T.C.
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

KAYSERİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Beyza KÖKSAL

İç Mimarlık Anabilim Dalı

DANIŞMAN
Prof. Dr. Ünal DEMİRARSLAN

İstanbul, Mayıs, 2017

T.C. Maltepe Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne,

29.05.2017 tarihinde tezinin savunmasını yapan Beyza KÖKSAL' a ait "Türkiye de Mobilya Sektörünün Gelişimi: Kayseri Örneği" başlıklı çalışma, Jürimiz Tarafından Fen Bilimleri İç Mimarlık Anabilim Dalı, İç Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Programında Yüksek Lisans Tezi Olarak **Oy Birliği/~~Oy Çokluğuyla~~** Kabul Edilmiştir.

.....

Prof. Dr. Ünal DEMİRARSLAN
(Başkan)
(Danışman)

.....

Doç. Dr. Deniz DEMİRARSLAN
(Üye)

.....

Yrd. Doç. Dr. Hamide TEMEL
(Üye)

YEMİN METNİ

…../…../20….

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum "Türkiye'de Mobilya Sektörünün Gelişimi Kayseri Örneği" adlı çalışmanın, proje safhasından sonuçlanmasına kadar olan bütün süreçlerinde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın tarafımca yazıldığını ve yararlandığım bütün eserlerin "Kaynakça"da gösterilenlerden oluştuğunu, "Kaynakça"da yer alan bu eserlerden metin içinde atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.

Öğrenci Numarası
Adı-Soyadı
İmza

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ
KAYSERİ ÖRNEĞİ

Beyza KÖKSAL

Maltepe Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
İç Mimarlık Anabilim Dalı

Gelişen teknolojiyle birlikte Türkiye'de mobilya sektöründe geçmişten günümüze kıyasla büyük farklılıklar olduğunu görmekteyiz. Geçmişte mobilya üretimi kısıtlı olmakla birlikte her şehirde de üretim yapılmıyordu. İnsanlar mobilya almak için şehir dışına gitme mecburiyetinde olabiliyorlardı.

Özellikle son yıllarda gerek yarattıkları istihdam gerekse gerçekleştirdikleri üretim ve ihracat ile öne çıkan Kayseri, birçok firması ile mobilya sektöründe önemli bir konuma gelmiştir. Kayseri'de yaşayan farklı gelir ve kültür düzeyine sahip insanların, mobilya tercihindeki farklılıklar da kaçınılmazdır. Bu yüzden Kayseri'de tercih edilen mobilyalar, kullanıcıların gelir düzeyi ve kültürel farklılıklarından dolayı değişim göstermektedir.

Dolayısıyla bu çalışma ile; araştırmanın temeli olan mobilya kavramının tanımları ve sınıflandırılmaları yapılmıştır. Türkiye'deki mobilya sektörünün geçmişten günümüze gelişimi incelenmiştir. Kayseri'deki mobilya sektörünün Türkiye'deki önemi ilgili literatürlerden araştırılmıştır.

Mobilya tasarımının önemi, müşterilerin beklentileri, Kayseri'de daha fazla üretilmesi gereken mobilyaların araştırılması yapılmıştır.

Anket soruları hazırlanıp, önceden belirlenmiş olan Kayseri'deki mobilya firmalarına anketteki sorular sorulmuştur. Kayseri'de mobilya tasarımının müşteri üzerindeki etkileri, gelir sınıfına göre tercih edilen mobilya tarzları, renk, doku ve malzemeleri analiz edilmiştir. Ayrıca iç mimarların üretim aşamasındaki konumu ve etkisi araştırılmıştır. Anket sonrasında çıkan sonuca göre en çok tercih edilen mobilyaların üretim safhası incelenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda istatiksel grafikler hazırlanıp müşteri tercihlerinin ve talebin fazla olduğu mobilya tarzlarının yüzdelikleri çıkartılmıştır.

Mayıs, 2017, 131 sayfa

Anahtar Kelimeler: Mobilya Üretimi, Mobilya Tasarımı, Türkiye'deki Mobilya, Kayseri'deki Mobilyalar

SUMMARY

M.Sc. THESIS

DEVELOPMENT OF FURNITURE SECTOR IN TURKEY

EXAMPLE OF KAYSERİ

Beyza KÖKSAL

Maltepe University

Institute of Graduate Studies in Science and Engineering

Department

With the developing technology, we see that in the furniture sector in Turkey there are big differences compared to the past. In the past, furniture production was limited and production was not made in every city. People could have to go out of town to buy furniture.

Especially in recent years, Kayseri has become an important position in the furniture sector with its many firms. Differences in furniture preference are inevitable for people with different levels of income and culture living in Kayseri. Therefore, the furniture preferred in Kayseri is changing due to the income level and cultural differences of the users.

Therefore, with this study; the definition and classification of the furniture concept which is the basis of the research has been made. The past daily development of the furniture sector in Turkey has been examined. The furniture sector in Kayseri has been investigated in the relevant literature in Turkey.

The prospect of furniture design, the expectations of the customers, and the furniture that should be produced more in Kayseri have been investigated.

Questionnaires were prepared and questions were asked to the pre-determined furniture companies in Kayseri. In Kayseri, the effects of furniture design on customer, preferred furniture styles according to income class, color, texture and materials have been analyzed. In addition, the position and effect of the interior architects in the production phase were investigated. According to the result after the survey, the production phase of the most preferred furniture has been examined. Statistical graphs were prepared for the data obtained and the percentages of the customer's preferences and furniture styles were found to be high.

May, 2017, 131 pages

Key words: Furniture Production, Furniture Design, Furniture in Turkey, Furniture in Kayseri

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans Tez danışmanlığımı üstlenerek çalışmalarımda beni yönlendiren ve yardımlarını esirgemeyen değerli hocam sayın Prof. Dr. Ünal DEMİRARSLAN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Birçok konuda olduğu gibi tez süresince daima yanımda olan, desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen, bana inanan ve güvenen canım annem Vildan KÖKSAL'a ve biricik kardeşim Berna KÖKSAL'a, ve yine bana her konuda inanıp güverenek eğitim hayatım boyunca maddi manevi desteğini esirgemeyen canım babam Kamil KÖKSAL'a, ayrıca tezin yazımı aşamasında bana yardım eden sevgili dayım Hasan İLGEN'e çok teşekkür ederim.

Mayıs, 2017. Beyza KÖKSAL

İÇİNDEKİLER

ÖZET I

SUMMARY III

ÖNSÖZ V

KISALTMALAR VIII

RESİM LİSTESİ IX

TABLO LİSTESİ XIV

1. GİRİŞ 1

1.1. Mobilya Kavramı 2

1.1.1. İlk çağ mobilya (antik dönem) sanatı 3

1.1.2. Orta çağ sanatı- Roman ve Gotik dönem (m.s. 476-1550) 4

1.1.3. Rönesans mobilya sanatı- Rönesans dönemi (m.s. 1500-1600) 4

1.1.4. Barok ve Rokoko mobilya sanatı (m.s. 1600-1780) 5

1.1.5. Yeni çağ (Neoklasik) mobilya sanatı (m.s. 1770-1850) 6

1.1.6. Yakın çağ mobilya sanatı, yenileşme dönemi 10

1.1.7. Çağımız mobilya sanatı- modern dönem (1900…) 10

1.2. Türklerde Mobilya Kavramı 11

1.3. Mobilyanın Sınıflandırılması 17

1.3.1. Mobilya Tarzları 19

2. CUMHURİYET DÖNEMİ MEKÂNLARDA MOBİLYA 24

2.1. 1930'larda Mobilya 32

2.2. Kare Metal Mobilya Tarihi 35

2.3. Moderno Mobilya Tarihi 40
3. MOBİLYANIN YAŞAMIMIZDAKİ YERİ 42
4. TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜ 44
4.1.Türkiye'de Mobilya Tasarımı 45
4.2.Türkiye'de Mobilya Tasarımının ve Sektörün Durumu 46
5. MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DÜNÜ, BUGÜNÜ, YARINI 49
5.1. Mobilya sektörünün Türkiye'deki hızlı gelişimi 52
5.2. Bugünün dev mobilya markalarının sektördeki geçmişi 53
5.3. Kayseri'nin Mobilya Sektöründeki Önemi 55
6. KAYSERİ'NİN TARİHİ 55
7. KAYSERİ İLİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ 62
7.1. Kayseri'de Mobilya Sektörünün Doğuşu ve Gelişimi 64
8. YÖNTEM 70
8.1. Araştırma Yöntemi 70
8.1.1. Görüşme Yöntemi 71
8.1.2. Görüşme Yapılacak Firmaların Belirlenmesi 71
8.2. Görüşme Sorularının Belirlenmesi 72
8.3. Mobilyaların Üretim Safhalarının İncelenmesi 72
9. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ 79
9.1. Araştırma Kapsamında Yapılan Görüşmelerin Değerlendirilmesi 79
9.2. Araştırma Üzerinden Çalışmanın Değerlendirilmesi 95
10. SONUÇ VE ÖNERİLER 97
KAYNAKLAR 101
İNTERNET KAYNAKLARI 104
ÖZGEÇMİŞ 108
EKLER 109

KISALTMALAR

A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
AGY.	: Adı Geçen Yayın
AR-GE	: Araştırma Geliştirme
FOB	: Free On Board
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
İ.T.Ü.	: İstanbul Teknik Üniversitesi
KAYMOB	: Kayseri Marangozlar Mobilyacılar ve Döşemeciler Odası
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
S.G.K.	: Sosyal Güvenlik Kurumu
S.S.K.	: Sosyal Sigortalar Kurumu

RESİM LİSTESİ

Sayfa No

Resim 1. Antik Çağ Mısır Oturma Elemanı 3
Resim 2. Orta çağ Gotik Mobilya Oturma Elemanı 4
Resim 3. Rönesans Mobilyası 5
Resim 4. Barok Oturma Elemanı Ve Barok Şifonyer 6
Resim 5. XVI. Louis Yemek Masası 6
Resim 6. Derectoire Ofis Mobilyası 7
Resim 7. Anne Mobilyası Vitrin 7
Resim 8. Georgion Mobilyası 7
Resim 9. Thomas Chippendale Oturma Elemanı 8
Resim 10.Hepplewhite Mobilyası Yazı Masası 8
Resim 11. Sheraton Mobilyası Büfe 9
Resim 12.Robert Adam Kitap Dolabı 9
Resim 13. Empire Yazı Masası 9
Resim 14. Louis Philippe Stili Oturma Elemanı 10
Resim 15.Modern Mobilya Çok Amaçlı Salon Duvarı 11
Resim 16.Topkapı Sarayı'nda Padişah III. Ahmed'e Ait İskemle 13
Resim 17.Tamirhane-İ Hümayun 15
Resim 18. Chicago Dünya Fuarı Türk Pavyonu'nda Sergilenen Yerli Üretim Mobilyalar 15
Resim 20. İstanbul Kahvehanelerinde İskemle 15
Resim 19. Osmanlı'da Kahvehanelerde Kullanılan İskemleler 15
Resim 21.İskemleciler Ve Sandıkçılar, Surnâme-İ Hümâyûn, 1582 (TSM H.1344, Y. 294a Ve Y. 370a'dan Detay Görünümleri, Arıburun, 2012) 16

Resim 22. Modern Oturma Odası Takımı 19
Resim 23. Klasik Salon Takımı 20
Resim 24.Rustik Oturma Odası Takımı 20
Resim 25.Retro Salon Takımı 21
Resim 26.Country Salon Takımı 22
Resim 27.Vintage Oturma Odası Takımı 23
Resim 28.Avangarde Salon Takımı 23
Resim 29. İsviçre'de Seri Olarak Üretilmiş Oturma Odası 1950 (Sayar, S.63) 25
Resim 30. Modada Bir Villanın Salonu(Arkitekt, 9, 1936, S.247) 26
Resim 31. Marsilya'da, Le Corbusies Tarafından Yapılan Büyük Blok Apartmanların İç Tefrişatı. Bu Mobilyaların Kompozisyonları Mimar Tarafından Yapılmıştır. (Arkitekt,03-04, 1950 S.63) 26
Resim 32. 1930'lardaki Sandalyeler (Arkitekt, 07-08, 1948, S.173) 27
Resim 33. 16. Yy.a Ait İskemle(Akitekt, 03-04, 1950, S.61) 27
Resim 34.Salah Cimcoz'un Modadaki Köşkü (Uzunarslan, 2002, S.120) 28
Resim 35.Kalamış'taki Villanın Salon Ve Yemek Odası (Arkitekt, (5-6),1937, S.132.) 29
Resim 36.Le Corbusier, Şezlong, 1928-30 29
Resim 38. Jacques-Emile Ruhlmann, Masa, 1925 30
Resim 37. Mackintosh, Tepe Evi Sandalyeleri, 1897 30
Resim 39. Gerrit Rietveld, Kırmızı Ve Mavi, 1918 31
Resim 40. Piet Zwart, Çocuk Sandalyesi, 1935 31
Resim 41.Gerrit Rietveld, Kırmızı Ve Mavi Masa, 1923 31
Resim 42.İstanbul Burgazada, Sait F. Abasıyanık Evi, 'Art Nouveau' Komod. (Uzunarslan, 2002, S.123) 32
Resim 43.Adana'daki Evin Yemek Bölümü. Mimar A.Ziya (Arkitekt, 2,1933, S.41-44) 33
Resim 44. Marcel Breuer, Wassily Chair, 1925-26 33
Resim 45.Alvar Aalto, 406 Nolu Sandalye, 1935-39 33
Resim 47. Ankara Üni. Hukuk Fakültesi Kütüphanesi İçin Tasarlanmış Dolap Tasarımcı Bilinmiyor. 34

Resim 46. 1930'larda Ankara Üni. Hukuk Fakültesi İçin Tasarlanmış Çalışma Masası Tasarımcı Bilinmiyor 34
Resim 48.Mimar Ömer Nazimi Yaver'in Çalışması 34
Resim 49.Metal Sac Bükülüp Kesilerek Üretilen Bir Sandalye Ve Kılıfı. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Tasarımı,1954. 35
Resim 50.1950'lerde Dünyada Yaygın Olan Mobilya Tasarım Çizgilerinin Kare Metal Yorumu Sandalye. Sadi Öziş Tasarımı 36
Resim 51.İnsan Vücudunun Formunu Yansıtan Sandalye. Döneminde Knoll International'ın İlgisini Çekmiştir. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Ve İlhan Koman Tasarımı, 1957 37
Resim 52.1950'lerde Dünyada Yaygın Olan Mobilya Tasarım Çizgilerinin Kare Metal Yorumu, Döşemeli Sandalye. Sadi Öziş Ve İlhan Koman Tasarımı, 1958 37
Resim 53.İlhan Koman'ın Kare Metal İçin Ürettiği, Modernist Duyarlıkla El Yapımını Buluşturan Erken Denemelerden Biri Olan Metal Şezlonglar. Kare Metal Dönemi, İlhan Koman Tasarımı, 1957 38
Resim 54.Orijinal Olarak 15 Milimetrelik Su Borusundan İmal Edilmiş Bir İskelet Üzerine, Delikli Sac Kaplanarak Oluşturulmuş, Kare Metal'in Soyut Geometrisini Gösteren Sandalye. Şadi Çalık Tasarımı, 1950'ler Ortası. 38
Resim 55.. Balık Ağlarının Su Boruları Ve Demir Çubukların Çevresine Sarılmasıyla Üretilen, Farklı Döşemelerle Uygulanan İskemle. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Tasarımı, 1950'ler Sonu. 39
Resim 56.Balık Ağlarının Su Boruları Ve Demir Çubukların Çevresine Sarılmasıyla Üretilen, Farklı Döşemelerle Uygulanan İskemle. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Tasarımı, 1950'ler Sonu. 39
Resim 57.Moderno Oturma Odası Tk. 2 41
Resim 58.Moderno Oturma Odası Tk. 1 41
Resim 59.Moderno Yemek Odası Tk. 41
Resim 60.Moderno Yatak Odası Tk. 1 41
Resim 61.Moderno Yatak Odası Tk. 2 42
Resim 62.Moderno Gardrop 42
Resim 63.Kültepe Höyüğü 56

Resim 64.İlk Uçak Fabrikası-Tomtaş 57
Resim 65.Sümer Bez Fabrikası 57
Resim 66.Gıyasiye Şifahiye Medresesi 58
Resim 67.Roma Dönemi- Roma Mezarı 58
Resim 68.Bizans Dönemi- Kayseri Kalesi 59
Resim 69.Selçuklu Dönemi- Döner Kümbet 59
Resim 70.Osmanlı Dönemi- Kurşunlu Cami 60
Resim 71.20. Yy Başlarında Kayseri 60
Resim 72.Kayseri'nin İlk İmar Planı 61
Resim 73.Kayseri Cumhuriyet Meydanı 61
Resim 74.Kayseri Erciyes Dağı 62
Resim 75.Bünyan Halı İpliği Fabrikası 64
Resim 76.Bünyan Halı İpliği Fabrikası 65
Resim 77.Bünyan Hidroelektrik Santralı 65
Resim 78.Kayseri Organize Sanayi Bölgesi 69
Resim 79. Çek-Yat Kanepe Seri Üretim Aşaması 1 73
Resim 80. Çek-Yat Montaj Aşaması 1 74
Resim 81. Çek-Yat Montaj Aşaması 2 74
Resim 82. Çek-Yat Montaj Aşaması 3 74
Resim 83. Çek-Yat Kumaş Döşenmesi 75
Resim 84. Çek-Yat Kumaş Döşeme Birimi 76
Resim 85. Kanepe Seri Üretim Aşaması 2 77
Resim 86. Koltuk Döşeme Aşaması 77
Resim 87. Cnc Makinesi 78
Resim 88. Ürünlerin Bitmiş Hâli 78
Resim 89. Sevkiyat Kısmı 79
Resim 90. Kayseri'de Tercih Edilen Modern Oturma Grubu 1 83
Resim 91. Kayseri'de Tercih Edilen Modern Oturma Grubu 2 83
Resim 92. Kayseri'de Tercih Edilen Country Oturma Grubu 1 84
Resim 93. Kayseri'de Tercih Edilen Country Oturma Grubu 2 84
Resim 94. Kayseri'de Tercih Edilen Klasik Salon Takımı 1 85
Resim 95.Kayseri'de Tercih Edilen Klasik Salon Takımı 2 85

Resim 96. Kayseri'de Tercih Edilen Avangarde Oturma Grubu 1..... 86
Resim 97. Kayseri'de Tercih Edilen Avangarde Oturma Grubu 2..... 86

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1.Günlük Yaşamda Eşya Ve Mobilya Kullanım Alışkanlığında Görülen Değişimin Konut Planlamasına Etkileri (Demirarslan, s.219) 12
Tablo 2.Türk Patent Enstitüsü'ne Gerçekleştirilen Yerli Endüstriyel Tasarım Tescili Başvurusu Sayılar (Türk Patent Enstitüsü) 48
Tablo 3. Dünya Mobilya Ticaretinde Türkiye Payı 51
Tablo 5. Satış Yapan Firmaların Sektördeki Konum Tablosu 80
Tablo 7. Tercih Edilen Mobilyaların Fiyat Aralıkları (Tl Cinsinden) 81
Tablo 8.Tercih Edilen Mobilya Tarzlarının Fiyat Aralıkları 82
Tablo 9. En Çok Tercih Edilen Mobilya Tarzları 82
Tablo 10. Mobilyalarda Tercih Edilen Cila Çeşitleri 87
Tablo 11.Mobilyalarda Tercih Edilen Renk Tonları 88
Tablo 12.Oturma Gruplarında Tercih Edilen Malzemeler 88
Tablo 13.Kumaş Kullanılan Mobilyalarda Desen Tercihi 89
Tablo 14. Desen Ve Renkte Modanın Müşteri Tercihine Etkisi 89
Tablo 15. Müşterilerin Taklit Mobilyayı Anlama Olasılığı 90
Tablo 16. Mobilya Tarzlarına Göre Müşterilerin Taklit Ürünleri Anlama 90
Tablo 17. Müşterilerin Ürünleri Tercih Etmedeki Öncelikleri 91
Tablo 18. Üretim Yapan Firmaların Yöneldikleri Pazar Düzeyi 91
Tablo 19. Üretim Yapan Firmalardaki Tasarımların Firmaya Ait Olup Olmadığını Gösteren Tablo 92
Tablo 20. Üretim Yapan Firmaların İç Mimarlarla Çalışma Usulleri 92
Tablo 21. Üretim Yapan Firmaların Tasarımcısından Beklentileri 93
Tablo 22. Üretim Yapan Firmalarda Ürün Gamının Yenilenme Süresi 93
Tablo 23. Firma Bünyesinde Bulunan Üretim Yöntemleri 94
Tablo 24. Firmalardaki Üretimlerin Firma Bünyesinde Olup Olmadığını Gösteren Tablo 94

1. GİRİŞ

Farklı coğrafyalarda, farklı kültürlere sahip insanların, konutlarda kullandıkları eşya seçimindeki zevk ve tercihlerinin de farklı olduğunu görmekteyiz. Örneğin Ege bölgesinde yaşayan insanların tercihiyle İç Anadolu bölgesinde yaşayan insanların tercihi farklı olmaktadır. Bunun sebebi ise bölgedeki iklim farklılıkları, kültürel farklılıklar, gelir seviyesinin farklı olması ve bunun gibi etmenlerdir. Bu unsurlar insanların tercih aşamasında etkili olmaktadır. Dolayısıyla her ülkede hatta şehirde farklı ürün tasarımları ortaya çıkmaktadır. Müşteri zevkine göre belirlenen tasarımlar mobilya sektöründe de kendini belli etmektedir. Bu yüzden her üretici firma müşteri isteği doğrultusunda tasarım yapmaktadır.

Mobilya sektörü; ağaç üretiminden başlayarak, tüm mobilya, oturma grupları, mutfak, ofis mobilyaları vb. üreticileriyle, bunlara makine, diğer yatırım malzemelerini ve hammadde temin eden sanayi kuruluşlarını, yan sanayicileri ve fason üretim yapanları kapsamaktadır. (İnal ve Toksarı,2006)

Türkiye diğer ülkelere göre mobilya sektöründe en hızlı gelişim gösteren ülkelerden biridir. Birçok büyük ve önemli imalat atölyesini içinde barındıran Kayseri ili ise bu sektöre yatırım yapan ve üretim kapasitesini artıran illerin başında gelmektedir. Müşterilerinin güvenini kazanan ve daima özgün tasarımlara önem veren bir ildir. Dolayısıyla güven, her firmanın sahip olduğu vazgeçilmez prensiplerdendir. Sürekli kendini yenileyen, mobilya konusunda bilinçli ve ne istediğini bilen müşterilerin artmasıyla taklit tasarımlardan kaçınan, yaratıcı tasarımlar yapan firmalar Kayseri'de ön plana çıkmaktadır. Kayseri'de bulunan firmalar, müşterinin sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel, sosyo-psikolojik yapılarını iyi analiz ederek bununla birlikte teknolojiyi en iyi şekilde kullanarak, hem müşteri memnuniyetini hem de ticareti sağlamaktadır.

Kayseri iline bakıldığında her kesimin yoğun olarak talep ettiği mobilya tasarımları bulunmaktadır. Bu tasarımlar biçim, renk, doku, malzemeye göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışma ile Kayseri ilinde talep yoğunluğu olan mobilya tarzlarını; renk, doku, biçim, malzeme olarak inceleyerek müşterilerin neden o mobilyaları tercih ettiği araştırılmıştır. Bununla birlikte daha fazla üretilmesi gereken mobilya tarzları analiz edilmiştir.

1.1. Mobilya Kavramı

Mobilya, genel olarak sanat ve tekniğin birleşerek, kullanıldıkları mekânı hoş gösteren ve amaca uygun olarak mekânın donatılmasına yarayan eşya olarak bilinir. Fakat bunun yanı sıra mekânın kullanışlılığını estetik açıdan etkileyen, yaşanılan ya da çalışılan mekânların sıcak, hoş ve renkli bir ortam hâline gelmesini sağlayan farklı tasarımları içeren ürünlerdir. İlk çağlardan beri mobilya kavramından bahsetmek mümkündür. (Aksayar, 2006). Zamanla toplumların değişen yaşam koşulları, estetik görüşleri ve gelişen teknoloji ile birlikte mobilya farklı biçimler almıştır.

Mobilyalar kullanılan mekânın iç düzenini, estetiğini sağlar ve insanların çeşitli gereksinimlerini karşılar. Mekânda bulunan ısı, ışık, renk, doku vs. gibi unsurlar ne kadar önemliyse mobilyalar da o kadar önemlidir ve her mekân için doğru mobilyaların seçilmesi gereklidir. Eğer oda kullanım amacına yönelik mobilyalarla döşenirse hem şık bir görünüm elde edilir hem de tasarımı doğru yapılmış olur.

Ahşap mobilyalar, ilk akla gelen mobilya çeşididir. Çünkü masa, dolap, kitaplık, karyola, komodin, gibi ev eşyalarında, okullarda kullanılan sıra ve masalarda, çeşitli büro mobilyalarında yani insanların en çok kullandıkları eşyalarda çoğunlukla ahşap malzeme kullanılmaktadır. Ağaç malzemenin tercih edilmesinin sebebi sağlıklı ve nefes alabilen bir malzeme oluşu, kolay işlenebilmesi, birleştirilmesinin kolay olması, direncinin yüksek oluşu, eskidiğinde kolayca değiştirilebilmesi, boyanabilmesi gibi özellikleridir. Kullanıldığı alana sıcaklık, samimi bir ortam kattığından dolayı herkesin vazgeçilmezi hâline gelmiştir. Stresli iş hayatından çıkan, doğal yaşama özlem duyan birçok insan hem ev dekorasyonunda hem de

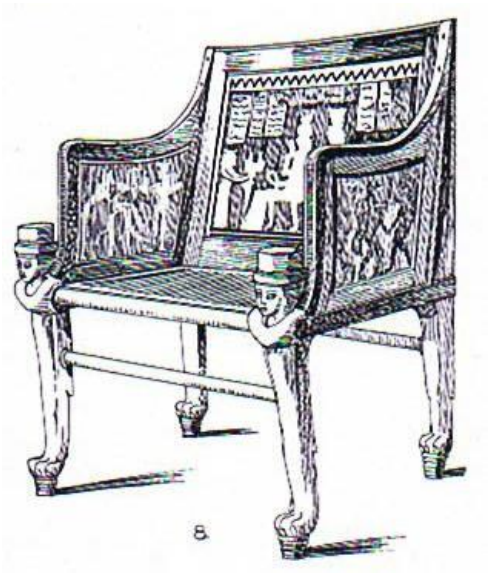
mobilyalarında ahşabı ağırlıklı olarak kullanmaktadır. Fakat gelişen teknoloji ile birlikte günümüz mobilyalarında alüminyum, cam, çelik ve plastik gibi malzemeler de kullanılmaya başlanmıştır. (URL-1)

İlk çağdan itibaren hayatımıza girmiş olan mobilyaları dönemlere ayırdığımızda; 7 farklı dönem ve her dönemin kendine özgü mobilyaları barındırdığını görebiliriz:

1.1.1. İlk çağ mobilya (antik dönem) sanatı

M.Ö. 4000 yıllarında başlayıp Batı Roma'nın çöküş tarihi olan M.S. 476 yılına kadar süren sanata İlk Çağ Sanatı denir. Çeşitli uygarlıkların (Mısır, Mezopotamya, Anadolu, Yunan ve Roma gibi) eserlerini simgeleyen bu çağ antik dönem olarak da bilinmektedir.

Günümüze kalabilen hâlâ örneklerini görebildiğimiz ilk mobilya örnekleri Eski Mısır'da görülmektedir. Dolayısıyla Mısır sanatı çok önemlidir. Bu uygarlıkta birçok ahşap mobilya ve araç-gereç kalmıştır. Bunun nedeni ise, kullanılan ahşap malzemenin kuru çöl ikliminde bozulmamasıdır. (URL-1)



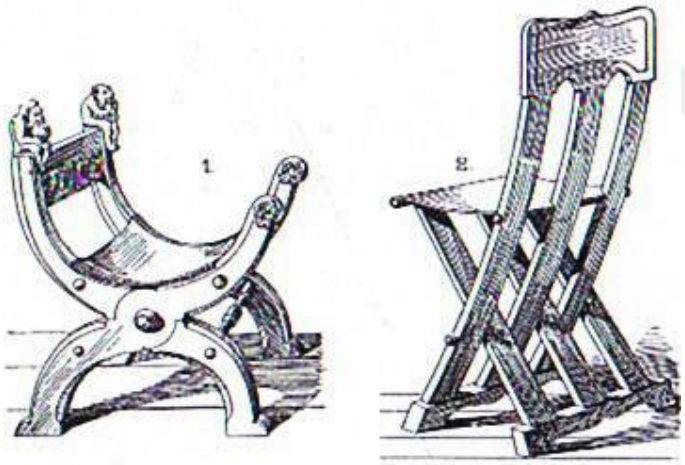
Resim 1. Antik Çağ Mısır Oturma Elemanı

(URL-2)

1.1.2. Orta çağ sanatı- Roman ve Gotik dönem (m.s. 476-1550)

Roma sanatı daha çok Roman sanatı ile çağa damgasını vuran Gotik Sanatını kapsamaktadır. Gotik sanatında ağaç malzeme bolca kullanılmıştır. Sağlam ve oturaklı masif mobilyalar bulunmaktadır. Kalın torna ayaklar ve masif tabla Gotik stilinin en belirgin sembolüdür.

Orta Çağ Sanatında, Bizans, Arap ülkeleri, Anadolu ve Uzakdoğu ülkelerinde de mobilya ile ilgili önekler görülmektedir.
Doğu Roma İmparatorluğunun Yıkılışı (1453) ile son bulan Orta Çağ Sanatı, Gotik sanatı ile bir süre daha etkisini sürdürmüştür ve Rönesans ile yeni bir sanat anlayışına yerini bırakmıştır. (URL-1)



Resim 2. Orta çağ Gotik Mobilya Oturma Elemanı

(URL-2)

1.1.3. Rönesans mobilya sanatı- Rönesans dönemi (m.s. 1500-1600)

Yaklaşık yüz yıl süren Rönesans Mobilya Sanatı, orta çağın ekonomik yapısına, derebeylik düzenine ve dine dayalı olan katı kültürel tutuma karşı tepkiden ortaya çıkmıştır.

