AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİNDE

TÜRK MALI İMAJI İSTENİLEN DÜZEYDE DEĞİL

Yeni teknoloji ve işletmecilik uygulamaları yaygınlaşsa da henüz dünyada orman ürünleri ile ilgili belirleyici bir Türk malı imajı istenilen düzeyde değil. Ar-Ge harcamaları artmakla birlikte, üniversite-sanayi işbirliği yeterince değer yaratıcı görünmüyor. Bu yıl ihracatta 6,5 milyar doları aşmayı hedefleyen sektör dünyadaki 139 ihracatçı ülke arasında 21. sırada yer alıyor.





5.7

MİLYAR DOLAR

Mobilya, kâğıt ve orman ürünlerinin 2018 yılı ihracatı

% 2.4

PAY

Sektörün Türkiye imalat sanayinde yaratılan katma değerdeki payı

6.5

MİLYAR DOLAR

Mobilya, kâğıt ve orman ürünlerinin 2019 yılında hedeflediği ihracat

21.

SIRA

Türkiye'nin dünyadaki 139 ihracatçı ülke içinde yeri

Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi



Orman ve ağaç ürünleri sektörü, inşaat, mobilya, demir-çelik, taşımacılık gibi sektörlere sağladığı önemli katkılarla dikkat çekerken, küreselleşme ve ekonomide yaşanan büyüme ile son 20 yılda hızlı bir yükseliş kaydetti. Bu gelişimin tetikleyici unsuru gelişmekte olan ekonomilerde sektöre yapılan büyük yatırımlar ve uluslararası ticaretin gelişmesi oldu.

Sektörün ana ticari ürünü olan odun, ağırlıklı olarak inşaat sektöründe yapı malzemesi olarak kullanılıyor. Bunun yanında kâğıt hamuru ve kâğıt da orman ürünlerinin en sık kullanıldığı sektörler arasında geliyor.

Türkiye ahşap ve orman ürünleri sektörü son yıllarda gösterdiği gelişimle en hızlı büyüyen sektörler olarak dikkat çekiyor. Başta mobilya ve ahşap levha olmak üzere bir çok alt sektörde dış ticaret dengesi pozitif. Mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ihracatı 2018 yılında yüzde 12,5 oranında artarak 5,7 milyar dolara ulaştı. 2019'da ise ihracatın 6,5 milyar doların üstüne çıkması hedefleniyor.

Sektör, yeni pazarlara açılma eğiliminde

Türkiye'deki ahşap levha sektöründeki gelişmeler de sektörün diğer alanlarında olduğu gibi umut vaadediyor. Türk firmalar şimdiden dünyanın sayılı kuruluşları arasına girmeyi başarmış durumda. Orman ürünleri sektörü, Türkiye imalat sanayinde yaratılan katma değerde yüzde 2,4'lük paya sahip. Bugün 200'den fazla ülkeyle orman ürünleri alanında ihracat ve ithalat bağlantısına sahip sektör, yeni pazarlara açılma eğiliminde.

Bu büyümenin altında, Türkiye'nin mevcut orman varlığı ile son yıllarda endüstriyel odun üretiminde sağladığı artış önemli bir unsur olarak öne çıkıyor. 2000 yılında Türkiye 7,3 milyon metreküp endüstriyel oduna karşılık, 10,4 milyon metreküp yakacak odun üretirken, bu negatif yapı 2003 yılından itibaren değişmeye başladı ve yakacak odun üretimi düzenli olarak azalırken endüstriyel odun üretimi arttı. 2016 yılında Türkiye 13,3 milyon metreküp endüstriyel odun üretimine ulaştı. Bu üretim ülkenin endüstriyel odun talebini karşılamak için yetersiz olmakla beraber önemli bir gelişme olarak umut veriyor.

