artırılması ve ihracatın geliştirilmesi amaçlanmıştır. Kırgızistan nispeten kısa bir sürede Birliğe üye olma sürecinde ortaya konulan yol haritasındaki hedeflere ulaşmada belirli adımlar atmış; ulusal mevzuatın Avrasya Ekonomik Birliği hukuki düzenlemelerine uyumlu hale getirilmesi, gümrük altyapısının iyileştirilmesi ve kontrol noktalarının donatılması gibi büyük ölçekli çalışmalar başlatılmıştır.

29 Mayıs 2014 tarihli Avrasya Ekonomik Birliği Hakkında Anlaşma’nın 35 inci maddesi gereğince, üçüncü ülkeler ile ticarete serbest ticaret rejimi, mezkûr anlaşmanın 102 nci maddesi dikkate alınarak Avrasya Ekonomik Birliği’nin uluslararası anlaşmaları çerçevesinde belirlenmektedir. Anlaşmanın 102 nci maddesi ise, üçüncü ülkeler tanınacak tercihli tarife imtiyazlarının ancak ya 1 Ocak 2015 tarihinden önce üye devletlerin üçüncü ülkelerle münferiden akdettiği anlaşmalar çerçevesinde ya da tüm üye devletler tarafından sonuçlandırılan bir uluslararası anlaşma çerçevesinde mümkün olabileceğini hüküm altına almaktadır.

Avrasya Ekonomik Birliği tarafından akdedilen Serbest Ticaret Anlaşmaları aşağıdaki gibidir:

- Vietnam Sosyalist Cumhuriyeti (5 Ekim 2016)
- Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) (25 Ekim 2019)
- Singapur Cumhuriyeti (İmza tarihi: 1 Ekim 2019, henüz yürürlüğe girmedir.))
- Sırbistan Cumhuriyeti (10 Temmuz 2021)
- İran İslam Cumhuriyeti (15 Mayıs 2025)
- Birleşik Arap Emirlikleri – Ekonomik Ortaklık Anlaşması (İmza tarihi: 27 Haziran 2025, henüz yürürlüğe girmedir.)

Hâlihazırda Serbest Ticaret Anlaşması yapılmasının hazırlık aşamasında olan ülkeler: Hindistan, Mısır ve Endonezya.

İlgili Anlaşmalara ilişkin daha detaylı bilgiler, <https://eec.eaeunion.org/comission/departement/dotp/torgovye-soglasheniya/> internet adresinde yer almaktadır.

Tercihli Ticaret Rejimi

Avrasya Ekonomik Birliği çerçevesinde, Avrasya Ekonomik Birliği gümrük sınırlarında gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin ekonomik kalkınmasına destek sağlamak amacıyla Avrasya Ekonomik Birliği'nin ortak tercihli tarife sistemi uygulanmaktadır.

29 Mayıs 2014 tarihli Avrasya Ekonomik Birliği Hakkında Anlaşma'nın 45 inci maddesi gereğince, tercihli tarifeleri kullanan ülkelerin listesi ve tercihli gümrük tarifeleri uygulanan malların listesi Avrasya Ekonomik Birliği Komisyonu tarafından belirlenmektedir. Gelişmekte ve az gelişmiş ülkeler için uygulanan tercihli gümrük tarifeleri <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/catr/ttr/Pages/preferences.aspx> internet adresinden temin edilebilir.

4.8 Sektörde Teknik Düzenlemeler ve Standartlar

9401 GTP altında yer alan “yatak haline dönüştürülebilen veya dönüştürülemeyen oturma mobilyaları ve bunların parçaları” ile 9403 GTP altında yer alan “diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları (ofis, mutfak mobilyaları, yataklar vb.)” kapsamına giren mobilya ürünleri, “**Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Avrasya Gümrük Birliği Teknik Düzenlemesi (025/2012 TR TS)**” hükümlerine uygunluğun zorunlu olarak *uygunluk beyanı* veya *uygunluk sertifikası* şeklinde belgelendirilerek teyit edilmesine tabidir. Söz konusu Teknik Düzenleme, mobilya ürünlerine ve bunların kullanım (işletme) süreçlerine ilişkin gereklilikleri belirlemekte olup, Gümrük Birliği'nin ortak gümrük alanında insan sağlığı ve hayatı, mal güvenliği, çevre ile hayvan ve bitki sağlığının korunması ve tüketicilerin yanıltılmasının önlenmesini amaçlamaktadır.

Söz konusu Teknik düzenlemenin Ek 1'ine göre, “**Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında**” Gümrük Birliği Teknik Düzenlemesi (TR TS 025/2012) kapsamına giren mobilya ürünleri listesi mevcuttur.

Bu bağlamda, mobilya ürünlerinin söz konusu teknik düzenleme ve bu ürünlere uygulanabilir diğer Gümrük Birliği teknik düzenlemelerine uygunluğunun değerlendirilmesi (onaylanması), **uygunluk onayı (uygunluk belgesi veya beyanı)** ve **devlet kontrolü (denetimi)** yoluyla gerçekleştirilir.

Listesi Teknik Düzenlemenin Ek 1'inde yer alan **ev mobilyaları ve kamuya açık yerlerde kullanılan mobilyalar**, Teknik Düzenleme’de (TP TC) belirtilen şemalara göre **uygunluk beyanına; çocuk mobilyaları, eğitim kurumu mobilyaları ve okul öncesi kurumlara yönelik mobilyalar ise zorunlu uygunluk belgesine** tabidir.

Mobilya ürünlerinin uygunluk değerlendirmesi, Gümrük Birliği Komisyonu’nun 7 Nisan 2011 tarihli ve 621 sayılı Kararı ile Onaylanan **Birleşik Prosedürler Ve Tip Uygunluk Değerlendirme (Onay) Şemaları** çerçevesinde gerçekleştirilmektedir.

Uygunluk beyanı ve uygunluk belgesi, söz konusu belgelerin geçerlilik süresi boyunca Gümrük Birliği'nin ortak gümrük bölgesinde dolaşıma sokulan mobilya ürünlerine ilişkin olarak Gümrük Birliği'nin ortak gümrük bölgesinde ve ürünlerin her bir birimine ilişkin olarak kullanım ömrü boyunca geçerlidir.

Ayrıca bu ürünlerin, Avrasya Ekonomik Komisyonu Kurulu’nun 07.11.2017 tarihli ve 136 sayılı Kararı ile kabul edilen ve 28.12.2021 tarihli değişiklik Kararı ile güncellenen **025/2012 TR TS sayılı “Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Teknik Düzenleme”**nin gerekliliklerinin gönüllü olarak sağlanmasını temin eden standartlar listesinde belirtilen mevzuat belgelerine de uygun olması gerekmektedir. Bu belgeler şunlardır:

GOST 16371-93 Mobilya. Genel teknik şartlar;

GOST 16854-91 Seyir salonu koltukları. Genel teknik şartlar;

GOST 19917-93 Oturma ve uzanma mobilyaları. Genel teknik şartlar.

İlgilenilen standartları daha kapsamlı bir şekilde araştırmak için Kırgızstandard'ın Teknik Düzenlemeler ve Standartlar Ulusal Bilgi Fonu’na başvurulması gerekmektedir.

Ayrıca, Fon’un tüm ilgili taraflara standartlara ilişkin yürürlükteki belgeleri, onaylanmış Fiyat Listesi doğrultusunda, ücretli olarak sunulmaktadır . Fon’un iletişim bilgileri: Tel.: 62 58 10, Oda

4.9 Sektörde Etiketleme

025/2012 TR TS sayılı “Mobilya Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Teknik Düzenleme” gereğince mobilya ürünlerine yönelik etiketleme gereklilikleri aşağıdaki şekilde belirtilmiştir:

- Tüketicie yönelik bilgiler; ürünün etiketlenmesi, kullanım kılavuzu ve mobilya demonte halde teslim ediliyorsa montaj talimatı şeklinde sunulur.
- Gümrük Birliği'ne üye devletlerin topraklarında satışa sunulan her mobilya ürünü, Rusça olarak ve ilgili ülke mevzuatında öngörülen durumlarda o ülkenin resmi dilinde etiketlenmiş olmalıdır. Gümrük Birliği bölgesi dışında yer alan ülkelerden ithal edilen ürünlerin ticari adları ile üretici firma adları Latin alfabesiyle yazılabilir.
- Etiketleme, ürüne sağlam bir şekilde tutturulmuş kâğıt ya da kumaş etiket üzerine baskı yöntemiyle yapılmalıdır. Mobilya ürünü monte halde teslim ediliyorsa, etiket ürünün üzerine doğrudan yerleştirilir.
- Demonte halde teslim edilen mobilya ürünlerinde, ürün adı ve üretim tarihi gibi bilgiler etikette yer almayabilir. Bu durumda, ürün adı üretici veya satıcı tarafından satış esnasında ya da ürünün kullanıcı tarafından kurulumu sırasında belirtilmelidir. Üretim tarihi ise ambalaj üzerinde yer almalıdır. Demonte mobilyalara ait etiket bilgileri ambalajın üzerine uygulanmalıdır.
- Etiketleme; silinmez boya, damgalama, yakma, kabartma gibi yöntemlerle veya özel damgalarla ayrı ayrı bilgiler şeklinde yapılabilir.
- Etiketler açık ve okunaklı olmalı; şu bilgileri içermelidir:
 - Ürünün kullanım ve fonksiyonel amacına göre mobilya adlandırması ve ürün kodu (sayısal, model adı vb.);
 - Üreticinin ticari markası (varsa);
 - Üretici ülkenin adı;
 - Üretici firmanın adı ve adresi;
 - Üretici tarafından yetkilendirilmiş kişi ya da ithalatçının adı, yasal ve fiili adresi;
 - Üretim tarihi;
 - Garanti süresi;
 - Üretici tarafından belirlenmiş kullanım ömrü;
 - Gümrük Birliği ülkeleri pazarında geçerli olan ortak dolaşım işareti.
- Demonte mobilyalar için, etiket bilgisi montaj talimatı ile birlikte ambalajın içerisine yerleştirilmelidir.
- Çocuklar ve öğrenciler için üretilen sandalye, masa, sıra gibi kamuya açık alanlarda kullanılan mobilyalarda, etiketlerde ayrıca şu bilgiler yer almalıdır: kesirli ifade ile üst kısımda beden numarası, alt kısımda ise ortalama çocuk boyu.
- Anaokulları ve eğitim kurumlarında (ortaöğretim kurumları ve üniversiteler hariç) kullanılan masa, sıra ve sandalyelerin dış yüzeylerinde aşağıdaki renklerde en az

10 mm çapında daire veya en az 10x15 mm ebatlarında yatay şerit şeklinde renk kodları yer almalıdır:

- 00 — siyah
- 0 — beyaz
- 1 — turuncu
- 2 — mor
- 3 — sarı
- 4 — kırmızı
- 5 — yeşil
- 6 — açık mavi

Renkli işaretlemenin uzun ömürlü olmasını sağlayacak şekilde yapılması gereklidir. Yapışkanlı tabanlı baskı etiketler gibi yöntemlerle renkli işaretleme yapılmasına da izin verilir.

4.10 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

Kırgızistan - Türkiye arası mesafe yaklaşık olarak 4.672 km'dir. Türkiye'den Kırgızistan'a ürün taşımacılığında en fazla tercih edilen taşıma modunun karayolu olduğu değerlendirilmektedir. Karayolu yük taşımacılığında genel olarak aşağıdaki güzergahlar kullanılmaktadır:

- Türkiye-Gürcistan-Rusya-Kazakistan-Orta Asya karayolu
- Türkiye-Gürcistan-Azerbaycan-Kazakistan-Orta Asya karayolu
- Türkiye-İran-Türkmenistan-Özbekistan-Orta Asya karayolu

Türkiye-Gürcistan-Rusya-Kazakistan-Orta Asya karayolu güzergâhı karayolu ile ulaşım için yaygın kullanılan güzergâhlardan birisidir. Ancak, nakliyecilerin çoğunun bu rotayı seçmeleri nedeniyle Gürcistan ve Rusya sınırlarında görece uzun ve maliyetli bekleme süreleri ile karşılaşılabilmektedir. Lojistik firmalarından edinilen bilgilere göre, nakliye araçları Türkiye-Gürcistan Sarp sınır kapısında 1 hafta; Gürcistan-Rusya arası Lars sınır kapısında ise 16 gün ila 1 ay arasında bekleyebilmektedir. İlaveten, kış döneminde iklim ve yol koşullarındaki zorluklar bu güzergâhın elverişliliğini azaltmaktadır. Ayrıca, Rusya-Ukrayna çatışmasından kaynaklı etmenler de bu rotayı riskli hale getirmektedir. Nakliye süresi ortalama yaklaşık 10-14 gün sürebilmektedir.

