



TÜRKİYE’DE İTHAL ODUN HAMMADDESİYLE İLİŞKİLİ ORMAN ENDÜSTRİ İŞLETMELERİNİN GENEL YAPISI

Musa AKKAYA¹, Kenan OK^{2*}, Mehtap KOÇ², İbrahim AKSEKİ¹ Mehmet Emin AKKAŞ³

¹Kavak ve Hızlı Gelişen Orman Ağaçları Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Kocaeli

²Istanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Orman Fakültesi, Ormanlık Ekonomisi Anabilim Dalı, İstanbul

³İç Anadolu Ormanlık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Ankara

*Sorumlu yazar: kenanok@istanbul.edu.tr

Musa AKKAYA: <https://orcid.org/0000-0002-5751-0883>

Kenan OK: <https://orcid.org/0000-0002-0292-6152>

Mehtap KOÇ: <https://orcid.org/0000-0003-4763-7108>

İbrahim AKSEKİ: <https://orcid.org/0000-0002-6991-1326>

Mehmet Emin AKKAŞ: <https://orcid.org/0000-0001-6138-1992>

Please cite this article as: Akkaya, M., Ok, K., Koç, M., Akseki, İ., & Akkaş, M. E., (2021), Türkiye’de ithal odun hammaddesiyle ilişkili orman endüstri işletmelerinin genel yapısı, *Turkish Journal of Forest Science*, 5(1), 57-77.

ESER BİLGİSİ / ARTICLE INFO

Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş 19 Kasım 2020 / Received 19 November 2020

Düzeltilmelerin gelişi 29 Aralık 2020 / Received in revised form 29 December 2020

Kabul 13 Ocak 2021 / Accepted 13 January 2021

Yayımlanma 30 Nisan 2021 / Published online 30 April 2021

ÖZET: Türkiye orman endüstrisinin ithal odun hammaddesine ihtiyacı bilinmektedir. Bu araştırmada, yuvarlak ağaç, biçilmiş ürün ve şekil verilmiş odun ürünü şeklindeki odun hammaddesinin ithalatını yapan, kullanan veya ticaretiyle ilgilenen işletmelerin temel özellikleri, pazarlama çalışmaları ve işletmecilik sorunları belirlenmektedir. Veriler, 2014-2015 yılları için tüm Türkiye’de il bazında toplam 500 m³ ve üstünde ithalat yapan işletmelerin oluşturduğu ana kütlede tam sayımla toplanmıştır. Toplam 233 işletmeye yüz yüze anket yapılmıştır. Toplanan veriler tanımlayıcı istatistik analizlere tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamına giren işletmeler, ithal edip pazarlayan (45), ithal ettiği ürünü kendi tesislerinde işleyerek daha mamul ürünlere dönüştüren (56), ithal ettiği ürünü hem işleyen hem pazarlayan (132) işletmeler olarak farklılaşmaktadır. İşletmelerin %60’ı Marmara Bölgesinde yer alırken, %56,2 sinin hukuki yapısı limitet şirkettir. İşletmelerin %46,6’sı, 1980-1999 yılları arasında kurulmuş olup, 10.056 kişi istihdam etmektedir. Kapasite kullanım oranı ortalama %61,5’ken, atıl kapasitenin en büyük nedeni (%35,6) talep yetersizliğidir. Üretimde kalifiye eleman ve işgücü eksikliği en büyük (%64,4) sorun olarak görülürken, hammadde temininde yerli hammadde üretiminin istenen kalitede olmaması (%39,6), pazarlama aşamasında satılan ürünlerin bedellerinin tahsilindeki sıkıntılar (%36,3) en önemli sorun olarak görülmektedir. Sanayi işletmeleri üretimde %51 oranında yerli, %49 ithal ürün kullanmaktadır. Dağıtım kanallarından öncelikle (%47,8) ilişki kurma beklentisi bulunurken, ikame ürünlerin yaygınlaşması (%51) ahşap sektöründeki pazar daralmasının en önemli nedeni olarak belirtilmektedir. İşletmelerin %48,9’u gelecekte mevcut durumu korumak düşüncesindedir. Döviz istikrarsızlığı (%56,8) son üç yılı etkileyen en önemli ekonomik faktör olarak görülürken, uygulanan dış siyasetin ticareti etkilediği (%28,9) düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: işletme politikası, pazarlama çevresi, dış ticaret, piyasa beklentileri