Yeni teknoloji ve işletmecilik uygulamaları yaygınlaştı

Türkiye'de orman endüstrisi, imalat



sanayi içerisinde, otomotiv ve kimya gibi bazı sektörlerden sonra ileri teknoloji ve işletmecilik uygulamalarının yakalandığı sektörlerden biri. Bu alanlardan sağlanan gelişmelerde özellikle, Türkiye ağaç işleme makinaları sektöründe gözlemlenen CNC tezgâh üretimleri, otomasyon sistemleri gibi ileri teknoloji uygulamalarının önemli bir etkisi bulunuyor. Yeni teknoloji ve işletmecilik uygulamaları yaygınlaşsa da henüz dünyada Türkiye orman ürünleri ile ilgili belirleyici bir Türk malı imajı istenilen düzeyde değil. Ar-Ge harcamaları artmakla birlikte, üniversite-sanayi işbirliği yeterince değer yaratıcı görünmüyor.

Sektörün dünyadaki durumuna baktığımızda, ahşap ve orman ürünleri dünyanın pek çok ülkesinde önemli endüstri dallarından biri. Dünyada inşaat sektöründe yaşanan gelişmeler, ahşap esaslı malzemelerin yaşam konforunu artırması, yenilenebilir doğal kaynaklara olan ilginin hızla artması, toplumsal yaşamda ortaya çıkan anlayışlar, yeni fonksiyonel ihtiyaç alanlarının doğması, satın alma gücündeki yükseliş ahşap ve orman ürünlerine olan talebin artmasının ana nedenleri olarak öne çıkıyor.

Ahşabın kullanım alanları çeşitlenerek artıyor

Ahşaba alternatif olarak görülen plastik pencere doğraması, alüminyum profil gibi ürünlerde sağlanan olağanüstü yeniliklere ve gelişmelere rağmen ahşap veya ahşap esaslı malzemelerin kullanımının azalmadığı, aksine ahşabın kullanım alanlarının çeşitlenerek arttığı açıkça gözlemleniyor. Islak mekân donatılarından, otomobil ve hava taşıtlarındaki kullanımına kadar ahşabı yeni kullanım alanlarında görmek mümkün. Bu yüzden dünyada ahşap ve orman ürünlerinin dünya ticaretine bakıldığında Çin başı çekiyor. İhracatçı ülkeler sıralamasında Çin'in ardından Kanada, ABD, Almanya, Rusya, Avusturya, Endonezya, Polonya, İsveç ve Malezya bulunuyor. İthalatta ise Çin, ABD, Japonya, Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa, Kore, Kanada ve Avusturya başı çekiyor. Türkiye, 131,5 milyar dolarlık dünya ahşap ürünleri ithalatında 1,2 milyar dolar ile yaklaşık yüzde 1 pay alıyor. Türkiye'nin ihracatında İran, Irak, Türkmenistan, Gürcistan, Azerbaycan, Arnavutluk, Cezayir, Ürdün, Bulgaristan başı çekerken, ithalatında Ukrayna, Rusya, ABD, Romanya, Bulgaristan, Litvanya, Çin, Almanya, Kanada ve Kamerun bulunuyor.

Dünya mobilya ticareti rota değiştiriyor

Ahşabın en önemli kullanım alanı olan mobilya sektörü, dünyada 409 milyar doların üzerinde üretim hacmine sahip. Bunun 170 milyar dolarlık kısmı ihraç ediliyor. Mobilya sektöründe 2009-2014 yılları arası yüzde 43,7 büyüyen ticaret, 2014-2016 yılları arasında yüzde 4,3 oranında küçülmesine rağmen, son yıllarda yeniden büyüme trendine giriyor. Yaşanan durgunluk, dünya mobilya ticaretinin yönündeki değişmeden kaynaklanıyor. Dünya mobilya ticareti Asya-Pasifik'ten ABD ve Avrupa'ya; Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinden Batı Avrupa'ya yöneliyor. Verilere göre son 6 yıldır küresel mobilya ticaretinin büyümesinin ana nedeni ABD'nin mobilya ithalatındaki büyüme. ABD'nin mobilya ithalatı 2016'da yüzde 4; tüketimi ise yüzde 3,3 büyürken, tüketilen mobilyanın ise yüzde 42'si ithal. Ayrıca Çin pazarı yüzde 6, Hindistan pazarının ise yüzde 7-8 büyüyeceği tahmin ediliyor.