Türkiye-Gürcistan-Azerbaycan-Kazakistan-Orta Asya karayolu güzergâhında, lojistik firmalarının tercihlerinde motivasyon azaltıcı en temel unsurun özellikle Hazar geçişlerinde geçiş ücretlerinin görece yüksek olduğu değerlendirmeleri yapılmaktadır. Nakliye süresi ortalama yaklaşık 12-16 gün sürebilmektedir. Güzergâhta gemi söz konusu olması durumunda ileriye doğru değişiklikler söz konusu olabilmektedir)

Türkiye-İran-Türkmenistan-Özbekistan-Orta Asya karayolu güzergâhında taşımacılık 13-20 gün sürebilmektedir.

Türkiye’den Kırgızistan’a ürün taşımacılığında ayrıca havayolu kargo imkanları da bulunmaktadır. Bununla birlikte, mezkur taşıma modunun karayolu taşımacılığına göre nispeten daha maliyetli olması nedeniyle, özellikle hız ve teslim süresinin kısalığının gerekli olduğu durumlarda daha fazla tercih edilebildiği gözlenmektedir.

Demiryolu taşımacılığında ise, Kapıköy (Türkiye) – İran – Serahs veya Akyayla (Türkmenistan) – Farab (Türkmenistan) – Özbekistan – Karasu (Özbekistan) – Oş (Kırgızistan) güzergahının kullanılabildiği öğrenilmiştir. Mezkûr güzergâhta Kırgızistan yönüne doğru taşımalarda, Bağımsız Devletler Topluluğu coğrafyasına geçildiğinde Türkmenistan’dan başlayarak demiryolu hat genişliği farklılaşmakta; Türkmenistan’da vagon değişimi gerçekleştirilmektedir.

4.11 Dağıtım Kanalları

Kırgızistan mobilya pazarında ürün ticaretinde aşağıdaki gibi çeşitli dağıtım kanallarını kullanılmaktadır:

- **Üretimden doğrudan satış:** Yerel üreticiler tarafından üretilen mobilya ürünlerinin doğrudan nihai tüketicilere tedariki pazardaki önemli satış kanallarından birini teşkil etmektedir. Söz konusu satış kanalı genellikle 2 şekilde tezahür etmektedir:

1) Sipariş üzerine özel üretim: Özel sipariş üzerinden satış, sektörün en yaygın kullanılan dağıtım kanalıdır. Özel sipariş için genellikle konut daireleri ve müstakil ev sahipleri, özellikle otel, restoran, güzellik salonlar v.b. olmak üzere iş yerleri ve kamu kurumları (okul, sağlık kurumları v.b) talepte bulunmaktadır. Özel siparişler genellikle konutların standart dışı planı ve tasarımı olması durumunda veya müşterilerin özel bir tercihlerinin olması ve en önemlisi fiyatların görece daha uygun olabilmesi nedeniyle rağbet görebilmektedir. Sektör temsilcilerinden alınan bilgilere göre, sipariş üzerinde doğrudan satış için en popüler ürün grupları mutfak mobilyası, dolaplar ve banyo mobilyası; ticari işletmelerde ise resepsiyon, ofis mobilyası, lokanta ve restoranlarda özel tasarımlı oturma grupları gibi ürünlerdir.

Sipariş üzerine üretim, kurumsal üreticilerden ziyade genellikle atölye tarzındaki KOBİ’ler tarafından gerçekleştirilmektedir. Nispeten az sayıda çalışan ile Türkiye, ÇHC, İtalya gibi ülkelerden ithal mobilya üretim malzemelerini belirli makineler kullanılarak işlenmekte ve sipariş yerinde montaj işlemleri gerçekleştirilmektedir.

2) Proje temelli satışlar: Proje temelli satışlar esas itibarıyla sipariş üzerine satışa benzetmek ile birlikte daha büyük projeler için uygulanan satış kanalıdır. Mobilya sektöründe otel, restoran, ofis, okul ve sağlık kurumu gibi ticari ve kurumsal müşterilere yönelik yapılan, proje bazlı ve toplu alımları kapsayan bir satış modelidir. Bu kanalda satışlar genellikle özel tasarım, ölçü ve malzeme taleplerine göre özelleştirilmiş ürünler üzerinden yüksek hacimde gerçekleştirilir. Ülkede üstyapı modernizasyonu ihtiyacı, gelişen turizm, otelcilik, kafe-restoran ve ticari ofis sektörleri ile birlikte bu sektörlerde ve büyük kamu yatırımlarında sözleşmeye dayalı projeler temelli satış kanalı giderek daha çok tercih edilebilmektedir. Bu satış kanalında genellikle, tasarım şirketleri ve inşaat şirketleri ile işbirliği yapılarak tedarik sağlanmaktadır.

- **Perakende mağazaları:** Perakende dağıtım kanalındaki satışlar esas itibarıyla AVM'ler ve ticaret merkezlerinde bulunan mobilya mağazaları ile müstakil mobilya mağazaları şeklinde 2 türde gerçekleştirilmektedir:

1) AVM'ler ve ticaret merkezleri: Ülkede özellikle başkent Bışkek'te yoğunlaşan belirli AVM'ler ve ticaret merkezlerinde perakende mobilya satış mağazaları ve özel siparişlerin alınabildiği mobilya showroomları yer almaktadır. Bu tür mağazalarda genellikle orta ve düşük segment markasız ürünler pazarlanmaktadır. Bu bağlamda Tabılga AVM, Çin Taatan AVM, Mega Komfort AVM, Bereke Grand AVM, Ayu Grand Comfort, Monolit AVM'leri öne çıkmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, mezkur mağazalarda, diğerleri yanında, genellikle mutfak, yatak odası ve oturma odası gibi mobilya çeşitleri sergilenmektedir. Bu tür mağazalarda daha düşük fiyatta, geniş çaplı ürün seçenekleri sunulabilmektedir. Söz konusu satış yerlerinde Türkiye, Rusya, Ukrayna, Belarus, Güney Kore ve Çin mobilyaları satış noktaları da bulunmaktadır.

Bışkek'te yer alan **Çin Taatan Alışveriş Merkezi**, ÇHC'den ithal edilen ürünlerin yoğun olarak satıldığı önemli bir ticaret merkezidir. Bu AVM içerisinde ÇHC menşeli mobilya mağazaları da bulunmaktadır. Söz konusu mağazalarda, genellikle tanınmış bir marka taşımayan, "isimsiz/markasız" olarak adlandırılan mobilya ürünleri satılmaktadır. Bu ürünler, geniş bir fiyat aralığında sunulmakta olup, fiyat odaklı tüketici grubuna hitap etmektedir. Kalite düzeyi ürün bazında değişiklik gösterse de, bu mobilyalar genellikle kısa vadeli kullanım ya da düşük bütçeli ihtiyaçlar için tercih edilmektedir. Ürün grupları açısından bakıldığında, ÇHC'den ithal edilen mobilyalar arasında özellikle, oturma grupları, kanepeler ve çeşitli sandalyeler, TV üniteleri, bahçe mobilyası ve küçük modüler mobilyalar ön plana çıkmaktadır. Bu ürünler genellikle hazır paketli, montajı kolay ve taşımaya elverişli şekilde sunulmaktadır. Aynı zamanda Çinli ihracatçıların son yıllarda mobilya kalitesinde yaptığı iyileştirmeler ve farklı müşteri segmentlerine hitap edebilecek şekilde çeşitliliği artırması, bu ürünlerin pazarda daha görünür hale gelmesine neden olmuştur. Ancak, marka bilinirliği ve garanti hizmetleri gibi unsurların eksikliği nedeniyle bu ürünlerin orta-üst ve üst segment tüketiciler tarafından sınırlı tercih edildiği, daha çok düşük ve orta gelir grubundaki müşterilere hitap ettiği değerlendirilmektedir. Ayrıca, AVM'de yerel üreticilerin de mağazaları yer almaktadır. Yerel üreticiler genellikle showroom alanlarını kullanmaktadır. İlâveten, ülkenin yerel bölgelerinde faaliyet gösteren tedarikçiler bu AVM'deki satış yerlerinden belirli miktarda sipariş ederek ürün temin edebilmektedirler.

Bışkek'te bulunan **Ayu Grand Comfort AVM**'de çeşitli mobilya mağazaları bulunmaktadır. Bunların arasında Azbuka Doma, Luxury Mebel, Dyatkovo Mebel, Atlant Home gibi orta ve üst segment müşterilere geniş ürün yelpazesi sunan mağaza ve showroomlar yer almaktadır. Söz konusu satış alanlarında, muhtelif yaş ve alım gücündeki tüketici gruplarına yönelik oturma grupları, yatak ve mutfak mobilyaları gibi ürünler sunulmakta; ayrıca montaj, teslimat ve proje bazlı danışmanlık hizmetleri de sağlanabilmektedir. İlâveten, ülkenin yerel bölgelerinde faaliyet gösteren tedarikçiler bu AVM'deki satış yerlerinden belirli miktarda sipariş ederek ürün temin edebilmektedirler.

Tabılga AVM, Bişkek'te Alamedin pazarı bölgesinde kapsamlı bir alışveriş merkezidir. Üç katlı AVM'de mobilya, elektronik, ev eşyaları ve daha fazlasını içeren yaklaşık 500 butik mağaza yer almaktadır. Mobilya satıcıları açısından Tabılga, hem küçük çaplı düşük-orta segment döşemeli mobilyalar hem de özel siparişe yönelik mobilya atölyeleri için satış noktası olarak kullanılmaktadır.

2) Müstakil mobilya mağazaları: Kırgızistan'da ülke genelinde geleneksel ve nispeten yaygın perakende satış kanallarından biri olarak çeşitli mobilya mağazaları faaliyet göstermektedir. Bu tür mağazalar, hem yerel üretim hem de ithal mobilya ürünlerini bir arada sunan yapılarıyla dikkat çekmektedir. Bunlar arasında örnek olarak, yerel üreticilerin mağazaları olarak Lina, Sonun Mebel, Turatbekoff, Alyans Mebel v.b. gibi mağazalar bulunmaktadır. Diğer taraftan, Shatura, Euromebel, Forum, Inhouse, Idea, American Home, Ovel, Bauflex, Micassa, Southgate gibi yabancı menşeli mobilya ve ev tekstili mağazaları da bulunmaktadır. Bu mağazalar genellikle orta büyüklükte satış alanlarına sahip olup ziyaretçilere ürünleri yerinde inceleme, malzeme kalitesini değerlendirme ve sipariş verme imkânı sunmaktadır. Ayrıca, mezkur mağazalarda özel tasarımcılar aracılığıyla isteğe göre farklı mobilya çeşitlerinden yapılan satışların da önemli bir ağırlığının olduğu bildirilmektedir.

- **Toptancılar ve bayilik:** Kırgızistan mobilya sektörü, esas itibarıyla, yerli ve ithal perakende satışlar ile özel siparişe yönelik üretimden satışlar ağırlıklı bir görünüm arz etmekte olup toptan satışların nispeten pazarın daha küçük bir kısmını teşkil ettiği değerlendirilmektedir. Toptan satışlar genel itibarıyla belirli ithal tedarikçiler tarafından bazı ürün gruplarının satışına yönelik gerçekleştirilmektedir. Özellikle ÇHC ve Rusya menşeli düşük ve orta maliyetli hazır mobilya ürünleri toptan satışa konu olabilmekte; söz konusu ithal mobilya ürünlerinin yer aldığı toptan satış depoları, ürünlerin küçük çaplı tedarikçilere ulaştırılmasında önemli bir rol oynayabilmektedir. Ayrıca, ülkenin yerel bölgelerinde faaliyet gösteren tedarikçiler bu tür depolardan belirli miktarda sipariş ederek ürün temin edebilmektedirler. Ayrıca, Rusya markalı bazı mobilya firmaları, Bişkek merkezli bayilik sistemiyle çalışabilmekte ve sınırlı sayıda olmakla birlikte ülke genelinde belirli noktalara hazır mutfak, koltuk ve gardırop gibi ürünlerin toptan sevkiyatını gerçekleştirebilmektedir. Ancak bu tür tedarik zincirlerinin henüz tam anlamıyla organize bir dağıtım ağına dönüşmüş olmayabileceği mütalaa edilmektedir.

Ülkede, Lamis, Lina gibi üretim fabrikaları toptan olarak distribütör kanallarına satışlar yapabilmektedir. Ayrıca, Azbuka Doma, Lyubimiy Dom gibi Rus şirketlerinin de bayilik sistemi bulunmaktadır. Ancak diğer üreticiler, şirketlerine ait müstakil mağaza veya AVM'lerde yer alan satış noktaları – showroomları aracılığıyla perakende satışlar yapmaktadır.