Bu dönemde neredeyse antik sanata dönüş görülmüştür. Fakat ölçülerde ve süslemede zarafet ve denge vardır. Bu dönemde her ülke bölgesel özelliklerine göre kendine has farklı stiller geliştirmiştir. Mobilyalarda meyve ağaç türleri kullanılmıştır. (URL-1)

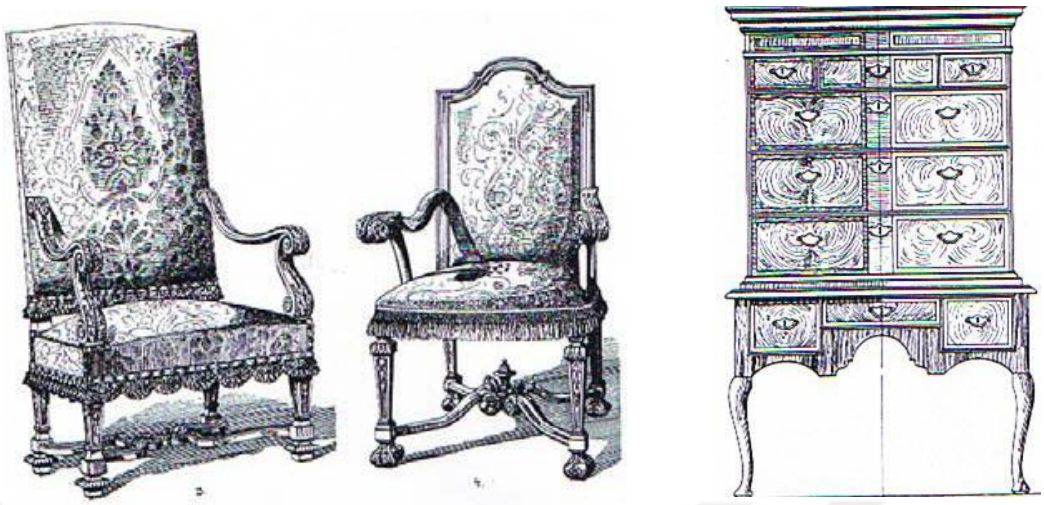


Resim 3. Rönesans Mobilyası

(URL-2)

1.1.4. Barok ve Rokoko mobilya sanatı (m.s. 1600-1780)

Rönesans'ın sonunda özellikle Avrupa'nın Katolik ülkelerinde, dini konuları etkileyici şekilde yansıtan, eğri çizgilere yer veren ve bol figürlü biçim anlayışına dayanan Barok sanatı ortaya çıkmıştır. Barok mobilya sanatının en önemli özelliği üst görünüşte dairesel köşeler, ön ve yan görünüşte iç ve dış bükey yüzeyler, çok süslü ve kıvrımlı oymalar olarak özetlenebilir. Rokoko üslubu ise ilk olarak XV. Louis döneminde Fransa'da benimsenmiştir. Rokoko stili mobilyada göze çarpan özellik simetrik oyma, kabartma ve taçlar olmaktadır. Sandalye, koltuk, kanepelerde oturma ve arka yüzeyleri için özel kumaşlar dokunmuştur. (URL-1)



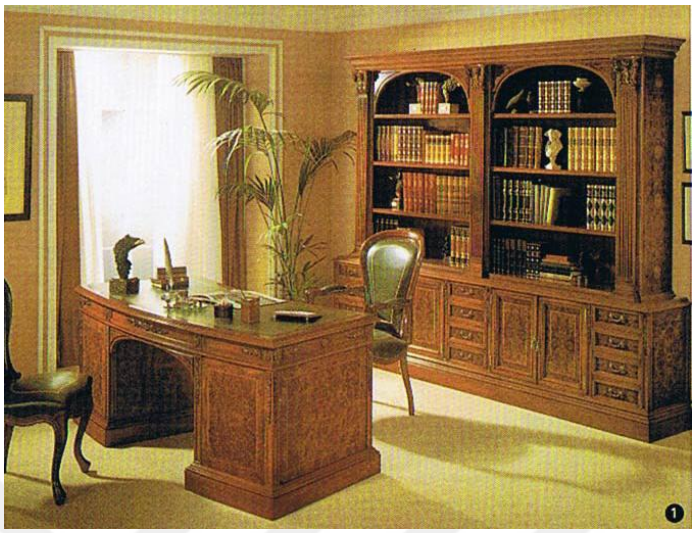
Resim 4. Barok Oturma Elemanı Ve Barok Şifonyer
(URL-2)

1.1.5. Yeni çağ (Neoklasik) mobilya sanatı (m.s. 1770-1850)

Yeni çağ'da Barok ve Rokokonun gösterişli görünüşüne tepki olarak doğan mobilya tipleri yapılmıştır. Bu stiller şöyledir: Fransa'da XVI. Louis, Directoire, Empire, Louis Philippe; İngiltere'de Queen Anne, Dört büyükler denilen Chippendale, Adam Hepplewhite, Sheraton, Georgian I, II ve III ile Almanya'da Biedemeier stilleri. (URL-1)



Resim 5. XVI. Louis Yemek Masası
(URL-2)



Resim 6. Derectoire Ofis Mobilyası

(URL-2)



Resim 7. Anne Mobilyası Vitrin

(URL-2)



Resim 8. Georgion Mobilyası

(URL-2)



Resim 9. Thomas Chippendale Oturma Elemanı

(URL-2)



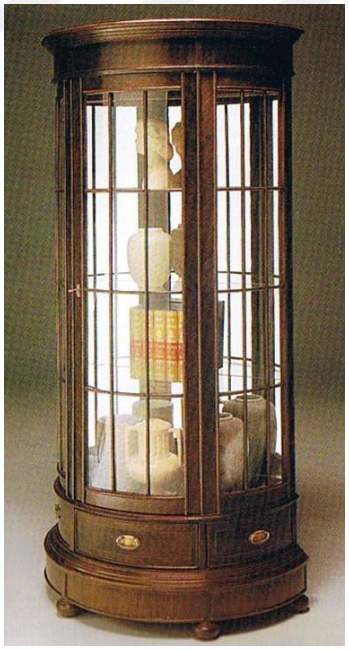
Resim 10.Hepplewhite Mobilyası Yazı Masası

(URL-2)



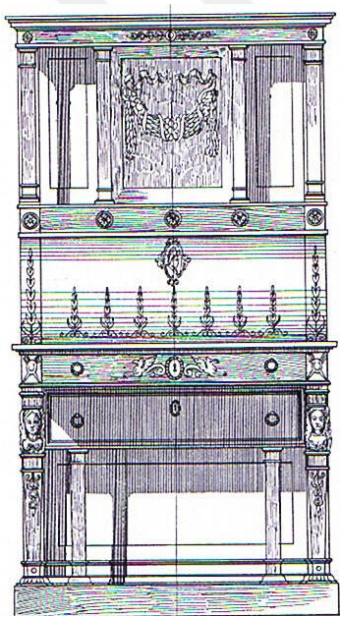
Resim 11. Sheraton Mobilyası Büfe

(URL-2)



Resim 12.Robert Adam Kitap Dolabı

(URL-2)



Resim 13. Empire Yazı Masası

(URL-2)



Resim 14. Louis Philippe Stili Oturma Elemanı

(URL-2)

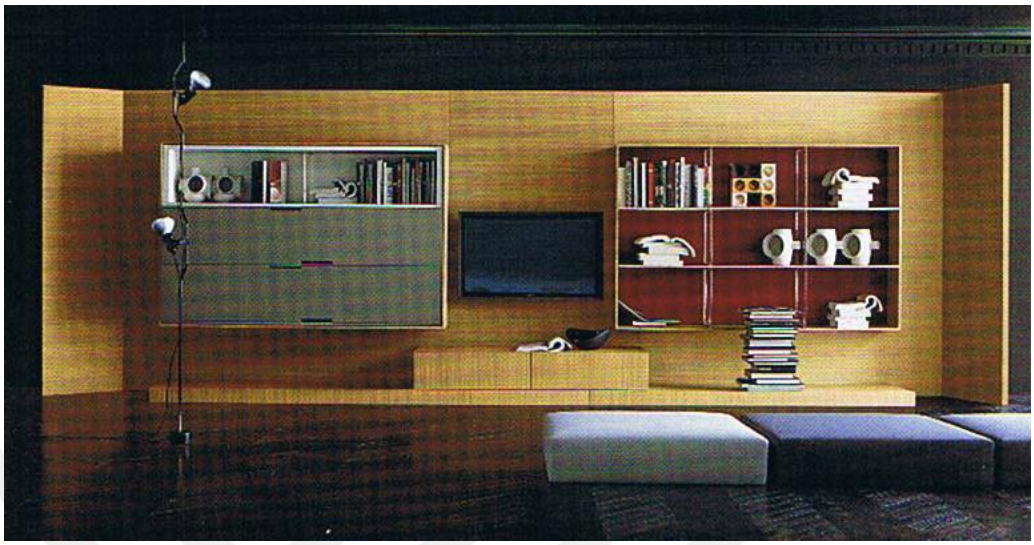
1.1.6. Yakın çağ mobilya sanatı, yenileşme dönemi

Yakın çağ mobilya sanatında, 1789 Fransız devriminden itibaren mobilya alanında yeni bir üslup yaratmaktan ziyade var olan eski üslupların yenileştirilmesine ve konstrüksiyon tekniklerine ağırlık verilmiştir. Bu yüzden XIX. yüzyıl mobilya çalışmaları modern tarza geçiş ya da yenileşme dönemi olarak bilinmektedir. (URL-1)

1.1.7. Çağımız mobilya sanatı- modern dönem (1900…)

Yüzyılın başlangıcında kullanım amacına ve materyale uygun, basit mobilya imal etme akımı başlamıştır.

Bu akım Almanya'da "Jugendstil", Fransa'da "L'art Nouveau", İngiltere'de ise "Modern stil" adını almıştır. Modern mobilyada kullanışlılık ve rahatlık ön plandadır. Diğer stillerde olduğu gibi modern dönemde de ülkelere özgü farklı stiller oluşmuştur. (URL-1)



Resim 15.Modern Mobilya Çok Amaçlı Salon Duvarı

(URL-2)

1.2.Türklerde Mobilya Kavramı

Türkler uzun yıllar göçebe hayat sürmüşler ve çadırlarda yaşamışlardır. Çadırda kullandıkları eşyalar hafif ve kolay taşınabilir olmuştur. Çadırın içinde minderler serili olur onun üstüne otururlardı. Fakat İslamiyet'i kabul ettikten sonra Anadolu topraklarına yerleşmişler ve böylece yerleşik hayata geçiş başlamıştır. Çiftçilikle uğraştıklarından dolayı oturma elemanları da yere yakın tercih ederlerdi. O dönemde mobilya görevini sedir, sandık ve dolaplar karşılamaktaydı. (URL-3)

Tablo 1.Günlük Yaşamda Eşya Ve Mobilya Kullanım Alışkanlığında Görülen Değişimin Konut Planlamasına Etkileri (Demirarslan, s.219)

Geleneksel Konutta Mobilya ve Eşya	**Batılılaşma Sürecinde Konutta Mobilya ve Eşya**	**Mobilya ve Eşya Kullanımındaki Değişimin Konut Üzerindeki Etkileri**
Sedir, minder, divan	Koltuk, İskemle	Başodadan salona dönüşüm.
Yer yatağı	Karyola	Başodadan yatak odasına dönüşüm.
Yüklük	Gardırop, komodin, şifoniyer	Yatak odaları için özel mobilyaların üretilmesi ve konut iç mekânın bu mobilyalar doğrultusunda planlanması.
Yer sofrası, minder	Yemek masası, yemek iskemlesi, büfe	Başodadan yemek odasına dönüşüm.
Duvar nişleri	Depolama üniteleri	Modüler mobilya üretiminin gelişimi ve konut iç mekânlarının modüler mobilya ölçülerine göre planlanması.
Gusülhane	Banyo	Gusülhaneden banyo mekânlarına dönüşüm.
Alaturka helâ taşı	Klozet	Helâdan Batı tarzı tuvalet mekânlarına dönüşüm.

Mobilya kültüründe batılılaşma süreci, 19. Yy. da Osmanlı imparatorluğu ile Avrupa kültürünün etkileşmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Dönemin 2. yarısında saraylarda ve toplumun elit tabakalarında batı tarzı mobilyalar kullanılmaya başlanmıştır. Yaşamımıza saray mimarisi girdikten sonra, hükümdarlık konutlarında modern anlayışa uygun tarzda yerden yüksek oturma mobilyaları hâkim olmaya başlamıştır. Sedirlerin yerini koltuk, kanepe ve sandalyeler, yer sofralarının yerini yemek masaları almıştır. Osmanlı mobilyalarının en büyük özellikleri yaldızlı, ihtişamlı, büyük ve ağır mobilyalar olmasıdır. (Demirarslan, 2016, s. 389)



Resim 16.Topkapı Sarayı'nda Padişah III. Ahmed'e Ait İskemle

(Demirarslan, 2016, s.378)

Osmanlı devleti 623 yıl yaşamış, soylu ve kadim bir devlettir. Dolayısıyla bu büyük devletin mobilya kültürünün de çok geniş olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Osmanlı mobilyalarında 3 ana unsur göze çarpmaktadır:

1. Pratik ve fonksiyonellik
2. Kaliteli ahşap kullanımı
3. Sadelikle ihtişamın büyük uyumu (URL-4)

Osmanlı'da mobilyaların üretimi genellikle geleneksel olarak kullanılan, sabit ve az sayıdaki hareketli mobilyaların üretildiği "kaplamacı", çatmacı", " kutucu", "kürsücü" gibi adlandırılan küçük atölyelerde gerçekleşmekteydi. 19. Yüzyılda Osmanlı'da Batı tarzı mobilya üretimi yapan marangozlara Fransızca ébéniste (abanoz) 'den türeyen "ebenist", Almanca Tauschiren'den (altın ve gümüş kakmacı) türeyen "Tavşan" adı verilmekteydi. 19. Yüzyıldan itibaren Batı tarzı mobilyaların üretimini sağlamak için donanımlı atölyeler kuruldu ve bu büyük atölyeler eğitim ile

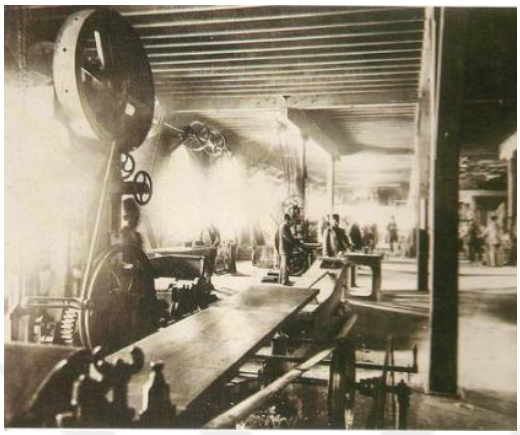
desteklenerek fabrikalaşmaktaydı. (Demirarslan, 2016, s.378) Bu atölyelerden en önemlisi Tamirhane-i Hümayun'dur.

Sultan Abdulhamid'in Tamirhane-I Hümayun'u kurmasıyla birlikte buradaki ustalar ahşap mobilya işlemeye başlamışlardır. Bu atölye yabancı akademisyenler için de çalışma yeri olmuştur.

Tahsin Paşa'nın anlatımına göre Sultan Abdülhamit, son sistem marangoz alet ve edevatı Avrupa'dan getirterek birçok usta ve çırakla Tamirhâne-i Hümâyun'da çalışmıştır. Adının tamirhane olması kimseyi yanıltmasın. Burası sadece bir marangozhane ya da sıradan bir tamirhane değildir. Bir sanat akademisi gibi çalışılan, yabancı sanatçıların bile sanat öğrenmeye geldiği ve II. Abdülhamit'in de o akademinin başöğretmeni olduğunu söylemek yanlış olmaz. Birçok şifreli mobilya, maroken kaplı yemek sandalyeleri, altın yaldızlı beyaz lake vitrinli büfe, fildişi ve sedef kakmalı mücevher dolabı bu akademiden çıkmıştır. (URL-5)

Herhangi bir tamirat veya bir eşyanın imalatı söz konusu olduğunda padişah emriyle resmi bir evrak hazırlanır, Tamirhane-i Hümayun'a bildirilir ve atölyenin başındaki nazıra iletilirdi. Daha sonra iş nazır tarafından ustabaşına sevk edilirdi. Ustabaşı işin maliyeti, hangi işlemlerden geçeceği, ne kadar sürede imal edileceği, kaç işçinin çalışacağı gibi konularda gerekli işlemleri yapardı. Atölyede yapılan her türlü imalat işlemleri tamamlandıktan sonra, üretilen eşyalar fen heyeti tarafından kontrol edilerek ikinci keşif yapılırdı. Ve ardından muayeneden sonra yerine teslim edilirdi. Bu döngü haricinde Tamirhane-i Hümayun'da hiçbir imalat ve işlem yapılmamaktaydı. Bu imalat sürecinin işlemesi de Tamirhane-i Hümayun'un büyük bir atölyeden ziyade bir fabrika gibi çalıştığını göstermektedir. (Terzi, 2000)

II. Abdülhamit döneminde Osmanlı Devleti'nin ana sarayı olarak kullanılan Yıldız Sarayı'nda, başta padişaha ait daireler olmak üzere harem bölümünde, şehzadelerin dairelerinde ,sarayın çeşitli yerlerinde ve diğer saraylarla, saraya bağlı dairelerde bulunan dolaplardan sofra takımlarına kadar çeşitli eşyaların tamir ve üretimi bu atölyede sağlanmaktaydı. (Terzi, 2000)



Resim 17.Tamirhane-İ Hümayun

(URL-6)



Resim 18. Chicago Dünya Fuarı Türk Pavyonu'nda Sergilenen Yerli Üretim Mobilyalar

(Demirarslan, 2016, s.380)



Resim 20. Osmanlı'da Kahvehanelerde Kullanılan İskemleler

(URL-7)



Resim 19. İstanbul Kahvehanelerinde İskemle

(URL-7)



Resim 21.İskemleciler Ve Sandıkçılar, Surnâme-İ Hümâyûn, 1582 (TSM H.1344, Y. 294a Ve Y. 370a'dan Detay Görünümleri, Arıburun, 2012)

O dönemde hareketli mobilya üretiminin varlığının ispatı; Surnâme-i Hümayun'da[1] ki iskemleciler ve sandıkçıları gösteren minyatürdür. (Arıburun, 2012)

II. Abdülhamit döneminde üretilen her mobilyada sultan kendi tuğrasını kullanmıştır. Tamirhane-i Hümayun'da bütün mobilyalar çok özenli olarak yapılmıştır. (URL-5)

[1] **"***Surname-i Hümayun (III. Murad Surnamesi) , 1582'de Padişah III. Murad'ın oğlu Şehzade Mehmet'in sünnet düğünü nedeniyle düzenlenmiş 52 gün süren şenlikleri anlatan Türkçe eserdir."* (URL-8)

1.3.Mobilyanın Sınıflandırılması

Mobilya, yaşamımızın her alanında olan ve zamanla refah düzeyinin bir göstergesi olarak da kabul edilmeye başlanan donatılardır. Bu bağlamda gelir düzeyi ve yaşam koşullarındaki artış, mobilya sektörünün gelişiminde en belirleyici unsurlar hâline gelmiştir. Tüm bunlar göz önüne alındığında; mobilyaların sınıflandırılmasında, kullanıcı yapısı ve kullanım alanları büyük önem taşımaktadır. Örneğin, yüksek gelir seviyesine sahip bireyler günlük yaşam alanlarını daha konforlu hâle dönüştürmek için kişisel zevkleri doğrultusunda mobilya seçerler ve böylece mekânda kullanışlı alanlar oluşturmaya çalışmaktadırlar. Fakat bunun yanı sıra orta gelir seviyesine sahip bireyler ise daha uzun süre kullanılabilecek ve aynı anda birkaç farklı işlevi yerine getirebilecek kapasitede ve dayanımı yüksek mobilyaları seçmektedirler. (Sakarya ve Doğan, 2016 s.4)

Mobilyaların çeşitlerini 3 ana başlık altında toplayabiliriz:

- Kullanıldıkları yere göre;
  - İç Mekân Mobilyaları
  - Dış Mekân Mobilyaları
- Yer Düzlemindeki Şekline Göre;
  - Hareketli Mobilyalar
  - Sabit Mobilyalar
- Üretimi için kullanılan yapım malzemesinin türüne göre;
  - Ahşap Mobilyalar
  - Metal Mobilyalar
  - Plastik Mobilyalar
  - Mermer (veya Taş) Mobilyalar
  - Cam Mobilyalar
  - Kompozit Mobilyalar [2] (Usta, İ., ve Güray, G., International Furniture Congress)

[2] *"Kompozit Mobilyalar: Birden çok malzemenin bütünleşik şekilde bulunduğu mobilyalar"*

Mobilyaların kullanımlarına göre de sınıflandırılması mümkündür;

- Bireysel kullanıma yönelik mobilyalar: Bunlar konut içinde insanların kullandıkları kişisel mobilyalardır.
- Toplu kullanıma yönelik mobilyalar: Tüm toplumun kullanımına yönelik mobilyalardır. Kendi içinde ikiye ayrılırlar:
  - Kentsel Mobilyalar: İç mekân mobilyaları (Bürolarda ve işyerlerinde kullanılan mobilyalardır), dış mekân mobilyaları (Dış mekânlarda topluma hizmet veren yerlerde bulunan mobilyalardır).
  - Endüstriyel Mobilyalar: Endüstriyel mallar üreten yerlerde bu amaçla kullanılan mobilyalardır.

Ayrıca, mobilyalar yapılarına, görevlerine, amacına, malzemesine, tarzlarına ve üst yüzey işlemlerine göre şu şekilde sınıflandırılabilirler:

- Mobilya üniteleri üst üste, yan yana, uyumlu ve bağımlı olarak geçişi sağlayarak biçimleniyorsa modüler mobilya,
- Biçimlendiği coğrafi bölge tarzına göre İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilya,
- Laminasyon[3] tekniğine göre yapılmışsa lamina mobilya,
- Birçok amaca hizmet verecek şekilde yapılmışsa fonksiyonel mobilya,
- Endüstri döneminden önce veya sonra üretilmişse klasik ya da modern mobilya,
- Montaj durumuna göre monteli ya da demonte mobilya,
- Mekânlara göre biçimlendirilmişse mutfak, yatak odası, salon, ofis mobilyaları, vb. (Sakarya ve Doğan, 2014, s.5)

[3] *"Laminasyon, farklı yüzeylerin ve katmanların, ısı, basınç ve yapıştırıcılar ile bir araya getirilerek tek bir katman hâline getirilmesi işlemidir. Malzemelerin dayanıklılığını artırmak, izolasyonunu sağlamak ve estetik bir görürüm katmak için mobilya sektöründe yoğun olarak kullanılır."* (URL-9)

1.3.1. Mobilya Tarzları

Mobilyalar ihtiyaç ve zevklere göre değişiklik göstererek geçmişten günümüze kadar gelmiş ve böylece belli tarzlarda mobilyalar ortaya çıkmıştır. Bu mobilya tarzları farklı yaşam alanlarında yerini almıştır. Mobilya tarzlarını genel olarak şöyle sıralayabiliriz; modern, klasik, rustik, retro, country, vintage ve avangarde mobilyalar.

- Modern Mobilya: Günümüzde en çok tercih edilen mobilya tarzıdır. Hem çeşit ve ergonomi açısından zengin, hem de her mekâna ve tasarıma uyarlanabilen, üretimi ve montajı diğerlerine göre daha kolay olan ve uygun fiyatlı bulunabilen mobilya tarzıdır. (URL-10)



Resim 22. Modern Oturma Odası Takımı

(URL-11)

- Klasik Mobilya: Mobilya tarzları içerisinde en eski olanıdır. Genellikle el işçiliği fazladır ve ağaç kullanılır. Klasik mobilyalar aynı zamanda mobilya anlayışının temelini oluşturur. Eskiden ağaç oymacılığı sadece el ile yapılabildiğinden bu mobilyalar sadece burjuva sınıfı tarafından kullanılabiliyordu. Fakat artık ağaç oyma ve işleme teknolojileri ile yaygınlaşan bu tarz her yerde görülebilmektedir. (URL-10)



Resim 23. Klasik Salon Takımı

(URL-12)

- Rustik Mobilya: Rustik kelimesi terim olarak ahşap ve ahşapla ilgili bir mobilya yaklaşımıyla özdeşleşmiştir. Rustik anlayışa göre köy ve köy yaşamından esinlenilerek üretilen her türlü mobilyaya Rustik mobilya denir. Rustik Mobilya tarzında amaç doğallık, sadelik ve ahşabın iç içe kullanılmasıdır. (URL-13)



Resim 24.Rustik Oturma Odası Takımı
(URL-14)

- Retro Mobilya: Yansıttıkları dönemi özetler ve genelde bulundukları odada dikkat çeken bir odak noktası yaratırlar. Geniş ve çok renkli minderleri olan kanepeleri ile öne çıkarlar. Oturma minderleri canlı renkte, bar tabureleri parlak krom ve iğne ayaklı puflar vardır ve bu dekorasyonun önemli öğelerindendir. (URL-15)



Resim 25.Retro Salon Takımı

(URL-16)

- Country Mobilya: Gösterişten uzak, samimi, sıcak, mütevazı ve şıktır. Geçmişten günümüze köprü görevi görmektedir. Huzur veren, natürel ve pastel tonlar kullanılır. Kumaşlarda kahverengi, krem, bej rengi ağırlıktadır. Chanel, kadife ve keten kumaşlar daha çok tercih edilmektedir. Ekose ve çiçek desenleri kullanılır. Ağacın doğallığını bozmayan ceviz ve akçaağaç tonları cila renklerinde tercih edilir. Ağırlıkta ömrünü tamamlamış ladin ve köknar ağacı hammadde olarak kullanılır. (URL-17)



Resim 26.Country Salon Takımı

(URL-18)

- Vintage Mobilya: 20 ila 90 yıllık bir geçmişe sahip mobilya tarzıdır. Antika mobilya ile farkı; bir mobilya eğer yüzyıldan daha az bir geçmişe sahipse vintage, yüzyıl ve üzeri geçmişe sahipse de antika olarak adlandırılır. Vintage mobilyaların en önemli özellikleri mobilya akımlarını yansıtan tasarımlardan oluşmalarıdır. 1920-1940'lara kadar etkili olan Art Deco stili, 1930 ve 1940'lı yıllarda etkili olan yalın çizgilere ya da komplike İskandinav tarzına sahip mobilyalar günümüzde vintage olarak değerlendirilmektedir. Geçmişte kullanılan oymalı dolaplar, müzik kutuları, uzun tabureler, koltuklar, eski sehpalar, gramofonlar, gibi döneminin aksesuarları günümüzde vintage eşyalar için güzel örneklerdir. (URL-19)



Resim 27.Vintage Oturma Odası Takımı

(URL-20)

- Avangarde Mobilya: Minimalist çizgilerle Modern anlayışın birleştiği mobilya tarzıdır. Sanatsal ufak detaylarla, hafif ve abartısız oymaların olduğu klasik mobilyanın sadeleştirilmiş türüdür. Bununla birlikte bir objenin, ürünün herhangi bir yerinde temsil edildiği mobilya grubudur. (URL-21)



Resim 28.Avangarde Salon Takımı

(URL-22)

2. CUMHURİYET DÖNEMİ MEKÂNLARDA MOBİLYA

Türklerin geleneksel mekân anlayışıyla Batı kültüründeki mobilyalar birbiriyle çok zıt karakterde olan mobilyalardı. Fakat batılılaşma sürecine girildikten sonra önce saraylarda kullanılan mobilyalar, daha sonra İstanbul'un çevresindeki pek çok konutlarda da kullanılmaya başlandı. (Boyla, 1997, s. 1285-1286) Batı çizgilerini taşıyan bu mobilyaların bazıları ithal edilip, bazıları da gayrimüslim ustalar tarafından imal ediliyordu. (Uzunarslan, 2002, s.113)

Bu dönemde mobilya üreten atölyeler artmıştır. Mobilyalarda olduğu gibi iç mekânlar da batı tarzı benimsenerek dizayn ediliyordu. Bu dönemde sadece mobilya üretimi değil onun tasarımı da çok önemliydi. Dönemin bazı dergileri batı tarzındaki mobilyalarla evlerin nasıl döşeneceği hakkında bilgiler verirdi.