"SORUNLAR ÇÖZÜLÜRSE DÜNYA TİCARETİNDEKİ PAYIMIZ ARTAR"



GÖKSEL KORKMAZ
Türkiye Orman Ürünleri Sanayici ve İşadamları Derneği (TORİD) Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'nin ahşap ürünlerinin dünya ticaretindeki payının hakettiği seviyenin çok gerisinde olduğuna dikkat çeken TORİD Yönetim Kurulu Başkanı Göksel Korkmaz, "Sorunlar çözülürse dünya ticaretindeki payımız artar" diye konuştu.

Türkiye Orman Ürünleri Sanayici ve İşadamları Derneği (TORİD) 1993 yılında tomruk ithalatçıları tarafından kuruldu. Bakanlar Kurulu kararı ile isminin önüne Türkiye kelimesi eklenen dernek, bir süre Türkiye Orman Ürünleri İthalatçıları Derneği olarak faaliyeti sürdürse de devam eden süreçte sektörü daha kapsayıcı olması düşünülerek Türkiye Orman Ürünleri Sanayici ve İşadamları Derneği olarak ismi değiştirildi. TORİD Yönetim Kurulu Başkanı Göksel Korkmaz yaptığı açıklamada, derneklerinin, kuruluşundan bu yana sektörleri ile kamu kurumları arasında iletişimi sağlamak, mevzuat, yönetmelik, ithalat ve ihracatta yaşanan problemleri gidermek konusunda aktif rol aldığını belirterek; "Yurt dışı gezileri ile üyelerimize sektörümüzle ilgili dünyadaki gelişmeleri takip etme, yeni işbirlikleri sağlama imkanı sunduk" dedi.

2016 yılı Aralık ayında Arama Konferansı, 2017 yılında Eylem Planı Çalıştayı yaptıklarını belirten Korkmaz; "Ciddi anlamda fikir havuzu oluştu. Bugünlerde Stratejik Yol Haritası hazırlanıyor. 2018 yılında Kalkınma Bakanlığı'nın 11. Beş Yıllık Kalkınma Planı Ormancılık ve Orman Ürünleri Çalışma Gurubu toplantılarına katıldık. Ülke kalkınmasında ahşap sektörünün stratejik sektör olması hedefimizi vurguladık" diye konuştu.

"Kamu kurumlarıyla ciddi işbirliği çalışmaları yürütüyoruz"

Yer altı kaynakları sınırlı olan Türkiye'de yerüstü kaynağı olarak yenilenebilir ve doğal ürün olan orman ürünü ahşabın kullanımının artırılmasının sürdürülebilir ekonomik kalkınmada stratejik rol oynayacağına inandıklarını belirten Korkmaz, bu istikamette çalışmalar yapmaya başladıklarını söyledi.

Korkmaz, "Ahşap yenilenebilir, sürdürülebilir, karbon ayak izi olmayan, enerji verimliliği yüksek bir yapı malzemesi olarak yaygın şekilde kullanılırsa çevre ve iklim değişikliği sorunlarının çözümüne ciddi katkı sağlar" dedi. Korkmaz bu hedef doğrultusunda çalışmalarını sivil toplum örgütleri, üniversiteler ve kamu kurumlarıyla işbirliği formatında başlattıklarını ve yoğun şekilde sürdürdüklerini dile getirdi.

Bugün orman ürünleri sektörünün milli gelirdeki payının yüzde 1 civarında olduğuna dikkat çeken Korkmaz; "Orman ürünlerinin stratejik sektör olarak kabul edilmesi ve hükümet politikası olarak kalkınma planında yer alması durumunda, istihdam katsayısı yüksek olan sektörün katma değer yaratma özelliğiyle Türkiye'nin kalkınmasında çok önemli rol oynar" diye konuştu.