- **Franchise:** Ülkede, bu iş yapma modelinde faaliyet gösteren mobilya mağazaları bulunmaktadır. Mobilya sektöründe franchise sözleşmeleri aracılığıyla faaliyet gösteren şirketler genellikle seri üretim mobilya ürünleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Kırgızistan'daki tüketiciler yabancı markalara karşı nispeten yüksek düzeyde güven duymakta ve bu markaları statü göstergesi olarak değerlendirebilmektedir. Franchise

modeli, markalaşma sürecini hızlandırırken, yerel girişimcinin pazara hâkimiyeti sayesinde saha bilgisi, yerel – kültürel uyum ve yasal mevzuatlara adaptasyon süreçleri daha kolay yönetilebilir olabilmektedir.

- **E-ticaret:** Mobilya sektöründe internet üzerinden sipariş henüz tam anlamıyla gelişmiş olmasa da, yakın gelecekte önemli bir satış kanalı haline gelme potansiyeline sahiptir. Şu anda Türkiye'deki bazı web sitelerinden çevrim içi alışveriş yaparak, ürünleri kargo şirketleri aracılığıyla Kırgızistan'a ithal eden müşteriler bulunmaktadır. Bu tür siparişlerde genellikle sandalye, kanepeler gibi büyük hacimli olmayan mobilya ürünleri tercih edilmektedir.

Benzer şekilde, ÇHC'in önde gelen e-ticaret platformları olan Pinduoduo ve Taobao aracılığıyla alışveriş yapan Kırgızistanlı tüketici sayısı da giderek artmaktadır. Bu platformlarda da daha çok sandalye, küçük kanepeler, ayakkabılıklar gibi taşınması kolay, hacmi küçük mobilyalar tercih edilebilmektedir.

Ayrıca yerli üreticiler ve diğer satış mağazalarına ait web siteleri de bulunmaktadır:

<https://lina.kg/> , <https://eurostyle.kg/> , <https://www.mebelpl.kg/> , <https://euromebel.kg/> , <https://mebelin.kg/> , <https://azbukadoma.kg/>, <https://www.decorall.kg/> , , <https://www.tabilga.kg/checkout/> , <https://www.ideashop.kg/> , <https://mebelmixx.kg/>

4.12 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Kırgızistan'daki e-ticaret pazarı ülkedeki önemli potansiyele sahip gelişen alanlardan biridir. Kırgızistan 2023 dünya e-ticareti geliştirme sıralamasına göre 152 ülke arasında 97. sırada yer almaktadır. Kırgızistan'da e-ticaret alanında B2B platformunun çok fazla gelişmediği, esas itibariyle B2C satış işlemlerinin yapıldığı görülmektedir. K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı bilgilerine göre, Kırgızistan'da e-ticaret henüz yeterince yaygın olmamakla birlikte; canlı bir girişimcilik tabanı, nispeten güvenilir internet ağı ve dijital ticaret konusunda güçlü bir kamu-özel sektör diyalogu sayesinde büyümektedir. Örnek olarak, Rusya'nın en büyük e-ticaret platformlarından Wildberries ve Ozon pazaryerleri Kırgızistan'da aktif faaliyete başlamışlardır. Wildberries 2021 yılında Kırgız girişimcilerin ürünlerini kendi platformlarında satmalarına olanak sağlamaya başlamıştır. Wildberries e-ticaret platformunda 2022 yılında yaklaşık 7 bine yakın satıcı kayıtlı iken halihazırda 17 binden fazla satıcı kayıt edilmiştir.

Kırgızistan E-ticaret Derneği açıklamalarına göre, Kırgız e-ticaret pazarı 2024 yılında 359,2 milyon dolarlık bir hacme ulaştı. Bu rakamın 2028 yılına kadar 595,7 milyon dolara yükselmesi; e-ticaretin ülkenin gayri safi yurt içi hasılasına katkısının 2028 yılına kadar %13'e çıkması öngörülmektedir. E-ticaretin perakende ticaret içindeki payı yaklaşık %7 oranındadır. Son iki yılda sektörün büyüme hızının iki katına çıktığı, bunun da pazarın hazır olduğunu ve yatırım çekiciliğini gösterdiği kaydedilmektedir.

E-Ticaret Derneğinde, bankalar, finans ve ödeme kuruluşları, pazar yerleri, lojistik şirketler ve diğer şirketler de dahil olmak üzere ekonominin çeşitli sektörlerini temsil eden 35 şirket üye durumundadır. Ülkedeki e-ticaret sektöründe toplam 7 bini aşkın kişi istihdam edilmektedir. Dernek, 2025 yılında, E-Ticaret EXPO'su düzenlenmesi, yasal çerçevenin iyileştirilmesi, e-ticaret için elverişli bir ortam ve özel muamele oluşturulması, yapay zeka ve veri analizi programları da dahil olmak üzere istihdam oluşturulması, lojistik altyapısının geliştirilmesi, özellikle de Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı ile birlikte K.C.'nin "E-ticaret Parkına" ilişkin bir yasanın geliştirilmesi gibi alanlara dönük çalışmalar yapmayı planlamaktadır.

Önceki yıllarda yapılan araştırmalara göre, ülkede e-ticaretle ilgili 250 den fazla web sitesi bulunduğu; söz konusu çevrimiçi mağazaların önemli bir kısmının çevrimdışı mağazaların sanal vitrinlerinden oluştuğu; nispeten küçük bir kısmının ise dar bir faaliyet profiline sahip çevrimiçi mağazalar olduğu değerlendirilmiştir. Çevrimiçi mağazaların görece az bir kısmı platformlarında ödeme için kredi kartı kabul etmektedir.

Sektörün gelişmesiyle birlikte nakit dışı ödemelerin sayısı da arttığı, 2018-2022 döneminde nakit dışı ödemelerin hacmi 232 milyar som olarak gerçekleşmişken, sadece 2024 yılının ilk yarısında bu rakamın 250 milyar som'a ulaştığı belirtilmektedir. Kırgızistan'ın son tüketiciye ve rekabetçi pazara odaklanması, QR ödeme standardı, uzaktan ve basitleştirilmiş kimlik doğrulama ve PSP katılımı gibi hususlar ödeme hizmetlerinin yanı sıra e-ticaretin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Kırgızistan'da bankalar ve iletişim operatörlerinin kart ürünleri ve elektronik ortamda ödemeleri yapmak üzere mobil cüzdan hizmeti sunmaları, e-ticaret sitelerinde mobil ödeme sistemlerinin geliştirilmesi e-ticaretin

gelişmesine hız kazandırmıştır. İnternet aracılığıyla mal ve hizmet ticareti artmaktadır. Hâlihazırda ülkede kullanılan ödeme yöntemleri olarak banka kartları, e-cüzdanlar, internet ve mobil bankacılık uygulamaları, ATM'ler, nakit ödeme terminalleri/otomatlar sayılabilir. Kırgızistan'da bankalar ve iletişim operatörleri kart ürünleri ve elektronik ortamda ödemeleri yapmak üzere e-cüzdan hizmeti sunmaktadır. Halk arasında popülerliği arttığı gözlemlenen e-cüzdanlar ve kartlar aracılığıyla yapılan ödemelerin, ülkede e-ticaret pazarının gelişmesine bağlı olarak artacağı değerlendirilmektedir. Banka ATM sistemleri Bışkek'te yaygın olmakla birlikte kırsal bölgelerde kullanım yetersiz seviyededir. K.C. Milli Bankası'na göre, nüfusun %60'ından fazlasının hem yerel hem de uluslararası banka kartları bulunmaktadır.

Kırgızistan internet kullanıcıları sayısı açısından BDT ülkeleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Kırgızistan istatistik verilerine göre, Kırgızistan, internet kullanıcıları sayısı açısından Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır. 2024 yılı verilerine göre ülkede internet kullanıcıların sayısı bir önceki yıla göre %1,6 oranında artış ile 5,41 milyon kişiye ulaşmış olup nüfusun internete erişim oranı %79,8'dir.

Aktif kullanıcıların, 25-34 yaş aralığında yani nüfusun çevrimiçi alışverişe hazır ödeme gücü göreceli olarak orta-yüksek kesimi oluşturduğu değerlendirilmektedir.

4.12.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Kırgızistan'da müşterilerin mobilya ürünlerini internet üzerinden satın almalarına/incelemelemelerine olanak tanıyan web siteleri de gelişme göstermektedir. Bunlardan bazıları <https://lina.kg/> , <https://eurostyle.kg/> , <https://www.mebelpl.kg/> , <https://euromebel.kg/> , <https://mebelin.kg/> , <https://azbukadoma.kg/> , <https://www.decorall.kg/> , <https://www.tabilga.kg/checkout/> , <https://www.ideashop.kg/> , <https://mebelmixx.kg/>

Genel olarak, e-ticarete konu ürünlerin Kırgızistan'da pazarlanabileceği ancak deposu bulunmayan mevcut pazar yerleri:, Kivano, Max.kg, Lalafo. Depo Yönetim Sistemi bulunanlar ise: Wildberries, Ozon'dur.

Söz konusu belirli web sitelerinin bazı mobilya ürünlerin ticaretine de konu olabildiği gözlenmektedir.

Ayrıca sektör temsilcilerinden edinilen bilgilere göre Aliexpress, Taboo ve Temu gibi platformlar, özellikle sehpa, sandalye vb. küçük boyutlu mobilya ürünleri ticaretine imkan sağlayabilmektedir.

Wildberries.kg: Rusya Federasyonu merkezli Wildberries pazaryerinin Kırgızistan'daki resmi temsilciliğidir. Yerel kaynaklarda yer alan bilgilere göre, Mayıs 2024 itibarıyla, Kırgızistan'ın Bışkek ve Oş şehirlerinde 2 adet deposu bulunmakta ve ülkede 130'dan fazla teslimat yeri açılmıştır. Platformun depo yönetim sistemi bulunmakta ve sipariş karşılama hizmeti sunmaktadır. Kırgızistan E-Ticaret Birliği, 2021 Nisan ayında BDT ülkelerinde en

büyük e-ticaret platformu Wildberries ile işbirliği anlaşması yapmıştır. Wildberries Eğitim Merkezi Kırgızistan'ın çeşitli bölgelerinde eğitim vermektedir.

Bişkek ve Oş'taki depo/dağıtım merkezleri ve ülkedeki teslim noktaları, alıcılar ve satıcılar için kolaylık ve erişilebilirliği teşvik etmektedir. Wildberries Kırgızistan pazaryerinde 2022 yılında yaklaşık 7 bine yakın satıcı kayıtlı iken halihazırda 17 binden fazla satıcı kayıt edilmiştir.

Ozon: Rusya Federasyonu merkezli Ozon pazaryerinin Kırgızistan'daki resmi temsilciliğidir. Söz konusu Temsilcilikten edinilen şifahi bilgilere göre, Bişkek şehrinde 1 depo, 1 dağıtım merkezi ve 67 teslimat yeri bulunmaktadır. Yerel kaynaklarda yer alan bilgilere göre, 2024 yılının üçüncü çeyreğinde Ozon'un Kırgızistan'daki ticaret hacmi 11 kat artmıştır. Değerlendirmelere göre, Ozon'un Kırgızistan'daki başarısı lojistik altyapısının aktif bir şekilde geliştirilmesiyle ilişkilidir. Şirket, Ocak 2023'te Bişkek'te ilk tasnif merkezini faaliyete geçirdi ve 2024'ün üçüncü çeyreğine kadar sipariş teslim noktalarının sayısı 7,5 kat arttı.

Amazon: 2021 yılında Amerikan e-pazarı "Amazon", Kırgızistan'dan mal üreticilerinin doğrudan web sitesine kayıt olmalarına izin vermiştir. Amazon şirketinin Kırgızistan'da herhangi bir temsilciliği bulunmamaktadır. Ancak, bazı Kırgız girişimcilerin Amazon üzerinden ticaret yaptıkları bilinmektedir.

4.12.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

lke nemli Günleri	
Yeni Yıl	1 Ocak
Vatan Koruyucular Günü	23 Şubat
Uluslararası Kadınlar Günü	8 Mart
Nevruz (Bahar Bayramı)	21 Mart
Nisan Devrimi Halk Günü	7 Nisan
İşçi Bayramı	1 Mayıs
Anayasa Bayramı	5 Mayıs
Zafer Günü	9 Mayıs
Bağımsızlık Günü	31 Ağustos
Tarih ve ataların anısı Günleri	7,8 Kasım

4.12.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Ülkede en çok kullanılan sosyal medya platformlarının Instagram, Youtube, Whatsapp ve Telegram olduğu değerlendirilmektedir. Sosyal medya platformları yaygın bir şekilde hem reklam-tanıtım hem de internet aracılığıyla satış faaliyetlerine konu olabilmektedir.