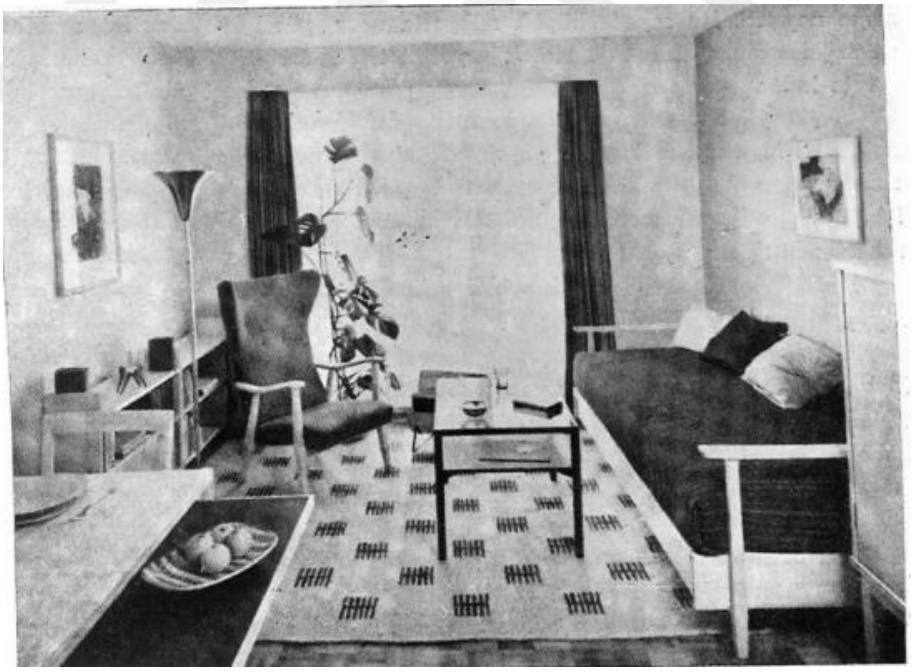
Ahmet Mithat'ın Jön Türk adlı romanında elit bir İstanbul konağını; *"....Sonraki sahipleri tamir ve süslemenin önemine hasret kaldıkları için konağın içi gerçekten pek bakımlı. Hatta geçmişteki yapısını süsleyen tepe camları ,sofa setleri, yüklükler, çiçeklikler, raflar, filanlar kaldırılarak binaya yeni binalara şekil ve biçim verilmeye çalışılmış. Her ne kadar bu çalışmada yanlışlık öyle şeyleri anlayanlara, bilenlere gizli olamaz ise de bu hanenin ev sahiplerinde o zevkler olmadığından hanelerini batılı tarzda yapmak istemişler de bu arzu ile o cânım eski hoş mimariyi yitirmişler. Bu yenileme gayreti ev eşyalarında dahi görülmüş. Eski divanlar, minderler kaldırılmış. Yerine köşeler, kanepeler, koltuklar, sandalyeler konulmuş. Yatak odaları karyolalar, gece servisleri filanlar ile doldurulmuş. Aynalı dolaplar, lavabolar dahi unutulmamış. Eski geleneklerden tamamen çıkarılıp batılı tarz benimsenmiş."* diyerek tanıtmaktaydı. (Mithat, 1995, s.11)

Çelik Gülersoy, dönemin mobilya kullanımında çeşitliliğinin olmasını ailelerin statüsüne bağlamakta ve dört grupta değerlendirmektedir. (Gülersoy, 2000)

- Birinci grup 'saray atıkları' olarak tanımladığı; saraya yakın çevreden 'paşazade' olarak adlandırılan, konak sahiplerinin mekânlarında ailelerinden kalan mobilyalardır.

- İkinci grup maddi imkâna sahip, ama aileden kalan mobilyaları olmayan, yüksek mühendis, memur, gibi meslekteki kişilerin evlerinde kullandıkları; dönemin çizgilerini yansıtan mobilyalardır.
- Üçüncü grup maddi imkânı olmayan kişilerin evlerinde bulunan ‘karışık’ olarak nitelendirilen düzende, sabit elemanlarla bir arada kullanılanlardır.
- Dördüncü grup yoksullar ve alaturkalığı devam ettiren ailelerin evlerinde geleneksel sabit düzen sürmekte ve mobilya kullanılmamaktadır.

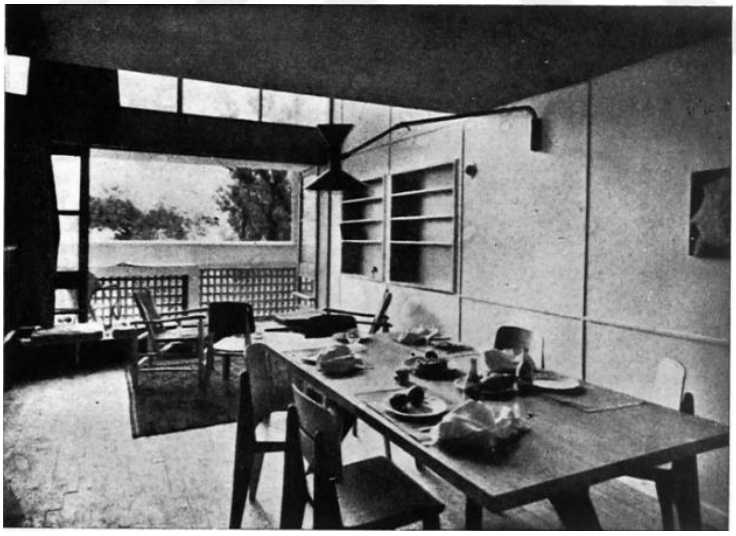
Bu süreç 1940’ların başına kadar çok fazla değişmemiş ve mobilya kullanım alışkanlıkları bu yönde devam etmiştir. Ayrıca tanımlanan gruplar, biçimsel özelliklerin belirginleşmesinde de etkili olmuştur. (Uzunarslan, 2002, s.112)



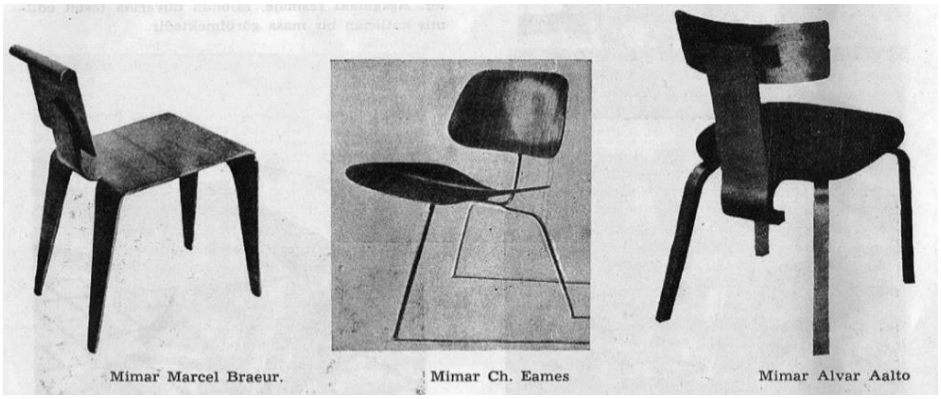
Resim 29. İsviçre'de Seri Olarak Üretilmiş Oturma Odası 1950 (Sayar, S.63)



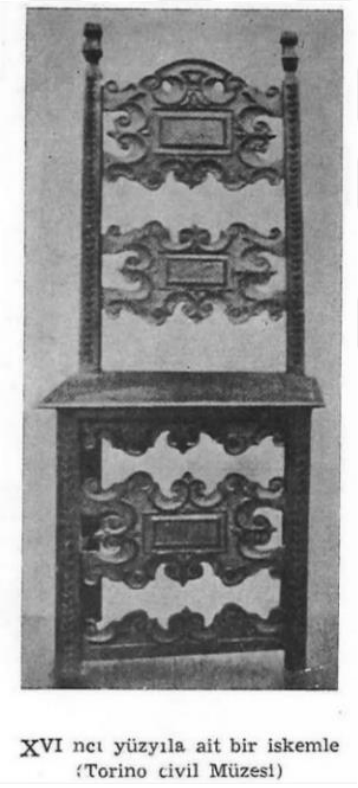
Resim 30. Modada Bir Villanın Salonu(Arkitekt, 9, 1936, S.247)



Resim 31. Marsilya'da, Le Corbusies Tarafından Yapılan Büyük Blok Apartmanların İç Tefrişatı. Bu Mobilyaların Kompozisyonları Mimar Tarafından Yapılmıştır. (Arkitekt,03-04, 1950 S.63)



Resim 32. 1930'lardaki Sandalyeler (Arkitekt, 07-08, 1948, S.173)



Resim 33. 16. Yy.a Ait İskemle(Akitekt, 03-04, 1950, S.61)

Cumhuriyetin ilk yirmi yılında çok farklı tarzda mobilyalar bir arada kullanılmıştır. Bu dönemde mobilyalar İstanbul eksenli bir gelişim izlemiştir. Osmanlı'da batılı tarzda yaşayan ailelerin evlerinde kullanılan saray stili mobilyalar, o dönemde üst sınıfa ait düzenin parçası olan bu tarz mobilyalar, Cumhuriyet ile birlikte orta sınıfın evlerinde de kullanılmıştır.

Bu mobilyalar Avrupa'da da 19.yüzyılın ikinci yarısından daha fazla etkisini gösteren, eski Avrupa saray stillerinin bir arada kullanıldığı eklektik tarzda[4] mobilyalardır. (Uzunarslan, 2002, s.120)



Resim 34.Salah Cimcoz'un Modadaki Köşkü (Uzunarslan, 2002, S.120)

Cumhuriyet öncesi yapıları, mimariyi ve iç dekorasyonu etkileyen tarz Avrupa'da etkili olan Art Nouveau tarz olmuştur. Bu tarzın sâde ve küt çizgileri, mekânlarda kullanılan mobilyalarda etkisini göstermiştir. Cumhuriyet sonrasında da Art Nouveau tarzı etkisini göstermiştir. (Uzunarslan, 2002, s.122)

[4] *"Eklektik tarz bir ara bulucu gibidir. Yeniyle eskiyi, lüksle mütevazıyı, gösterişli ile sâde olanı bir araya getirir."* (URL-23)



Resim 35.Kalamış'taki Villanın Salon Ve Yemek Odası
(Arkitekt, (5-6),1937, S.132.)



Resim 36.Le Corbusier, Şezlong, 1928-30
(URL-24)

1920 ve 30'larda görülen, Art Nouveau akımından sonraki bir diğer akım ise Art Deco akımı olmuştur.

Art Deco, Almanya ve Avusturya'da geleneksel el sanatları atölyelerinde 20. yüzyılın başlarında üretilen mobilyalara dayanan bir akımdır. Özellikle Eilen Gray, Jacques Emile Ruhlmann ve Andre Gnoult gibi tasarımcıların, 1930'lara kadar öncülük ederek üretilen bu mobilyalarda kaplan ve leopar postları, sedef, , abanoz, fildişi altın, gümüş, ile parlak renkli ipekli kumaşlar çok sık kullanılmıştır. (İrez, 2001, s.85)

Bu akımda form olarak üçgen, altıgen, sekizgen ve oval formlar yoğun olarak kullanılmıştır. Geometrik formda ise sâde ve yalın tasarımlar mevcuttur.

1908'de Avusturyalı mimar aynı zamanda teorisyen olan Adolf Loos'un yazdığı 'Bezeme ve Suç' adlı kitapta, iyi tasarlanmış hiçbir bina ya da nesnenin süslenmesine gerek olmadığını savunmuştur. Ayrıca çağımızın gerçek sanatçılarının faydacılığa önem vermesi gerektiğini savunur. Tasarımlarında oranların mükemmeliyetine ve kaliteli malzeme kullanan Loos'a göre amaç, süslemenin değil formlardaki güzelliği yakalamanın önemli olmasıdır. (Yaylalı, 2000, s.79)



Resim 38. Mackintosh, Tepe Evi Sandalyeleri, 1897

(URL-24)



Resim 37. Jacques-Emile Ruhlmann, Masa, 1925

(URL-24)



Resim 39. Gerrit Rietveld, Kırmızı Ve Mavi, 1918

(URL-24)



Resim 40. Piet Zwart, Çocuk Sandalyesi, 1935

(URL-24)



Resim 41.Gerrit Rietveld, Kırmızı Ve Mavi Masa, 1923

(URL-24)

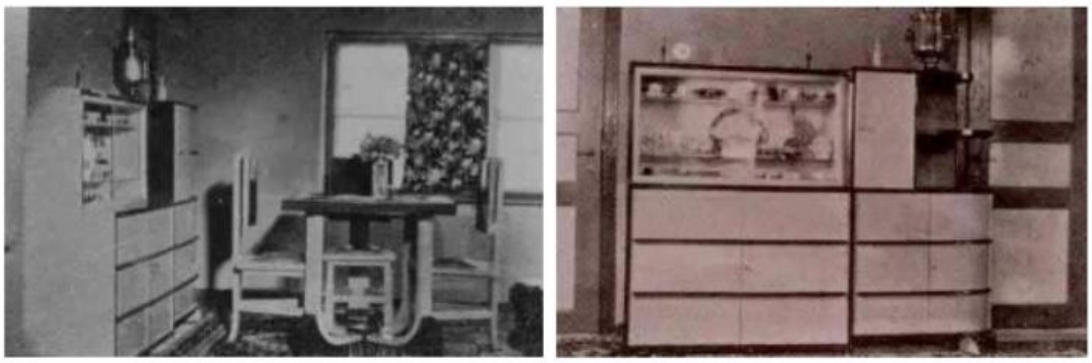
2.1. 1930'larda Mobilya

Batılı tarzda belirginleşen 1930'lardaki modern mobilyalar, farklı anlayışta gelişme göstermeye başlamıştır. Almanya'daki Bauhaus okulu, modern mimarlıkta büyük rol oynamıştır ve etkisini mobilyalarda göstermiştir. Bu okulda tasarımcılar ve mimarlar sade ve fonksiyon ağırlıklı mobilyalara ağırlık verirlerdi. Fakat bu tarz mobilyalar müşteriler için fazla cazip gelmemiş ve soğuk tarzda görülüp mekânlarda pek fazla kullanılmamıştır. (Uzunarslan, 2002, s.123)



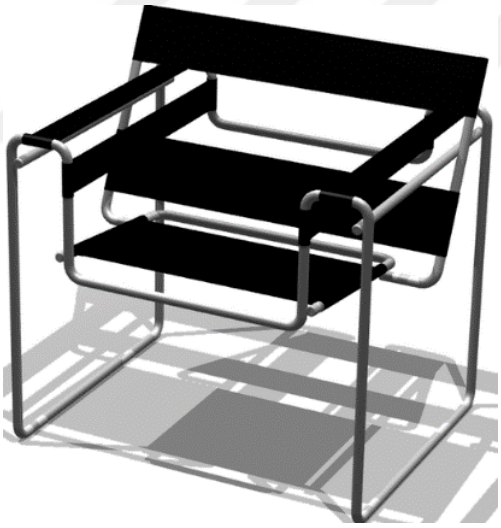
Resim 42.İstanbul Burgazada, Sait F. Abasıyanık Evi, 'Art Nouveau' Komod. (Uzunarslan, 2002, S.123)

Modern mimarlık anlayışının sorgulandığı 1930'lar, çağdaş bir yaklaşımla tekrar tanımlandığı bir dönemdir. Bu dönemde mimarın görevi, "Mimar" ve "tasarım" kavramlarının kapsamının genişletilerek tamamen tasarım anlayışı doğrultusunda, yeniden tanımlanır. Mimarın karar vermesi gereken; vaziyet planından mobilyaya, tasarımın her noktasına kadar olan maddeler dergilerde çıkmaya başlar. Bu yaklaşım Türkiye'de de benimsenmektedir. İç mekân tasarımı yapan mimarlar, mobilya da tasarlamaya başlarlar. (Endüstriyel Tasarım Sanal Müzesi, A.g.y)



Resim 43.Adana'daki Evin Yemek Bölümü. Mimar A.Ziya (Arkitekt, 2,1933, S.41-44)

1930'larda eğrisel formda tasarlanmış, kontrplak ve ahşap gibi malzemelerle yapılmış olan tasarımlar dikkat çekmektedir. (URL-24)



Resim 44. Marcel Breuer, Wassily Chair, 1925-26

(URL-24)



Resim 45.Alvar Aalto, 406 Nolu Sandalye, 1935-39

(URL-24)



Resim 47. 1930'larda Ankara Üni. Hukuk Fakültesi İçin Tasarlanmış Çalışma Masası Tasarımcı Bilinmiyor

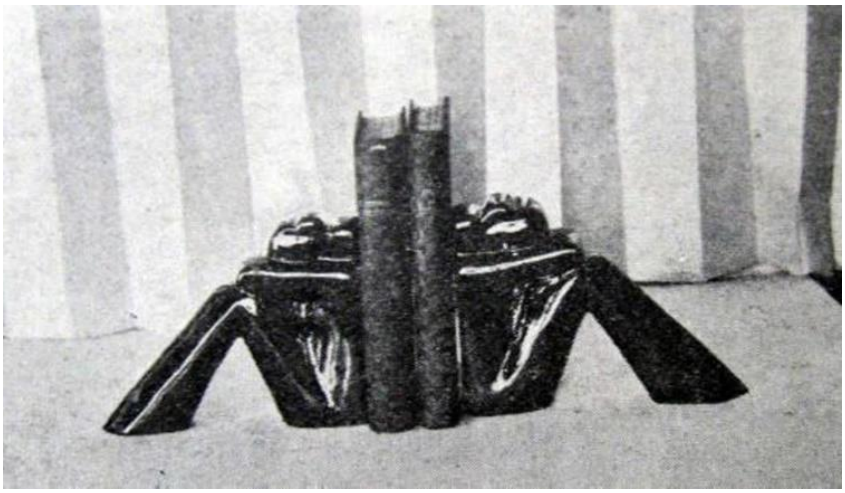
(URL-25)



Resim 46. Ankara Üni. Hukuk Fakültesi Kütüphanesi İçin Tasarlanmış Dolap Tasarımcı Bilinmiyor.

(URL-25)

1931'de Yıldız Sarayı'nda gerçekleşen, mimarları eşya tasarımına yönelten, Üçüncü Balkan Konferansı'nda düzenlenmiş olan mobilya tasarımı yarışması önemli bir örnek olmaktadır. Yıldız merasim dairesinin ve konferans binasının mobilyalarının tasarlanması Yıldız Sarayı Tefriş Projesi olarak duyurulan yarışmada istenir. Yarışmaya katılan altı mimardan Ömer Nazimi Yaver (Yenal) birinci olmuş ve projesi uygulanmıştır. (Endüstriyel Tasarım Sanal Müzesi, A.g.y)



Resim 48.Mimar Ömer Nazimi Yaver'in Çalışması

(URL-26)

2.2.Kare Metal Mobilya Tarihi

Türkiye' de modern mobilya tasarımı İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi'nde eğitim almış idealist tasarımcıların öncülüğünde 1950-1970'li yıllara dayandırılır. Bu dönemde Bauhaus'un el işçiliği fazla olan üretim biçimi benimsenerek yerel malzemelerle tasarım yapılırdı. 1950'lilerin başında İstanbul'da modern mobilya satışı azdı. Dolayısıyla Akademi'de o dönemin önemli sanatçılarından olan Sadi Öziş, İlhan Koman ve Şadi Çalık'ın maddi sıkıntılar sebebiyle, yerel ve hazır malzemelerle üretmeye başladıkları mobilyaları ürettikleri atölye, Kare Metal ismiyle döneme damgasını vurmuştur. Burada üretilen mobilyalar avangarde tarzda mobilyalardı.

1955'te Sadi Öziş ve İlhan Koman, Akademi bünyesinde kendi metal heykel atölyelerini kurdular. Soyut heykele duyulan ilgisizlikten ve geçim sıkıntısından dolayı mobilya tasarımına başladılar. Sanatçılar kendi tasarımlarını ve sanatçı kişiliklerini bu atölyede ürettikleri mobilyalarla gösterdiler ve büyük ilgi gördüler. Bu sayede Türkiye tarihinde kilometre taşı olan ilk metal mobilya üretimine adım attılar. (URL-27)



Resim 49.Metal Sac Bükülüp Kesilerek Üretilen Bir Sandalye Ve Kılıfı. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Tasarımı,1954.

(URL-27)



Resim 50.1950'lerde Dünyada Yaygın Olan Mobilya Tasarım Çizgilerinin Kare Metal Yorumu Sandalye. Sadi Öziş Tasarımı

(URL-27)

O dönemde malzemelerin yetersiz oluşundan dolayı grup, hazır malzeme ve farklı amaçlarla kullanılan malzemeleri mobilyada kullanmaya başladılar. Su boruları, delikli sac levhalar, pirinç elekleri mobilyaların ana malzemelerini oluşturuyordu. (URL-27)



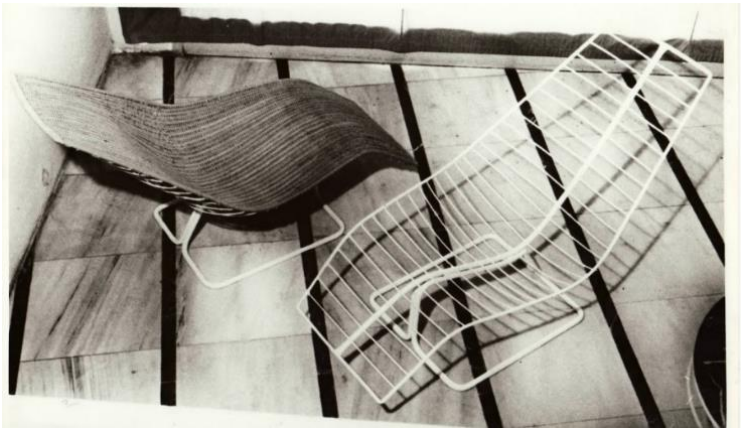
Resim 51.İnsan Vücudunun Formunu Yansıtan Sandalye. Döneminde Knoll International'ın İlgisini Çekmiştir. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Ve İlhan Koman Tasarımı, 1957

(URL-27)



Resim 52.1950'lerde Dünyada Yaygın Olan Mobilya Tasarım Çizgilerinin Kare Metal Yorumu, Döşemeli Sandalye. Sadi Öziş Ve İlhan Koman Tasarımı, 1958

(URL-27)



Resim 53.İlhan Koman'ın Kare Metal İçin Ürettiği, Modernist Duyarlıkla El Yapımını Buluşturan Erken Denemelerden Biri Olan Metal Şezlonglar. Kare Metal Dönemi, İlhan Koman Tasarımı, 1957

(URL-27)

Kare metal 1958'e kadar aktif olarak mobilya üretmiştir. Hazır malzeme kullanımı ve teknolojinin gelişmesiyle Kare Metal grubu yeni ilhamlar alıp buna uygun tasarımlar yapmaya başlamışlardır. O dönemde imkânların kısıtlı olması nedeniyle su borusu ve inşaat demirleri mobilya üretimine en uygun malzemeler olmaktaydı. (URL-27)



Resim 54.Orijinal Olarak 15 Milimetrelik Su Borusundan İmal Edilmiş Bir İskelet Üzerine, Delikli Sac Kaplanarak Oluşturulmuş, Kare Metal'in Soyut Geometrisini Gösteren Sandalye. Şadi Çalık Tasarımı, 1950'ler Ortası.

. (URL-27)



Resim 55.. Balık Ağlarının Su Boruları Ve Demir Çubukların Çevresine Sarılmasıyla Üretilen, Farklı Döşemelerle Uygulanan İskemle. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Tasarımı, 1950'ler Sonu.

(URL-27)



Resim 56.Balık Ağlarının Su Boruları Ve Demir Çubukların Çevresine Sarılmasıyla Üretilen, Farklı Döşemelerle Uygulanan İskemle. Kare Metal Dönemi, Sadi Öziş Tasarımı, 1950'ler Sonu.

(URL-27)

Koç ve Süren gibi önemli ailelerden sipariş alarak 1956-58 yıllarında varlığını sürdüren Kare Metal grubu, 1958'de İlhan Koman'ın yeniden heykele dönmesiyle grup dağılmıştır. Daha sonra Şadi Çalık da heykele tekrar dönmüş ve Sadi Öziş atölyede yalnız kalmıştır. Sadi Öziş de 1962'de Gevher Bozkurt'la ortak olup Galeri T'de dekorasyon çalışmalarını sürdürmüştür. 1966'da Kare Metal ve Galeri T firmasını kapatarak Paris'e gitmiş ve mobilya çalışmalarını sonlandırmıştır. (URL-27)

2.3.Moderno Mobilya Tarihi

1953 yılında kurulan diğer bir firma ise Yüksek Mimar Fazıl Aysu ve İç Mimar Baki Aktar'ın İstanbul'da kurduğu Moderno firmasıdır. 1950'lilerde mobilya üretiminin ve tasarımının kısıtlı olduğu dönemlerde, firma tasarımlarıyla ön plana çıkmaktadır. Moderno firması, mobilya imalatı ve iç mekân tasarımıyla ilgili olan malzemelerin imal, ithal ve satışıyla ilgilenmiştir. 1948 yılında Fazıl Aysu'nun kardeşi Fahir Aysu'nun da katılımıyla ilk çalışmalara Cihangir'deki atölyede başlamışlardır. 1949'da firmaya Cumhuriyet Caddesi'ndeki showroom da dahil olmuştur. Bu atölye İlhan Koman, Sadi Öziş ve Sadi Çalık'a da malzeme ve çalışma yeri sağlamıştır. Moderno ile çalışan isimler arasında İç Mimar Erkan Yolaç ve İç Mimar Nuri Gündoğan gibi isimler vardır. 1950'lerde pek çok usta Moderno bünyesinde yetişmiştir. Fazıl Aysu son yıllarda firmanın kadrosunu 84 kişiye çıkarmıştır. (URL-28)

Ayazpaşa'daki Philips Merkez Binası'nın mobilyaları, Sakıp Sabancı'nın babası Ömer Ağa'nın evi, Cumhurbaşkanlığı yatı Umur'un mobilyaları, Ankara'da İş Bankası'nın tören salonları, Tünel'deki Transtürk şirketinin binası ve mobilyaları, firmanın çalışmaları arasında bulunmaktadır. (URL-28)



Resim 57.Moderno Oturma Odası Tk. 2

(URL-28)



Resim 58.Moderno Oturma Odası Tk. 1

(URL-28)



Resim 59.Moderno Yemek Odası Tk.

(URL-28)



Resim 60.Moderno Yatak Odası Tk. 1

(URL-28)



Resim 61.Moderno Yatak Odası Tk. 2

(URL-28)



Resim 62.Moderno Gardrop

(URL-28)

3. MOBİLYANIN YAŞAMIMIZDAKİ YERİ

Mobilyalar hayatımızın olmazsa olmaz parçalarındandır. Bizlere kolaylık sağlar, mekânları yaşanacak hâle getirirler. Aynı zamanda kullanıldıkları mekâna güzellik katan, sıcaklık veren eşyalardır. Bunun yanında eğer mekânla uyumu estetik açıdan güzelse insanların mutluluk kaynağı bile olmaktadırlar. (Erdem, 2007, s.4)

Yaşam boyunca geçirdiğimiz vakitler farklı mekânlarda olmaktadır. Her mekânın kendine özgü kullanım amacı vardır. Mekânlardaki renk, doku, ısı, ışık, ses gibi unsurlar ne kadar önemliyse kullanılan mobilyalar da o kadar önemli olmaktadır. Kullanım amacına uygun olup insanları rahat ettirmelidirler. Örneğin bir oturma odasında dinlenme ve televizyon izleme gibi aktiviteler yapılıyorsa orada kullanılan mobilyalar da ergonomik ve rahat olmalıdır.

Ayrıca mobilyaların mekânla olan uyumu da çok önemli olmakla birlikte mekânda yaşanabilirliliği olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedirler. Evlerde her zaman farklı amaçlara yönelik ayrı odalar olmamaktadır. Örneğin bir oda hem mutfak hem de oturma odası olarak kullanılıyorsa seçilecek mobilyalar da o odaya uygun olmalıdır. Odayı ferah gösterecek ve abartısız mobilyalar seçmek daha doğru olacaktır. (Erdem, 2007, s.4)

Mekân içine mobilyalar yerleştirilmeden önce, o mekânın kullanım amacına yönelik bir kurgulama yapılmalı ve mobilyalar ona göre döşenmelidir. Mimar veya tasarımcı mekân tasarımında insanlara ne kadar fikir verseler de, çoğu insan kendini rahat ettirecek şekilde o mekânı düzenlemeyi tercih etmektedir. Dolayısıyla o mekânın yaşanabilirliği de kullanıcının kontrolünde olmaktadır. (Erdem, 2007, s.4)

Mekândaki mobilyaların seçimi ve yoğunluğu o mekânın kullanışlılığını etkileyen faktörler arasındadır. Mobilyalar seçilirken mekânın ferah olması da düşünülmelidir. Mobilyaların tarzı, rengi, dokusu bile ortamın ferah ya da bunaltıcı hâle gelmesini sağlayabilir. (Erdem, 2007, s.5)

İnsanların zevkleri ve tercihleri, eğitim ve kültür farklılıklarından dolayı değişim göstermektedir. Dolayısıyla mobilya tercihleri de farklı olmaktadır. Örneğin bir mimarın oturma odası ile bir tüccarın oturma odası kıyaslandığında aradaki farkı görmek mümkündür.

Bir mekânın çok pahalı, gösterişli, lüks algı yaratması için o mekânda kullanılan mobilyaların da gösterişli ve abartılı olmasına gerek yoktur. Bu tarz döşenmiş mekânlar gösterişli değil aksine çirkin bir görüntü sağlamaktadır. Mekânın güzel, ferah gözükmesi için mobilyaların da ona uygun seçilmiş ve mekânla iyi organize edilmiş olması gerekmektedir. (İTÜ Dergisi, 2003)

Mobilyalarla olan bağımız hiçbir zaman son bulmaz. Doğumdan ölüme kadar olan süreçte hayatımızın her alanında mobilyalar vardır. Bebekken renklerle başlayan mobilya serüveni büyüdükçe ve zevklerimiz değiştikçe farklı tarzlara bürünür. Her insan kendine yakın tarzda mobilyaları seçerek evini ona göre döşer ve hayatını bu şekilde sürdürür.

4. TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜ

Orman sanayinde yapılan yatırımlara paralel Türkiye'de mobilya sektörünün başlangıcı 19. yüzyıla kadar uzamaktadır. Küçük atölyelerde ustaların ellerinden çıkan mobilyaların, günümüzde atölye üretimiyle birlikte sanayi boyutunda üretimi yapılmaktadır. (Toksarı, 2004). Nüfus artışı, köyden kente göç ve hızlı kentleşme süreci ile sosyo- ekonomik ve kültürel gelişim, mobilya talebini sürekli arttırmıştır. Bu durum, 1970'li yıllarda orta ve büyük ölçekli işletmelerin endüstriye girmesi ve sayılarının sürekli artmasına neden olmuştur. (Demirci, 2004).

Türkiye'de 1980'lerde ülkeyi etkileyecek değişimler olmuştur. Bunlar sosyal, siyasal, ekonomik ve teknolojik değişimler olmuştur. Dolayısıyla bu değişimler kent ve konutlarda da farklılaşmaların görülmesine ve mobilya sektörünün oluşmasına sebep olmuştur. Farklı tarzda konut tiplerinin oluşması mobilya tarzlarında da çeşitlilik sağlamıştır.