Bu konuda detaylı bir rapor hazırlayıp önümüzdeki aylarda ilgili kamu kurumlarına ve yöneticilere sunacaklarını açıklayan Korkmaz, "Üniversitelerin inşaat mühendislikleri ve mimarlık fakülteleri öğrencilerine genel anlamda ahşabı ve yapısal ahşap kullanımını, dünyadaki modern ahşap yapı teknolojilerini tanıtarak geleceğin mühendis ve mimarlarının ahşaptan haberdar olmalarını sağlamak istiyoruz. Maalesef bu fakültelerimizde ahşap dersi yok denecek kadar az. Seçmeli bir iki ders dışında ahşabın adı yok. Bu öğrenciler diplomalarını alıp iş hayatına başladıklarında projeler çizmeye başladıklarında ya ahşabı hiç kullanmıyor veya yanlış ahşap türü kullanarak fahiş hatalar yapabiliyor. Neticede fatura yine ahşaba çıkartılıyor" dedi.

"Yapısal ahşap kullanımı ve tasarımı yaygınlaşmalı"

Deprem bölgesinde olan Türkiye'de okullarda yapı malzemesi olarak ahşabın, yapısal ahşap kullanımının ve tasarımının gerektiği şekilde yaygınlıkta öğretilmesi gerektiğine dikkat çeken Korkmaz; "ABD ve Kanada'da konutların yüzde 90'ı, Avrupa'daysa yüzde 50'si ahşaptır. Ülkemizde ise bu oran yüzde 0.07. Doğru tür ahşabın doğru şekilde terbiye edilerek (kurutma, emprenye, ısıl işlem, ahşap yüzey koruyucu vb) doğru yerde kullanılması hayati derecede önemli" diye konuştu.

Ahşabın doğru kullanımı için orman endüstri mühendisliği, inşaat mühendisliği ve mimarlık disiplinlerinin işbirliği yapması gerektiğinin altını çizen Korkmaz, üniversiteler ayağında bunu başarmaya çalıştıklarını belirterek, "Nisan ayında İstanbul Orman Bölge Müdürlüğü seminer salonunda yaklaşık 250 öğrencinin katıldığı 'Modern Ahşap Yapılar' konulu seminerler dizisiyle verdik. İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Orman Endüstri Mühendisliği, Boğaziçi Üniversitesi İnşaat Mühendisliği, Şehir Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Öğre-

tim üyeleri eğitim verdi" dedi.

İşbirliğinin devam etmesi ve okullarda ortak ders programı uygulamaya devam etmeleri için ilgili fakültelerin, üniversite yönetimlerinin ve YÖK'ün ivedilikle harekete geçmesinin büyük fayda getirdiğini söyleyen Korkmaz, bu konuyla ilgili olarak araştırma merkezleri ve enstitülerin kurulabileceğini dile getirdi.

"Sektörümüz üretimle ilgili hatalar yaptı"

Özeleştiri yapmaları gereken konular olduğunu da söyleyen Korkmaz, "Sektörümüzün üretimle ilgili yaptığı hatalar nedeniyle maalesef ahşap kullanımı azaltıldı; vatandaşın ahşaptan uzaklaşmasına neden oldu. Örneğin; aynı kaynaktan beslenen MDF, sunta, OSB, kontrplak sektörü ciddi atılım yaparak kayda değer büyüme sağladı. Standart üretim ve uygun fiyat sağlanabildiği zaman masif ahşap sektörünün de rağbet görmesi ve başarı kazanması zor olmayacaktır diye düşünüyorum.

Kaybettiğimiz kaleyi yeniden kazanıp kaleyi elimizde tutabilmemiz için uluslararası geçerliliği olan ahşap standartlarını gözden geçirip, ülkemiz mimarisiyle harmanlayarak kendi standartlarımızı ortaya koyma çalışmaları yapıyoruz. Yapısal ahşap, doğrama, iç cephe, dış cephe vb ahşap kullanılan her alanda kaliteli ve standartlara uygun üretim yapılması mutlaka şarttır" diye konuştu.