Instagram: Ülkedeki girişimcilerin e-ticarete başlamak için başvurduğu en popüler yöntemlerden birinin Instagram mağazası açma olduğu gözlenmektedir. Bununla birlikte, Instagram aracılığıyla yapılan ticari işlemlerin, siparişlerin ve ödemelerin çevrimiçi bir platformda kayıtlı olarak yapılmaması dolayısıyla tüketici haklarının tam olarak korunmasının zor olması ve ödeme yapılmasına rağmen malın teslim garantisinin tam olarak bulunmaması dolayısıyla birtakım riskleri barındırdığı değerlendirilmektedir. Diğer taraftan, bazı uzmanların değerlendirmelerine göre, Instagram mağazaları adım adım elektronik ödeme ve uygun kargo hizmeti sunabilecek internet mağaza platformlarına geçiş yapabilecekleri beklentisi de mevcuttur. Reklam ve tanıtım amacıyla sıkça ziyaret edilen Instagram sayfaları mevcuttur. Popüler insanların Instagram siteleri aracılığıyla reklam ve tanıtım yapmasına dönük faaliyetler yaygındır.

Ayrıca, **Whatsapp** ve **Telegram** uygulamaları iş geliştirme, tanıtım ve temel iletişim kanalları olarak kullanılmaktadır. Telegram kanalı ile özellikle küçük çaplı işletmeler tanıtım amaçlı hedef müşteri kitlesi ile doğrudan etkileşim sağlayabilirler. Whatsapp, iş çevresinde müşteri ile bir iletişim kanalı olarak kullanılmakta, ürün veya hizmet ile ilgili sunumlar veya kataloglar iletilebilmektedir.

4.12.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

"E-İhracat Pazarları ve Ülke Gümrük Uygulamaları Rehberi"ne T.C. Ticaret Bakanlığı'nın <https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf> web adresinden ulaşılabilir. Söz konusu Rehberde Kırgızistan'a ilişkin e-ihracat gümrük uygulamaları ve muafiyetlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Genel olarak, Avrasya Ekonomik Komisyonu'nun 107 Nolu Kararına uygun olarak, uluslararası posta yoluyla gönderilen, maliyeti 200 avro'yu aşmayan ve brüt ağırlığı 31 kg'yi geçmeyen Avrasya Ekonomik Birliği gümrük topraklarına ithal edilen kişisel kullanıma yönelik mallar için gümrük vergisi ödenmeden ithalata izin verilmektedir.

Birlik gümrük bölgesine gümrük vergileri ödenmeden ithal edilen kişisel kullanım amaçlı malların ithalatı sırasında belirlenen maliyet ve ağırlık normlarının aşılması durumunda, maliyet normunu aşan kısımdan %15 oranında vergi alınır; ancak, ağırlık normunun aşılması durumunda 1 kg başına 2 avro'dan az olmamak üzere vergi alınır.

Diğer taraftan, ülkenin üyesi bulunduğu Avrasya Ekonomik Birliği kapsamında söz konusu alanda değişiklik çalışmaları devam etmekte olup muhtemel değişikliklerin takip edilmesinin önem arz ettiği değerlendirilmektedir.

4.12.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Kırgızistan’da genel olarak e-ticaret sektörü K.C. Anayasası, Tüketici Hakları Koruma, Reklam, E-İmza, E-Yönetim, Ödeme Sistemleri, Fikri Mülkiyet Hakkı Kanunları gibi mevzuatlar ile düzenlenmektedir. Ancak mevcut mevzuat altyapısının e-ticareti geliştirmeye yeterli olmaması nedeniyle, e-ticaret mevzuat şartları, e-ticaret yapan tarafların hak ve sorumlukları, e-belge kullanımı ile işlemlerin gerçekleştirme düzeninin belirlenmesi gibi amaçların sağlanması amacıyla 22 Aralık 2021 tarihli “E-Ticaret Hakkında Kanun” yürürlüğe girmiştir (<https://cbd.minjust.gov.kg/4-3122/edition/1263145/ru>)

Vergi Kanunu’nda “Elektronik ticaret alanındaki faaliyetlere ilişkin vergi” olarak yeni bir bölüm düzenlenerek tercihli bir vergilendirme sistemi ile e-ticaretin gelişmesine destek sağlanmaktadır. Bu bağlamda, e-ticaret faaliyetlerine ilişkin kurumlar vergisi, gelir vergisi, vergiye tabi mallar üzerinden katma değer vergisi ve satış vergisi yerine e-ticaret alanında faaliyet gösteren şirketlerin vergi oranı % 2 olarak belirlenmiştir.

K.C. Bakanlar Kurulu’nun 16 Aralık 2022 tarihli ve 707 Sayılı Kararı ile “2023-2026 Yılları Arasında K.C.’de E-Ticaretin Desteklenmesi Ve Geliştirilmesine Yönelik Program” onaylanmıştır (<https://cbd.minjust.gov.kg/53-321/edition/1213520/ru>). Programın amacı, K.C.’de e-ticaretin gelişmesi için devlet düzenlemelerinin iyileştirilmesi, kurumsal ortamın kalitesinin artırılması ve elverişli koşulların oluşturulması için reformların hayata geçirilmesidir. Programın hedeflere ulaşabilmesi için belirli eylem faaliyetleri belirlenmiştir. Eylemlerin gerçekleştirilmesinden sonra aşağıdaki sonuçlara ulaşılacağı belirlenmiştir:

- E-ticarete katılan kişilerin kişisel verilerinin korunmasının ve güvenliğinin sağlanması;
- K.C. vatandaşlarının kişisel verilerinin Kırgızistan’da zorunlu olarak tutulması ve saklanması için gerekliliklerin getirilmesi;
- K.C. mevzuatının, sınır ötesi ticaret ve dijital hizmetlerin sağlanmasına ilişkin Avrasya Ekonomik Birliği gereklilikleriyle uyumlu hale getirilmesi;
- Elektronik gümrük beyannamesinin ve malların otomatik olarak serbest bırakılması sisteminin getirilmesi;
- Sınır bölgelerinde bulunan mallar için gümrük antrepolarının oluşturulması.
- Sınır ötesi ticaret ve pazarlar için altyapının oluşturulması ve sınır ötesi ticaret pazarlarının daha da yaygınlaştırılması ve sınır bölgesinde özel vergi idaresi ve gümrük antrepo işletme rejimlerinin getirilmesi;
- Menşe ülkesinin otomatik olarak doğrulanması için dijital veri tabanı platformunun oluşturulması ve işletilmesi;

- KOBİ'ler ile devlet kurumları arasındaki etkileşimi sağlayacak elektronik sistemin oluşturulması ve işletilmesi, idari prosedürlerin uygulanmasında maliyetlerin %20 oranında azaltılması ve yolsuzluk risklerinin ortadan kaldırılması;
- Yabancı ekonomik faaliyet gösteren kuruluşların faaliyetlerini yürütürken "G2G" ve "B2G" modellerine göre talep edilen bilgilerin veri alışverişi için gerekli belgelerin dijital formata dönüştürülmesi;
- Kırgız işletmelerinin Avrasya Ekonomik Birliği, BDT ve ÇHC'nin elektronik ticaret platformlarına kayıt yaptırmalarına yardımcı olunması. K.C. İnternet platformunun ve Kırgız ürün markalarının tanıtımı ve entegre veri tabanı sisteminde "G2G" modelinin uygulanması;
- ST-1 malların menşe ülkesini teyit etme sisteminin dijital formata dönüştürülmesi ve gerekli verilerin değişimi ve teyidi için elektronik dijital platformun oluşturulması.
- E-ticaret sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal hizmetlere erişiminin genişletilmesi;
- Finans ve bankacılık sektöründe hizmet düzeyini niteliksel olarak iyileştirmek amacıyla, finans kuruluşları, müşteriler ve kamu kurumları arasında etkin etkileşimin sağlanması, entegre dijital ortamın geliştirilmesinin sağlanması;
- Yetersiz teminat durumunda daha fazla sayıda KOBİ'lerin finansal kaynaklara erişiminin sağlanması.
- Eğitim merkezlerinin oluşturulması, kendi işini kurmak, geliştirmek veya büyütmek için eğitim ve kişisel gelişim programlarının uygulanması, mevcut bir işletmenin geliştirilmesi veya yeni bir işletmenin kurulması için iş planlarının geliştirilmesi, e-ticaret alanında girişimcilik faaliyetlerinin finansmanı için kaynak fırsatlarının elde edilmesi;
- E-ticaret alanında devlet ve yerel yönetim organlarının, iş dünyası derneklerinin uzman ve analitik potansiyelinin güçlendirilmesi, kamu-özel sektör etkileşiminin geliştirilmesi;
- İş kuluçka merkezleri temelinde bölgelerarası ve bölgesel uzmanlaşmayı dikkate alan girişimlerinin oluşturulması;
- İş kuluçka merkezlerinden mezun olan girişimci sayısının %40 oranında arttırılması.

Ayrıca, K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı tarafından, e-ticaretin geliştirilmesine yönelik önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bunlardan bazıları: Şirketlerin e-ticaret pazarına girmesini kolaylaştırmak için iş yapma engellerini azaltma; dijital girişimleri destekleyecek "E-Ticaret Parkı"nın kurulması; malların lojistiğini kolaylaştırmak ve teslimat sürelerini kısaltmak amacıyla sınır bölgelerinde gümrük antrepolarının düzenlenmesi; kamu kurumları ile işletmeler arasında elektronik etkileşimi kolaylaştıracak "tek pencere" sisteminin hayata geçirilmesi; dijital platformlara geçiş yapan girişimcilere bilgi desteği sağlamak amacıyla bölgesel dijital girişimcilik destek merkezlerinin açılmasıdır.

K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı bilgilerine göre, Kırgızistan'da E-Ticaret Parkının kurulması önerilmekte olup konuyla ilgili bir kanun tasarısı hazırlanmıştır. Belgenin amacı, devletin e-ticaretin geliştirilmesi için ekosistem oluşturma, e-ticaret alanında faaliyet gösteren girişimcilerin gelişimi için elverişli koşullar oluşturma ve ülkenin bölgeye ve diğer ülkelere hizmet eden bir lojistik ve dijital ticaret merkezi olarak potansiyelini gerçekleştirme amaçlarını yerine getirmektir.

Ayrıca, Avrasya Ekonomik Komisyonu tarafından, e-ticaret alanındaki pazaryerleri için ortak kurallar belirleneceği açıklanmıştır. Üye devletler arasında yapılacak yeni anlaşmaya göre, e-ticarete kamuya açık tekliflerin hazırlanması, ürün kartları, sipariş bilgileri ve mal ve para iadesi gibi temel süreçlerin birleştirilmesi için kuralların oluşturulması önerilmektedir. Anlaşmada ayrıca spam e-postalarla mücadele, kişisel verilerin korunması ve dava öncesi uyuşmazlıkların çözümüne yönelik tedbirlerin de yer alması öngörülmektedir.

4.12.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Bahse konu firmalar bilgileri Müşavirliğimiz iletişim kanalları aracılığıyla talep edilmesi halinde iletilebilecektir.

4.13 Tanıtım ve Pazarlama

Genel olarak, ülkede gerçekleştirilecek pazarlama faaliyetleri bağlamında, uzun mesafeden iletişim kurulmasından ziyade yerel muhataplarla karşılıklı iş görüşmelerin yapılmasının daha etkili olduğu gözlenmektedir. Bu açıdan fuar katılımları, alım heyetleri, ticaret heyetleri programlarının düzenlenmesi, B2B, B2C görüşmeler gerçekleştirilmesi ve sektörel olarak karşılıklı ziyaretlerin yapılmasının faydalı olduğu değerlendirilmektedir. Pazarda, söz konusu geleneksel yöntemlere nazaran katalog üzerinden veya e-ticaret ticaret yoluyla satış yeni gelişme göstermektedir.

Perakende satış ve mağazacılık kanalıyla yapılan ticari faaliyetlerde en önemli unsurlardan biri mağazanın konumudur. Genellikle AVM'de yer alan mağazalar için belli bir müşteri kitlesi oluşmakta; AVM dışında açılmış bir mağazanın halkın yoğun olarak uğradığı işlek bir bölgede konumlandırılmış olup olmaması satışı etkileyen temel faktörlerdendir. Ancak özel bir hizmet, özel marka veya mal satışında konum önemli olmayabilmektedir.

Perakende satış ve mağazacılık kanalıyla yapılan ticari faaliyetlere ilişkin diğer önemli hususlar, mağazanın görseelliği ve vitrin çekiciliği ile satış elemanlarının sunum, satış teknikleri ve pazarlama becerileridir. Kırgızistan pazarında faaliyet gösteren yerli ve yabancı satış mağazaları bakımından değerlendirildiğinde tüm bu unsurların yeterince gelişmediği; özellikle söz konusu faktörler bakımından farklılık oluşturabilecek ihracatçı/yatırımcıların önemli bir rekabet avantajı elde edebileceği değerlendirilmektedir.