GENERAL STRUCTURE OF FOREST INDUSTRY ENTERPRISES DEALING WITH IMPORTED WOOD RAW MATERIAL IN TURKEY

ABSTRACT: It is known that the wood raw material imported in Turkey has important role for forest industry. In this research, the basic characteristics, marketing works and management problems of the forest industry enterprises dealing with imported wood raw materials such as round wood, sawn wood, and shaped wood product are determined. Data were collected by full count from the main mass of enterprises importing a total of 500 m³ wood and above in different provinces of Turkey for 2014-2015 period. In this context, face-to-face interviews were conducted with a total of 233 enterprises. Collected data were subjected to descriptive statistical analysis. The enterprises within the scope of the research differ as firms that import product and market directly (45), convert the imported product into final products (56) by processing it in their own facilities, and process and market the imported product (132). While 60% of the enterprises are located in the Marmara Region, the legal structures of 56.2% are limited companies. About half of the enterprises (46.6%) were established between 1980-1999 and employ 10,056 people. While the capacity utilization rate is average 61,5%, the major reason of the idle capacity (35.6%) is shown as the insufficient demand in the market. While the lack of qualified staff and workforce in production is seen as the biggest problem (64.4%), lack of desired quality of domestic raw material in supply (39.6%), problems in the collection of the prices of the products sold at the marketing stage (36.3%) are seen as the most important problems. Industrial enterprises use 51% domestic and 49% imported timber raw materials in production. While the expectation to establish a relationship from distribution channels is seen as the first priority (47.8%), the widespread use of substitution among products (51%) cited as the biggest factor in the market shrinkage. 48.9% of the enterprises consider to keep the current situation in the future. In the last three years, currency instability (56.8%) has been identified as the most influential factors affecting the trade economically and foreign policy (28.9%) as politically.

Keywords: Policy of enterprises, market environment, foreign trade, market expectations

GİRİŞ

Türkiye ormancılığının ülke dış ticaretine yansımaları Yiğitoğlu'na (1941) göre; "1936 yılına kadar aktif, bu yıldan sonra pasif olmaya" başlamıştır. Bir başka deyişle, 1936 öncesi dönemde orman ürünleri ihracı ithalatından fazlayken, sonraki yıllarda ithalat ihracatı geçmiştir (Yiğitoğlu, 1941). Yeni kurulmuş bir ülkenin ihtiyaç duyduğu gelir ve üretim açıkları dikkate alınarak, özellikle odun dışı orman ürünleri dışarıya satılırken, ormanlar potansiyel gelir kaynağı olarak görülmüştür (Miraboğlu, 1958). Fakat aynı dönemde, tütün, üzüm, incir gibi ülkenin önemli ihraç mallarının ambalajlarını yapmak üzere, göknar kerestesi ithal edilmek (Gümüş, 2018) zorunda kalınmıştır. Bununla birlikte, Gülen'in (1965) ifade ettiği gibi, "bir tarım ülkesi olan memleketimizin ödemeler bilançosu daima açıkla kapandığından, orman ürünlerine olan ihtiyacın ithal yoluyla karşılanmasının zorluğu" erken fark edilmiş ve ülke ormanlarının üretim gücünü artıran önlemlere büyük önem verilmiştir (Gülen, 1965). Nitekim bu durum "ormanlarımızda verim gücü dâhilinde üretimi artırmak ve bu ürünleri özelliklerine göre işleyecek sanayii kurmak, eksik kalan talebi karşılayacak seviyede hammadde ithaline gitmek" şeklinde resmi belgelerde de ifade edilmiştir (DPT, 1977).