Bu konuda kendilerine de önemli sorumlulukların düştüğüne inandıklarını söyleyen Başkan Göksel Korkmaz, TORİD olarak yoğun çalışma içerisinde olduklarını, her yıl değişik bir ülkede yapılan İSO Ahşap Standartları Komitesi toplantısının geçtiğimiz yıl Türkiye'de yapılması için TORİD, Ulusal Ahşap Birliği ve Boğaziçi Üniversitesi olarak davet yaptıklarını ve davetlerinin kabul edildiğini kaydetti.

Eylül ayında 40 ülkeden uzmanların katıldığı toplantının İstanbul'da yapıldığını dile getiren Korkmaz, toplantının ardından Boğaziçi Üniversitesi'nde bir günlük sempozyum yapıldığını belirtti.

Sektör olarak ciddi avantajlara sahip olduklarına dikkat çeken Korkmaz, deprem kuşağı olan Türkiye'de depreme dayanıklı yapı malzemesi olarak ahşabın, kültür ve medeniyetimizde geniş yer tuttuğuna dikkat çekti. Sağlıklı ve nefes alan yapılar inşa etme imkanı olan ahşabın, karbon tutucu özelliği ile iklim değişikliğine olumlu katkı sunduğunu, hem üretimi hem yapı olarak kullanımı esnasında enerji verimliliği sağladığını, yerli ve milli, yenilenebilir doğal yapı malzemesi olarak istihdam katsayısının yüksek olduğunu söyledi.

Ahşaba karşı önyargıların oluşturduğu argümanların sektörlerini olumsuz etkilediğini kaydeden Korkmaz, "Ağaçlar kesiliyor, ormanlarımız yok oluyor, ahşap yanar, ahşap bakımı zor ve pahalı bir üründür gibi önyargılar var. Bunların düzeltilmesi gerek" diye konuştu. Korkmaz, ağaçların kesilmesiyle ormanların yok olduğu inancının kırılması gerektiğini belirterek; "Ağaçlar kesiliyor, ormanlarımız yok oluyor bilgisi yanlıştır. Koruma ve kullanma dengesi gözetildiği sürece böyle bir şey söz konusu olamaz. Ormanlarımızın sahibi devletimizdir. Orman yönetimi, üretimi ve satışında tek söz sahibi olan kurum (OGM) Orman Genel Müdürlüğü'nün resmi rakamları gösteriyor ki orman varlığımız artıyor. Sürdürülebilir orman yönetimi belgesi olan FSC sertifikalı ormancılık yapılıyor" dedi.

"Türkiye'nin global ticaretteki payı yetersiz"

Türkiye'de endüstriyel odun ihtiyacının yüzde 93'ünün ve tüm odun ihtiyacının ise yüzde 83'ünün yerli kaynaklardan karşılandığını söyleyen Korkmaz, Türkiye'de ormanlık alanın 23 milyon hektar civarında olduğu bilgisini verdi.

TORİD Yönetim Kurulu Başkanı Göksel Korkmaz, "Dikili ağaç servetimiz 1.6 milyar metreküpe ulaşmış durumda. Verimli ormanlarımız son 18 yılda 8 milyon hektardan 12 milyon hektara ulaştı. Artış miktarı yıllık 40 milyon metreküp civarında. Kesilebilen miktar yaklaşık 25 milyon metreküp. Sanayinin ihtiyacını karşılayabilmek için 2019 yılında OGM'nin hedefi bu rakamı 30 milyon metreküpe çıkarmak" diye konuştu.

Türkiye'nin ahşap ürünlerinin dünya ticaretindeki payının hakettiği seviyenin çok gerisinde olduğuna dikkat çeken TORİD Yönetim Kurulu Başkanı Göksel Korkmaz, sektörün yaşadığı sorunlara ve çözüm önerilerine de değindi. Sektörlerinde hammadde arzı tarafında yeterli miktarda arzın artırılması gerektiğini belirten Korkmaz, OGM'nin bu konuda ciddi çalışmalar yaptığı bilgisini verdi.