Türkiye'de mobilya sektörü, ülke ekonomisine sağladığı faydalarla ve yarattığı istihdamlarla önemli bir yere sahiptir. Son yıllarda artış gösteren nüfus ve kentleşme, konut ihtiyacını artırmıştır. Bununla birlikte mobilya sektöründe de artışlar gözlenmektedir.

Ülkemizde uzun yıllar boyunca küçük çapta atölye tipi mobilya üreten yerler olmuştur dolayısıyla mobilya sektörünün geçmişten gelen uzun hikayesi vardır. Bu atölyelerde yapılan mobilyalar genelde el işçiliği olmuştur. Atölye tipi küçük ölçekli işletmeler ağırlıkta olsalar da son yıllarda orta ve büyük ölçekli işletmeler de artış göstermiştir.

Mobilya sektörü Türkiye'de pazarın ve/veya orman ürünlerinin yoğun olduğu belirli bölgelerde toplanmıştır. 2014 yılının SGK verilerine göre mobilya sektörü imalat sanayi içinde 20.867 işletme ile dördüncü, yarattığı 165.118 kişilik istihdam ile yedinci sırada yer almaktadır. Mobilya sektörünün Türkiye'de yoğunlaştığı iller; en fazla İstanbul, Kayseri, Bursa, Ankara ve İzmir'de mobilya üretiminin yapıldığı görülmektedir. Ayrıca Bolu, Eskişehir, Sakarya, Zonguldak, Trabzon, Balıkesir, Antalya ve Burdur'da da mobilya üretimi yapılmaktadır. (Sakarya ve Doğan, 2016, s.12)

Geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yoğun olduğu Türkiye mobilya sektöründe, son yıllarda orta ve büyük ölçekli işletme sayısında da artış olduğu gözlemlenmiştir. Mobilya sektörü 2005 yılında %8'lik büyüme ile en hızlı büyümeyi gerçekleştirmiştir. İç ve dış pazara yönelen mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bir kısmında, büyük işletmelerin de sektöre girmesiyle sipariş usulü üretim yapılırken, büyük bir çoğunluğunda talep üretimleri (yatak odası, oturma odası vb. gibi) gerçekleştirilmektedir. (URL-29)

Avrupa'daki mobilya sektörüne ilişkin tüketim alışkanlıkları Türkiye ile benzerlik göstermektedir. Fonksiyonel ve konforlu modern mobilyaya talep artarken, diğer yandan country ve avangarde tarzda mobilyalar da ilgi görmektedir. Mobilya ve ev eşyalarının bulunduğu, farklı ürün gruplarının birlikte yer aldığı alışveriş merkezi konsepti İnegöl, Kayseri, Trabzon gibi illerde projelendirilmeye başlanmıştır. Dünya çapında zincir mobilya mağazaları çoğalırken, Türkiye'de de bayilik sistemi yaygınlaşıp benzer bir yapı oluşmaktadır. (URL-30)

4.1.Türkiye'de Mobilya Tasarımı

Tasarım, duyularımızla algılayabildiğimiz, üründe çeşitli özellikleri ve fonksiyonları barındıran bir unsurdur. Bir tasarımda ürünün kullanım amacına uygun şekilde ortaya çıkarılan yaratıcı fikirler önemlidir. Dolayısıyla bu ürün kullanıcılar için daha cazip hâle gelmektedir. (Türker, 2010, s.60)

Yaşam sürekli değişimleri, yenilikleri, gelişen teknolojileri içinde barındırır. Biz de bu değişimlere farkında olarak veya olmayarak ayak uydururuz. Gelişen teknoloji,

değişen hayat tarzları ürünlerde de kendini göstermektedir. Yaşam koşullarının değişmesi, konut tiplerinin farklılaşması hatta zevklerimizin bile değişmesi yaşadığımız mekânlara da yansımaktadır. Buna paralel olarak mekânlarda kullanılan mobilya tarzları da değişim göstermektedir. (URL-29)

Eskiden mobilya sektöründe az sayıda firma varken şimdi firma sayıları oldukça artmış ve bununla birlikte rekabet de artmıştır. Her firma sürekli kendini yenileme çabasında, taklit ürünlerden kaçma gayretindedir. Çünkü artık kullanıcılar da bilinçlenmiş ve taklit ürünleri almamaya başlamışlardır. Taklit ürün var olanın üzerine yeni şeyler eklemektir. Özgün ürün ise olmayan yeni bir ürün yaratmak ve oluşabilecek sorunlara çözüm üretmektir. Tasarımda kullanılan taklit ürünler Türkiye'nin dışa açılmasında olumsuz etkiler yaratmaktadır. Türkiye'yi dünya mobilya sektöründe rekabet edemez hâle getirmektedir. Burada devreye tasarımcılar girmektedir. Özgün ürün tasarımında tasarımcıların büyük bir rolü vardır.

Farklı kültürler için yüzyıllardır farklı formlara giren mobilya, önemli bir ihtiyaç hâline gelmiştir. Küreselleşmeyle birlikte Türkiye'de önemli hâle gelen mobilya tasarımı, çok fazla mobilya firmasının sektöre girmesine sebep olmuştur. Dış ticaretin artması, teknolojik yenilikler sayesindeki esnek yaşam, mobilya firmaları arasında rekabet oluşturmuştur. Makine endüstrisindeki gelişmeler doğal olarak mobilya endüstrisine de yansımış ve böylece modern kavramı oluşmuştur. Endüstri, modern mobilya oluşumunu etkileyen en önemli unsurdur ve toplum yaşamında çok büyük değişiklik yaratarak mobilya sanayisini derinden etkilemiştir. Mobilyanın tasarımını ve kullanımını, gelişen teknoloji, toplumsal yaşamdaki ekonomik, kültürel değerler önemli seviyede etkilemiştir. (URL-29)

4.2.Türkiye'de Mobilya Tasarımının ve Sektörün Durumu

Mobilya sektörü, yarattığı katma değer ile Türkiye'ye katkı sağlayan, istihdam potansiyeli yüksek olan ve hızlı büyüyen sektörler arasında yer alırken, ülke için stratejik bir önem taşımaktadır. (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2012, s.5)

1970'lerden sonra sanayileşme yolunda ilerleyen mobilya sektörü, yapı sektörünün gelişmesi ve mobilyanın kullanım alanının artması ile hızla büyümektedir. Özellikle

gelişmiş ülkelerde kullanımda ve üretimde önemli bir hacme ulaşmıştır. İşçilik ve enerji maliyetlerinin artması, azalan hammadde kaynakları ve mobilya sektörünün emek isteyen bir sektör olması, birçok gelişmiş ülkenin yatırımlarını düşük maliyetli ülkelerde yapmalarına veya sektörden çekilmesine neden olmuştur. (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2011, s.19)

Türkiye'deki büyük firmaların tasarım bölümlerinin olduğu gibi, bireysel tasarım yaparak kendi çabalarıyla belli bir yere gelen tasarımcılar da vardır ve sektöre ürünlerini sunmaktadır. Gelişen teknoloji ve dünya standartları, taklit üretimi zorlaştırmaktadır. Günümüz tüketici profili artık bilinçlenmekte ve özgün ürünler istemeye başlamaktadır.

Fakat Türk mobilya sektörü buna rağmen taklit eden sektörler arasında yer almakta ve ilerlemek isteyip büyük yatırım yapan firmalara engel oluşturmaktadır. Sektörde yaşanan sıkıntılar ve uluslararası pazara açılma sorunları aşılamamıştır. Mali piyasaların ve sermaye giriş-çıkışlarının özgürleşmesine rağmen nüfus artışı, imalat sanayisi, yüksek oranlı enflasyon, iç talep yetersizliği ile büyüme hızı yavaşlamış, iç piyasada önemli ölçüde ithal mallar yer almaya başlamıştır. (Kazgan, 1999)

Yabancı firma ürünlerinin ülkeye girmesi, rekabet ortamı oluşturmakla birlikte müşterilerin kaliteli ürünlerle tanışmasına sebep olmuştur. Hızla ilerleyen ithalat ve teknolojik gelişmeler, sektörü önemli derecede geliştirmiş, ürün tasarım aşamasında yaşanan sorunlar, sağlıksız yapılanan ve ilerleyemeyen sektöre neden olmuştur.

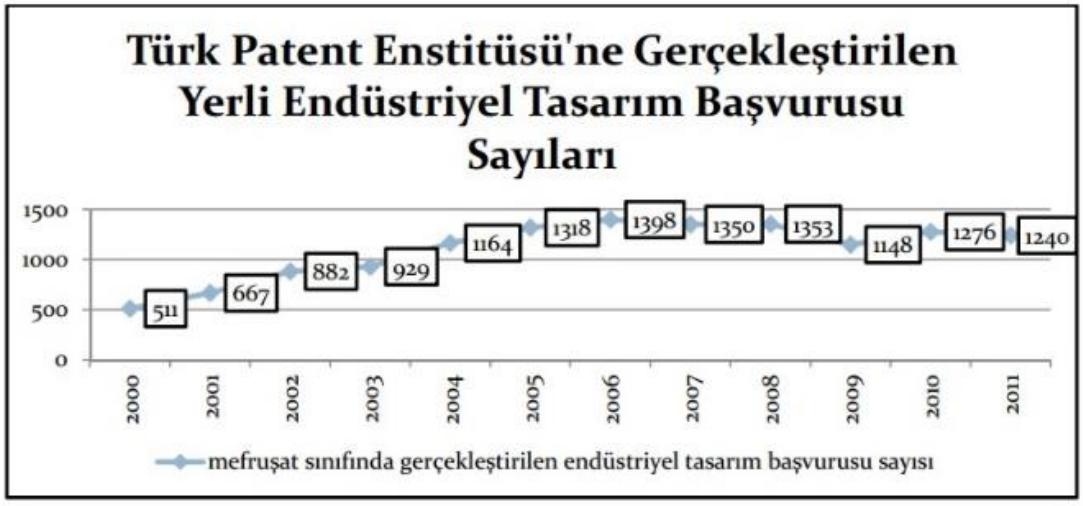
Fakat 2000'li yıllardan itibaren sektörde artan firmalardan dolayı rekabet ortamında kendini gösterebilmek için her Türk firması özgün ürünler üretmeye başlamışlardır. Bilinçli müşteriler yenilikçi ürünler istedikçe firmalar kendini ona göre geliştirmeye başlamışlardır. Ar-ge'de çalışan tasarımcılara büyük sorumluluklar düşmekte ve tasarımın değeri daha iyi anlaşılmaya başlanmıştır. Taklit ürünlerden kaçınılarak müşteri isteği doğrultusunda farklı tarzda yenilikçi ürünler sergileyen firmalar markalaşma yolunda ilerlemiş ve kendini daha fazla geliştirmiştir. Ancak Türkiye, mobilya sektöründe daha fazla yenilikçi olmalı ve dünya çapında kendini ispat etmelidir.

Türkiye'de mobilya sektörünün gelişimi için,

- Özgün tasarım; kendine has kaliteli ve yenilikçi fikirlerin yaratılması.
- İmaj; süreklilik, güven, kalite, talepleri karşılamak, standartlaşma, markalaşma.
- Eğitim; eğitimli eleman, teknolojik imkânların artırılması, yeni okullar, devlet desteği, yeni teknoloji, iş gücü arttırılmalı, yarışmalar düzenlenmeli, uluslararası platformda sektörün tanıtımı yapılmalı.
- Tasarım kültürüne önem verilerek tasarıma teşvik edilmelidir.
- Firmaların daha fazla reklam yapmaları gerekmektedir.

Bu bağlamda, tasarımı evrenselleştirerek, paylaşarak, özgün fikirler oluşturulmalıdır. Tasarım, rekabeti artırarak markalaşma olgusunu sağlamlaştırır. Tasarım olgusu Türkiye'de yeni oluşmaya başladığı için, kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden firmaların faaliyet alanları geliştirilerek özgün üretime teşvik edilmelidir. (URL-29)

Tablo 2.Türk Patent Enstitüsü'ne Gerçekleştirilen Yerli Endüstriyel Tasarım Tescili Başvurusu Sayılar (Türk Patent Enstitüsü)



Tablo 2. de görüldüğü üzere yerli başvurular oldukça hızlı bir artış göstermiştir. Müşteri odaklı ve sorunlara çözüm bulan tasarımlar, farklı hedef gruplara yönelik özel çözümler sunan özgün ürünler, firmaların ihracatta kullandıkları en iyi çözüm olmaktadır.

Türkiye mobilya sektöründe bölgesel rekabet gücünün artırılmasıyla öne çıkan bölgeler, endüstriyel tasarım konusunda da diğer illere göre daha yüksek performans göstermektedir. (Türk Patent Enstitüsü, İllere Göre Sınai Haklar İstatistikleri). Tasarım başvurularının bireysel firma bazında yapıldığı incelenirse, son yıllarda hızla gelişen, büyüyen ve atılımları ihracat odaklı olan işletmelerin endüstriyel tasarım tescili konusunda da rakiplerinden daha aktif oldukları görülmektedir. Tasarım tescili, yenilikçi ve özgün tasarımların, kopyalanmasının engellenmesini, tasarımcısı veya firma adına tescil edilmesini sağlayan bir sistemdir. Mobilya ve endüstriyel sektörde taklit riski üst düzeydedir. Çünkü görsellik ön plandadır. Dolayısıyla yenilikçi ürünler ortaya koyan işletmelerin, bu yenilikleri tescil ederek korumaları beklenmektedir.

Bu nedenle, özellikle mobilya gibi bir sektörde, tasarım tescil sayıları önemli bir veri olmaktadır. (TR81 Düzey2 Bölgesi Mobilya ve Orman Ürünleri Sektör Analizi Raporu, 2012, s.37)

5. MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN DÜNÜ, BUGÜNÜ, YARINI

Türkiye'de mobilya üretiminde kullanılan teknoloji, artan ihracat ve ihracatçı firma sayısı ile birlikte devamlı gelişmektedir ve bu sayede dünya ile rekabet edilebilmektedir. Bununla birlikte el yapımı mobilya üretimi, zanaat geleneğinin devam ettirildiği KOBİ nitelikli firmalar ile önemini korumaktadır. Avrupa Birliği standartlarında üretim gerçekleştirebilecek ölçekteki işletmeler, mobilya sektörü kapsamında ülke genelinde oldukça sınırlı düzeydedir. Düşük teknoloji kullanan küçük işletmelerin sayıları büyük boy işletmelere göre daha fazladır ve bu yüzden ortaya çıkan düşük standartlardaki üretimler yüzünden rekabet şanslarını kaybetmişlerdir.

Düşük sermaye ve teknoloji ile yoğun emek girdilerine sahip mobilya endüstrisi ulusal ve yerel pazar düzeylerinde faaliyet göstererek hızlı bir gelişme kaydetmiştir. Eskiye oranla daha bilgili ve yoğun sermayeli bir moda sektörü olma yolunda ilerlemektedir. Bu gelişmenin en önemli sebebi mobilya endüstrisinin hızlı bir küreselleşme süreci

yaşamasıdır. Gelişimi hızlandıran unsurlar, ilerleyen teknoloji, sağlanan ekonomik gelişmeler ve yükselen yaşam standartlarıdır. (Yeniçeri, 2005,)

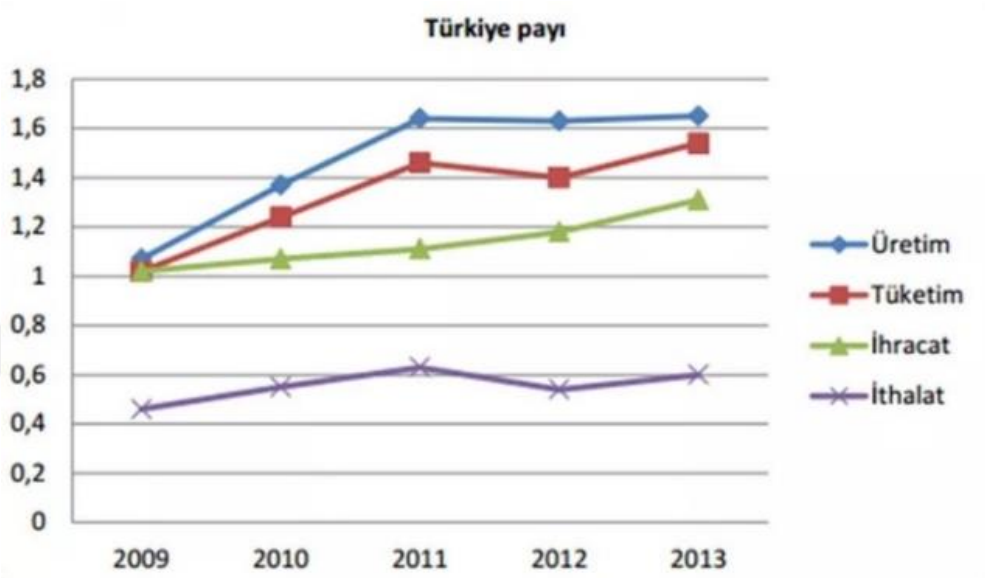
Son 20-25 yılda Türk mobilya sektöründe markalaşma, endüstriyelleşme, ve dışa açılma başarısı görülmüştür. Dünya bazında 200 milyar dolarlık bir paya sahip olan mobilya sektöründe, Türk mobilya sektörü %1'lik bir orana sahiptir. Türk mobilya sektörünün; üstün kalitede, dünya standartlarına uygun, özgün tasarımlar ile gelecek yıllarda daha fazla pazar payına sahip olacağı da kaçınılmaz olacaktır. Mobilya Sanayiciler Derneği'ne üye firmalar tarafından Türk Mobilya Sanayisi, ihracatın %70' ini gerçekleştirmektedir. (Gürpınar ve Döven, s.10)

Mobilya tasarımcılarının yetiştirilmesi ve istihdamlarının sağlanması, mobilya sektörünün gelişimi açısından büyük önem arz etmektedir. Müşterinin bilinçlendirilmesi, fabrikasyon üretimin yaygınlaşması, ihracatın artması mobilya sektöründe gelişme göstermek için gerekli olan unsurlardandır. (Yeniçeri, 2005)

Özetlemek gerekirse gelişen teknolojiyi yaratıcı fikirlerle birleştirip daha fazla özgün tasarımlar yaparak hem Türkiye ekonomisini geliştirmiş hem de uluslararası rekabet ortamına girmiş oluruz. Bu bağlamda tasarımcılara büyük sorumluluklar düşmektedir. Bu yüzden ar-ge çalışmalarının daha itinalı olması ve tasarımcıların yoğun olduğu firmaların artması gerekmektedir. Ülkemizde küçük çaplı mobilya işletmecilerinin teknolojiyi yeterli şekilde kullanmadıklarından dolayı dışa açılım olamamakta bu da endüstrinin gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla firmaların teknolojiyi gereğince kullanmaları ve her fikre açık ve özgün düşüncede olmaları gerekir. Zamana karşı direnmeyip çağa ayak uydurmak doğru bir adım olacaktır. Tabularını yıkıp yeniliklere açık bir şekilde farklı tasarımlar yapabilmeleri ve markalaşmaya gidebilmeleri gerekmektedir. Ayrıca müşteri memnuniyetini de göz önünde bulundurarak güven kazanmaları gerekmektedir.

Tablo 3. Dünya Mobilya Ticaretinde Türkiye Payı

(URL-32)



Mobilya sektörünün geleceği için akıllı ev, araba, makine gibi akıllı yaklaşımların sektörü etkileyeceği beklenmektedir. Teknolojik donanımlarla güncel farklılık yaratan, çevreye duyarlı, akıllı mobilya üretim ağının tasarım ve üretim yelpazelerine alınması, sektör için olumlu bir adım olacaktır. İç ve dış piyasada da bu yeni ve gelişen yaklaşımlar yeni alanlar açacaktır. Firmaların kapasitelerini artırmaları, küçük işletmelerin birleşmeleri beklenmektedir. (URL-31)

Türkiye, var olan potansiyelini ve stratejik pozisyonunun ne kadar önemli olduğunu kavrayıp, uluslararası mobilya pazarında daha iyi bir pozisyon elde edebilir. 2023 yılı için tahmin edilen öngörülere göre, Türkiye'nin mobilya sanayinde Avrupa'da ilk 5, dünya sıralamasında ise ilk 10 en büyük mobilya üreticileri ve ihracatçıları arasında yer alması beklenmektedir. Dünya mobilya pazarında 2020 yılında 500 milyar, 2050 yılında 1 trilyon ABD doları hacme ulaşması hesaplanmaktadır. Türkiye ise payına düşeni alabilmek için mevcut sorunlarını çözerek rekabet gücünü artırmalıdır. (URL-31)

5.1.Mobilya sektörünün Türkiye'deki hızlı gelişimi

Türkiye'de mobilya sektörü en eski ve devamlı gelişme gösteren bir sektördür. Son yıllarda dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuştur. Her yıl ürün gelişimi ve çeşitliliği sağlanmaktadır. Ayrıca kentleşmenin artmasıyla da sektör kendini geliştirmektedir. (URL-31)

Mobilya sektörü, günlük yaşamın her alanında kullanılan ağaç ve ağaç ürünleri, metaller ve plastiklerden üretilen büro-mağaza, mutfak, yatak ve diğer olmak üzere dört alt grupta faaliyet göstermektedir. Sektörde ağırlıklı olarak küçük ölçekli işletmeler faaliyet göstermekte ve Ar-Ge faaliyetlerinde 2009'dan itibaren istihdam edilenlerin sayısı azalarak 2013'te 315 kişi olmuştur. Artan Ar-Ge harcamaları ise 15,7 milyon TL olmuştur. 2013 yılı itibariyle mobilya imalatı sanayinde alınan patent sayısı 317, endüstriyel tasarım tescil sayısı 1.719, marka tescili sayısı 2 bin 663'e yükselmiştir. Ayrıca küçük ölçekli firmaların ağırlıkta olduğu sektörde üretimin başta İstanbul ve Kayseri olmak üzere Bursa, İzmir, Ankara, Adana ve Eskişehir gibi illerde görüldüğü belirtilmiştir. (URL-31)

Tablo 4. İllere Göre İş Yeri Sayısı Ve İstihdam Oranı

(URL-31)

Sıra no	İstihdamı en çok olan iller			İşletme İstihdam oranı	Sıra no	İstihdamı en az olan iller			İşletme İstihdam oranı
	İller	İşyeri sayısı	Sigortalı sayısı			İller	İşyeri sayısı	Sigortalı sayısı	
1	İstanbul	4.353	24.812	5,69	1	Ardahan	0	0	0
2	Bursa	1.549	17.031	10,9	2	Bayburt	3	4	1,3
3	Kayseri	760	13.432	17,6	3	Tunceli	3	4	1,3
4	Ankara	2.156	11.741	5,5	4	Gümüşhane	4	5	1,2
5	İzmir	1.642	9.916	6,03	5	Ağrı	4	8	2,0
6	Kocaeli	315	3.442	10,9	6	Hakkâri	4	14	3,5
7	Antalya	636	2.990	4,7	7	Edirne	9	15	1,6
8	Düzce	92	1989	21,6	8	Iğdır	4	17	4,2
9	Sakarya	221	1.795	8,1	9	Kilis	3	28	9,3
10	Mersin	344	1.529	4,4	10	Van	9	42	4,6
Liste toplam		**12.068**	**88.667**	**7,3**	**Liste toplam**		**43**	**137**	**3,1**
Mobilya imalat genel toplam					**Ülke imalat genel toplam**				
Girişim sayısı		39.036		4,07	336.862				9,2
Çalışanlar sayısı		159.246			3.126.540				

Türkiye, pazarlama yapısındaki dinamizm, teknolojiyi takip eden üretim bantları, sürekli kendini yenileyen ve geliştiren ar-ge departmanları, geniş alanlara sahip fabrikaları ile dünya markası olma yolunda ilerlemektedir. Sektörde ev yaşamına yönelik yatak, oturma grupları, modüler mobilya ve ev tekstili alanlarında üretim gerçekleşmektedir. 70'li yıllardan beri gelişmekte olan mobilya sektörü dev markaları da içinde barındırmaktadır. (URL-32)

Türkiye'deki köklü firmalar tasarım ve estetik kavramlarını iyi değerlendirerek yeni ihracat pazarları geliştirmektedirler. Bununla birlikte mobilya sektörüyle ilgili ar-ge çalışmaları, hizmet sağlayıcılar, teknolojik sunucular hızla gelişmektedir. Sektör, bölgesel ekonomiler için yarattığı istihdam açısından da önemli bir unsur hâline gelmiştir.

Türkiye'de gelişen inşaat sektörü, estetik zevkler ve tercihler, değişen yaşam koşulları mobilya sektörünü de oldukça değiştirmiş ve geliştirmiştir. Geçmişte fonksiyonellik ön planda tutulurken, yaşam alanları ve tarzlarının değişimi ile görsel zevke daha fazla hitap eden, dönemin moda trendlerine uygun mobilyalar tercih edilir olmuştur. Moda ve trend sürekli değişim gösteren kavramlar oldukları için mobilya imalatçıları da bu değişime ayak uydurmak zorundadır. Bu bağlamda da yine özgün ürünler aranmaktadır. (TR81 Düzey2 Bölgesi Mobilya ve Orman Ürünleri Sektör Analizi Raporu, 2012, s.31)

5.2.Bugünün dev mobilya markalarının sektördeki geçmişi

Bugün mobilya sektöründe gelinen aşamanın en temel alt yapısı yaylı yatakların üretimidir. 1960'lı yıllarda Cennet adıyla çıkarılan yaylı yatak, kalitesiz üretimden dolayı yaylı yatak üretiminin başlamasını geciktirmiştir. Üretimin iyi olmaması şikayetleri de beraberinde getirmiştir. Buna rağmen o dönemlerde yaylı yataklar Cennet ismiyle özdeşleşmiştir.

1967'de İdaş markası Alman firması Nosag ile lisans anlaşması yapıp fabrikasyon üretime geçerek yaylı yatakları üretmeye başlamıştır. Aynı dönemde Konfor markası da üretime girerek bu iki firma fabrikasyon yaylı yatak üretimini tanıtıp satmaya

başlamışlardır. İdaş ve Konfor firmalarının pazarda tatlı rekabetle başlayan bu faaliyetlerine daha sonra Yatsan ve Mekan firmaları eklenmiştir.

İdaş firması 1972 yılında kendi bünyesinde satış teşkilatı oluşturarak modern anlamda pazarlamaya geçmiştir. Böylelikle sektörde ilk kilometre taşı hâline gelmiştir. Fakat bu sırada Cennet adı unutulmamış ve müşterilerin onun yataklarından vazgeçmeleri bir hayli zor olmuştur.

O dönemlerde yatak ana ürün değildi başka ürünlerle beraber satılıyordu. İdaş'ın da bu yönde farklı çalışmaları olmuştur. Tatmin edici olmasa da demonte mobilyalar ve ev tekstili de portföyünde vardı. Demonte mobilyayı ilk defa İdaş firması yurt genelinde satmaya başladı. Modesa adlı bir firmaya mobilyalarını yaptıran İdaş, firmayla olan anlaşmazlıklardan dolayı çalışmadan vazgeçti. (URL-32)

O yıllarda mobilya denince akla gelen ilk yerler Ankara-Siteler ve Bursa-İnegöl'dü. Satış yapan firmalar ve evlerini döşemek isteyen insanlar buralardan alışveriş yaparlardı. Ayrıca marangozlar da önemli bir yere sahipti. Mobilyada modayı satıcı ile birkaç usta belirliyordu. Çok fazla seçenek olmadığı için insanlar bulduğu ile yetinmek zorunda kalıyordu.

Mekan yatakları 1980'li yıllarda yaylı yatak reklamına başlayarak pazarı hareketlendirdi. Bu hareketlenme sayesinde birçok kuruluş yaylı yatağa yatırım yapmaya başladı.

1987 yılında Yataş firması da bu pazara dâhil oldu. Sünger fabrikası olmasına rağmen yaylı yatak da üretiliyordu. Hollanda'ya da yorgan ihraç ediyorlardı. Yatak ve yorgana bir kimlik yüklenerek reklam çalışmalarına geçildi. Reklam stratejisi için en etkin mecralar belirlendi. Bir yandan da yurdun dört bir yanına dağılan pazarlama elemanları bayilik arayışına geçti. İyi bir organize çalışmayla Türkiye'nin her ilinde ve ilçesinde Yataş mağazaları açılmaya başladı. Yataş Puffy olarak piyasaya sunulan yastıklar ülkenin her bir yanında satılmaya başladı. Yorgan ve yatak başta olmak üzere bu ürünler çok büyük ilgi gördü. Farklı pazarlama yöntemleri ve en önemlisi özgün bayileri ile Türkiye'de marka oldu. Çağdaş kurumsal ve marka kimliğiyle ülkenin gündemine oturmayı başararak pazardaki kuruluşlara ve bu pazara yatırım yapmayı düşünenlere çok iyi bir örnek teşkil etti. (URL-32)

5.3.Kayseri'nin Mobilya Sektöründeki Önemi

Kayserili iş adamları Yataş örneğinden yola çıkarak ilk markaların temellerini atmaya başladılar. En önemli adımı İstikbal firması attı. Pazarı iyi tespit eden bu firma 'Çek-Yat' üretmeye başladı. Bu adım sektörün kilometre taşlarından biri olmuştur. Çek-Yat ürününde sağlanan başarıyı önce yatağa daha sonra fabrikasyon mobilyaya yöneltti. Bu sayede bugünün üretici firmalarının ilk görüntüsü de belirlenmiş oldu. Daha sonra bu yolda ilerlemek amacıyla kurulan birçok firma kendi bayileri aracılığıyla pazarlamaya geçti. Bu sayede müşteriler Bursa-İnegöl ve Ankara-Siteler'e gitmeye gerek kalmadan mahallelerindeki bayilerden mobilyalarını alabilecek hâle geldiler.