Bir yandan ülke ormanlarının verim gücünü artırıcı önlemler alınırken, diğer yandan yerli bir orman endüstrisini, devlet veya özel sektör eliyle kurma çalışmaları devam etmiştir. Bugünkü orman ürünleri endüstrisinin ilk örneği olarak kabul edilebilecek; lokomotifli, katraklı ilk kereste fabrikası, 1892 yılında Zeytinburnu'nda (İstanbul) kurulmuştur (Kutluk, 1948; Gülen, 1965). Bu fabrikanın ardından, özellikle ordunun ihtiyacını karşılayacak tesisler devlet eliyle kurulurken, sözleşmelerle orman işletme izinleri almış özel yüklenicilerin, kereste üretecek tesisler kurmaya başladığı görülmüştür. Cumhuriyet dönemine gelindiğinde, Osmanlı'da başlamış bu girişimlerin ülke ekonomisinin gelişimi için yeterli olamayacağı görülmüş ve Orman Genel Müdürlüğü'nün (OGM) de orman endüstrisi alanında sorumluluk almasına karar verilmiştir. Özel girişimcilerce 1929 yılında Çatacak'ta kurulmuş kereste fabrikasının, 1939 yılında OGM tarafından satın alınmasıyla birlikte (Gülen, 1965), devlet işletmelerinin orman endüstrisindeki etkinliği artmaya başlamıştır. Zamanla OGM tarafından kurulan veya devralınan kereste fabrikalarının sayısı çoğalmış ve 5 Ocak 1970 yılına gelindiğinde, OGM tarafından yönetilen 14 kereste ve 1 emprenye fabrikasının, bu alanda uzmanlaşacak bir yönetim altında ve eşgüdüm içerisinde idare edilmesi amacıyla Orman Ürünleri Sanayi Genel Müdürlüğü (ORÜS) kurulmuştur. 1970'li yılların başından itibaren entegre tesislerin kurulmasıyla, orman endüstrisinde dikey entegrasyon aşamasına geçilmiştir. 1980'li yılların ortalarında başlayan şirket satın alımlarıyla birlikte, yatay entegrasyon safhasına erişilmiştir. Bununla birlikte, seksenli yıllar ORÜS için önemli değişikliklerin başlangıcı olmuştur. ORÜS 1983 yılında bir kamu iktisadi teşekkülü (KİT) haline getirilmiş, 1986 yılında ise özelleştirme kapsamına alınmıştır. Bu karar alındığında ORÜS; 22 kereste, 3 yonga levha, 1 çimentolu yonga levha, 1 lif levha, 3 kontrplak, 2 kaplama, 11 parke, 1 ambalaj sandığı ve 1 emprenye fabrikası olmak üzere, 45 tesisi içeren bir kuruluştur. ORÜS 1994 yılında özelleştirilmiş ve orman ürünleri endüstrisinde devlet işletmeciliği bitirilmiştir (Geray & Ok, 2001).