Açık artırma usulü ihale ile yapılan satış şeklinden dolayı fiyatların muhammen bedelin çok üstüne çıktığını kaydeden Korkmaz; "Yılda bir veya birkaç sefer tomruğa ihtiyacı olan küçük alıcı ile düzenli hammaddeye ihtiyacı olan büyük sanayici aynı ihaleden mal almak zorunda kalınca iki gurubun fiyatları artırma hassasiyeti aynı olmuyor ve neticede muhammen bedelin iki katına çıkabilen fiyatlardan mal almak zorunda kalıyor herkes. Son dönemde başlatılan tahsisli satışlardaki aksamaların giderilmesi gerekiyor" dedi. Korkmaz, fiyat istikrarının sağlanması için açık artırma usulü yerine sektörün başka paydaşlarına sağlanan sabit fiyat uygulamasının aynı kaynaktan beslenen masif ahşap kullanıcısı gurubundaki kereste, kapı, doğrama, palet üreticisi vb firmalar için de geçerli olmasının kaynakların daha adil, akılcı ve katma değerli kullanımını gerçekleştireceğini söyledi.

Sektörde yaşanan nitelikli istihdam sorununa da dikkat çeken Korkmaz, "Yetişmiş usta, uygulamacı çok azaldığından dolayı ahşap işçiliği çok pahalı hale geliyor. Ayrıca standart, seri ve fabrikasyon imalat olmadığından butik tarzda yapılan imalatlar pahalı oluyor" diye konuştu.

Korkmaz, yerli ve yenilenebilir orman ürünlerine bağlı sürdürülebilir kalkınma amaçları kapsamında, kırsal kalkınmayı, ekonomik büyümeyi, yüksek istihdamı sağlayacak ve sektörün önünü açacak ilave çözüm önerileriyle ilgili olarak da açıklama yaptı.

Korkmaz, üretim tarafında, öncelikle mevcut orman köylüsü nüfusunun ne olduğu ve hangi yaş gurubunda olduğunun yeniden tespitinin yapılması gerektiğini kaydetti. Köyden kente göçün ve yaşlanan nüfusun göz önüne alınması gerektiğinin altını çizen Korkmaz; "Gerçek anlamda tomruk ve odun üretimi yapabilecek olan orman köylüsü nüfusu tespit edilmeli. Eğer mevcut orman köylü nüfusu hedeflenen üretimi yapmaya yetmiyorsa makinalaşma veya profesyonelleşme yoluyla verimli üretim yaptırılıp buradan da orman köylüsüne gelir aktarılabilir" dedi.

"HEDEFİMİZ KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜN İHRACATI"



AHMET GÜLEÇ
Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) Başkanı

Son yıllarda, sektörde pek çok önemli inovatif çalışma ve patent başvurusu yapıldığına dikkat çeken MOSFED Başkanı Ahmet Güleç, üyelerinin dünya pazarlarından daha fazla pay almak için katma değeri yüksek ürün ihracatının öneminin farkında olduklarını söyledi.

Türkiye'nin mobilya, kağıt ve orman ürünlerinde sektör olarak 10 yıl önceye göre çok daha dinamik, güçlü pazarların ihtiyaç ve taleplerine uygun üretim gerçekleştiren, tasarım ve Ar-Ge açısından ilerlemiş birer küresel aktör konumunda olduğunu söyleyen Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) Başkanı Ahmet Güleç, özellikle mobilya sektörünün, Türkiye'deki tüm sektörler içerisinde 2023 hedeflerine en yakın sektör olarak ümit vaat ettiğini açıkladı.

Mobilya, kağıt ve orman ürünleri sektörünün 2023 yılında 10 milyar dolarlık ihracat ile 25 milyar dolar üretim hacmini yakalamak ve en çok ihracat yapan ilk 5 ülkeden biri olmayı hedeflediğini kaydeden Güleç; "Ayrıca, 2023 yılı için dünya pazarlarından yüzde 1,6 pay almayı hedeflemekteyiz" dedi.