Gerek Yataş firmasının gerekse İstikbal firmasının yıllar önce büyük bir cesaretle atmış oldukları bu adım Türkiye için çok önemlidir. Hiçbir ülkede yatağı, ev tekstilini, mobilyayı bir çatı altında üreten kuruluş yoktur. Türk firmaları bunu başarmıştır. Perakendecilik sektörüne çarpıcı mağazacılık anlayışı ile farklı bir soluk getirmişlerdir. (URL-32)

6. KAYSERİ'NİN TARİHİ

Kayseri, Türkiye'nin kültür, sanat, turizm ve bilim merkezlerinden biridir. En eski zamanlardan beri pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. İlk adı Mazaka daha sonra Roma devrinde Kaisareia, Türklerin Anadolu'yu fethetmesiyle Kayseri olmuştur.

Kayseri'nin her köşesinde farklı uygarlıkların kalıntıları vardır. Anadolu'nun en köklü ve eski yerleşim birimidir. M.Ö. 4000'den başlayarak Asur, Hitit, Frig ve Roma devrinin sonuna kadar yerleşim yeri olan Kültepe; bu uygarlıkların kalıntılarını barındıran açık hava müzesidir. Kayseri ili de bu önemli merkezin yakınındadır ve bütün uygarlıklardan izler taşır. (URL-33)



Resim 63.Kültepe Höyüğü
(URL-34)

Kayseri 1067 yılında Selçuklu komutanı Afşin ile Türklerin hakimiyeti altına alınmıştır. Selçuklu Devleti, Dulkadiroğulları, Eratna Beyliği, Karamanoğulları, Kadı Burhanettin, ve Osmanlı Devleti dönemlerini yaşamış, Selçuklular başta olmak üzere her dönemde önemli bir Türk kültür merkezi hâline gelmiştir. (URL-33)

Dünyanın ilk uygulamalı tıp fakültesi 1206 yılında Kayseri'de Selçuklular tarafından yapılmış olan Gıyasiye Şifahiye Medresesi'dir. Yine ülkemizin ilk uçak fabrikası Cumhuriyet döneminde 1924 Anayasası ile Kayseri'de kurulmuştur. Ayrıca Kayseri 1950' lilerde başlayan sanayi sitesi ve 1953'te kurulan Sümer Bez Fabrikası ile Türkiye'nin ilk büyük sanayi ve ticaret hamlelerine öncülük etmiştir. (URL-33)



Resim 64.İlk Uçak Fabrikası-Tomtaş

(URL-35)



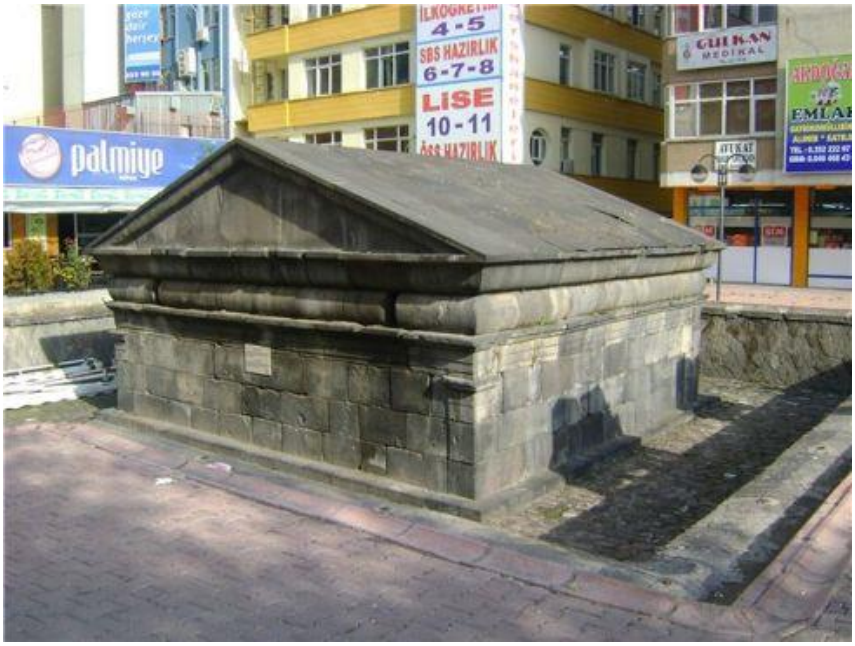
Resim 65.Sümer Bez Fabrikası

(URL-36)



Resim 66.Gıyasiye Şifahiye Medresesi
(URL-37)

Günümüzde Kayseri sağlık, ekonomik, eğitim, kültürel, şehircilik ve spor alanında Türkiye'nin en hızlı gelişen ve dikkat çeken şehirlerin başında gelmektedir. (URL-33)



Resim 67.Roma Dönemi- Roma Mezarı
(URL-38)



Resim 68.Bizans Dönemi- Kayseri Kalesi

(URL-39)



Resim 69.Selçuklu Dönemi- Döner Kümbet

(URL-40)



Resim 70.Osmanlı Dönemi- Kurşunlu Cami
(URL-41)

Kayseri, 20. yüzyılın başlarında bir orta çağ kenti görünümündeydi. Çevresindeki Kırşehir, Nevşehir, Yozgat, Niğde gibi şehirlerden dahi, bir liva merkezi olmasına rağmen geri kalmış durumdaydı. 1943 yılında belediye başkanı olan Emin Molu tarafından şehrin ilk kapsamlı imar planları yaptırılmıştır. (URL-42)



Resim 71.20. Yy Başlarında Kayseri
(URL-42)



Resim 72.Kayseri'nin İlk İmar Planı

(URL-42)

Yirminci yüzyıl önemli kırılmaların yaşandığı bir dönemdir. Dolayısıyla barındırdığı değişim enerjisi ile Kayseri'nin yüzyıla bir taşra kenti olarak başlamasını sağlamıştır. Kent toplumsal, kültürel ve mimari üretim vb. birçok değişimlere şahit olmuştur. Bu değişimler, Kayseri'ye özgü olsa da, Türkiye için farklı örnekleri anlama ve araştırma için önemli potansiyelleri içermektedir. (URL-43)



Resim 73.Kayseri Cumhuriyet Meydanı

(URL-44)



Resim 74.Kayseri Erciyes Dağı
(URL-45)

7. KAYSERİ İLİNDE MOBİLYA SEKTÖRÜ

Mobilya sektörü inşaat ve tekstilden sonra gelen en yoğun iş gücü olan sektördür. Kayseri ili ise mobilya sektörü açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Yarattıkları istihdamlar ile ülke ortalamasının üzerindedir. Kayseri, mobilya sektöründe teknolojiye oldukça fazla yatırım yapan iller arasında gelmektedir. Çok fazla ulusal ve uluslararası pazarlara açılmış firmalar bulunmaktadır. (Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2014 s.2)

Kayseri Selçuklulardan sonra önemli bir ticaret merkezi hâline gelmiştir. Cumhuriyet döneminde başlayan endüstrileşme, kara ve demir yollarının burada kesişmesi, nüfus artışı var olan ticareti daha da önemli hâle getirmiştir.

Kayseri'de hemen hemen her sektörde faaliyet gösteren firmalar vardır ve gerek bölge gerekse ülke talebini göz önünde bulundurarak üretim yapmaktadır. Başta tekstil olmak üzere dokuma ve giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar Türkiye'nin önemli firmaları arasında yer almaktadır. Tekstilden sonra mobilya sektörü

gelmektedir. Belli başlı büyük firmalar ürettikleri ürünleri hem yurt geneline hem de yurt dışına pazarlamaktadırlar. (Karaduman, 2009, s.57-58)

Aslında gerçek şu ki mobilya üretiminde Kayseri'nin rakipleriyle kıyaslandığında belirgin bir avantajı yoktur. Çünkü hammaddenin temin edilebileceği Karadeniz'deki ormanlık araziler çok uzaktadır. Bununla birlikte Türkiye'de ulaştırma maliyetleri de oldukça yüksektir. Ancak Kayseri ili her zorluğa rağmen, son yirmi yılda sadece Anadolu'da değil, Orta Doğu ve Güney Doğu Avrupa'da da en başarılı mobilya üretim merkezine dönüşmüştür. Kayseri ekonomisinin can damarı olduğunu gösteren Kayseri'deki Mobilya Üreticileri Birliği'nin verilerine göre, mobilya ve yan sanayiinde, yaklaşık 40 bin kişi istihdam edilmektedir. (İnal ve Toksarı, 2006.)

Mobilya imalatçıları Kayseri'de genel olarak üç grupta yer alır:

- Birinci grupta, marka hâline gelmiş, yurt içi ve yurt dışında önemli bir dağıtım ağına ve pazar payına sahip işletmeler yer almaktadır.
- İkinci grupta, birinci gruptaki firmalar gibi yüksek kurumsallaşma seviyesine sahip olmayan ancak belirli bir üretim kapasitesi ve standardı olan KOBİ'ler yer almaktadır. Bu gruptaki işletmelerin, düşük kapasitede ihracat yapmaları ve daha çok ulusal düzeyde faaliyet gösteriyor olmaları onları birinci gruptan ayıran en büyük etkendir.
- Üçüncü grup; sektörde sayısal olarak oldukça ciddi bir paya sahipler ve üretim kabiliyeti ve yetenekleri açısından oldukça geridedirler. Bu gruptaki firmaların ulusal veya uluslararası çapta rekabet edebilecek kapasitesi bulunmamaktadır. Faaliyetleri yerel veya bölgesel düzeydedir, bu yüzden birbirleriyle fiyat üzerinden rekabet etmektedirler. (URL-46)

Mobilya sektörü, Kayseri'de orman ürünleri sanayisinde ön plana çıkmaktadır. Kayseri ilinde Türkiye'deki, bilinen büyük mobilya markalarının üretimleri yapılmaktadır. Büyük ölçekten küçük ölçeğe kadar birçok mobilya üretimi ve yan sanayi üreticisi bulunmaktadır. Kayseri'de üretilen mobilya grupları şöyledir: yemek odası takımı, büyük hacimlerde kanepe, oturma grubu, mobilya malzemeleri, banyo ve mutfak mobilyaları, yatak, ofis mobilyaları. (Karaduman, 2009, s.70)

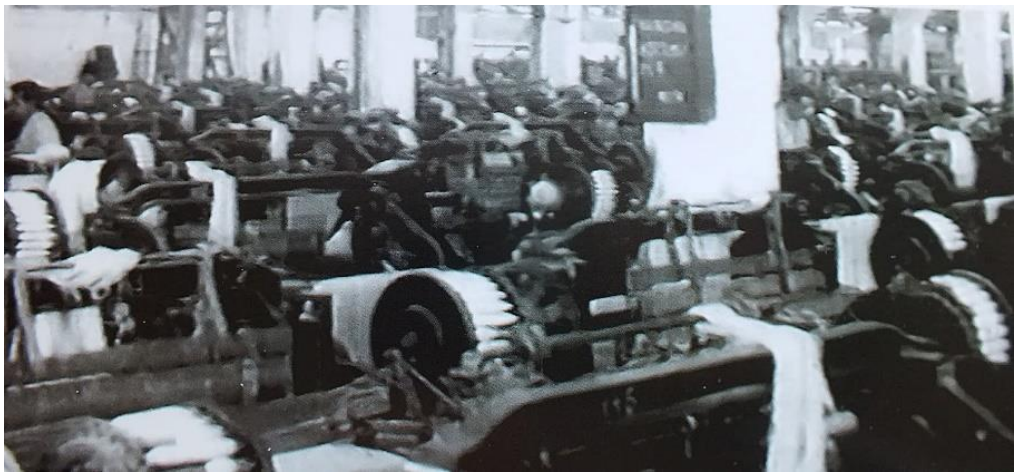
2007 yıl sonu itibariyle ihracat yapan Kayseri Sanayi ve Ticaret Odasına üye firmaların beyanları doğrultusunda hazırlanan verilere göre, mobilya sektörü 259.553.058 FOB dolar ile ikinci ve en çok ihracat yapılan sektör konumuna gelmiştir. Genç ve çocuk odaları, oturma grubu, yatak odası, yemek odası, mutfak dolabı, büro mobilyası, banyo mobilyası, karyola, masa, baza, koltuk, sandalye, kanepe, dolap, mobilya aksesuar malzemesi Kayseri'den ihraç edilen mobilya ürün gruplarını oluşturmaktadır. (Karaduman, 2009, s.70)

7.1.Kayseri'de Mobilya Sektörünün Doğuşu ve Gelişimi

Kayseri'deki sanayinin gelişmesinde Cumhuriyet'in ilk yıllarında kurulan kamu yatırımlarının yanı sıra eski çağlara uzanan ticaret ve zanaat geçmişi ve bununla beraber gelişen girişimcilik kültürünün de önemli bir rolü vardır. Kayseri'de sanayinin gelişmesine önemli katkı sağlayan yatırımlar şunlardır: Kayseri Teyyare Fabrikası (1926), Bünyan Halı İpliği Fabrikası (1926), Ankara-Kayseri demiryolu (1927), Bünyan Hidroelektrik Santrali (1929), Kayseri-Sivas-Samsun yolu (1930), ili Akdeniz bölgesine bağlayan Kayseri-Ulukışla demiryolu (1933), Sümerbank Kayseri Bez Fabrikası (1935) (Bilgili, 2001)



Resim 75.Bünyan Halı İpliği Fabrikası
(URL-47)



Resim 76.Bünyan Halı İpliği Fabrikası

(URL-47)



Resim 77.Bünyan Hidroelektrik Santralı

(URL-48)

1950'li yıllarda Kayseri'de kapı-pencere doğrama işi yapan marangozlar bulunmaktaydı. Bu marangozlardan bazıları 1959 yılında döşemeli mobilya yapmaya başlamışlardır. Bu tarz ürünler o dönemlerde yeni sayıldığı için döşemelik malzeme bulmak da oldukça zor olmuştur. Döşemelik malzeme için bir tür ot çeşidi olan kıtık otu kullanılmış daha sonra sünger kullanılmaya başlanmıştır. 1960'lı yıllarda mobilya yapımında kullanılan önemli bir malzeme olan formika malzemesi kullanılmaya

başlanmış ve endüstride önemli bir büyüme ve gelişme kaydedilmiştir. Mobilya imalatındaki artış; sünger, deri, suni deri, tutkal, sunta gibi değişik yan sanayilerin de gelişmesine olanak sağlamıştır. (Karaduman, 2009, s.59)

Farklı uygarlıkları içinde barındıran Kayseri, çok eski bir yerleşim birimidir. Ayrıca önemli bir ticaret ve sanayi şehri hâline gelmesinin sebebi, ulusal ve uluslararası ticaret yollarını üzerinde bulundurmasıdır ve günümüzde hâlâ bu önemini korumaktadır. (Altıparmak ve Özdemir, 2004, s. 45) Türk ekonomisine sağladığı faydalardan dolayı örnek gösterilen şehirler arasındadır ve bu dinamizmi birçok şehre örnek olmaktadır. Kayseri'de deniz ve liman bulunmamaktadır ve Avrupa'ya da yakın değildir. Fakat çalışmayı çok seven, iş gücü potansiyeli yüksek halkı sayesinde bugünlere gelmeyi başarmıştır. (Gözütok, 2008).

1960'lı yıllar Kayseri'de mobilya sanayisinin kuruluşu olmasına rağmen, son 20 yılda gelişim göstermektedir. Mobilya imalatında modern teknoloji, büyük çaplı sermaye ve müşteri taleplerini ön plana alan bir üretim anlayışı vardır ve bu anlayış mobilya sanayisini oldukça geliştirmiştir. Çok sayıda geleneksel yöntemle çalışan küçük işletmeler olsa da orta ve büyük işletmelerin sayısı da artış göstermektedir. Açılır-kapanan koltuklar ve kanepeler konusunda büyük bir potansiyele sahip olmuştur. (Toksarı, 2004) Türkiye'de kurulmuş en büyük 20 mobilya fabrikasının 11'inin tek başına şu anda Kayseri'de olması bu potansiyelin en iyi göstergesi olmuştur. (Kaymobodası, 2007)

Tekstil sektörü Kayseri'de bir zamanlar istihdam ve üretim konusunda lokomotif sektördü. Fakat 1990'lı yıllardan itibaren kanepe, koltuk, yatak ve ev tekstilinde hızlı bir gelişme gösteren Kayseri ili ilk sırada yer almayı başarmıştır. Kayseri denilince ilk akla gelen pastırma-sucuk olsa da şimdilerde yatak ve kanepe şehri olarak da anılmaktadır.

Kayseri firmaları iç piyasada beklenileni bulamayınca ihracata ağırlık vermişler ve yurt içi ve yurt dışında fuarlara katılmışlardır. Daha sonra bu fuarlarda stantlar açarak hem kendileri hem de firmaları için yeni adımlar atmışlardır. Kayseri'de sektörü tanıtan, öncü olan firmalar kaliteli işler yapıp kendilerini ispatlamışlardır. Böylece diğer Kayseri firmaları da Avrupa pazarına açılmışlardır. (Kum ve Kaan, 2004, s. 202)

Mobilya sektörünün hammaddesi olan ağaç ve kumaş için ormanlık alan ve pamuk tarlalarının olmamasına rağmen, bu sektöre yatırım yapan Kayseri firmaları hızla büyüyerek Türkiye'nin lider şehri olmayı başarmıştır. Vergi kaydı olan mobilya sektöründe faaliyet gösteren 3,500'ü aşkın firma bulunmakta ve bu firmalardan yaklaşık 400 tanesi ciddi anlamda fabrikasyon seri üretim yapabilen ihracata dönük çalışan firmalardır. Günlük kapasite ortalama olarak 20 bin kanepe ve 8 bin koltuk civarındadır.

Her geçen gün kendini yenileyip büyüyen Kayseri sanayisi, açılan yeni sanayi dalları ve fabrikalar sayesinde gücüne güç katmaktadır. (Kurt, 2006, s. 90) Kişilerin gelirleri arttıkça giderek daha fazla ve lüks harcamalara yönelmeleri Kayseri'deki mobilya sanatını da devamlı geliştirmektedir. Müşterilerin zamanla değişen zevkleri, tercihleri, moda anlayışları bu gelişimi olumlu yönde etkilemektedir. (Toksarı, 2004)

Kayseri ilinin Türkiye'nin büyük sanayi şehirlerinden biri olduğu kabul eden ve dünden bugüne gelişiminin ne derece büyük olduğunu sıralayan 14 madde şöyledir;

- Kayseri, GSMH'den ortalama %1 pay almaktadır, hedef 1,4 paya ulaşmaktır,
- 60'a yakın ilk 500 şirket arasına giren şirketler Kayseri'de bulunmaktadır,
- 2004'de 550 milyon dolar olan ihracat, hızlı bir gelişim göstererek 1 milyar dolara çıkmıştır,
- Alüminyum iletkenin fiyatları Kayseri'de belirlenmektedir,
- Türkiye'nin bir numaralı bakır kablo fabrikası Kayseri'dedir,
- Markalı mobilyanın yarıdan fazlası Kayseri'den çıkmaktadır ve mobilya sektörü Kayseri'de şekillenmektedir,
- Ciddi bir kapasiteye sahip ham kumaş iplik üretimi mevcuttur. Kayseri'de Türkiye'deki markalı havluların önemli bölümü üretilmektedir,
- Fırınlarda Türkiye ihtiyacının dörtte biri, ısıtıcı özellikteki ürünlerin de belki %50'si, Kayseri'de üretilmektedir,
- Seramik, gıda ve madencilikte son dönemde önemli bir hamle başlamıştır,

- 10 milyon dolar civarında her ay Kayseri'den maden ihracatı gerçekleştirmektedir,
- Şu anda mevcutta 100 adet fabrika vardır. Bu rakamın önümüzdeki 5 yıl içerisinde 1600'e ulaşacağı öngörülmektedir,
- 3 yıl içinde ihracatın 2 milyar, 7 yılda 3 milyar dolara ulaşması hedeflenmektedir.
- Şu anda Kayseri'de SSK kayıtlı 180 binin üzerinde eleman vardır. 5 yıl içerisinde 400 bin hedeflemektedir,
- Kayserinin önemli bir turizm şehrine dönüşmesinde Kayseri Belediyesi'nin önemli çalışmaları vardır. (Gözütok, 2008)

Kayseri mobilya sektöründe, en az diğer iller kadar veya daha yüksek bir potansiyele sahiptir. 200 ve üzeri eleman istihdam eden, mobilya istihdam düzeyi olarak büyük firmalardan oluşmaktadır. Fabrikasyon üretimi yapan firmaların sayısı sürekli artmaktadır. (İnal ve Toksarı, s. 110-111)

1976 yılında yörenin sanayi faaliyetlerinin hepsini planlayıp koruyan ve sahip çıkan bir anlayış benimsenerek Kayseri Organize Sanayi Bölgesinin inşaatlarına başlanmıştır. Tamamlanması 10 yıl sürmüş ve 1986 yılında faaliyete geçmiştir. Şehir merkezinden 15 km uzaklıkta ve 11.500.000 metre kare alan üzerine kurulmuştur. Daha sonra sanayicilerin yoğun arsa talepleri üzerine genişleme çalışmaları yapılmış ve 24.000.000 metre kare alana ulaşmıştır. Böylece Türkiye'nin en büyük organize sanayi bölgesi hâline gelmiştir. Girişimcilik ve sanayileşmede iddialı olan Kayseri ili Türkiye'nin yanı sıra birçok ülkeye de model olmuştur. Bünyesinde barındırdığı hemen hemen her sektörde üretim yapan 500' ün üzerinde firma ile Kayseri Organize Sanayi Bölgesi, Kayseri ve Türkiye'nin büyüyen ekonomisine ivme kazandırmaktadır. Tesisler planlı bir büyüme ve gelişim süreci içerisinde üretim yapmaktadır. Ürünlerine yansıttıkları ileri teknoloji sayesinde kaliteyi artırmaktadırlar. (URL-49)

Buradaki fabrikaların %60'ı mobilya sektörüne yönelik imalat yapmaktadır. Fakat kapalı alan miktarıyla birlikte bu yüzdelik %70'i bulmaktadır. Ayrıca bununla birlikte 1.000 işyerinin bulunduğu Ağaç İşleri Sanayi Sitesi, 450 işyerinin bulunduğu Doğu

Sanayi Sitesi, bir kısım imalatçıların ve mobilya satış mağazalarının bulunduğu 800 işyeri olan Eski Sanayi Bölgesi ve şehrin çeşitli yerlerine dağılmış 6 küçük sanayi sitesi faaliyet göstermektedir. (URL-50)



Resim 78.Kayseri Organize Sanayi Bölgesi

(URL-51)

2004 yılında Kayseri OSB genişlemeye başlamıştır. 31 Temmuz 2004'te 101 tane fabrikanın temelleri aynı anda atılmıştır. 2004 yılı sonunda ise bu sayı 183 adede ulaşarak dünyada bir ilke imza atılmıştır. 2005 ve 2006 yıllarında bu fabrikaların faaliyete başlamasıyla, Kayseri mobilya sektörü şu anki kapasitesini %50 daha artırmıştır. Bu sayede sektördeki liderliğini de açık ara önde götürmeye devam etmiştir. Son yıllarda uluslararası ihracat yapan firmalar o ülkelerin kültür ve geleneklerine göre tasarım yaparak çok yönlü bir görünüm sergilemeye başlamışlardır. Kayseri mobilya sektöründe yabancı ortaklı yatırımlara karşı olumlu olan, istenilen ürün çeşidine ve tipine göre üretim yapabilecek kapasitede olan ve ihracat yapmak isteyen yüzlerce büyük firma bulunmaktadır. (URL-50)

2015 yılı için Kayseri'nin ihracat rakamları incelendiğinde mobilya ihracatının 372 Milyon dolar olduğu görülmektedir. Kayseri'de 760 tane mobilya imalatçısı faaliyet göstermektedir. Bu firmalar 60 bine yakın kişiye istihdam sağlamaktadır. Kayseri için

2014 yılı hane halkı büyüklüğü 3,6'dır. Tüm bu oranlara bakılırsa 216.000 kişi doğrudan, dolaylı olarak da nüfusun yarısından fazlası mobilya sektöründen kazançlarını sağlamaktadır. (Tr72 Mobilya Sektör Raporu, s.4)

8. YÖNTEM

8.1. Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada Türkiye'de mobilya sektörünün gelişimi Kayseri örneği ile ilgili anket ve literatür taraması yapılmıştır. Giriş ve gelişme kısmında literatür taramalarından elde edilen bilgilere, son kısımda da anket çalışmalarının sonuçlarına yer verilmiştir.

Araştırma, mobilya satışı ve mobilya üretimi yapan firmalarla görüşülerek tamamlanmıştır. Kayseri ilinde mobilya satışı yapan mağazalarla yapılan görüşmelerde, müşterilerin ne tarz mobilya tercih ettiği, tercih edilen mobilyaların renk, malzeme, boya vb. özelliklerini öğrenmeye yönelik görüşmeler yapılmıştır. Üretim yapan mobilya firmalarıyla yapılan görüşmelerde ise, iç mimarlarla çalışıp çalışmadıkları sorularak iç mimarların mobilya üretimindeki etkisi ve konumunu öğrenmeye yönelik araştırmalar yapılmıştır. Bu çerçevede literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda kısmen teorik bir yapı sunulmuştur ve bu yapıyı desteklemek üzere anket uygulaması yapılmıştır.

Teorik çerçeve için ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Bu kapsamda mobilya kavramı, tarihçesi, sektörün Türkiye'deki ve Kayseri'deki durumları ile ilgili tezlerden, kitaplardan, dergilerden ve elektronik ortamdaki makalelerden yararlanılmıştır.

Pratik çerçevede ise uygulamalı araştırma yapılmıştır. Satış yapan ve üretim yapan firmalara uygulanmak üzere 2 farklı anket hazırlanıp firmalara bu anketler uygulanmıştır. Anketteki sorular konularla paralel olmakla birlikte bu da konuyla ilgili daha kapsamlı bilgi edinmeyi sağlamıştır.

Üretim yapan firmalara ar-ge çalışmaları, iç mimarlarla olan çalışmaları, mobilyaların üretim yöntemleri, hammadde temini, mobilya tasarımlarının nasıl yapıldığı ile ilgili sorular sorulmuştur. Daha sonra üretim safhası incelenmiştir. Fotoğraf çekimine izin veren firmaların üretim bölümleri gezilerek bilgi alınmış ve üretim aşamasında bazı fotoğraflar çekilmiştir.

Satış yapan mobilya mağazalarına ise müşterilerin tercih ettiği mobilya tarzları, o mobilyanın rengi, deseni, malzemesi, cilası sorulmuştur. Bununla birlikte iç mimarlarla çalışma durumu, modanın müşteri tercihlerine etkisi araştırılmıştır. Yine bu firmalarda da en çok tercih edilen mobilya tarzlarının fotoğrafı çekilmiştir.

8.1.1. Görüşme Yöntemi

Araştırma kapsamında, mobilyada tasarımın önemini, müşterilerin mobilya tercihlerini, tercih edilen mobilyaların özelliklerini, imalat aşamasında iç mimarların konumu ve etkisini öğrenmek üzere belirli soruları içeren 2 türde anket hazırlanmıştır. Bu anketler Kayseri'de yaşayan insanların en fazla tercih ettiği mobilya mağazaları ile Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde mobilya üretimi yapan orta ve büyük ölçekli firmaların ar-ge, pazarlama ve diğer departmanlardaki ilgili kişilere uygulanmıştır. Hazırlanan anket soruları, ilgililerce yüz yüze cevaplandırılmıştır. Satış yapan firmalarla, tercih edilen mobilya tarzları, malzeme, renk ve doku araştırılması, müşterilerin beklentileri, Kayseri'de daha fazla üretilmesi gereken mobilyalar üzerine görüşmeler yapılmıştır. Üretim yapan mobilya firmalarıyla ise iç mimarlarla çalışıp çalışmadıklarını, ar-ge çalışmalarını, tasarımların nasıl yapıldığını, mobilyaların üretim safhalarını öğrenmek üzere görüşmeler yapılmıştır.

8.1.2. Görüşme Yapılacak Firmaların Belirlenmesi

Anket yapmak üzere toplam 40 firmayla görüşme yapılmıştır. 25 tane mobilya satışı yapan firma belirlenmiştir. Bunlar Kayseri'de çok fazla talep edilen, çoğu 10 yıldan fazla sektörde faaliyet gösteren mobilya firmasıdır. Bununla birlikte 15 tane de

mobilya imalatı yapan firma ile görüşülmüştür. Bu firmalar da uzun yıllar sektörün içinde olan firmalardır.

8.2.Görüşme Sorularının Belirlenmesi

Araştırma kapsamında mobilya satışı ve üretimi yapan firmalarla görüşmek üzere anket soruları hazırlanmıştır. Kayseri'de yaşayan insanların mobilya tercihlerini daha detaylı öğrenmek üzere satış ve üretim yapan firmalara uygulanmak üzere 2 farklı anket hazırlanmıştır. İkisinde de ortak ve farklı sorular bulunmaktadır. Satış yapan firmalara uygulanan ankette müşterilerin tercih ettiği mobilya tarzlarını, mobilyaların fiyat aralıklarını, tercih edilen mobilyanın deseni, cilası, rengi, malzemesi hakkında sorular sorulmuştur. Üretim yapan firmalara ise iç mimar ile çalışıp çalışmadıklarını, tasarımların nasıl yapıldığını, ar-ge çalışmalarını, mobilyaların üretim safhalarını öğrenmek üzere sorular sorulmuştur.

8.3.Mobilyaların Üretim Safhalarının İncelenmesi

Kayseri'de mobilya imalatı yapan firmaların, mobilya üretim safhalarını incelemek üzere Kayseri Organize Sanayi bölgesine gidilerek oradaki firmalarla görüşmeler yapılmıştır. Bazı firmalarda araştırma için üretim aşamaları fotoğraflanarak detaylı şekilde bilgiler alınmıştır. İlk olarak Kayseri ve daha sonra Türkiye için önemli bir yere sahip olan İstikbal firmasının üretim aşaması incelenmiştir. Aşağıda sırasıyla üretim aşaması anlatılmıştır.