Pazarda tanıtım ve promosyon faaliyetlerinin önemi ayrıca vurgulanması gereken bir husustur. Kırgız tüketiciler tarafından reklam ve ürün tanıtımına verilen önem artmaktadır. Tanıtımda ürün çeşidine göre, özellikle sosyal medya platformları, kişisel tanıtım, radyo, billboardlar, katalog ve broşürler etkili olmaktadır. Televizyon kanallarında yer alan reklam-tanıtım faaliyetlerinin belirli düzeye kadar fayda sağlayabileceği değerlendirilmekle birlikte, Müşavirliğimizce yerel piyasa aktörleri ile gerçekleştirilen görüşmelerde bu platformda gerçekleşen reklamların özellikle sosyal medya mecralarına kıyasla daha az etkin olabileceği bilgileri/izlenimleri edinilmiştir. Son zamanlarda sosyal medya tanıtımının da çok hızlı gelişmekte olduğu gözlemlenmektedir. Ancak ürünü deneme fırsatı olmayan durumlarda elektronik satış etkin değildir. Bu durumda sosyal medyada tanıtımı yapılan malın satışı yapılan mağazanın mutlaka Kırgızistan'da bulunması önemlidir. Kırgızistan'da reklam ve tanıtımların genellikle iki dilde Kırgızca ve Rusça yapılması önem arz etmektedir. Bişkek şehrinde Rus dilinin kullanımının daha yaygın olduğu; kırsal bölgelerde ise Kırgızca'nın yaygın kullanıldığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda her iki dilin tanıtımda kullanımı önemlidir. Tanıtım faaliyetlerinde yerel reklam ajanslarının hizmetlerinden faydalanılması mümkündür. Reklam ajansları, reklam billboardları, promosyon ürünleri, tanıtım etkinlikleri, sosyal medya, radyo ve televizyon kanallarında reklamların yayınlanması gibi müşterinin taleplerine göre yaygın hizmet yelpazesi sunmakta ve pazarlamada destek verebilmektedirler.

Dijital reklam stratejilerinde sosyal medya, özellikle de Instagramın, hedef kitleye ulaşmak açısından en etkili araçlardan biri olabileceği düşünülmektedir. Kırgızistan gibi sosyal medya kullanımının yaygın olduğu pazarlarda, marka bilinirliğini artırmaya yönelik reklam kampanyaları dijital ortamda doğrudan müşteriyle etkileşim kurulmasını sağlayabilmektedir. Tanınmış blogger ve influencer'larla işbirliği yapılması ve ürün tanıtımlarının güvenilir kişiler aracılığıyla sunulmasının tüketicinin ilgisini çekmekte faydalı olabileceği mülahaza edilmektedir.

Mobilya ürünleri özelinde tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde önemli bir hedef kitlesinin ülkenin önde gelen iç mimarları ve iç mimarlık firmaları olabileceği değerlendirilmektedir. İç mimarlara yönelik tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesinin ve yakın işbirliği olanaklarının değerlendirilmesinin mobilya markalarının özellikle konut ve ticari projelere entegre edilmesini kolaylaştırabileceği düşünülmektedir. Benzer şekilde kamu projelerine yönelik benzer faaliyetler yürütülmesinin de ihale ve doğrudan alım süreçlerinde fayda sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Marka bilinirliğinin güçlendirilmesi, tanıtım faaliyetlerinde kritik bir öneme sahiptir. Tüketicilerin markaya erişimini kolaylaştırmak açısından kurumsal bir sosyal medya hesabı - web sitesinin kurulması ve düzenli olarak güncellenmesinin önemli düzeyde fayda sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Perakende mağazaların reklam ve tanıtım faaliyetleri incelendiğinde, kampanyaların ve promosyonların müşteri çekiminde son derece etkili olduğu görülmektedir. Bu tür uygulamaların fiyat duyarlılığı yüksek pazarlarda satışları artırmak için sıkça tercih edildiği de göz önünde bulundurulduğunda, Kırgızistan pazarın etkili olabileceği mütalaa edilmektedir.

Marka bilinirliğine ilaveten, müşteri memnuniyetinden kaynaklı tüketiciler arası bilgi paylaşımlarının ve tavsiyelerinin de tüketicilere yönelik önemli bir tanıtım unsuru olabileceği değerlendirilmektedir. Bu minvalde, güven temin edici ürün ve hizmet sunumunun, ülke pazarında sürdürülebilirlik açısından önem arz edebileceği düşünülmektedir.

İlaveten, pazara giriş faaliyetlerinde bayi/distribütör/iş ortağı iş ilişkileri tesis edilirken söz konusu firmaların ihracata konu olacak ürünlerin tanıtımı/pazarlanması konusunda aktif faaliyetler yürütme kapasitesine sahip olması hususunun iş ortağı seçiminde göz önünde bulundurulacak önemli kriterlerden biri olabileceği düşünülmektedir.

Mobilya ürünlerinin tanıtımı ve pazarlamasına ilişkin yukarıda mezkur hususlar genel nitelikli olup, her halükarda, ülkede cari mevzuatlar ve ilgili düzenlemelere dikkat edilmesinin önem arz ettiği mütalaa edilmektedir.

4.14 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Kırgızistan'da artan şehirleşme, konut sektöründeki gelişmeler, hane halkı gelirleri ve halkın refah düzeyinde gerçekleşen iyileşmeler ve yaşam tarzındaki değişiklikler, mobilya ürünlerine yönelik talebi ve tüketici tercihlerini kayda değer şekilde etkileyebilmekte ve dönüştürebilmektedir.

Ülke pazarındaki tüketici tercihlerinde son dönemlerde kalite önemli bir unsur olarak yer edinmeye başlamakla birlikte, piyasa aktörlerinden de alınan bilgilere göre, geleneksel olarak fiyat önemli bir tercih ve rekabet unsuru olmaya devam etmektedir. Bu nedenle tüketiciler, yüksek kalite beklentilerini karşılayan ürünleri ulaşılabilir fiyat aralıklarında bulmayı hedeflemekte; mezkur fiyat-kalite dengesi, satın alma kararlarında en belirleyici unsurdan biri olarak öne çıkmaktadır. Üreticiler, tüketicilerin bu dengeyi gözeterek, hem bütçelerine uygun hem de kalite açısından tatmin edici ürünleri tercih ettiklerini ifade etmektedir. Bununla birlikte son zamanlarda, tüketicilerin daha yüksek kalite karşılığında daha fazla ödeme yapmaya istekli oldukları yönünde bir eğilim de gözlemlenmektedir. Sektör kuruluşlarının değerlendirmelerine göre özellikle ofis mobilyaları ve mobilya aksesuarlarında yüksek kaliteye gösterilen ilgi artmaktadır. Ayrıca, özellikle ofis mobilyalarında olmak üzere garanti, satış sonrası servis ve hızlı teslimat gibi unsurların tüketici tercihlerinin belirlenmesinde daha fazla etkili olmaya başladığı bildirilmektedir.

Mobilya ürünleri sektöründeki satın alımlarda fiyat kriterinin hala önemli bir yer tutuyor olması dolayısıyla, Kırgızistan'da tüketiciler mobilya ürünleri satın alırken ödeme esnekliği sunan yöntemleri tercih etmektedir. En yaygın kullanılan finansal araçlar arasında, mobilya şirketleri tarafından sunulan faizsiz taksitli ödeme seçenekleri yer almaktadır. Ayrıca bankalar tarafından tüketicilere yönelik bireysel kredi hizmetleri de sunulmaktadır. Bu ödeme alternatifleri, yüksek fiyatlı ürünlerin erişilebilirliğini artırmakta ve tüketiciye daha esnek çözümler sağlamaktadır.

Tüketici tercihleri yaşam tarzına göre değişebilmektedir. Apartmanda yaşayanlar klasik mobilyaların yanı sıra genellikle modern mobilya tarzına önem verirken; villa ve müstakil evlerde büyük klasik mobilyaların kullanılması tercih edilebilmektedir.

Son dönemlerde gözlemlenen tüketici trendlerinden biri olarak, mobilyaların, çok fonksiyonlu, aksesuarlı, mekanizmalı ve alan tasarrufu sağlayan özelliklerde üretilmesi talep görmektedir. Özellikle Bişkek şehrinde inşa edilen yeni konutlarda küçük metrekareli dairelere olan talebin artması, bu tür çok amaçlı mobilyalara ilgiyi artırmaktadır. Bu bağlamda, örnek olarak: katlanabilir masalar, taşınabilir mobil mobilyalar, çok çekmeceli ve bölmeli dolaplar, yatak odalarında depolama sistemleri, fonksiyonel dolaplar, raf sistemleri, yatağa çevirebilecek kanepeler gibi ürünlere olan talep artabilmektedir.

Sektör kuruluşlarından alınan bilgilere göre, tüketiciler işlevselliğin yanı sıra estetik açıdan da tatmin edici mobilyaları tercih etmektedir. Özellikle modern ve sade mobilya ürünleri genç aileler ve gençler arasında popülerken, klasik ve zarif mobilyalar orta yaş grubundaki tüketiciler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Sektör temsilcilerinin değerlendirmelerine göre avangard tarzı mobilyalara talep azalmaktadır. Ayrıca, kullanılan malzemenin uzun ömürlü olması, sağlığa zararsız ve doğal içerikli malzemeler içermesi de önemli bir seçim kriteri haline gelebilmektedir.

Özellikle ofis mobilyaları olmak üzere, çeşitli sektör ürünleri statü göstergesi olarak görülebilmekte; bu bakımdan belirli tüketici grupları tarafından kalite, estetik ve dizayn unsurları daha fazla ön plana çıkabilmektedir.

Benzer şekilde, sektör kuruluşları tarafından modern ve minimalist mobilya ürünlerine ilgi de artış görüldüğü değerlendirilmektedir. Bu husus özellikle stil ve tasarımda görülebilmektedir. İlave olarak şıklık da tüketici tercihlerinde gözlemlenebilen bir diğer eğilimdir. Renk seçiminde, genellikle beyazla karıştırılmış ana pastel tonlara sahip mobilyalar ön plana çıkabilmektedir. Bunlar arasında; pastel pembe, açık mint yeşili, açık mavi, şampanya rengi, soluk lavanta gibi renkler öne çıkmaktadır. Bu renklerin tercih edilme nedenleri arasında mekâna ferahlık kazandırması, alanı daha geniş göstermesi, diğer renklerle kolay uyum sağlaması, zamana karşı dayanıklı olması, sade ve huzur veren bir atmosfer oluşturması gibi hususlar sıralanabilir.

Sektör kuruluşları tarafından bildirilen bir diğer eğilim ise mobilya ürünlerinde ahşap + metal; lamine sunta + MDF gibi kombine malzemelerin kullanımıdır.

Benzer şekilde, ülke mobilya pazarını şekillendiren önemli trendlerden birisi de tüketiciler tarafından özel ölçülerde mobilya siparişine gösterilen ilgidir. Bu durumun temel nedenleri arasında, perakende mobilya mağazalarında ve showroumlarda nispeten daha az sayıda ürün çeşidi ve tasarımının bulunması; özel siparişe dayalı üretim de ise bireysel istek ve talebe göre esnek üretimin gerçekleştirilebilmesi; geleneksel tüketici alışkanlıkları; yerinde üretimin sağladığı maliyet avantajı gibi faktörler gösterilmektedir. Sektör temsilciler ile yapılan görüşmelerde siparişe göre özel üretim tercihlerinin özellikle panel mobilyalarda ağırlıklı olarak söz konusu olabildiği belirtilmektedir.

Son dönemde, teknolojiyle entegre mobilya ürünlerine olan talep de artmaktadır. Öne çıkan trendler şunlardır: dolap vb. mobilyalarda LED aydınlatma sistemlerinin kullanılması, otomatik açılıp kapanan dolap kapakları gibi akıllı mobilya çözümlerinin yaygınlaşması.

Sektör firmalarından alınan değerlendirmelere göre, özellikle son dönemde devlet kurumlarının mobilya alım taleplerinde artış yaşanmaktadır. Söz konusu kamu alımlarında fiyat uygunluğu önemli bir kriter olmaya devam etmekle birlikte giderek daha fazla kaliteye önem verilmeye başlandığı gözlemlenmektedir.

4.15 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.)

Avrasya Ekonomik Birliği (Avrasya Ekonomik Birliği) Gümrük Kanunu'nun 46 ncı maddesinin birinci fıkrası gereğince, Avrasya Ekonomik Birliği'ye dahil olmayan ülkelerden K.C. gümrük bölgesine ithal edilen mallarla ilgili olarak gümrükleme işlemleri sırasında, genel olarak, aşağıdaki gümrük ödemeleri yapılmaktadır.

- 1) İthalat gümrük vergisi;
- 2) İhracat gümrük vergisi;
- 3) Birliğin gümrük bölgesine mal ithalatı sırasında alınan katma değer vergisi;
- 4) Birliğin gümrük bölgesine mal ithalatı sırasında alınan özel tüketim vergisi;
- 5) Gümrük harcı.