Güleç; "Ancak, tüm plan ve stratejilerimizi kurgularken, rakiplerin de kendi plan ve stratejileri olduğunu ve aynı zamanda dünyanın hızlı bir dijital dönüşümle karşı karşıya kaldığını unutmamak gerekiyor. Bu nedenle tüketicinin kodlarını çözümlemek ve bu kodları izlemek değil, onları yönetmek büyük önem arz ediyor" uyarısında bulundu.

5 bin 800'e yakın üyesiyle MOSFED'in sektörün hedeflerine ulaşmasında önemli görevler üstlendiğini hatırlatan Güleç; "Birliğimiz 1973'te kuruldu. Cumhuriyetimizin 100'üncü yılı olan 2023 yılında birliğimizin 50'inci yaşını kutlayacağız. Bu bizim için çok mutluluk verici. Birliğimizin ismi 2015 yılına kadar İstanbul Ağaç Mamulleri ve Orman Ürünleri İhracatçı Birliği'ydi. Bu tarihten sonra mevcut ismini alarak bugün; 5800'e yakın üyesiyle sektörün hedeflerine ulaşmasında önemli görevler üstleniyor. Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) ise 2014 yılında sektör derneklerinin ortak girişimi ile kuruldu. Bugün Federasyonun Türkiye geneline yayılmış 14 üye derneği bulunuyor" dedi.

"Mobilya sektörümüz 177 ülkeye ihracat yapıyor"

Pazar çeşitliliği itibari ile Türkiye'de en geniş yelpazeye sahip bir sektör olduklarına dikkat çeken Güleç, dünyanın 208 noktasını Türk mobilya, kâğıt ve orman ürünleri ile tanıştırmanın gururunu yaşadıklarını kaydetti. Mobilya sektörünün 177 ülkeye yaptığı ihracatla bu alanda lider sektör konumunda olduğunu hatırlatan Güleç; "Bugün; ABD'den Rusya'ya, Körfez ülkelerinden alım gücü yüksek AB pazarlarına, geleneksel pazarlarımız olan Irak ve Azerbaycan'a kadar her noktadaki tüketiciler tarafından ilgi görüyoruz" diye konuştu. 2018 yılı verilerine göre önde gelen pazarlarının Irak, İran, B. Krallık, S. Arabistan, İsrail, Almanya, Libya, Gürcistan, Azerbaycan, Mısır, Bulgaristan ve ABD olduğunu söyleyen Güleç sektörün pazarlarıyla ilgili şunları söyledi; "Özellikle, Çin, ABD, Hindistan pazarları nüfusları, yükselen tüketim ve ithalat alışkanlıkları ile hedef pazarlarımız arasında yer alırken, İran ve Rusya'da yaşadığımız daralmayı telafi etmek, Kuzey ve Sahraaltı Afrika'da büyümek; İspanya, Hollanda gibi alım gücü yüksek AB pazarlarında derinleşmek bizim için önem arz ediyor."

Sanayi sektörünün önemli bir bileşenini oluşturan sektörlerinin, yerli ve milli bir sektör olarak ülke geneline yayılmış ve emek dostu bir yapılanmaya sahip olduğunu kaydeden Güleç, 15 bin ihracatçı ve 40 bin üreticisi ile 21 sektörü doğrudan etkilediklerini söyledi. Güleç; "Tahmini verilere göre sektörün 500 binin üzerinde bir istihdam sağladığı öngörülürken, mobilya üretilen bölgelerde işsizliğin bir sorun olmadığı biliniyor" dedi. Sektörün sürdürülebilir büyümesi için yapılan çalışmalar hakkında da bilgi veren Güleç; "Ticaret Bakanlığı'nın kümelenme destekleri son derece önemli bir destek mekanizması olarak dikkat çekiyor. Kümelenme projeleri ihracat konusunda sektör temsilcilerinin önün açmakta, yeni pazarlara girme, derinleşme ve markalaşma konularında önemli destekler sunuyor. Yine devlet desteklerinden olan Ar-Ge ve inovasyon merkezleri programından yararlanan birçok firmamız bulunuyor" diye konuştu.