Resim 79. Çek-Yat Kanepe Seri Üretim Aşaması 1

Ustalar tarafından montaj yapılmaktadır. Bir ürünün montaj süreci şu şekilde olmaktadır; makine hattından gelen parçalar montaj teknik resmine göre belli bir sırada çivi, havalı tabanca, tutkal gibi bağlayıcılarla birbirlerine monte edilerek mobilya kasasının montaj süreci tamamlanır.

Montaj parçalarındaki tolerans değerlerinin aşımıyla beraber montaj süresi mevcut etüt süresinden uzun zaman alır. Örneğin; kavak çıtanın eğriliği, nemle şişme, yüzey işleme makinelerinden çıkan parçaların toleransı aşması gibi problemlerden dolayı montaj süresi uzayabilir. (Resim 80-81-82)



Resim 80. Çek-Yat Montaj Aşaması 1



Resim 81. Çek-Yat Montaj Aşaması 2



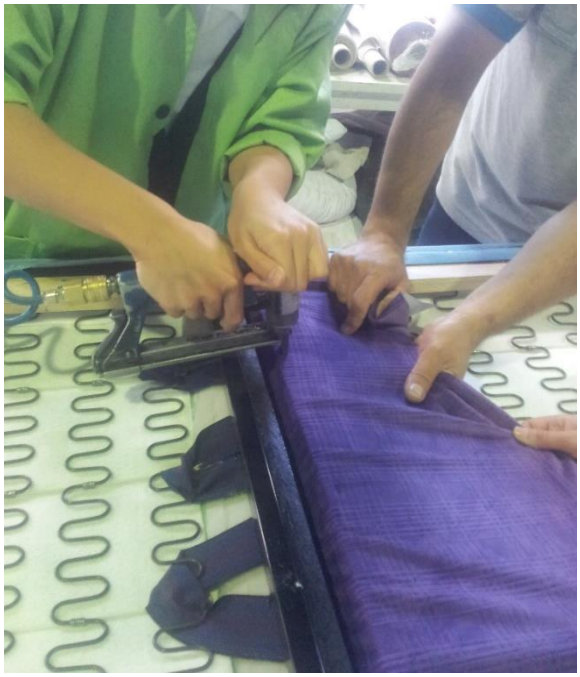
Resim 82. Çek-Yat Montaj Aşaması 3

Mobilyaların kasaları, parçaların montajı olduktan sonra tela denilen malzeme ile kaplanır. Daha sonra köşelere sünger yapıştırıldıktan sonra kumaşla döşenir. Diğer taraftan da montelenen gövde kısmı gelir ve kasayla birleştirilir. Burada kullanılan yaylar, kumaşlar ve süngerler yine fabrika bünyesindeki diğer firmalardan gelmektedir. Yayların arasına takoz sünger koyulmaktadır. Böylece yayların ses yalıtımı sağlanmış olur ve mukavemet sağlanır.

Daha sonra font döşeme yapılır. Kapitone üzerine font kumaşı birleştirilmiş olarak gelmektedir. Kol kısımları da başka bir bantta birleştirilmiş olarak gelir. Bazı modellerin montajı yapılır bazıları ise demonte olarak sevk edilir. Böyle ürünlerin parçaları, ürünün sandık kısmına koyulur. Ayak kısımları da aynı şekilde montelenmiş ya da demonte olarak sevk edilir.

Yastıklar ve kılıfları da ayrı ayrı paketlenip sandık içinde sevk edilir.

Son olarak ürünün sevki yapılmadan önce kalite kontroldeki çalışanlar bu ürünleri teker teker inceler. Hatalı ürün varsa düzeltilmek üzere tekrar gönderilir fakat düzeltilemeyecek gibiyse baştan monte edilip döşenir. Hatasız olan ürünlerin belli bir sıcaklıkta ambalajlanma işlemi yapıldıktan sonra tırlara yüklenip bayilere sevk edilir.



Resim 83. Çek-Yat Kumaş Döşenmesi

Kumaş kesiminde haftalık üretilecek ürünlerin girdisi yapılır. Siparişlerin toplamına göre kumaş sarfı belirlenip depodan temin edilir. Malzemeler tedarik edilir. Kumaşlar uzun masalara serilir. Pastal sistemiyle ölçüler girilir ve kesim otomatik olarak yapılır. Eşleştirme birimi parçaları ayırıp eşleştirir. Daha sonra dikim işlemine geçilir. 2 farklı dikim yapılır: terzi usulü birleştirmeler, kapitone ve kumaş birleştirmeleri.

Terzi usulü dikimde; diken diğerine aktarır ya da eton sistemiyle taşıma yapılır. Eton sistemi; İş istasyonları arasında ürünlerin el değmeden taşınmasının yanında, istasyonlar arasındaki yük dağılımını otomatik olarak gerçekleştirir ve üretimle ilgili her türlü vardiya ve verimlilik raporlarının alınmasına imkân verir.

Kumaşların üzerindeki desenler mammut denilen makineyle yapılır. Mammuta desenin kodu girilir, desen çıkar. Tek kafa ya da çift kafa desen çıkarımı yapılır.

Kapitone ve kumaş birleşiminde kenar düzenli olmalıdır. Fazlalıklar alınır düzgün hâle getirilir. İstiflenip döşeme birimine gönderilir.



Resim 84. Çek-Yat Kumaş Döşeme Birimi

Üretim aşamasında fotoğrafı çekilen bir diğer Kayseri firması ise Ergül mobilya olmuştur.

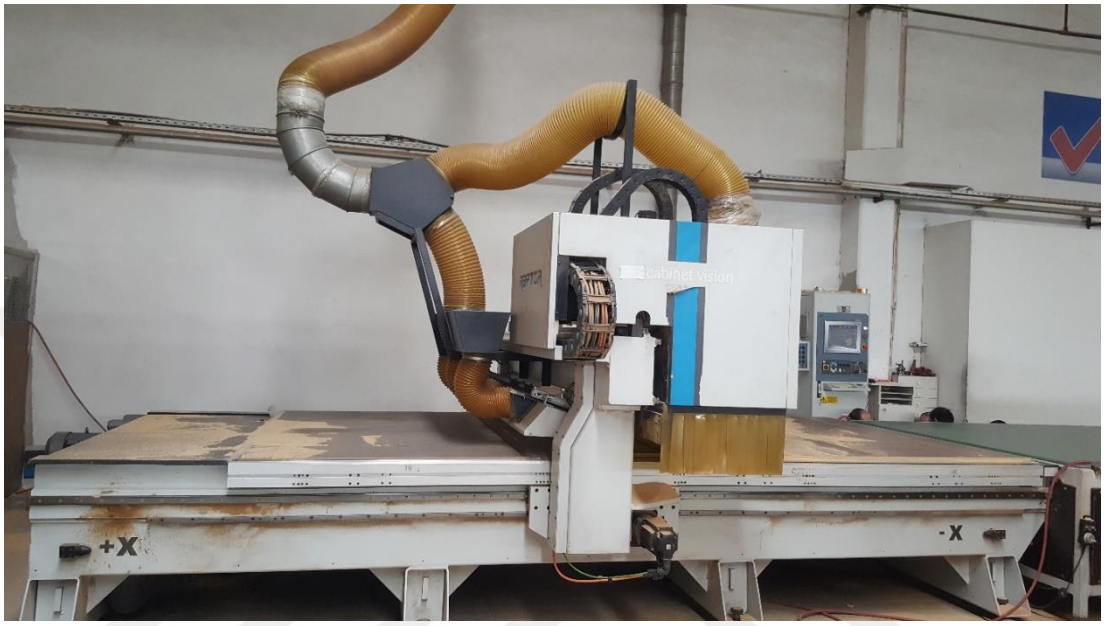


Resim 85. Kanepe Seri Üretim Aşaması 2



Resim 86. Koltuk Döşeme Aşaması

Burada döşeme işlemi hazır kumaşlarla olmaktadır. Yani kumaşın desenlerini kendileri belirlememektedir.



Resim 87. Cnc Makinesi

CNC makinesiyle delik açma hariç tüm şekilleri yapabildiklerini söylemektedirler.



Resim 88. Ürünlerin Bitmiş Hâli



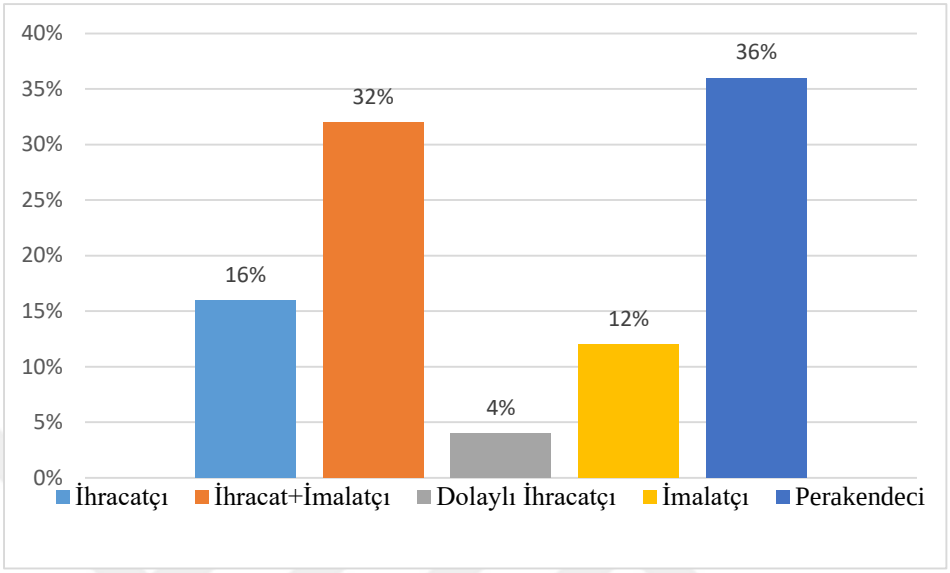
Resim 89. Sevkiyat Kısmı

9. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

9.1.Araştırma Kapsamında Yapılan Görüşmelerin Değerlendirilmesi

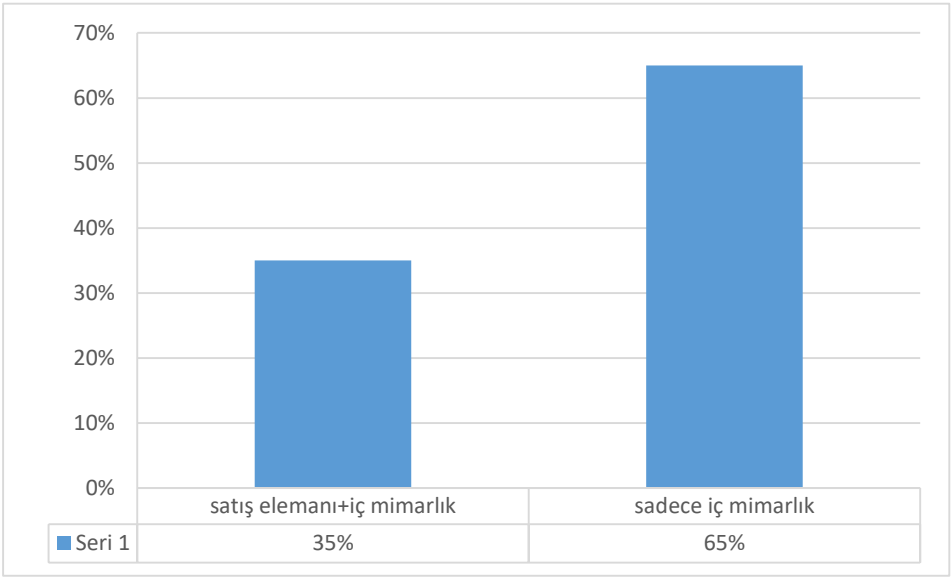
Satış yapan mobilya mağazalarında sektörde farklı konumlarda olan; ihracat, hem ihracat hem imalat, dolaylı ihracat, imalat ve perakende satış yapan firmalar olmak üzere çeşitli firmalarla görüşmeler yapılarak anketler uygulanmıştır. Perakende satış yapan firmalar %36 iken, %32'lik payı ihracat ve imalatı bir arada yapan firmalar almaktadır. İhracat yapan firmalar ise %16 iken dolaylı ihracat yapan firmalar %4' lük kısma girmektedir. (Tablo 5.)

Tablo 5. Satış Yapan Firmaların Sektördeki Konum Tablosu



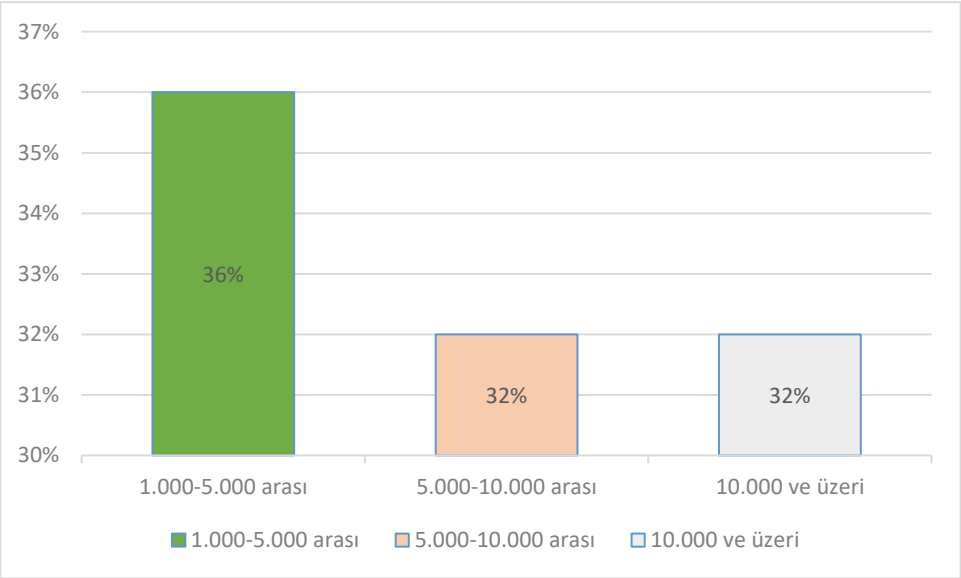
Satış yapan 25 mobilya firmasından 20'si iç mimarla çalıştıklarını söylemişlerdir. İç mimarların bulunduğu firmalarda iç mimarların %65'i sadece iç mimarlık görevini yaparken, %15'inin hem satış elemanı hem de iç mimar olarak görev aldığı ortaya çıkmıştır. (Tablo 6.)

Tablo 6. Satış Yapan Firmalarda Çalışan İç Mimarların Görevi



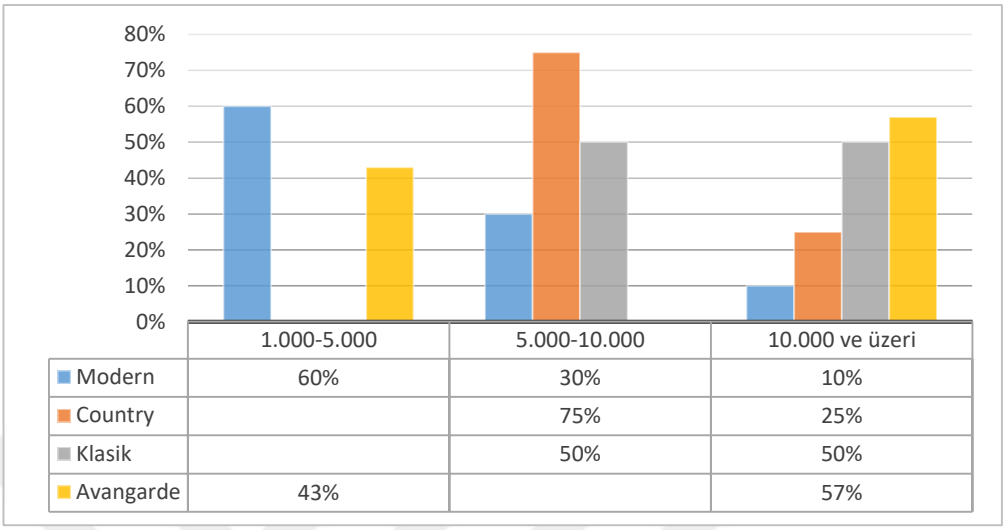
Kayseri'de yaşayan insanların tercih ettiği mobilyalarda fiyat aralıklarının yüzdelik olarak birbirine çok yakın değerde olduğu tespit edilmiştir. 1.000-5.000 tl arası %36'lık dilimde iken, 5.000-10.000 tl arası ve 10.000 tl üzeri eşit değerde ve %32'lik dilimde yer almaktadır. (Tablo 7.)

Tablo 7. Tercih Edilen Mobilyaların Fiyat Aralıkları (Tl Cinsinden)



Satış yapan firmalarda tercih edilen mobilya tarzlarına göre fiyat aralıkları da belirlenmiştir. (Tablo 8.) Modern mobilyaların %60'ı, avangarde mobilyaların ise %43'ünün 1.000-5.000 tl arasında olduğu tespit edilmiştir. Modern mobilyaların %30'u, country tarz mobilyaların %75'i, klasik mobilyaların %50'si 5.000-10.000 tl arasında olduğu tespit edilmiştir. Modern mobilyaların %10'u, country tarz mobilyaların %25'i, klasik mobilyaların %50'si ve avangarde mobilyaların %57'si 10.000 tl ve üzerinde olduğu görülmüştür.

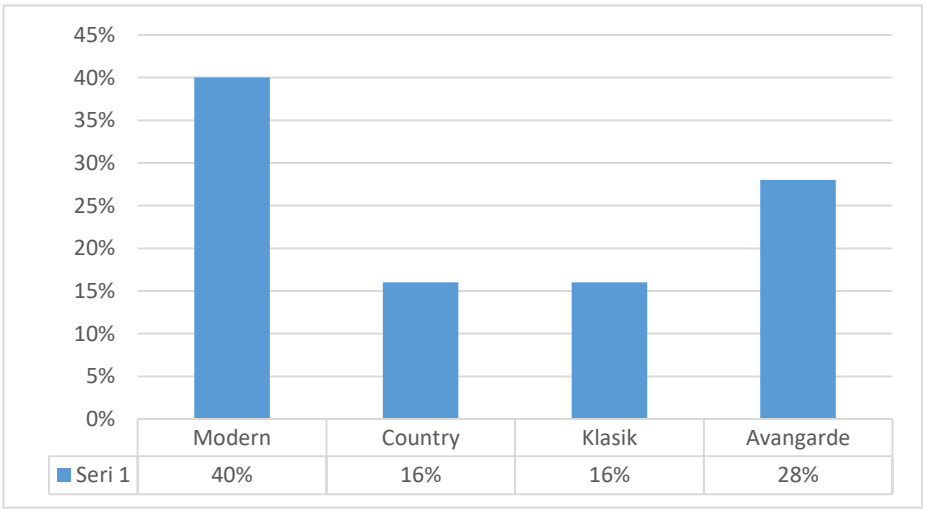
Tablo 8.Tercih Edilen Mobilya Tarzlarının Fiyat Aralıkları



	1.000-5.000	5.000-10.000	10.000 ve üzeri
Modern	60%	30%	10%
Country		75%	25%
Klasik		50%	50%
Avangarde	43%		57%

Satış yapan firmalarda en çok tercih edilen mobilya tarzları sorulduğunda modern, country, klasik ve avangarde tarzlar söylenmiştir. Modern mobilyanın tercih edilme oranı %40 iken avangarde mobilyanın tercih edilme oranı ise %32 olduğu görülmüştür. Country tarz ve klasik tarz mobilyanın tercih edilme oranı ise %16'dır. (Tablo 9.)

Tablo 9. En Çok Tercih Edilen Mobilya Tarzları



	Modern	Country	Klasik	Avangarde
Seri 1	40%	16%	16%	28%



Resim 90. Kayseri'de Tercih Edilen Modern Oturma Grubu 1



Resim 91. Kayseri'de Tercih Edilen Modern Oturma Grubu 2



Resim 92. Kayseri'de Tercih Edilen Country Oturma Grubu 1



Resim 93. Kayseri'de Tercih Edilen Country Oturma Grubu 2



Resim 94. Kayseri'de Tercih Edilen Klasik Salon Takımı 1



Resim 95.Kayseri'de Tercih Edilen Klasik Salon Takımı 2



Resim 96. Kayseri'de Tercih Edilen Avangarde Oturma Grubu 1

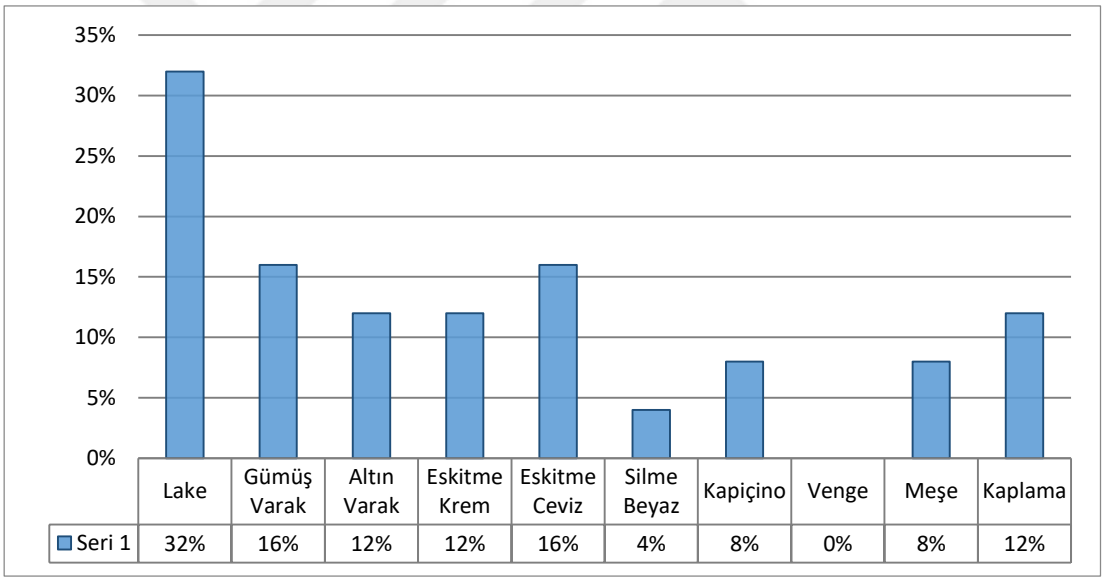


Resim 97. Kayseri'de Tercih Edilen Avangarde Oturma Grubu 2

Görüşülen firmalara müşterilerin tercih ettiği mobilyalarda istedikleri malzeme sorulduğunda hepsi de ahşap cevabını vermiştir. Masif ve gürgenin ağırlıklı olarak tercih edildiği belirtilmiştir.

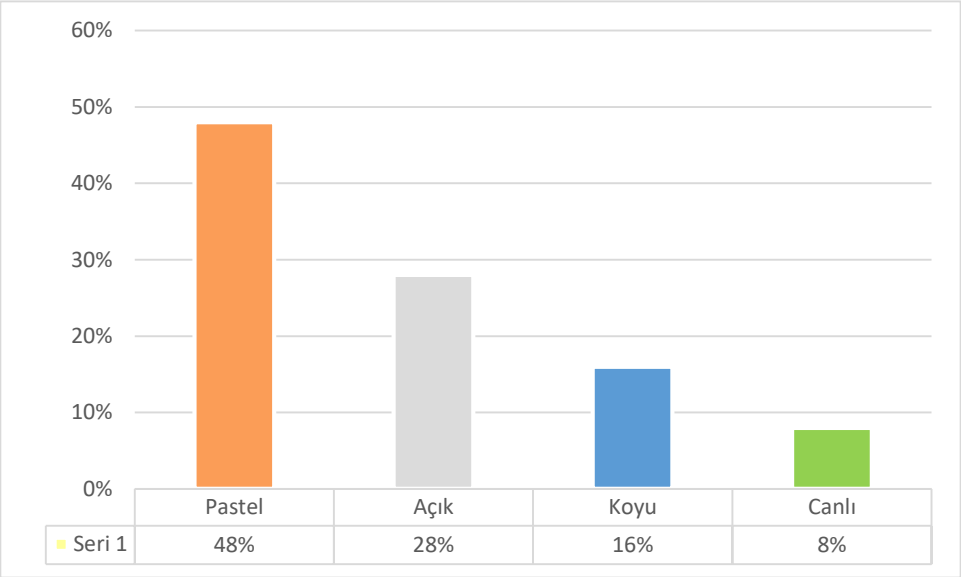
Cila olarak en fazla tercih edilen lake cila olmakla birlikte onun ardından eskitme krem, ceviz, altın ve gümüş varakların yer aldığı görülmüştür. Lake cila tercihi %32 iken gümüş varak ve eskitme ceviz %16, altın varak, eskitme krem ve kaplama %12 olmuştur. Kapiçino ve meşe %8 tercih edilirken silme beyaz %4 tercih edilmektedir. (Tablo 10.)

Tablo 10. Mobilyalarda Tercih Edilen Cila Çeşitleri



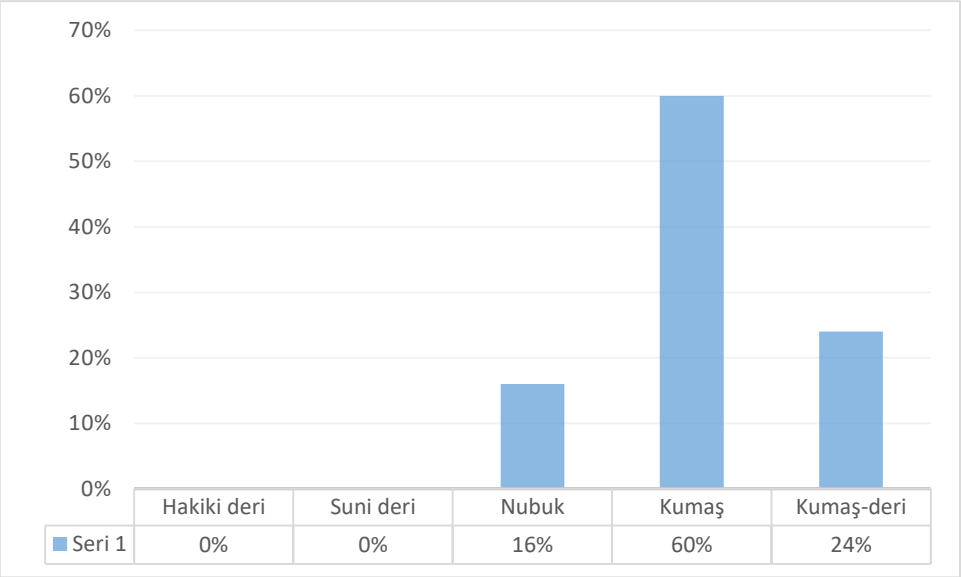
Mobilyalarda tercih edilen renk tonları firmalara sorulduğunda şu sonuçlar ortaya çıkmıştır: pastel tonların tercih edilme oranı %48, açık tonların tercih edilme oranı %28, koyu tonların tercih edilme oranı %16 ve canlı renklerin tercih edilme oranı %8 olmuştur. (Tablo 11.)

Tablo 11.Mobilyalarda Tercih Edilen Renk Tonları



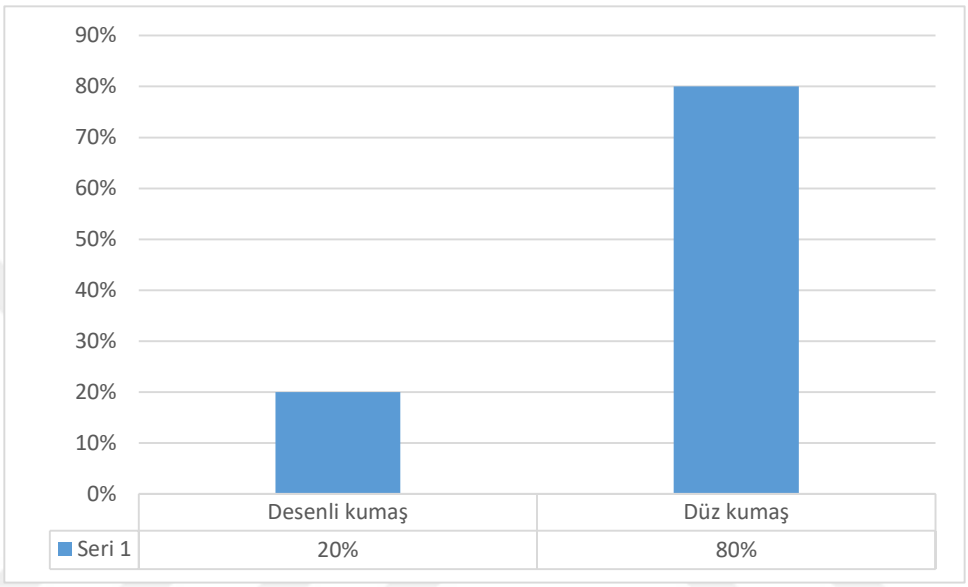
Oturma gruplarında tercih edilen malzemelerin başında kumaşın önde geldiği görülmüştür. Kumaşın ardından kumaş- deri karışımı daha sonra nubuk gelmektedir. Kumaş tercihi %60, kumaş-deri karışımı tercihi %24 ve nubuk tercihi %16 olarak belirlenmiştir. Hakiki deri ve suni derinin tercih edilmediği saptanmıştır. (Tablo 12.)