Kamu işletmeciliğinin dayandığı mevzuat, idari kontrol ve hesap verebilirlik gereği, devlet girişimlerinin olduğu üretim alanlarında sektörel analizleri yapacak verileri bulma olasılığı artmaktadır. 1994 sonrası orman endüstrisinin tamamen özel sektör işletmelerinden oluşması, sektörel analiz yapacak veri sorununu artırmıştır. Bugün, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) veri tabanına kayıtlı 531 kereste işletmesinin tamamı özel işletmeler olup, kurulu kapasitesi 10.457.649 m³/yıl'dır. Ayrıca 117 emprenye ve kurutma işletmesinin toplam kapasitesi 2.158.322 m³/yıl (TOBB, 2015) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda Türkiye'nin 2015 yılı üretim miktarı 6.700.000 m³ olarak gerçekleşmiştir ve 166 ülke arasında 13. sırada ve %1,6 oranında pay sahibidir (TOBB, 2015). Bir başka çalışmaya göre, ülkemizde kereste endüstrisi ile ilgili özel sektöre ait tesis sayısı 8.887 adettir ve 1992 yılı verilerine göre 12.904.805 m³ kurulu kapasitenin %45,4'ü kullanılmaktadır (Kurtoğlu & Koç, 1996). TOBB 2012 yılı raporunda 684 kereste işletmesinin olduğu bildirilirken, 2015 raporunda bu sayı 531 olarak verilmiştir (TOBB, 2015). İşletme sayıları azalmasına rağmen TOBB 2015 yılı kereste üretim miktarını 6,7 milyon m³ olarak belirtmiştir. Bu açıklamalardan da anlaşıldığı gibi, sadece kereste alanında dahi ülke kalkınması açısından ihmal edilmemesi gereken bir üretim kapasitesi, ülke refahını etkileyebilecek bir fırsat alanı bulunmaktadır. Bununla birlikte, kereste işletmelerinin ne kadarının odun hammaddesi ithal ettiği, üretim veya kapasite kullanım oranları ile ithalat arasında nasıl bir ilişki bulunduğu yönelik çalışmalarda eksiklikler görülmektedir.

Üstelik günümüz Türk orman endüstrisini sadece kereste üretim alanıyla sınırlı değerlendirmek olanaksızdır. Parke, kaplama, kontrplak, yonga levha, lif levha, doğrama ve marangozluk ürünleri, mobilya, kâğıt ve karton, palet ve ambalaj üretim alanlarında faaliyet gösteren önemli

bir işletme kapasitesi oluşmuş ve ülke ekonomisine, istihdamına, bölgeler arası gelişmişlik farklarının kapatılmasına katkı yapan birer üretim odağı halini almıştır.

TOBB veri tabanına kayıtlı 279 masif parke ve lamine parke işletmesinin kurulu kapasitesi 148.274.528 m²/yıl olup, bu alanda 702 mühendis, 1.432 idari personel ile 12.247 işçi, teknisyen, usta vb. kişiye iş sağlanmaktadır (TOBB, 2015). TOBB kayıtlarına göre 131 kaplama fabrikasının kurulu kapasitesi 518 bin m³ olup (TOBB, 2012), ağaç kaplama işletmelerinde, 605 mühendis, 1.386 idari personel, 10.521 işçi, teknisyen, usta vb. olmak üzere toplam 12.512 kişi çalışmaktadır (TOBB, 2015). Kontrplak alanında ise 74 işletmenin 479.582 m³/yıl üretim yapabilme kapasitesi bulunmakta, bu üretimde 261 mühendis, 552 idari personel, 5.193 işçi, teknisyen, usta vb. olmak üzere 6.006 kişiye iş sağlanmaktadır (TOBB, 2015).

Aynı dönemde, yonga levha endüstrisinin 36 ayrı işletmede 5.692.336 m³/yıl üretim kapasitesine eriştiği anlaşılmaktadır. Yonga levha işletmelerinde, 441 mühendis, 650 idari personel, 4.930 işçi, teknisyen, usta vb. olmak üzere, toplam 6.021 kişi doğrudan istihdam edilmektedir (TOBB, 2015). Yonga levha ve lif levha (MDF) sektörünü birlikte ele alan 2015 yılı Levha Sanayii Sektör Raporunda; sektörün yaklaşık 400.000 kişiye doğrudan olmak üzere, toplam 1 milyon kişiye (nakliyat, satış, hizmet vb.) istihdam sağladığı ifade edilmektedir (OAİB, 2015). Türkiye’de yonga ve lif levha sektöründe, son yıllarda artan yatırımlarla dünya standartlarında ve ileri teknolojiyle üretim yapan tesisler kurulmuş, dünyada söz sahibi bir üretim kapasitesi ve teknolojisine ulaşılmıştır. Levha sektöründe 34 farklı yerde toplam 25 farklı firma üretimini sürdürmektedir. Sektörün toplam kurulu kapasitesi 11.517.120 m³/yıl’dır. Lif levha işletmelerinde, 391 mühendis, 706 idari personel, 5.697 işçi, teknisyen, usta vb. olmak üzere toplam 6.794 kişi doğrudan istihdam edilmektedir (TOBB, 2015).