Gümrük ödemelerinin uygulanmasının hukuki dayanakları şunlardır:

Gümrük vergileri için - Avrasya Ekonomik Konseyi'nin 14.9.2021 tarihli ve 80 sayılı Kararı ile onaylanan Avrasya Ekonomik Birliği'nin Ortak Gümrük Tarifesi'nde belirlenen Avrasya Ekonomik Birliği gümrük tarife pozisyonlarına göre belirtilen oranlar uygulanır. Avrasya Ekonomik Birliği Gümrük Kanunu çerçevesinde uygulanan gümrük vergileri ile ilgili ayrıntılı bilgiler Avrasya Ekonomik Birliği'nin Dış Ekonomik Faaliyet Birleşik Emtia Nomanklatürü ve Avrasya Ekonomik Birliği'nin Birleşik Gümrük Tarifesi'nden (<https://eec.eaeunion.org/comission/departement/catr/ett/>) GTP bazında temin edilebilmektedir.

Katma değer vergisi – K.C. Vergi Kanunu'nun 231 inci maddesi uyarınca %12 oranında. Aynı zamanda, Kanun'un 267 nci maddesi gereğince ithal edilen malların vergiye tabi değeri, malın gümrük değeri ve KDV hariç bu malların ithalatında uygulanan gümrük harcı ve vergisinin toplamıdır.

Gümrük harçları - Gümrük değerinin %0,4'ü tutarında; ancak, K.C. Gümrük Düzenleme Kanunu'nun 41 inci maddesi ile 13 Şubat 2020 tarihli ve 79 sayılı K.C. Kararı ile onaylanan

“Gümrük Vergileri, Özel, Anti-Damping Ve Telafi Edici Vergilerin Hesaplanması Ve Ödenmesinin Kontrolüne İlişkin Yönetmeliğin” 38 inci paragrafının üçüncü alt paragrafı uyarınca malların serbest dolaşımına ilişkin yapılan işlemlerin gerçekleştirilmesi için belirlenen hesaplama göstergesinin 5 katından az ve hesaplama göstergesinin 2.500 katından fazla olmaması gerekir.

Başvuruda sunulan bilgilerin doğruluğundan başvuru sahibi sorumludur. Malların Avrasya Ekonomik Birliği gümrük tarife pozisyonunun doğrulanması (kontrolü) gümrük idareleri tarafından yapılır.

4.16 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

K.C. Bakanlar Kurulunun 10.02.2023 tarihli ve 63 sayılı “K.C. Kontrollü Ürünlerin Ulusal Kontrol Listesinin Onaylanması Hakkında Kararı” ve Avrasya Ekonomik Konseyinin 21.04.2015 tarihli ve 30 sayılı “Üçüncü Ülkelerle Yapılan Ticarete Tarife Dışı Düzenleme Önlemlerinin Uygulandığı Malların Ortak Listesi Hakkında Kararı” çerçevesinde lisansa tabi malların listesinin onaylandığını belirtiriz. Belirtilen mevzuat çerçevesinde, 9401 GTP altında tasnif edilen “oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları” ve 9403 GTP altında tasnif edilen “diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları (büro, mutfak, karyola mobilyaları vb.)” ürünlerinin ithalatı lisanslamaya tabi değildir.

Kırgızistan’ın pazar giriş uygulamaları, Orta Asya bölgesindeki en serbest uygulamalardan biri olarak kabul edilmektedir. Bugüne kadar, ülke uygulamalarının Türk ihracatçıları açısından önemli düzeyde teknik engel oluşturmadığı düşünülmektedir. Diğer taraftan Kırgızistan’ın Avrasya Ekonomik Birliği’ye üye olması, Birliğe üye ülkelerin ihracatçılarının piyasa avantajlarını arttırmaktadır. Birlik içinde akredite edilmiş makamlar tarafından verilen belgelerin diğer Avrasya Ekonomik Birliği üyesi makamları tarafından doğrudan kabul edilmesi bu ülkelerin ihracatçıları için hem zaman hem maliyet açısından avantaj sağlamaktadır.

29 Mayıs 2014 tarihli Avrasya Ekonomik Birliği Anlaşması uyarınca, Avrasya Ekonomik Birliği mal üreticilerinin çıkarlarını korumak amacıyla, üçüncü ülkelere ithal edilen mallarla ilgili olarak iç pazarı korumak için ortak önlemler uygulanmaktadır. Dampinge karşı önlem, sübvansiyona karşı önlem ve özel korunma önlemleri şeklinde uygulanabilmektedir. Alınan önlemler, Birlik içinde tüm gümrük bölgesi için geçerlidir. Söz konusu önlemler, “Üçüncü Ülkelerle Yönelik korunma, Damping ve Telafi Edici Önlemlerin Uygulanmasına İlişkin Protokol” çerçevesinde yapılmaktadır.

Avrasya Ekonomik Birliği iç pazarını korumaya yönelik mevcut önlemler aşağıdaki internet adresinden temin edilebilir:

<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/podm/investigations/Measures.aspx>

Yürürlükte olan soruşturmalar hakkında bilgiler ise,

<http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/podm/investigations/default.aspx>

linkinden temin edilebilir.

K.C.'ye yapılan ithalatta referans fiyat uygulaması da bazı durumlarda ithalatta zorlaştırıcı bir faktör olarak ortaya çıkabilmektedir. Kırgızistan'ın Avrasya Ekonomik Birliği üyeliği çerçevesinde malın gümrük değerinin hesaplanması, normal olarak, fatura esasında yapılmaktadır. Ancak, ibraz edilen evraklarda ithal malın kıymetinin düşük gösterildiği vakaları ile karşılaşılması nedeniyle, Kırgız gümrük idareleri; malın beyan edilen kıymetinin belirlenen risk seviyesinin altında olduğu ve sunulan evraklarda şüpheli ve yanlış verilerin bulunduğu tespit edildiği durumlarda ek kontroller yapabilmekte; söz konusu kontroller sonucunda malın hacmine ve ülke gruplarına göre ayrılmış Gümrük Kıymetinin Düzeltilmesi Listesi'ne göre malın kıymetini tespit edebilmektedir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar (Örnek: artan talep, e-ticaretin yaygınlaşması, ülkemizle yapılan Serbest Ticaret Anlaşması v.b.)

Kırgızistan mobilya pazarında ileriki dönemde ihracatçı firmalarımızı bekleyen muhtemel fırsatların, ülkenin konut, sosyal, ticari, turizm ve sanayi yapıları gibi alanlarda artması öngörülen inşaat ve yenileme faaliyetleri; nüfus artışı; refah ve alım gücü artışı; e-ticaretin yaygınlaşması; rakip ülkelerin pazara giriş durumlarında yaşanması muhtemel değişiklikler gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak şekillenebileceği değerlendirilebilir.

İnşaat sektörü son yıllarda Kırgız ekonomisinin en yüksek büyüme oranına sahip alanı konumundadır. Sektör, 2023 yılında %10,3; 2024 yılında %18 ve 2025 yılı Ocak-Ağustos döneminde %34,8 oranında büyüme kaydetmiştir. Mobilya sektörünün gelişiminin ve sektör ürünlerine olan talebin inşaat sektörünün gelişimi ile yakından ilişkili olduğu değerlendirilmektedir. Bu minvalde, inşaat sektöründe devam eden ve gelecekte açıklanması muhtemel projelerde muhtelif türde mobilya ürünleri ihtiyaç ve talebinin de söz konusu olabileceği göz önünde bulundurularak firmalarımız tarafından mezkur projelerin takip edilmesinde fayda mülahaza edilmektedir.

Devlet İnşaat, Mimarlık, Konut ve Toplumsal Hizmetler Bakanlığı tarafından açıklandığına göre, ön verilere göre, 2024 yılında tamamlanan konutların işletmeye alınma hacmi ülke tarihi için bir rekorla 2 milyon m²'yi aştı. Kırgızistan'da Devlet İpotek Şirketi'nin (GİK) yeni konut programı “K.C. Devlet Konut Programı: Benim Evim” başlatılmıştır. Şirket, çoğunluğu Bişkek'te olmak üzere Talas, Manas, Balıkçı ve diğer şehirlerde de konut inşaatı projeleri başlatmış olup Kırgızistan genelinde 61.827 daire inşa etmektedir.

Kırgızistan'da son yıllarda kamu kurum ve kuruluşlarının yenilenmesine yönelik kapsamlı projeler başlatılmıştır. Bu kapsamda, hem yeni kamu binalarının inşası hem de mevcut yapıların yenilenmesi çalışmaları yürütülmektedir.

Yapılan araştırmalara göre önümüzdeki dönemde sağlık kurumları, hastaneler, okullar ve üniversite binaları gibi birçok sosyal yapının yenilenmesi veya yeniden inşası planlanmaktadır.

Yerel kaynaklarda yer alan bilgilere göre, Bişkek Belediyesi'nin Şehir Kalkınma Planı çerçevesinde önümüzdeki yıllarda 20'den fazla eğitim kurumu inşa edeceği ve yeni okullar ve anaokulları ile birlikte mevcut eğitim kurumlarına ek binaların inşa edileceği belirtilmektedir. Ayrıca İslam Kalkınma Bankası, Suudi Kalkınma Fonu vb. uluslararası kuruluşlar tarafından ülkede eğitim kurumları inşasına dönük finansman sağlanmaktadır. Örnek olarak, Ekim 2025 tarihinde Kırgızistan Maliye Bakanlığı ve Suudi Kalkınma Fonu "Devlet Okulları İnşaatı" projesinin ikinci aşamasını uygulamak için kullanılacak 50 milyon dolarlık bir kredi anlaşması imzaladı. Proje, Bişkek'te beş yeni okul ve yedi ek binanın yanı sıra Çüy Bölgesi'nde iki eğitim kurumunun inşasını içermektedir.

K.C. Cumhurbaşkanı Sadır Caparov 25 Ağustos 2025 tarihinde sağlık kurumları kampüsü inşaatı projesinin hayata geçirilmesine ilişkin kararı imzaladı. Yerel kaynaklarda yer alan bilgilere göre, Bişkek'e yakın Kara-Cıgaç köyünde 106 hektarlık bir alanda çok profilli bir tıp kampüsü inşa edilecektir. K.C. Sağlık Bakanlığı açıklamasına göre, hazırlık çalışmalarına altı ay ayrılmış olup inşaatın birkaç yıl sürmesi beklenmektedir. Projenin koordinasyonu K.C. Cumhurbaşkanlığı İdaresi tarafından yürütülmektedir. Yeni kampüs bünyesinde şu kurumlar yer alacaktır:

- Ulusal Hastane,
- Cumhuriyet Hastanesi'nin Terapötik Merkezi,
- M. Mirrahimov Ulusal Cerrahi Merkezi,
- Ulusal Kardiyoloji Merkezi,
- Cumhuriyet Psikiyatri ve Narkoloji Hastanesi,
- Ulusal Ftizyatri Merkezi.

Ülkede planlanan bazı inşaat projelerine ilişkin bilgilerin yer aldığı kaynaklar aşağıda yer almaktadır:

- K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı web sitesinde Ulusal Yatırım Projeleri ve Öncelikli Devlet Projeleri Sicili <https://mineconom.gov.kg/ru/reestrnjp> linkinde yer almaktadır.
- Bişkek Meclisi tarafından 2024 yılı Bişkek Şehri Sosyal ve Ekonomik Kalkınma Programının Uygulanmasına İlişkin Eylem Planı ve 2025-2026 Beklentileri Tablosu onaylanmıştır.
- K.C. Bölgelerinin Kapsamlı Sosyoekonomik Kalkınması için 2025-2030 Devlet Programının Uygulanmasına İlişkin Eylem Planı
- 2025 yılı Haziran ayında Kırgızistan Cumhurbaşkanı tarafından ülkenin 2030 yılına kadar Ulusal Kalkınma Programı onaylanmış olup Programın Eylem Planı hazırlık çalışmalarının devam ettiği bilinmektedir.

K.C'nin 2025–2029 Dönemi Maliye Politikasının Temel Yönleri Raporuna göre, ülkenin inşaat sektöründe yıllık ortalama reel büyüme oranının %10,2 seviyesinde gerçekleşmesi öngörülmektedir. Sektörün gelişiminin, diğerleri yanında, aşağıdaki ilgili alanlarda sağlanacağı belirtilmektedir:

- Uygun fiyatlı sosyal konutların inşası;
- Konut yapım hacimlerinin artırılması;
- Sosyal ve sanayi amaçlı tesislerin inşası;

Nüfus artışı, sektör ürünlerine olan talebi arttırabilecek bir diğer muhtemel faktördür. Kırgız Cumhuriyeti'nin daimi nüfusu 2024 yılında 119,9 bin kişi veya %1,7 artarak, 1 Ocak 2025 tarihi itibarıyla 7 milyon 282 bin kişiye ulaştı. Ülke nüfusu, Ocak-Mayıs 2025 döneminde 45 bin kişi veya %0,6 artarak, 1 Haziran 2025 tarihi itibarıyla 7 milyon 237 bin kişi olmuştur.