Tablo 12.Oturma Gruplarında Tercih Edilen Malzemeler



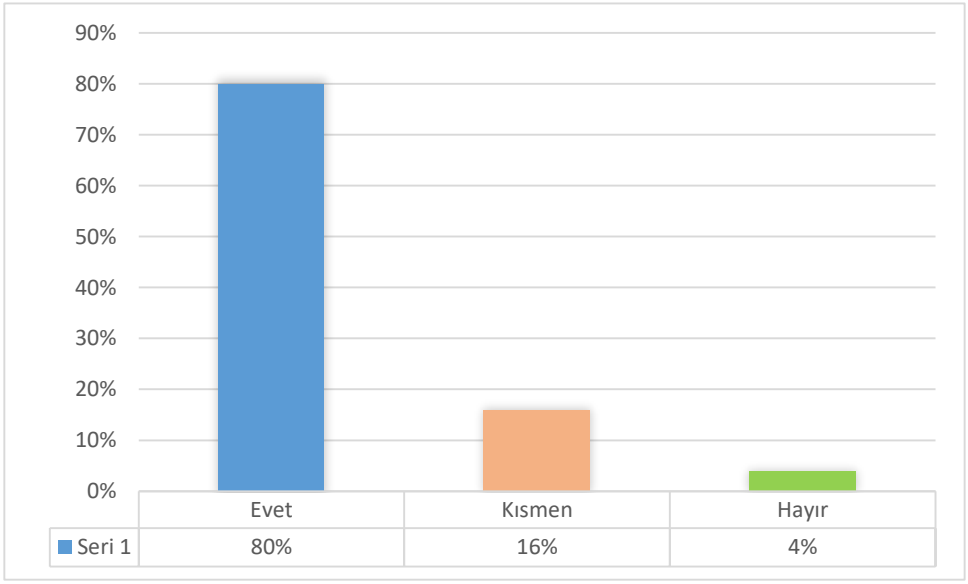
Kumaş malzemenin kullanıldığı oturma gruplarında, düz kumaşın desenli kumaşa göre daha çok kullanılmakta olduğu görülmüştür. %80 düz kumaş kullanılırken %20 desenli kumaş kullanıldığı tespit edilmiştir. (Tablo 13.)

Tablo 13.Kumaş Kullanılan Mobilyalarda Desen Tercihi



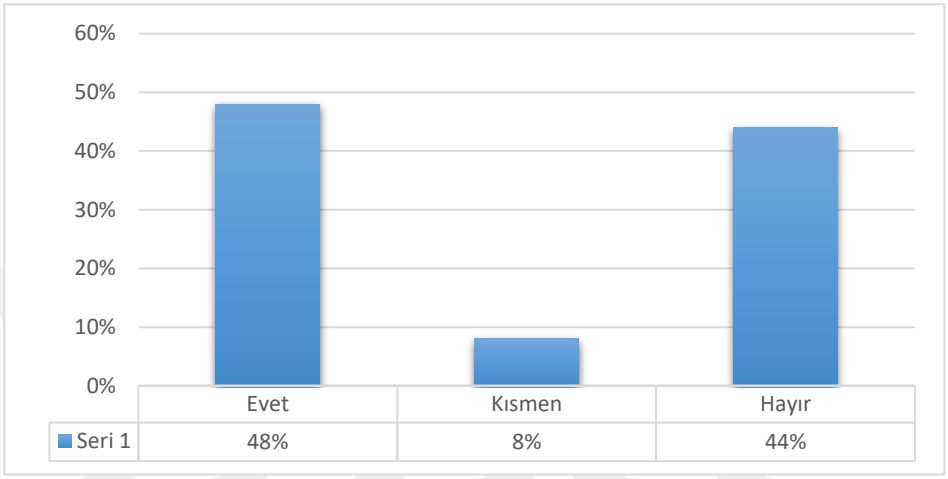
Desen ve renkte moda %80 müşteri tercihinde etkili iken %16 kısmen etkili olduğu görülmüştür. (Tablo 14.)

Tablo14. Desen Ve Renkte Modanın Müşteri Tercihine Etkisi



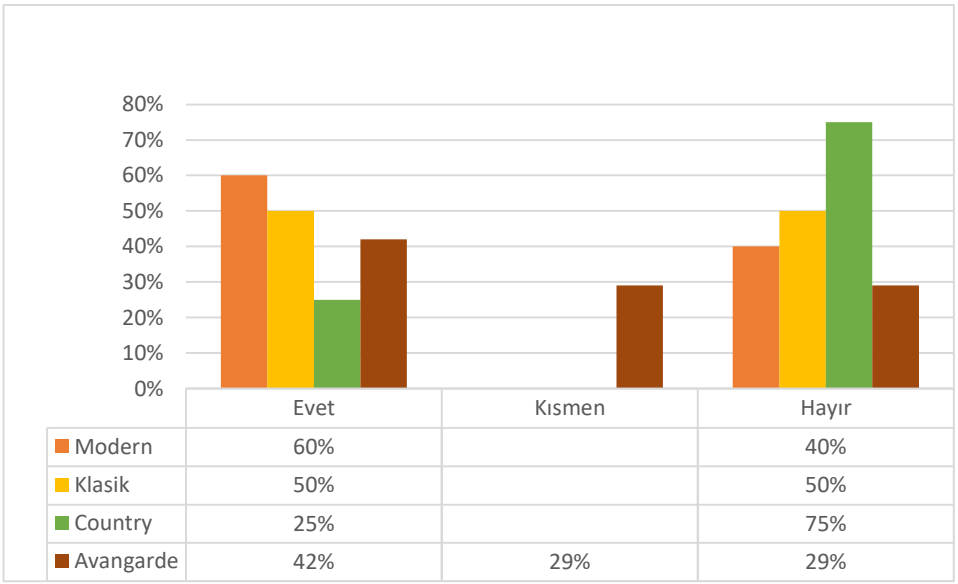
Yapılan görüşmeler doğrultusunda müşterilerin %48'i ürünlerin taklit olduğunu anlarken, %8'i kısmen anlamakta, %44'ünün ise pek fazla anlayamamakta olduğu ortaya çıkmıştır. (Tablo 15.)

Tablo 15. Müşterilerin Taklit Mobilyayı Anlama Olasılığı



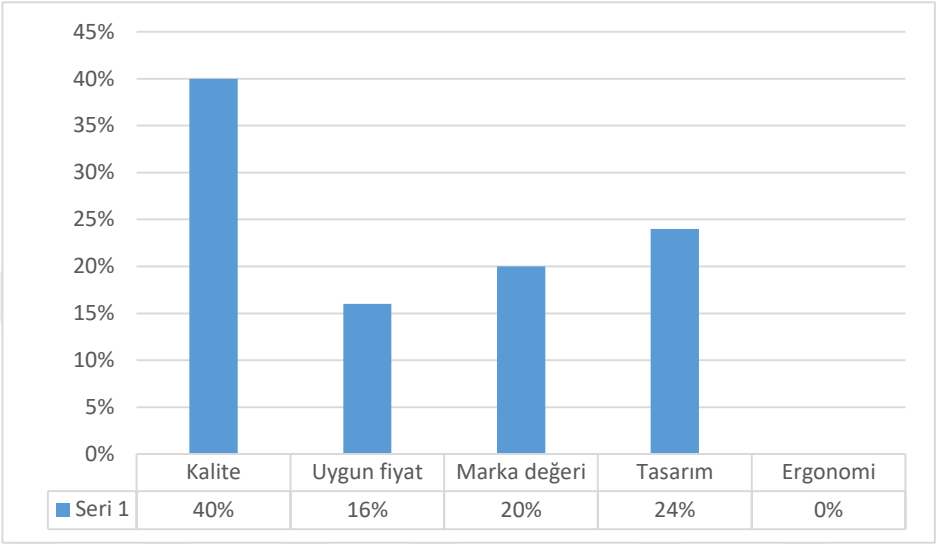
Mobilya tarzlarına göre müşterilerin ürünün taklit olup olmadığını anlama olasılığı ise şöyledir: modern mobilyalarda %60, klasik mobilyalarda %50, country tarz mobilyalarda %25 ve avangarde mobilyalarda ise %42'dir. (Tablo.16)

Tablo 16. Mobilya Tarzlarına Göre Müşterilerin Taklit Ürünleri Anlama Olasılığı



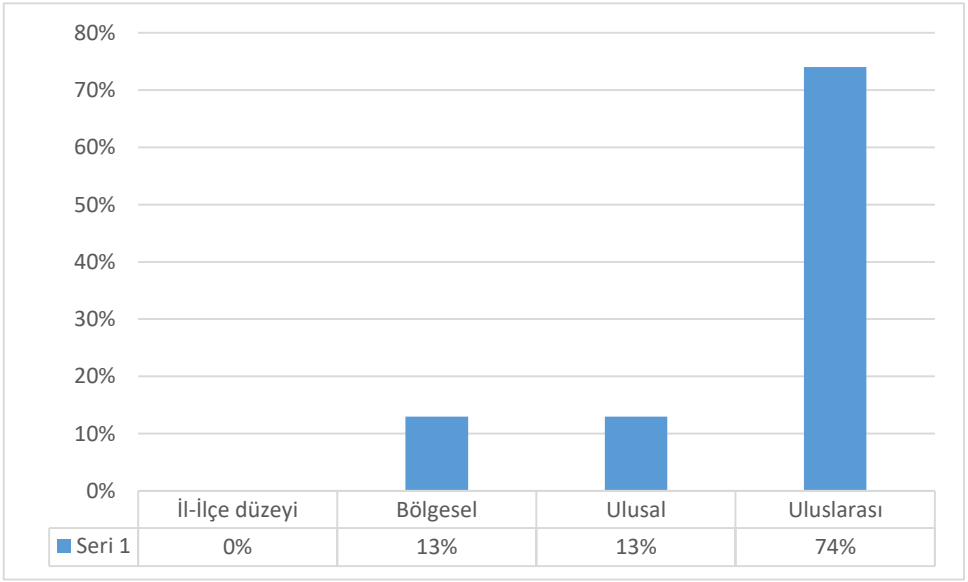
Satış yapan mobilya firmalarına müşterilerin ürünleri tercih etmelerindeki öncelik sorulduğunda sıralama; kalitede %40, tasarımda %24, marka değerinde %20 ve uygun fiyatta %16 olmuştur. (Tablo 17.)

Tablo 17. Müşterilerin Ürünleri Tercih Etmedeki Öncelikleri



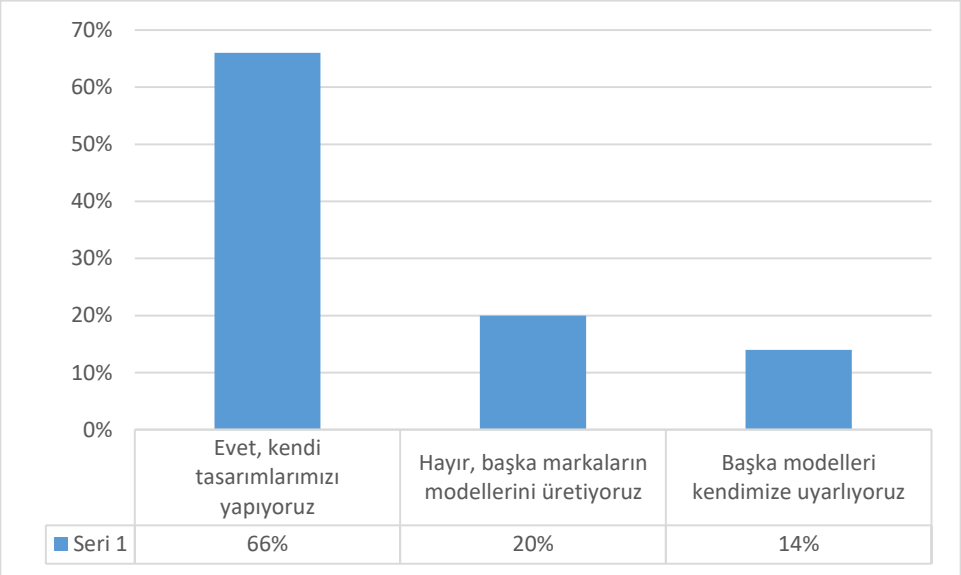
Üretim yapan mobilya firmalarının yöneldikleri pazar düzeyi, bölgesel ve ulusal %13 ve uluslararası pazar düzeyi %74 olarak belirlenmiştir. (Tablo 18.)

Tablo 18. Üretim Yapan Firmaların Yöneldikleri Pazar Düzeyi



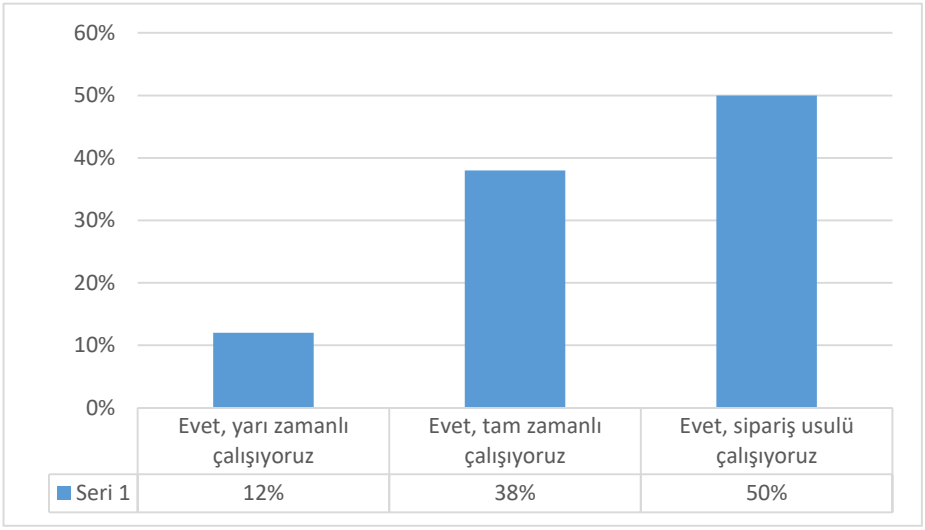
Üretim yapan firmaların %66'sı kendi tasarımlarını yaptıklarını, %20'si başka markaların modellerini ürettiklerini, %14'ü ise başka modelleri kendilerine uyarladıklarını söylemektedir. (Tablo 19.)

Tablo19. Üretim Yapan Firmalardaki Tasarımların Firmaya Ait Olup Olmadığını Gösteren Tablo



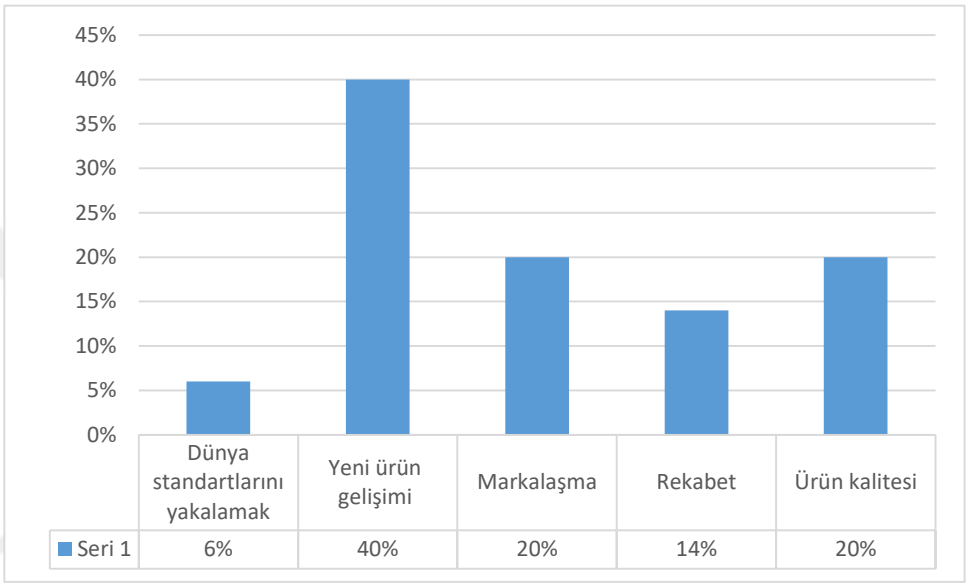
Görüşülen 15 üretici firmadan 8'i ar-ge çalışmalarında iç mimarla çalıştığını belirtmiştir. İç mimarla çalışan firmaların ise %12'sinin yarı zamanlı, %38'inin tam zamanlı, %50'sinin ise sipariş usulü çalıştığı tespit edilmiştir. (Tablo 20.)

Tablo 20. Üretim Yapan Firmaların İç Mimarlarla Çalışma Usulleri



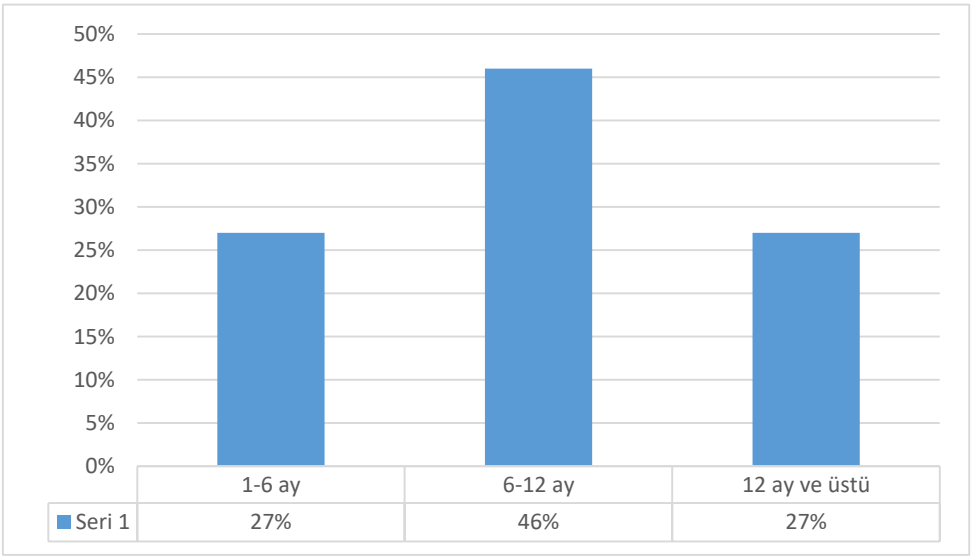
Üretim yapan mobilya firmalarının tasarımcısından beklentileri şöyledir: dünya standartlarını yakalamak %6, yeni ürün geliştirme %40, markalaşma %20, aynı segmentteki firmalarla rekabete girme %14, ürünü daha kaliteli hâle getirme %20 olarak belirlenmiştir. (Tablo 21.)

Tablo 21. Üretim Yapan Firmaların Tasarımcısından Beklentileri



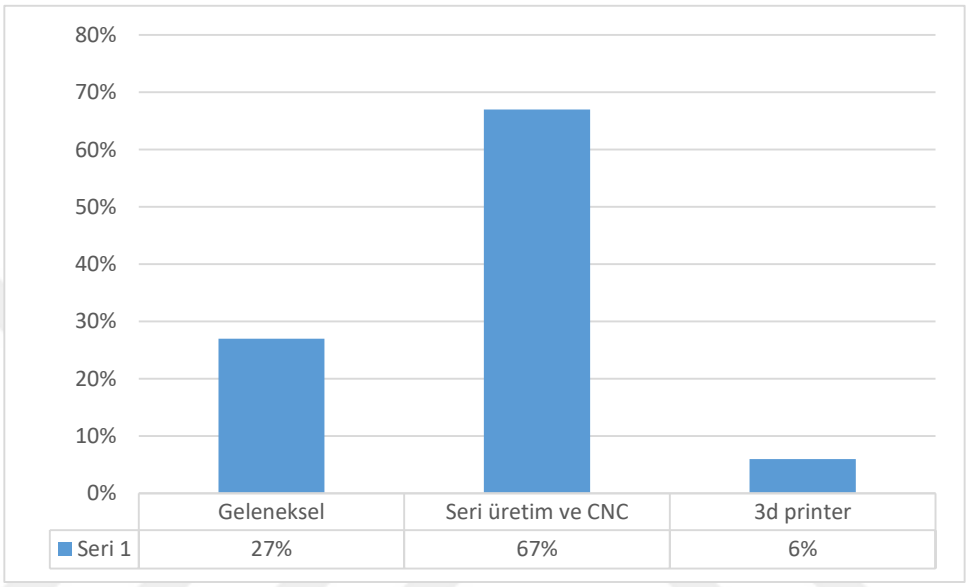
Üretim yapan firmaların %27'sinin 1-6 ay içerisinde, %46'sının 6-12 ay içerisinde, %27'sinin 12 ay ve sonrasında ürün gamını yenilediği anlaşılmıştır. (Tablo 22.)

Tablo 22. Üretim Yapan Firmalarda Ürün Gamının Yenilenme Süresi



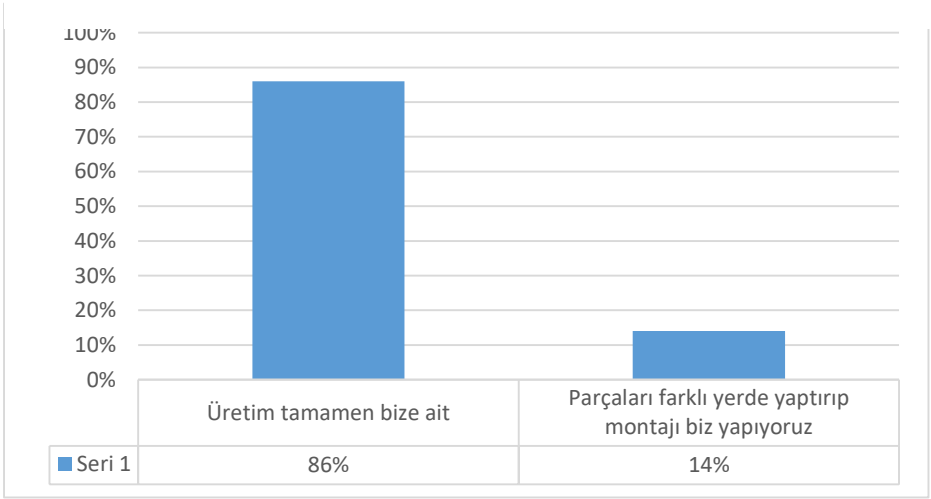
Firmalarda bulunan üretim yöntemleri şöyledir: %27'sinin geleneksel yöntem, %67'sinin seri üretim ve CNC, %6'sının ise 3d printer kullandığı tespit edilmiştir. (Tablo 23.)

Tablo 23. Firma Bünyesinde Bulunan Üretim Yöntemleri



Üretim yapan firmalara, üretimin tamamen firmada mı yoksa parçaları farklı yerde yaptırıp montajını mı kendilerinin yaptığı sorusu sorulduğunda %86'sı üretimin tamamen firmaya ait olduğunu, %14'ü ise parçaları farklı yerde yaptırıp montajı firmada yaptıklarını söylemiştir. (Tablo 24.)

Tablo 24. Firmalardaki Üretimlerin Firma Bünyesinde Olup Olmadığını Gösteren Tablo



9.2.Araştırma Üzerinden Çalışmanın Değerlendirilmesi

Satış yapan firmalarla görüşmeler doğrultusunda, ekonomik gelir ile kültür seviyesinin doğru orantılı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla yüksek gelir grubu insanlar ile düşük gelir grubu insanlar arasında kültür farkı olmaktadır. İstisnalar olmakla birlikte yüksek gelir grubuna sahip insanların mobilyalar hakkında daha bilinçli oldukları görülmektedir. Dolayısıyla bir ürünün taklit olup olmadığını daha iyi anlayabilmektedirler. Malzeme ve mobilya hakkında daha çok bilgi sahibi olmaktadırlar. Alt gelir grubu insanlar ise taklit olup olmadığını daha az anlayabilmektedir. Çünkü eş-dost tavsiyesi ile mağazalara gitmektedirler ve öncesinde mobilyalarla ilgili bilgi edinmemektedirler. Fakat istisnalar da mutlaka olmaktadır. Düşük gelir seviyesine sahip bazı insanlarda mobilya merakı ya da bütçesine göre en iyisini alma isteği olduğu için, onlar da öncesinde mobilyalar hakkında araştırma yapıp gidebilmektedir. Mobilya firmaları da müşterilerinin mobilyalar hakkında bilgi sahibi olmaları gerektiğini söylemektedirler. Çünkü çoğu mağaza sahibi müşterilerin mobilyaların sadece tasarımına bakıp aldıklarını, hangi malzemeden nasıl yapıldığını sormadıklarını söylemektedirler. Fakat yetkili kişiler ürün hakkında daha çok bilgi vermek, hangi malzemeden yapılıp, nasıl bir süreçten geçtiğini, kısacası mobilyanın değerini anlatmak istediklerini söylemektedirler. Bu sayede mobilya alacak kişilerin daha sağlıklı kararlar vereceklerini düşünmektedirler.

Satış yapan mobilya firmalarıyla görüşmeler doğrultusunda, müşterilerin çoğunun mobilyalarda moda olan renk ve desenleri tercih ettiği görülmüştür. Fakat bunun yanı sıra az da olsa bazı müşterilerin moda geçicidir görüşünde olduğu, dolayısıyla sezonluk moda olan renk ve desenlerin tercih edilmeyip, uzun süre modası geçmeyen renk ve desenleri tercih ettikleri görülmüştür.

Reklamlar mobilya satışında büyük rol oynamaktadır. Kayseri'de insanlar genelde eş-dost tavsiyesi ile mağazalara gitmektedir. Fakat televizyon-internet reklamlarından, toplu taşıma araçlarındaki reklamlardan etkilenip mağazaya giden müşteriler de olmaktadır. Bunun yanı sıra eski usul olarak tabir edilen; vitrinlere bakarak mobilya

beğenme alışkanlığı da hâlâ devam etmektedir. Bu tarz mobilya alışverişini genelde orta yaş grubu ve yaşlı insanlar yapmaktadır.

Üretim yapan mobilya firmalarıyla yapılan görüşmeler doğrultusunda, fiyatların rakip firmalarla aynı düzeyde olup olmadığı sorulduğunda firmaların büyük bir kısmı rekabet ortamında olabilmek ve satış yapabilmek için fiyatlarının aynı düzeyde olması gerektiğini savunmuştur. Özellikle de Kayseri'de müşteriler aynı tarzdaki mobilyalar için fiyat araştırması yapıp uygun olanını tercih etmektedirler.

Üretim yapan firmaların çoğu kendi tasarımlarını yapsalar da başka markalardan da esinlendiklerini söylemektedirler. Çünkü müşteri taleplerini göz önünde bulundurdukları için hangi modeller tercih ediliyorsa ona yakın tarzda ürünler üretilmektedir. Bazı firmaların kendi tasarımlarını piyasaya uydurmakta zorlandıkları görülmektedir. Çünkü her ürünün talep görmediğini, bununla birlikte imalat aşamasında belirli bir süreçten geçtiğini ve üretimin çok zaman aldığını belirtmişlerdir. Ayrıca yeni ürünlerin maliyetleri de fazla olmaktadır.

Başka markaların modellerini üretmeyi tercih eden firmalar, tasarımcılarla çalışmaktadırlar. Bu tasarımcılar İnegöl, İzmir ve İstanbul'daki trendleri yakından takip ederek, ihtiyaca göre modelleri getirip bu modeller arasından seçim yapıldığı belirtilmiştir.

Ürün gamını 1-6 ay süre içinde yenileyen üretici firmalar, modanın çok çabuk değiştiğini savunmaktadır. Dolayısıyla 1 senede ürünlerin %60'ını değiştirmektedirler. Eski ürünlerin tamamen üretimden kalkarak talep gören ürünler üretilmeye devam ettiği tespit edilmiştir.

Seri üretim yapan firmalarda klasik mobilyanın pek fazla üretimi olmadığı görülmüştür. Çünkü hem el işçiliğinin fazla oluşundan dolayı hem de kış mevsiminde boyanın kuruması beklenmektedir. Fakat el işçiliği fazla olmayan mobilyaların seri üretiminde böyle bir durumun söz konusu olmadığı anlaşılmıştır.

10. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırmalar doğrultusunda, Kayseri'de hem satış yapan hem de imalat yapan firmalar incelendiğinde aşağıdaki genel özellikler ortaya çıkmıştır:

- Kayseri'de mobilya üretimi yapan firmaların dış pazar konusunda araştırma yaptığı görülmüştür.
- Mobilya üretimi yapıp ihracat yapan bütün firmaların, kendi markalarıyla ihracat yaptığı belirlenmiştir.
- Hem satış hem de imalat yapan firmaların, ürünlerle ilgili müşterilere gerekli bilgileri verdiği tespit edilmiştir.
- Firmaların neredeyse hepsinin teknolojik yeniliklerle ilgili fuarlara katıldığı tespit edilmiştir.
- Büyük ölçekli firmaların mobilya fuarlarına katılarak hem firmanın hem de Kayseri'nin reklamını yaptığı öğrenilmiştir.
- Üretim yapan firmaların tasarım aşamasında mutlaka müşteri taleplerini de göz önünde bulundurduğu öğrenilmiştir.
- Sipariş üzerine üretimde, çoğu firmanın üretim için yeterli imkâna sahip olduğu saptanmıştır.
- Müşterilerin yaşam biçimlerinin ve sosyal pozisyonlarının (işçi, memur, yönetici, iş adamı) çoğu firmanın mobilya satış hacmi ile doğrudan ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.
- Mobilyaların desen ve renginin moda oluşu, çoğu müşterinin tercih aşamasında etkili bir faktör olduğu anlaşılmıştır.

Çıkarılan bu sonuçlar doğrultusunda bazı eksiklikler belirlenmiştir. Kayseri'deki firmaların tasarım konusunda kendilerini devamlı geliştirme çabasında olduğu görülmektedir. Firmaların tasarım konusunda hep bir arayış içinde olduğu görülmüştür. Ürün tasarımcılarından beklentilerin firmanın konseptine uygun doğru ürünleri yakalayabilmek olduğu anlaşılmıştır. Her ne kadar iç mimar veya endüstri ürünleri tasarımcıları ile çalışılsa da ister istemez farklı markalardan esinlenme olduğu görülmüştür. Kayseri'de alışılagelmişin dışına çıkmanın biraz zor olduğu

söylenmektedir. Çünkü piyasada rakip firmalara göre daha farklı ve yeni ürün üretildiğinde doğal olarak maliyetinin de yüksek olduğu ve kullanıcılar tarafından talep görmediği belirtilmiştir. Dolayısıyla bu bir dezavantaj olmaktadır. Çünkü sürekli aynı tarzlarda üretimler yapıldığında firmalar tasarım anlamında kendini geliştirememektedir. Eğer dünya çapında rekabet etmek istiyorsak bütün firmaların kendilerini tasarım konusunda biraz daha geliştirip var olan tasarımları üretmek yerine, özgün tasarımlar ortaya çıkarmaları daha doğru olacaktır. Çünkü artık yeni nesil daha bilinçli olmakta ve özgün tasarımları tercih etmektedir.