"Sektörün alternatif pazarlara ulaşması için çalışma yapıyoruz"

Son yıllarda, sektörde pek çok önemli inovatif çalışma ve patent başvurusu yapıldığına dikkat çeken MOSFED Başkanı

Ahmet Güleç, üyelerinin dünya pazarlarından daha fazla pay almak için katma değeri yüksek ürün ihracatının öneminin farkında olduklarını söyledi. İhracatçı firmaların yeni ve görece güçlü pazarlara girerken bu fikir ve patentleri kullandığını belirten Güleç; "Bugün; Libya, Irak gibi pazarlara kilogramı 2 dolardan düşük mal satarken, ABD'ye 4 dolardan, Fransa, Almanya ve B. Krallık'a ise 3,5 dolardan mal satıyoruz. Dolayısıyla, katma değerli ihracatın yolunun katma değerli üründen geçtiğini tecrübe ediyoruz. Bu nedenle Birliğimizin de yol göstericiliği ve çalışmaları doğrultusunda çoğu KOBİ düzeyinde olan firmalarımız, Ar-Ge ve tasarım desteklerinden optimum düzeyde yararlanma çabası içinde. 2018 Mart ayı sonu itibari ile sektörlerimizde 14 Ar-Ge ve 10 Tasarım Merkezi bulunurken, bunların birçoğu Birliğimiz üyeleri tarafından hayata geçirilmiş projeler" dedi. Sektörün alternatif pazarlara ulaşması içinde çalışma yaptıklarını kaydeden Güleç şunları söyledi: "Mobilya sektörü gelişmiş ülke pazarları tarafından domine ediliyor. En büyük ihracatçı ülkeler sıralamasında Çin'den sonra Almanya, İtalya ve ABD gibi önemli pazarlar bulunuyor. Biz son yıllarda görece gelişmiş pazarları alternatif olarak seçtik. Bu sebeple son 4 yıldır ABD pazarı için yoğun bir çalışma takvimi işletiyoruz. Fuarlara katılıyor, bu pazarlara özel heyetler düzenliyoruz."

"Sektörümüzün 2019 hedefi 4 milyar doları yakalamak"

Son yıllarda sektörde Çin üretim ve satış egemenliği olmakla beraber İtalya, ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, İsveç'in önemli aktörler olarak mobilya, kağıt ve orman ürünleri alanında dünyada söz sahibi olduğuna dikkat çeken Güleç, Türkiye'nin son beş yılda en çok ihracat yapan ülkeler sıralamasında 21. sıradan 12'liğe kadar yükseldiğini ve geçen yıl 3 milyar doların üzerinde ihracat yaptığını söyledi. Güleç; Sektörümüzün 2019 hedefi ise 4 milyar doları yakalamak. Türk mobilyacısı dünyaya yayılarak önemli pazarları iyice zorluyor. Son yıllarda sıkça vurguladığımız 'Türkiye mobilyası Dünya Markası' sloganı ile bu pazarlara yönelik ihracatımız artıyor ve sektörümüz birçok ülkede daha çok tanınarak dikkat çekiyor" dedi.

Endüstri 4.0'ın sadece üretim teknolojisinde yeni bir seviye olduğuna inanmadıklarını dile getiren Güleç; "Endüstri 4.0'ı, tüketici beğenileri ve davranışları, yeni satış kanalları, yeni pazarlar ve tedarik zinciri içerisinde bir bütün olarak düşünmek gerekiyor. Sektörümüzün endüstriyel dijitalleşmenin imkânlarından sonuna kadar istifade etmesi ve rakiplerin bu alanda verimliliği optimize ederken izleyici olmaması için bu alandaki yatırımlarını ölçekleri doğrultusunda güçlendirmeleri gerekiyor" diye konuştu.