Ülke halkının refah ve alım gücü artışı sektörde tüketici talebini olumlu yönde etkilemesi muhtemel diğer bir etmendir. Kırgızistan Ulusal İstatistik Komitesi'ne referansla yerel kaynaklarda yer alana bilgilere göre, 2024 yılında Kırgızistan sakinleri daha fazla kazanmaya başladı. Kurum, reel gelirlerin 2023 yılına kıyasla yüzde 12,9 arttığını söyledi. Bu, fiyatlardaki artış dikkate alındığında bile insanların ellerinde daha fazla para olduğu anlamına geliyor. Kırgız vatandaşları yıl boyunca toplam 926 milyar som aldı. Bu rakam bir önceki yıla göre yüzde 18,6 daha fazla. Bu gelirin çoğu maaş ve ücretlerdir, ancak sosyal ödemeler, kişisel gelir ve diğer kaynaklar da artmıştır. Ülkede ikamet eden her bir kişi için vergiler ve zorunlu ödemeler düşüldükten sonra ayda ortalama 11 bin 318 som söz konusu olmuştur. Bu rakam 2023 yılına göre yüzde 16,5 daha fazladır. İstatistikler gelirlerin yıl boyunca eşit bir şekilde arttığını göstermektedir: ilk çeyrekte (Ocak - Mart) - 218,9 milyar som, ikinci çeyrekte (Nisan-Haziran) - 457,8 milyar som, üçüncü çeyrekte (Temmuz-Eylül) - 685,1 milyar som, ve yıl sonunda (Ekim-Aralık dahil) - 926,2 milyar som.

Uzmanlar gelir artışını daha yüksek ücretlere, artan transferlere (örneğin emekli maaşları ve ödenekler) ve eve para gönderen istikrarlı göçmen işgücüne bağlıyor. Dolayısıyla, Ulusal İstatistik Komitesine göre, enflasyona rağmen genel sonuç olumludur: insanlar mali açıdan kendilerini daha güvende hissetmeye başlamıştır.

Kırgızistan mobilya pazarında ileriki dönemde ihracatçı firmalarımızı bekleyen muhtemel fırsatlara etki edebilecek bir diğer faktör e-ticaretin yaygınlaşmasıdır. Kırgızistan E-ticaret Derneği açıklamalarına göre, Kırgız e-ticaret pazarı 2024 yılında 359,2 milyon dolarlık bir hacme ulaştı. Bu rakamın 2028 yılına kadar 595,7 milyon dolara yükselmesi; e-ticaretin ülkenin gayri safi yurt içi hasılasına katkısının 2028 yılına kadar %13'e çıkması öngörülmektedir. E-ticaretin perakende ticaret içindeki payı yaklaşık %7 oranındadır. Son iki yılda sektörün büyüme hızının iki katına çıktığı bildirilmektedir. E-ticarete konu ürünlerin Kırgızistan'da pazarlanabileceği pazaryerlerinin sayısı ve popülerliği giderek artmaktadır. Örnek olarak, Rusya'nın en büyük e-ticaret platformlarından Wildberries ve Ozon pazaryerleri Kırgızistan'da aktif faaliyete başlamışlardır. Wildberries 2021 yılında Kırgız girişimcilerin ürünlerini kendi platformlarında satmalarına olanak sağlamaya başlamıştır. Wildberries e-ticaret platformunda 2022 yılında yaklaşık 7 bine yakın satıcı kayıtlı iken halihazırda 17 binden fazla satıcı kayıt edilmiştir.

Ayrıca, Rusya-Ukrayna krizinin seyrinde meydana gelmesi muhtemel bir gelişme, özellikle Rusya kaynaklı tedariklerde ve tedarik zincirlerinde yaşanabilecek aksaklıklar, ihracatçı firmalarımız açısından pazarda yeni fırsat alanları doğurabilecektir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler (Örnek: yoğun rekabet ortamı, korumacı politikalar, tüketici tercihlerinde farklılıklar, ekonomik dalgalanmalar, siyasi istikrarsızlık v.b.)

Kırgızistan mobilya pazarında ihracatçılarımızı bekleyen en önemli tehditlerin arasında bazı rakip ülkeler ilgili sektörleri ve pazara giriş durumlarında yaşanabilecek muhtemel gelişmeler ve bunun ülke pazarındaki rekabet durumu üzerine etkileri gösterilebilir. Örnek olarak ÇHC, diğerleri yanında, mobilya sektöründe de önemli bir potansiyel taşıyan ülke konumundadır. Çinli ihracatçılar düşük üretim maliyetleri ve sınır komşuluğunun sağladığı avantajlarla özellikler fiyat unsuru bakımından baskı oluşturabilmektedir. Resmi verilere göre 2024 yılında kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasıla 2.414 dolar olup Türkiye veya diğer gelişmekte olan ülkelerle karşılaştırıldığında düşüktür. Bu durum, tüketici harcamalarının önemli bir kısmının temel ihtiyaçlara (gıda, barınma, ulaşım gibi) yönlendirilmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla, özellikle orta ve üst segment mobilya ürünleri geniş halk kitlesi için hala lüks tüketim kategorisi olarak değerlendirilebilmektedir. Bu durumda, fiyat kriterinin pazardaki rekabeti etkileyen en önemli unsurlardan biri olmaya devam ettiği değerlendirilebilir.

Nitekim, ÇHC'nin Kırgızistan'a ihracatı son dönemde yüksek hacimde ve hızla artış kaydetmektedir. Trademap verilerine göre ÇHC'nin Kırgızistan'a mobilya ürünleri ihracatı 2020-2024 yılları arasında önemli seviyede artış göstermiştir. 9401 gümrük tarife pozisyonu altında yer alan "oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları"nda ÇHC'nin Kırgızistan'a ihracatı 2020 yılında 1,9 ton iken, 2024 yılında 2020'ye göre %2018 artarak 40.194 seviyesine yükselmiştir. 9403 gümrük tarife pozisyonu altında yer alan "diğer mobilyalar ve parçaları"nda ise 2020 yılında 376 ton olan söz konusu ihracat %1.502 artışla 6.024 ton'a yükselmiştir.

ÇHC'in ilgili sektöründe veya rekabet unsurları bakımından mezkur ülke lehine yaşanabilecek muhtemel bir gelişme (örn. iç talepteki yavaşlama/daralma dolayısıyla agresif şekilde ihracat pazarlarına yönelme), halihazırda lojistik maliyetleri, fiyatlar vb. unsurlar bakımından rekabet dezavantajı yaşayabilen diğer ülke firmaları açısından pazardaki rekabeti daha da zorlaştırabilecek ve daha dar bir tüketici segmentine hitap etmesine neden olabilecektir. Ayrıca, sektördeki yerel firmalardan edinilen değerlendirmelere göre, son dönemde ÇHC'den ülke pazarına fiyat-kalite dengesini daha fazla sağlayan daha kaliteli ürünlerin tedariki artmaktadır. Bu hususun da pazarda rekabeti zorlaştırması muhtemel unsurlardan biri olabileceği mütalaa edilmektedir.

Ayrıca, ABD-ÇHC Ticaret Savaşı'nın Kırgızistan'a muhtemel etkileri bağlamında, iki ülke arasında gündeme gelen muhtelif ticaret önlemlerinin kapsamına mobilya ürünlerinin de dahil edilmesi durumunda; özellikle tedarik zincirlerinde ve ticaretin seyrinde meydana gelebilecek muhtemel değişikliklerin nispeten belirli riskleri barındırmasının muhtemel olabileceği değerlendirilmektedir. Trademap verilerine göre ABD, 9401 ve 9403 gümrük tarife pozisyonları altında yer alan mobilya ürünlerinde, değer bazında değerlendirildiğinde, 2020-2024 yılları arasında ÇHC'nin ana ihraç pazarı durumundadır. ÇHC için ABD pazarına yönelik yaşanacak muhtemel bir erişim kısıtlamasının, mezkur ülkenin farklı pazarlardaki aktivitesini arttırmaya yöneltebileceği; bu durumun belirli ölçüde Kırgızistan mobilya pazarındaki rekabet ortamını yoğunlaştırabileceği düşünülmektedir. Mezkur muhtemel durum, halihazırda ÇHC'nin Kırgız mobilya pazarına olan mevcut ilgisini daha da arttırabilecektir.

İkinci bir husus olarak, Kırgızistan'da belirli hacim, çeşitlilik ve kalitede üretim gerçekleştiren yerli mobilya endüstrisi bulunmaktadır. İthalata bağımlılığı azaltmak için yerli mobilya üretiminin güçlendirilmesi hedeflenmekte ve bu amaçla üretime yatırımı ve yerel markaların gelişimini teşvik etmeyi amaçlayan hükümet programları da yürütülebilmektedir. Sektörden edinilen bilgi ve izlenimlere göre, son dönemde dernekleşme ve lobi gücünün arttırılması, kümelenme, kamu alımlarında tercih, modernizasyon için sübvansiyon ve hibeler, yeni ve mevcut mobilya şirketlerine yönelik imtiyazlı krediler, yeni ekipman yatırımları için vergi muafiyetleri ve vergi matrahının düşürülmesi, yeni teknoloji ve malzemelerin geliştirilmesi ve tanıtılması için hibeler, uluslararası fuarlara katılım için sübvansiyonlar gibi bir dizi adımlar vasıtasıyla yerel sanayinin geliştirilmesine dönük çalışmalar yürütülebilmektedir.

Bu minvalde, yerel sanayinin geliştirilmesi ve özellikle ithal ikameci korunmasına yönelik ileride atılması muhtemel adımların, ithal ürünlerin yerli üretim karşısındaki rekabetini zorlaştırabilecek ve özellikle belirli segmentlerde ithal ürünlere olan talebin azalmasına neden olabilecektir.

Bir diğerk muhtemel tehdit unsuru olarak, özellikle belirli ÷lkeler menşeli sektör ürünlerine lehine artan ilgiye bağılı olarak tüketici tercihlerinde yaşanabilecek muhtemel değışiklikler gösterilebilir. Örnekk olarak, Kırgızistan ile birlikte Avrasya Ekonomik Birliğı üyesi olan Belarus mobilya ürünlerine yönelik son dönemde yaşanan ilgi artışı yerel kaynaklarda yer almıştır. Mezzkur bilgi ve değerklendirmelere göre, 2025'in başından bu yana Kırgızistan, Wildberries e-ticaret pazaryeri üzerinden Belarus mobilyası satın almada tartışmasız lider konumuna geldi. Geçen yılın ilk çeyreğine kıyasla ilgi %117 gibi etkileyici bir oranda arttı. Bunun nedenleri sadece fiyat-kalite oranı değilk, aynı zamanda markaya duyulan güven de: Belarus mobilyaları uzun zamandır kaliteli, çevre dostu ve görsel olarak çekici olarak kendini kanıtlamıştır.

Yukarıda belirtilenlerle bağlantılı olarak ayrıca değerklendirilmesi gereken bir diğerk husus, özellikle e-ticaret kanal ve imkanları ile etkin entegrasyon kuran ÷lkelerin pazarda avantaj sağlayabildikleri ve bu konumlarını ilerleyen dönem de daha da güçlendirmelerinin muhtemel olduğudur. Söz konusu gelişme, diğerk ÷lkeler aleyhine rekabet durumunu güçleştirebilecektir.

İç talep yapısında yaşanabilecek muhtemel bir değışiklik de ihracatçılarımız açısından tehdit unsurları arasında sayılabilir. Tüketicilerin alım güçlerini etkileyebilecek hususlar bunlar arasındadır. Geleneksel olarak tüketici öncelikleri hala önemli ölçüde temel gereksinimlere dayanmakta; mobilya gibi ürünler ihtiyaç sıralaması içerisinde daha alt düzeyde yer alabilmektedir. Bu husus da sektör ürünlerine olan talebi dışsal faktörlere daha duyarlı hale getirmektedir. Ülkenin ekonomik yapısı göz ardı edilemeyecek seviyede dışa bağımlıdır. Örnekk olarak, özellikle Rusya başta olmak üzere yurt dışında çalışan çok sayıda Kırgız vatandaşı tarafından gönderilen döviz transferleri, iç tüketimin ve döviz arzının ve böylece ÷lke ekonomisinin kayda değerk bir kısmını oluşturmaktadır. İleride yaşanması muhtemel dış gelişmeler/şoklar iç talepte ve sektör ürünlerinin satış hacimlerinde daralmalara neden olabilecektir. Benzer bir durum, ÷lkenin yine kayda değerk ölçüde bağımlı olduğuk yeniden ihracattan kaynaklı gelirlerinde dış gelişmelere / tedarik zincirlerinde değışikliklere bağılı olarak yaşanabilecek düşüşler gösterilebilir.

7. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Sektörde ihracatın artırılması bağlamında değerlendirilecek temel faaliyetlerden biri firmalarımızın detaylı ve etkin pazar araştırması çalışması gerçekleştirmesidir. Bu bağlamda, hedeflenen tüketici kitlesi, satış kanalları, bölgelerin belirlenmesi; lojistik, vergi ve diğer mali yükümlülükler vb. maliyet unsurlarının tespiti ve yerinde piyasa fiyat araştırması ve analizinin yapılması, piyasa aktörleriyle görüşmeler gerçekleştirilmesi gibi etmenler kritik önemi haizdir.

Kırgızistan gibi denize kıyısı olmayan ve coğrafi olarak kara yolu lojistiğine dayalı bir ülkede, bölgesel depo kurulmasının avantaj sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Ürünlerin doğrudan Türkiye'den Kırgızistan'a taşınması, özellikle geçiş güzergahındaki ülkelerde yaşanabilecek gümrük, sınır geçişi ya da lojistik aksaklıklar gibi sebeplerle uzun ve maliyetli bir süreç olabilmektedir. Bölgesel depolar, ürünlerin önceden stoklandığı, müşteriye daha yakın noktalardır. Böylece siparişler depodan hızlıca sevk edilerek, teslimat süreleri kısaltılabilir; bölgesel depo ile toplu sevkiyat yapılabilir, bu da nakliye maliyetlerini düşürebilir. Sektör temsilcilerinden edinilen değerlendirmelere göre, özellikle yüksek ürün stoku tutabilme kabiliyetine sahip firmaların pazarda kayda değer düzeyde rekabet avantajı sağlayabildiği hususu göz önünde bulundurulduğunda bu hususun önemi daha da artmaktadır. Mobilya sektöründe montaj, iade ve değişim hizmetleri de önemli olduğundan bölgesel depolar bu süreçlerin daha etkin yönetilmesini sağlayabilir. Ayrıca, Kırgızistan'la birlikte bir gümrük birliği olan Avrasya Ekonomik Birliği içerisinde yer alan Kazakistan ve Rusya gibi ülkelerin nüfus yoğun ve lojistik açıdan yakın bölgelerine bölgesel depolar aracılığıyla sevkiyatlar yapılabilir.

İlaveten, ülke pazarında reklam ve tanıtım faaliyetlerinin önemli bir yerinin bulunması dolayısıyla, pazarda faaliyet göstermeyi planlayan firmalarımızın hedef müşteri kitlesi ve dağıtım kanallarına yönelik çeşitli reklam – tanıtım etkinlikleri düzenlemeye önem vermelerinin ihracatın artırılmasına katkı sağlayan faktörler arasında yer alabileceği değerlendirilmektedir. Özellikle yerel dilde yani Kırgızca ve Rusça hazırlanan materyaller, kataloglar ve dijital sunumlar aracılığıyla yerel müşterilere / dağıtım kanallarına hitap etmenin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Benzer şekilde, ihracatçılarımız ülkede işbirlikleri tesis ederken ürünlerinin tüketiciler nezdinde etkin tanıtımın gerçekleştirebilme kabiliyetine sahip yerel distribütörler ve diğer firmalarla işbirliğine önem vermelerinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir.

Ülkede gerçekleştirilecek pazarlama faaliyetleri bağlamında, uzun mesafeden iletişim kurulmasından ziyade yerel muhataplarla karşılıklı iş görüşmelerin yapılmasının daha etkili olduğu gözlenmektedir. Bu açıdan fuar katılımları, alım heyetleri, ticaret heyetleri programlarının düzenlenmesi, B2B, B2C görüşmeler gerçekleştirilmesi ve sektörel olarak karşılıklı ziyaretlerin yapılmasının faydalı olduğu değerlendirilmektedir. Pazarda, söz konusu geleneksel yöntemlere nazaran katalog üzerinden veya e-ticaret ticaret yoluyla satış yeni gelişme göstermektedir.

Kırgızistan’da düzenlenen mobilya, yapı ve dekorasyon fuarlarına katılım firmalarımız için pazara giriş, güçlü bir konum elde etme, marka bilinirliğini artırma açısından kritik fırsatlar sunabilir. Ziyaretçilerle yüz yüze iletişim kurmak, ürünlerin kalite ve tasarım özelliklerini birebir anlatmak marka bağlılığını artırır. Trendleri takip ederek, müşterilerin yeni taleplerini ve ihtiyaçlarını yerinde öğrenme fırsatı verir.

Firmaların pazara giriş çalışmalarında yerel pazarı, mevzuatı ve iş kültürünü iyi bilen, sektörde belli bir tecrübesi o an bir yerel iş ortağı çalışmayı değerlendirmelerinin fayda sağlayabileceği düşünülmektedir. Yerel iş partnerleri ile çalışmak firmalarımızın özellikle ülkedeki ihalelere etkin ve hızlı katılımlarına katkı sağlayabilecektir. Bunun yanı sıra, güvenli bir yerel bayinin, yerel müşterilerle iletişim kurmak ve satış sonrası hizmet vermek, pazarda olabilecek diğer zorlukların çözülmesinde önemli katkıları olacaktır. Yerel bayiler ürünlerin pazarda etkin ve hızlı dağıtımını sağlayabilir; gümrük işlemleri, lojistik ve satış sonrası hizmetlerde yerel bilgi ve deneyimiyle işlemlerin sorunsuz yürümelerini destekler, pazar trendleri ve müşteri tercihleri konusunda sürekli geri bildirim sağlayabilir, bürokrasi ile ilişkileri kolaylaştırabilir. Kırgızistan pazarına ilişkin yapılan bazı analizlerde, yerel bir ortakla çalışmanın tecrübe edilmiş en iyi pazara giriş yöntemi olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, olumsuz durumlarla karşılaşma riskinin önüne geçilebilmesi için yerel ortak seçiminde kurumsal niteliği olan muhataplarla çalışılması, iş ilişkilerinin önceden belirlendiği ve ortaya çıkması muhtemel risklerin dikkate alındığı sözleşme yapılmasının önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Ayrıca, Türk markalarının tanınırlığını arttırmak için franchising modeli ile yerel yatırımcı işadamları ile işbirliği yapılmasının da etkin bir pazara giriş yöntemi olabileceği mütalaa edilmektedir.

Genel olarak, Türk mallarının kalite açısından ÇHC gibi pazardaki bazı önemli oyuncuların ürünleri karşısında; fiyat ve kalite unsurlarının beraberce değerlendirilmesi açısından ise Avrupa ürünlerine kıyasla daha uygun olduğu imajı halk arasında yaygın olarak bilinmektedir. Bu bağlamda, firmalarımızın, özellikle kalite ve güvenilirlik imajlarının ön plana çıkarılması, uluslararası akreditasyonlar ve sertifikasyonların vurgulanması vasıtasıyla tüketicilere güven verilerek uygun fiyatlı, kaliteli ve düzenli tedarik gerçekleştirmelerinin ve özellikle satış sonrası etkin hizmet sağlamalarının rekabet avantajı doğurarak pazardaki kazanımlarını arttırabileceği mülahaza edilmektedir. Bu durum, özellikle Kırgızistan’da kaliteye önem veren orta ve üst gelir grubundaki tüketicilere ulaşmak açısından farklılaştırıcı bir unsur olarak ön plana çıkabilir.

8. Genel Değerlendirme

Kırgızistan mobilya pazarı hacim olarak hem genel itibariyle hem de bölgedeki daha büyük ölçekli diğer ülkelerle karşılaştırıldığında görece küçük-orta bir pazar görünümü arz etmektedir. Bölge ülkeleri ile mukayeseli benzer durum halkın refah düzeyi ve alım gücü itibariyle de geçerlidir. Bununla birlikte, özellikle son yıllarda halkın refah seviyesi ve alım gücü artmakta; buna paralel olarak halkın farkındalık düzeyi arttıkça kaliteli ve güvenilir sektör ürünlerine olan talep de artmaktadır.

Ayrıca, ülkede özellikle ofis, okul, hastane, kafe-restoran, turizm işletmeleri gibi alanlara yönelik yerli mobilya üretiminin kısıtlı olması münasebetiyle pazarın yüksek oranda ithalata bağımlı olması ihracat fırsatları açısından önemli potansiyelleri barındırmaktadır. Bu durumu teyit edici bir husus olarak son yıllarda ithalat değer bazında önemli düzeyde büyüme göstermektedir. 9401 gümrük tarife pozisyonu altında yer alan “oturmaya mahsus mobilyalar ve parçaları”nda ülke ithalatı 2020-2024 döneminde değer bazında %565 oranında; 9403 gümrük tarife pozisyonu altında yer alan “diğer mobilyalar ve parçaları”nda ise %217 oranında büyüme kaydetmiştir.

İhracatçılarımızın pazarda yer edinebilmeleri ve pazar kazanımlarını arttırabilmeleri açısından; diğerleri yanında, işbu raporda değinilen pazarın özellikleri, tüketici tercihleri, iş kültürü, mevzuat düzenlemeleri, ülkenin üyesi bulunduğu uluslararası kuruluşlardan (Avrasya Ekonomik Birliği gibi) kaynaklı yükümlülükleri ve rakip ülkelerin pazardaki durumu gibi hususları etkin şekilde analiz etmeleri, yerinde fiyat ve pazar araştırması gerçekleştirmeleri ve buna göre strateji belirlemelerinin önemli olduğu değerlendirilmektedir.

İlaveten, pazarda görece hakim konumda bulunan piyasa aktörleri, dağıtım kanalları, tasarım-dizayn şirketleri, devlet kuruluşları ve teşekkülleri ile güçlü ve kalıcı işbirliklerinin tesis edilmesi, tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi, sektör ürünlerine yönelik ihale ve alım taleplerinin etkin takibi, mobilya sektörüne yönelik fuarlara katılım sağlanmasının değerlendirilmesi gibi hususların pazardaki başarı durumuna katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ülke pazarında önemli sorunlarla karşılaşma riskinin bertaraf edilmesi temel amacına matuf olarak, pazarda her türlü iş ilişkileri tesis edilirken ve faaliyet gösterirken şifahi taahhütlere dayalı net olmayan süreçler yerine mezkur süreçlerin güçlü akdi temeller zemininde yürütülmesinin özellikle dikkate alınması gereken başlıca hususlar arasında yer aldığı mütalaa edilmektedir. Benzer durumun, ülkedeki gerçekleştirilecek faaliyetlerde ülkenin genel ve sektörel mevzuatlarının etkin takibi ve tam uyum sağlanması açısından da geçerli olduğu düşünülmektedir.

9. Yararlı Adresler

Kırgızistan Genel Pazar Raporu <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/orta-asya/kirgizistan/pazar-bilgileri>

T.C. Ticaret Bakanlığı Ticaret Müşavirliklerimizden Bloğu
<https://dtybs.ticaret.gov.tr/blog/>

<http://zakupki.gov.kg/popp/>

<https://zakupki.okmot.kg/popp/>

<http://www.donors.kg/ru/ob-yavleniya>

<http://procurement.kg/>

<https://www.rkdf.org/category/tendery-i-zakupki/>

K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı <https://mineconom.gov.kg/ru>

K.C. Bakanlar Kurulu'na Bağlı Devlet Gümrük Hizmeti
<https://www.customs.gov.kg/site/ky/master/customskg>

10. Kaynakça

K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı

K.C. Bakanlar Kurulu'na Bağlı Devlet Gümrük Hizmeti

Avrasya Ekonomik Birliği - <https://eec.eaeunion.org>

K.C. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı Standardizasyon ve Metroloji Merkezi

Mobilya Üreticileri Birliği

K.C. Ulusal İstatistik Komitesi - www.sta.gov.kg

Uluslararası Ticaret Merkezi - Trademap

K.C. Adalet Bakanlığı Mevzuatlar Veri Tabanı - <https://cbd.minjust.gov.kg>

www.24.kg

www.economist.kg

<https://www.akchabar.kg/>

<https://qazindustry.gov.kz/en/>

<https://www.6wresearch.com/>

<https://kyrgyzbuild.kg/>

<https://lina.kg/>

<https://nurislamemerek.site/about/>

<https://www.kyrgyzmebel.kg>

<https://damebel.kg/>

<https://azbukadoma.kg/>,

<http://www.lubidom.kg/>

<https://ideashop.kg/>

<https://eurostyle.kg/>

<https://euromebel.kg/>

<https://mabelin.kg/>,

<https://www.shatura.com/>

<https://www.mebelpl.kg/>

<https://eura.kg/>,

<https://americanhome.kg/>,

<https://mebel-forum.kg/>

<https://yellowpages.akipress.org/cats:193/>

<https://www.mebels.kg/>

www.lalafo.kg

www.kivano.kg

<https://www.decorall.kg/>

www.wildberries.kg

www.ozon.kg

www.amazon.com