Seri üretim yapan her firmada mutlaka belirli işleri yapan makinelerin de bulunduğu tespit edilmiştir. Fabrikada makineye ihtiyaç duyulmasının sebebi; zamandan tasarruf, üretim yoğunluğu, teknolojinin devamlı gelişmesi, yeni ürünler üretilmesi, kapasite artışı, işçi güvenliğini tehdit eden unsurlar vs. olmaktadır. Bu yüzden insan gücü ve makine gücü beraber olduğunda hem daha hızlı hem de daha kolay şekilde yeni ürünlerin üretilebildiği anlaşılmaktadır.

Her ne kadar tasarımı farklı ve dikkat çekici olan ürünlerin üretilmesi gerektiği konusunda ısrarcı olsak da imalat aşamasında bazı sınırlayıcı unsurların olduğu belirtilmiştir. Şöyle ki yapılan tasarımların makinelere göre olmak zorunda olduğu gerçeği ortaya çıkmıştır. Çünkü üretilebilir tasarımlar olduğunda o üretim hızlı olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra tasarımlar ne kadar özgün olsa da, fabrikadaki mevcut makinenin yapamayacağı şekiller olursa o tasarımın hiçbir öneminin kalmadığı vurgulanmıştır. Bu yüzden tasarımcı fabrikada bulunan makineleri göz önünde bulundurarak tasarımlar yapmalıdır.

Kayseri'de bulunan her firma kendi alanında en iyi olmaya çalıştığını belirtmektedir. En iyi olmaktan kasıt sadece ürün bazında değil, satış sonrası hizmetler de bir hayli önemli olmaktadır. Ürün memnuniyeti ve satış sonrası hizmet birbiriyle entegre konulardır. Çünkü müşteri ürünü aldıktan sonra, ürün ne kadar kaliteli olursa olsun, herhangi bir sorun çıktığında satış sonrası hizmet göremezse bir daha o firmadan ürün almadığı tespit edilmiştir. Müşterilerin, hem üründen hem de satış sonrası hizmetten memnun kaldıysa o firmaya karşı sadık olduğu ortaya çıkmıştır.

Büyük ölçekli firmalarda 6 sigma uygulaması görülmektedir. Altı Sigma'nın temelleri şu 4 unsura dayanmaktadır:

- Müşteriyi memnun etmek
- Süreçleri iyileştirmek
- Ekip çalışması
- Alınan tüm kararların verilere dayanması

Bu uygulamanın orta ve küçük çaplı işletmelerde de uygulanması gerekmektedir. Çünkü burada temel alınan 4 ana madde her firmanın daha iyi gelişmesi ve rekabet edebilmesi için önem arz etmektedir.

Kayseri'de kendini oldukça geliştiren uluslararası pazar düzeyine sahip birçok firma bulunmasına rağmen yeterli reklam yapmadıklarından dolayı pek fazla bilinmedikleri belirtilmiştir. Bu tarz firmaların daha çok reklam yapmaları gerekmektedir. Böylece hem firma adına hem de Kayseri adına dünya çapında rekabet ortamında daha iyi tanınmasına vesile olacaktır.

Üretim yapan Kayseri firmalarıyla görüşmeler doğrultusunda ortaya çıkan sonuç modern mobilya imalatının klasik mobilyaya oranla daha fazla yapılıyor olmasıdır. Bu Kayseri için olumsuz bir durumdur. Çünkü burada yaşayan insanlar klasik tarzda ürünleri de çok fazla tercih etmektedirler. Fakat Kayseri'de klasik mobilya üreticisi fazla bulunmadığından dolayı, insanlar ya Ankara- Bursa gibi şehirlerden ürün almakta ya da perakende satış yapan mağazalardan ürün almaktadırlar. Grafiklerde klasik mobilya alımının diğer tarzlara oranla daha az çıkmasının sebebi de budur. Çünkü mağazalarda bulunan mobilya tarzlarının da genelde modern ve avangarde olduğu ortaya çıkmıştır.

Mobilya almak isteyen müşteriler mobilyayı almadan önce o mobilya hakkında bilgi edinmelidir. Çünkü firmalar bilgisi olmadan ürün alan müşterilerin, mobilyanın kalitesini veya kalitesizliğini anlamadığını söylemektedir. Bilinçli müşteriler her ne kadar artsa da hâlâ bilgisi olmadan mobilya alan insanların olması Kayseri için olumsuz bir durum teşkil etmektedir. Almaya karar verdikleri mobilya tarzını araştırıp, hangi malzemeden yapıldığını, ne tür işlemlerden geçtiğini, cila ömrünün ne kadar

olduğunu az çok bilmelidir. Bu yüzden toplumun daha bilinçli hâle gelmesi gerekmektedir.

İç mimar ve tasarımcıların üretim veya satış yapan firmalarda bulunmaması, o firmalar için büyük bir dezavantaj olmaktadır. Çünkü teknolojinin sürekli gelişmesi ve modanın devamlı değişmesi doğal olarak ürünlere de yansımaktadır. İç mimar ve tasarımcılar da bu değişim ve gelişimleri daha yakından takip ettikleri için firmalara daha iyi fikirler verebilmektedirler. Dolayısıyla iç mimar veya endüstri ürünleri tasarımcısıyla iş birliği yapmayan firmaların maalesef bir adım geride olduğu tespit edilmiştir. Çünkü tasarımcıyla çalışan firma ile çalışmayan firmalar arasında ister istemez bir fark olduğu görülmüştür. Bu yüzden tüm firmalarda en az bir tane iç mimar ve endüstri ürünleri tasarımcısı bulunması, o firmayı pozitif yönde etkileyecektir.

KAYNAKLAR

AKSAYAR, M. F., *Türkiye Mobilya Sanayisinin Avrupa Birliği Ölçeğinde Rekabet Gücü*, Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2006, s.86. (yayınlanmış).

ALTIPARMAK, A., ÖZDEMİR, A. İ. 2004. *Sosyo-Ekonomik Göstergeler Açısından Kayseri'nin Komşu Ve Sınır İller İle Gelişmişlik Düzeyinin Karşılaştırmalı Analizi. Kayseri Ekonomisi Sempozyumu-2*. Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri, 239s

ARIBURUN, L.N. E., *19. Yüzyıl Osmanlı Saray Mobilyaları: Batılılaşma Etkisi ve Biçimsel Açıdan Yemek Kültüründeki Değişim Süreci*, İTÜ, Dr. Tezi, 2012.

BİLGİLİ, E., *Kayseri İmalat Sanayinin Yapısal Analizi*, Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri, 2001, 32 s.

BOYLA, O., 'Mobilya' Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, (cilt 2), Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, 1997, 1285-1286

DEMİRARSLAN, D., *Batılılaşma Sürecinde Türk Barınma Kültüründeki Değişim Ve Konuttaki Yansımaları*, s.219, 2015

DEMİRARSLAN, D., *Osmanlı İmparatorluğu'nda Mobilya Üretiminin Gelişimi Ve Cumhuriyet Dönemine Yansımaları*, 2. Uluslararası Mobilya Kongresi, Ekim 2016, s.378

DEMİRARSLAN, D., *Osmanlı İmparatorluğu'nda Mobilya Üretiminin Gelişimi Ve Cumhuriyet Dönemine Yansımaları*, 2. Uluslararası Mobilya Kongresi, Ekim 2016, s.380

DEMİRARSLAN, D., *Osmanlı İmparatorluğu'nda Mobilya Üretiminin Gelişimi Ve Cumhuriyet Dönemine Yansımaları*, 2. Uluslararası Mobilya Kongresi, Ekim 2016, s.389

DEMİRCİ, S. 2004, *Türkiye Mobilya Endüstrisinin Yapısı Sorunları Ve Çözüm Önerileri*, Gazi Üniversitesi, Doktora Tezi, Ankara, 132s., 2005

EMİROĞLU, K., *Gündelik Hayatımızın Tarihi*, Dost Yay. Ankara, 2001

Endüstriyel Tasarım Sanal Müzesi, A.g.y.

Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 44, Temmuz-Aralık 2014, s.2

ERDEM, T., *Mobilya Tarihine Genel Bakış Ve Art Deco*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2007, s.4-5

GÖZÜTOK, N. 2008, İkinci Yükseliş Başlıyor, *Capital Dergisi*

GÜLERSOY, Ç,. İstanbul, 3 Kasım 2000 tarihli görüşme.

GÜRPINAR, K., DÖVEN, M. S., Stratejik Yönetim Perspektifinden Türk Mobilya Sektörünün Rekabet Durumunun Analizi Ve Değerlendirilmesi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi,* cilt 9 ,Sayı 1, 2007,s.182

İNAL, M .E., TOKSARI M. 2006. Mobilyacılık sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Bu sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4): 105-121.

İREZ, F., Art Nouveau ve Art Deco Mobilyalar, *Antik Dekor*, Mayıs 2001-06-12, s: 85

İTÜ Dergisi/a (2003), "Mimarlık Planlama Tasarım, Cilt:2, Sayı:1

KARADUMAN, A. A., *Kayseri İlinde Mobilya Sanayisinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Açıdan İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Bartın, Ocak 2009, s. 51-57-58-70

KAYMOBODASI, *Kayseri'nin Mobilya Sektöründeki Üretimi, Önemi Ve Konumu,* 2007

KAZGAN, G., *Tanzimattan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*, Altın Yayınevi, İstanbul, 1999, s.324

KOZANOĞLU, A. Z., Arkitekt Dergisi, Cilt: 1936, Sayı: 09, s.247

KUM, M., KAAN, Z. 2004. *Kayseri'de Mobilya Sektörünün Yeri ve Sorunları, Kayseri Ekonomisi Sempozyumu-2*. Kayseri Ticaret Odası Yayınları, Kayseri, 239s.

MİTHAT, A., Jön Türk, Oğlak Yayınları, İstanbul, 1995, 11.

SAKARYA, S., DOĞAN, Ö., Mobilya Sektör Raporu, 2014, s.4-5

SAKARYA, S., DOĞAN, Ö., Mobilya Sektör Raporu / 2016, S.12

Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Mobilya Sektörü Raporu, 2011,s.19

Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Mobilya Sektörü Raporu, 2012, s.5

SAYAR Z., "Kalamış'da Bir Villa", *Arkitekt Dergisi*, 1937, Cilt: 05-06 Sayı: 77-78, Sayfa: 132

SAYAR, Z., "Mobilya Meselesi", 1948, *Arkitekt Dergisi*, Cilt: 07-08 Sayı: 199-200 Sayfa: 173

SAYAR, Z., "Mobilya Meselesi", 1950, *Arkitekt Dergisi*, Cilt: 03-04, Sayı 219-220 Sayfa: 61-64

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 33 Yıl:2012/2, s.149

TERZİ, A., *Hazine-i Hassa Nezareti*, Türk Tarih Kurumu, 2000, Ankara.

TOKSARI, M. 2004, *Mobilyacılık sektöründe karşılaşılan pazarlama sorunları ve çözümüne ilişkin bir araştırma*, Niğde Üniversitesi, Yüksek lisans Tezi, Niğde, 141s

TR81 Düzey2 Bölgesi Mobilya ve Orman Ürünleri Sektör Analizi Raporu, 2012, s.31-37

Tr72 Mobilya Sektör Raporu, Haziran 2016, s.4

TÜRKER, A., *Mobilya Sektörünün Ana Bileşenlerinden Tasarımın Faktörlerinin Tüketici Davranışlarına Etkisi: Kütahya İlinde Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, 2010, s. 60

Türk Patent Enstitüsü, (tarih yok), Sınai Mülkiyet Hakları İstatistikleri. Ekim 05, 2012 tarihinde Türk Patent Enstitüsü: www.tpe.gov.tr adresinden alındı

UZUNARSLAN, H. Ş., *Erken Cumhuriyet Dönemi Konutlarında Mekân Ve Mobilya*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Mayıs 2002, s. 112-123

YAYLALI, H., *Tasarımda Modernizm*, AD, 83, İstanbul, Şubat 2000, s: 79

YENİÇERİ, B., Mobilya Sektör Raporu, 2005, İgeme Yayınları, Ankara

YENİÇERİ, B., Türkiye Sanayi İhracat Pazar Araştırması, Ev ve Ofis Mobilyası Sektörü Dış Pazar Araştırması Raporu, İgeme Yayınları, Eylül 2005, Ankara

ZİYA, A., "Bir Kira Evi", *Arkitekt Dergisi*, 1933, Cilt: 02 Sayı:26, Sayfa: 41-44

İNTERNET KAYNAKLARI

URL-1, http://www.mobilyaport.com/mobilyan%C4%B1n-tan%C4%B1m%C4%B1-ve-tarih%C3%A7esi-1.html, Erişim Tarihi: 19.12.2016

URL-2, http://www.raifcukur.net/meslekibilgiler/mobilyatarihi/mobilyatarihi.htm, Erişim Tarihi: 19.12.2016

URL-3, http://mobilyasiteleri.net/mobilyanin-tarihi/, Erişim Tarihi: 19.12.2016

URL-4, http://blog.modoko.com.tr/osmanlida-mobilya-kulturu-ve-sultanin-sifreli-masasi/, Erişim Tarihi: 20.12.2016

URL-5, http://www.epasoffice.com/Kultur/4-OsmanlidaMobilya, Erişim Tarihi: 21.12.2016

URL-6, http://ismek.ist/blog/icerik.aspx?p=656, Erişim Tarihi: 21.12.2016

URL-7, http://www.tariharastirmalari.com/kahvehaneler.html, Erişim Tarihi: 27.06.2015

URL-8, https://en.wikipedia.org/wiki/Surname-i_H%C3%BCmayun, Erişim Tarihi: 13.12.2016

URL-9, http://nasilkolay.com/laminasyon-nedir, Erişim Tarihi: 21.12.2016

URL-10, http://ozyuruk.com.tr/mobilya-tarzlari-nelerdir, Erişim Tarihi: 24.12.2016

URL-11, http://www.dekorasyonankara.net/2016-koltuk-takimi-modelleri/koltuk-takimi-modelleri-7-5-jpg/, Erişim Tarihi: 24.12.2016

URL-12, http://www.asortie.com/koleksiyon-311-Barcelona-Koltuk-Takimi, Erişim Tarihi: 24.12.2016

URL-13, http://www.akabemobilya.com.tr/haber/rustik-mobilyalar-37.html, Erişim Tarihi: 24.12.2016

URL-14, http://www.digsdigs.com/55-airy-and-cozy-rustic-living-room-designs/pictures/58689/, Erişim Tarihi: 24.12.2016

URL-15, http://nasilkolay.com/retro-tarzi-dekorasyon, Erişim Tarihi: 23.12.2016

URL-16, http://blog.evimindekoru.com/wp-content/uploads/2016/01/retro-salon-dekorasyon-fikirleri.jpg, Erişim Tarihi: 23.12.2016

URL-17, http://www.baloglumobilya.com.tr/sayfa.php?kod=8, Erişim Tarihi: 25.12.2016

URL-18, https://tr.pinterest.com/pin/32932640997303090/, Erişim Tarihi: 25.12.2016

URL-19, http://nasilkolay.com/vintage-mobilya-nedir, Erişim Tarihi: 25.12.2016

URL-20, http://aydinlihaber.com/, Erişim Tarihi: 25.12.2016

URL-21, http://avangardmobilya.blogspot.com.tr/, Erişim Tarihi: 26.12.2016

URL-22, http://www.avangardmobilyamodelleri.com/avangard-salon-takimlari/, Erişim Tarihi: 26.12.2016

URL-23, http://www.yapidekorasyon360.com/eklektik-tarz-kaos-ve-kontrast-arasindaki-cizgi/, Erişim Tarihi: 26.12.2016

URL-24, http://nalanyilmaz.blogspot.com.tr/2004/01/arts-and-craft-ve-art-nouveau.html, Erişim Tarihi: 26.12.2016

URL-25, http://www.haberturk.com/kultur-sanat/haber/1329975-turkiyenin-mobilya-tarihi-bu-arsivde/12, Erişim Tarihi: 27.12.2016

URL-26, http://www.etsm.org.tr/etsm/index.php?r=kronoloji/view&id=289, Erişim Tarihi: 27.12.2016

URL-27, https://www.google.com/culturalinstitute/beta/exhibit/sadi%CC%87-%C3%B6zi%CC%87%C5%9F-ve-kare-metal/QQmKujVS?hl=tr, Erişim Tarihi: 30.10.2016

URL-28, http://datumm.org/tr/firma?id=5, Erişim Tarihi: 30.10.2016

URL-29, http://www.mobilyadergisi.com.tr/haber/turkiyede-mobilya-tasarimi-ve-sektorun-durumu, Erişim Tarihi: 30.10.2016

URL-30, http://www.cka.org.tr/HaberDetay.aspx?HaberID=257, Erişim Tarihi: 15.12.2016

URL-31, https://recepyatar.wordpress.com/2015/12/15/mobilya-sektor-analizi/, Erişim Tarihi: 16.12.2016

URL-32, http://homeshowroom.com.tr/mobilya-sektorunun-dunu-bugunu-yarini/, Erişim Tarihi: 21.12.2016

URL-33, http://www.kayseri.gov.tr/kayserinin-tarihi, Erişim Tarihi: 16.12.2016

URL-34, http://arkeolojihaber.net/tag/kultepe-hoyugu/, Erişim Tarihi: 18.12.2016

URL-35, http://www.serenti.org/tomtas-turkiyenin-ilk-ucak-fabrikasinin-oykusu/, Erişim Tarihi: 18.12.2016

URL-36, http://iibf.erciyes.edu.tr/ekonomi3/#, Erişim Tarihi: 19.12.2016

URL-37, http://www.panoramio.com/photo/91389046, Erişim Tarihi: 19.12.2016

URL-38, http://www.gezmelerde.com/kayseride-tarihi-yolculuk, Erişim Tarihi: 20.12.2016

URL-39, http://kayseriden.biz/icerik.asp?ICID=211, Erişim Tarihi: 20.12.2016

URL-40, http://www.schroediwi.de/arcorspiegel/klaus/kappadokien/eins/008.jpg, Erişim Tarihi: 20.12.2016

URL-41, http://4.bp.blogspot.com/-PKQkYoBPY5Q/UB-piaoso3iI/AAAAAAAAPHk/jECM9GtSHpw/s1600/28.JPG, Erişim Tarihi: 20.12.2016

URL-42, http://www.tarihikentlerbirligi.org/wp-content/uploads/TKB%20Kayseri%20Sunum-%20mehmet%20Ozhaseki.pdf, Erişim Tarihi: 20.12.2016

URL-43, http://www.mimdap.org/?p=91905, Erişim Tarihi: 22.12.2016

URL-44, https://www.lastoda.com/blog/index.php/portfolio/kayseri/, Erişim Tarihi: 22.12.2016

URL-45, http://www.panoramio.com/photo/87083176, Erişim Tarihi: 23.12.2016

URL-46, erciyeskss.com/assets/docs/MOBİLYAKENT-TANITIM-SUNUSU.pptx, Erişim Tarihi: 23.12.2016

URL-47, http://kartanesi-38.blogspot.com.tr/2016/04/sumerbank-bunyan-yunlu-mensucat.html, Erişim Tarihi: 27.12.2016

URL-48, https://bunyan38.files.wordpress.com/2009/05/burhanettin_akbas_bunyan_tarama_167.jpg, Erişim Tarihi: 27.12.2016

URL-49, http://www.kayso.org.tr/sayfa/40/kayseri-osb.html, Erişim Tarihi: 27.12.2016

URL-50, http://www.kaymobodasi.org/Sayfa.aspx?Id=4, Erişim Tarihi: 28.12.2016

URL-51, http://kayseriosb.org/tr/7/Hakkimizda.html, 28.12.2016

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Beyza KÖKSAL
Doğum Yeri	KAYSERİ
Doğum Tarihi	20.08.1992
Uyruğu	X❒ T.C. ❒ Diğer:
Telefon	
E-Posta Adresi	beyzaakoksal@outlook.com
Web Adresi	

Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Melikşah Üniversitesi
Fakülte	Mühendislik-Mimarlık Fakültesi
Bölümü	Endüstri Ürünleri Tasarımı
Mezuniyet Yılı	2015

Yüksek Lisans	
Üniversite	Maltepe Üniversitesi
Enstitü Adı	Fen Bilimleri Enstitüsü
Anabilim Dalı	İç Mimarlık Anabilim Dalı
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Mezuniyet Tarihi	

EKLER

Anket Soruları (Satış Yapan Firmalara)

1) Firmanın ismi nedir?
2) Firmanız kaç yıldır mobilya sektöründe faaliyet göstermektedir?
   a) 10-30 b) 30-50 c) 50 ve üstü
3) Firmanızda çalışan işçi sayısı kaçtır?
   a) 10-30 b) 30-50 c) 50 ve üstü
4) Firmanızın konumu nedir?
   a) İhracatçı (üretim yapmamaktayız/imalatçıdan almaktayız)
   b) İhracatçı- imalatçı
   c) Dolaylı ihracatçı (aracı firma ile)
   d) İmalatçı (ihracat yapmamaktayız)
   e) Perakende satış
5) Firmanın kuruluş yerini uygun buluyor musunuz?
   a) Evet b) Hayır
6) Firmanın yöneldiği pazar düzeyi nedir?
   a) İl ya da ilçe düzeyinde (mahalli)
   b) Bölgesel
   c) Ulusal
   d) Uluslar arası
7) İç mimar ile işbirliği yapıyor musunuz? Yapıyorsanız satış elemanı olarak mı görev alıyor yoksa müşterilerin iç mimarlık işlerini mi üstleniyorlar?
   a) Evet, satış elemanı olarak görev alıyor
   b) Evet, hem satış elemanı hem de iç mimarlık işleriyle ilgileniyor
   c) Sadece müşterilerin iç mimarlık işleriyle ilgileniyorlar
   d) Hayır, iş birliği yapmıyoruz
8) Firma bünyesinde satışı yapılan mobilya çeşitleri nelerdir?
   a) Büro mobilyaları
   b) Ev mobilyaları
   c) Bahçe mobilyası

d) Tek ürün (sandalye, sandık vs.)

9) Hangi yaş aralıklarındaki müşteriler sizin firmanızdan mobilya almaktadır?

a) 20-35 b) 35-50 c) 50 ve üzeri

10) Mobilyaların fiyatları rakip firmalarla aynı düzeyde midir?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

11) Tercih edilen mobilyaların fiyat aralıkları nedir? (tl olarak)

a) 1.000-5.000 b) 5.000-10.000 c) 10.000 ve üzeri

12) Ürünlerle ilgili müşterilere yeterli bilgiler veriliyor mu?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

13) Teknolojik yeniliklerle ilgili fuarlara katılıyor musunuz?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

14) Firmanızda tasarımı tamamen size ait ürünler mi yoksa farklı markalardan esinlenilerek tasarlanmış ürünler mi bulunmaktadır?

a) Tasarımı bize ait ürünler
b) Farklı markalardan esinlenerek tasarlanmış ürünler
c) Her ikisi de

15) Müşteriler mobilya alırken ürünün taklit olup olmadığını anlayabiliyor mu?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

16) Müşteriler firmanızı nereden öğrenip geliyorlar?

a) İnternet aracılığıyla
b) Tv reklamları
c) Gazete reklamları
d) Dergi reklamları
e) Eş- dost tavsiyesi
f) Vitrindeki ürünleri görerek

17) Müşterilerin ürünlerinizi tercih etme sebeplerinde öncelik nedir?

a) Kalite
b) Uygun fiyat
c) Marka değeri
d) Tasarım
e) Ergonomi

18) Özgün tasarımlar fiyatına bakılmaksızın tercih ediliyor mu?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

19) Müşterilerin yaşam biçimi ve sosyal pozisyonları(işçi, memur, yönetici, üst düzey yönetici, iş adamı vs.) ile mobilya satış hacminiz ile doğrudan bir ilişki var mıdır?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

20) Firmanızda diğerlerine oranla daha fazla satış yaptığınız mobilya tarzları nelerdir?

a) Modern
b) Klasik
c) Rustik
d) Retro
e) Country
f) Vintage
g) Avangarde

21) Tercih edilen mobilyalarda renk tonları nasıl olmaktadır?

a) Pastel tonlar
b) Koyu tonlar
c) Açık tonlar
d) Canlı renkler

22) Müşteriler genelde hangi malzemeden yapılmış olan mobilyaları tercih ediyorlar?

a) Ahşap
b) Metal
c) Plastik
d) Mermer veya taş
e) Cam
f) Kompozit

23) Oturma gruplarında tercih edilen malzemeler nelerdir?

a) Hakiki deri
b) Suni deri
c) Nubuk
d) Kumaş
e) Kumaş- deri

24) Oturma gruplarında tercih edilen desenler nelerdir?

a) Düz kumaş
b) Desenli kumaş

25) Desen ve renkte moda, müşteriler için tercih aşamasında etkili bir faktör mü?

a) Evet b) Kısmen c) Hayır

26) Mobilyada tercih edilen cila çeşitleri nelerdir?

a) Lake cila
b) Gümüş varak
c) Altın varak
d) Eskitme krem
e) Eskitme ceviz
f) Silme beyaz
g) Kapiçino
h) Venge
i) Meşe
j) Kaplama

Anket Soruları (Üretici Firmalar İçin)

1) Firmanın ismi nedir?
2) Firmanız kaç yıldır mobilya sektöründe faaliyet göstermektedir?
   a) 10-30 b) 30-50 c) 50 ve üstü
3) Firmanızda çalışan işçi sayısı kaçtır?

   a)10-30 b) 30-50 c) 50 ve üstü
4) İhracat yapıyor musunuz? Yapıyorsanız nasıl bir marka ile yapıyorsunuz?
   a) Kendi markamız ile
   b) Fason üretim ile
5) Dış Pazar konusunda araştırılma yapılıyor mu?
   a) Evet b) Hayır
6) Hammaddeyi nereden temin ediyorsunuz?
   a) Dış Pazar
   b) İç Pazar
7) Firmanın yöneldiği pazar düzeyi nedir?

   a) İl ya da ilçe düzeyinde (mahalli)
   e) Bölgesel
   f) Ulusal
   g) Uluslar arası
8) Firma bünyesinde imalatı yapılan mobilya çeşitleri nelerdir?
   e) Büro mobilyaları
   f) Ev mobilyaları
   g) Bahçe mobilyası
   h) Tek ürün (sandalye, sandık vs.)
9) Firmanızda tasarım yapılıyor mu?
   a) Evet, kendi tasarımlarımızı yapıyoruz
   b) Hayır, başka markaların modellerini üretmeyi tercih ediyoruz
   c) Başka modelleri kendimize uyarlıyoruz

10) Ar- ge çalışmalarında iç mimarlar ile çalışıyor musunuz? Çalışıyorsanız yarı zamanlı mı, tam zamanlı mı yoksa sipariş usulümü çalışıyorsunuz?
    a) Evet, yarı zamanlı çalışıyoruz
    b) Evet, tam zamanlı çalışıyoruz
    c) Evet, sipariş usulü çalışıyoruz
    d) Hayır, çalışmıyoruz
11) Firmanızda tasarım ekibi var mı? Varsa bu ekip kimlerden oluşmaktadır?
    a) Endüstri tasarımcısı
    b) İç mimar
    c) Mimar
    d) Grafik tasarımcısı
    e) Hayır, yok
12) Firmada AR-GE için ayrılan pay, diğer fonksiyonlara ayrılan paya oranla fazla mıdır?
    a) Evet b) Kısmen c) Hayır
13) Mobilyaların fiyatları rakip firmalarla aynı düzeyde midir?
    b) Evet b) Kısmen c) Hayır
14) Ürünlerle ilgili müşterilere yeterli bilgiler veriliyor mu?
    b) Evet b) Kısmen c) Hayır
15) Teknolojik yeniliklerle ilgili fuarlara katılıyor musunuz?
    b) Evet b) Kısmen c) Hayır
16) Müşterilerin ürünlerinizi tercih etme sebeplerinde öncelik nedir?
    f) Kalite
    g) Uygun fiyat
    h) Marka değeri
    i) Tasarım
    j) Ergonomi
17) Özgün tasarımlar fiyatına bakılmaksızın tercih ediliyor mu?
    b) Evet b) Kısmen c) Hayır

18) Firma olarak ürün tasarımcılarından beklentileriniz nelerdir?
    a) Dünya standartlarını yakalamak
    b) Yeni ürün gelişimi
    c) Markalaşma
    d) Rekabet
    e) Ürün kalitesinin artması
    f) Hepsi
19) Hangi sıklıkla ürün gamınızı yeniliyorsunuz?
    a) 1-6 ay b) 6-12 ay c)12 ay ve üstü
20) Tasarım aşamasında müşteri taleplerini de göz önünde bulunduruyor musunuz?
    a) Evet b) Kısmen c) Hayır
21) Sipariş üzerine üretimde, kullanılan teknoloji alanında yeterli imkânlara sahip misiniz?
    a) Evet b) Kısmen c) Hayır
22) Müşterilerin mobilya tercihlerinde modayı takip etme faktörü önemli midir?
    a) Evet b) Kısmen c) Hayır
23) Ürettiğiniz ürünleri pazarlarken en çok önem verdiğiniz strateji hangisidir?
    a) Reklam
    b) Fiyat ve hizmet düzeyi
    c) Ürünün özgün olması
    d) Ürünün kaliteli olması
24) Firmanız bünyesinde bulunan üretim yöntemleri nelerdir?
    a) Geleneksel
    b) Seri üretim-CNC
    c) 3d printer
    d) Diğer

25) Ürünlerin üretimi tamamen size mi ait yoksa parçaları farklı yerlerde yaptırıp montajı mı siz yapıyorsunuz?
   a) Üretimi tamamen bize ait
   b) Fason üretim yapıp, montajı biz yapıyoruz
26) Firmanızda diğerlerine oranla daha fazla üretim yaptığınız mobilya tarzları nelerdir?
   a) Modern
   b) Klasik
   c) Rustik
   d) Retro
   e) Country
   f) Vintage
   g) Avangarde