Aktif olarak kapı pencere doğramacılığı, inşaat beton kalıbı ve ahşap prefabrik yapı elamanı üreten 455 işletme bulunmaktadır. 2015 yılında 25,6 milyon adet kapı ve pencere doğraması, 131.000 ton ahşap beton kalıbı ve diğer marangozluk ürünü ve prefabrik yapı elemanı üretilmiştir (TOBB, 2015).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) genel sanayi ve işyerleri sayım verilerine göre Türk Mobilya endüstrisinde 133 bin kişi istihdam edilmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısı 34 binin üzerindedir (TOBB, 2017). 2015 verilerine göre, mobilya sanayinde 177.944 sigortalı çalışan vardır. Sektör istihdamının genel istihdama oranı %4,7’dir. 3.478 girişimci 2015 yılında 153.489.748 adet üretim, 142.295.459 adet satış yapmıştır. Üretim değeri 5.665.691.813 dolar, satış değeri ise 5.887.311.322 dolardır. Mobilya imalatı kapasite kullanım oranları 2009-2016 yılları ortalaması %70,65’tir (TOBB, 2017).

Palet ve ambalaj endüstrisi ağaç malzeme için önemli bir kullanım alanıdır ve yeterli araştırma yapılmamasına rağmen, bu sektörde 1,5 milyon m³ endüstriyel odun kullanıldığı tahmin edilmektedir (Kurtoğlu, 2007). 2015 yılında 162 girişimci 38.194.178 adet palet, palet sandık ve tahtadan yük tablaları, 46 girişimci 92.775 ton ahşap konteyner parçaları üretmiştir. Aynı yıl 123 işletme 316.432 ton ahşap kutu üretimi gerçekleştirmiştir (TOBB, 2015).

Yukarıdaki açıklamalardan da görüldüğü gibi, Zeytinburnu’nda kurulan ilk kereste fabrikasından günümüze kadar geçen sürede, Türkiye orman endüstrisi üretim çeşitliliği ve kapasitesi açılarından önemli bir gelişim kaydetmiştir. Aynı dönemde ormanların alanı, verimli orman payı, dikili servet ve birim alandaki artımda da iyileşmeler görülmüşse de, odun hammaddesi üretim artışının, orman endüstrisinin ihtiyaç duyduğu hammadde talep artışını

karşılayabilecek hıza erişemediğini söylemek olanaksızdır. Bu nedenle, halen bir sektörel odun hammaddesi açığı bulunmakta, hammadde ithalatı gerekli görülmektedir.

Diğer yandan, gerçek dünyada; yerli üretimin yetersizliği, uluslararası fiyat farklılıkları ve mal farklılaştırması nedeniyle dış ticaret zorunludur (Seyidoğlu, 1994). Üretim yetersizliğinin temelinde ise “doğal kaynakların yeryüzüne dengesiz dağılması, teknik bilgi ve işgücü yetersizliği ile ekonomik gelişme farklılıkları” (Seyidoğlu, 1994) yatmaktadır. Bu durum ormanlar ve orman ürünleri açısından irdelendiğinde, orman varlığının geliştirilmesiyle bazı orman ürünlerindeki üretim yetersizliğini gidermenin mümkün olabileceği, fakat ekolojik kısıtlar nedeniyle her orman ağacını her ülkede yetiştirmenin mümkün olamayacağı, bu nedenle tüm ağaca dayalı ürünlerde bir yeterliliğin sağlanamayacağı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Ülke ormanlarının tamamı verimli hale getirilse dahi, doğası gereği ülkede yetişmeyen fakat endüstrinin yerli tüketim veya ihraç amaçlı üretimleri yapabilmek için gereksinim duyacağı egzotik türlerin ithalatına devam etmek gerekecektir. Bu nedenle, orman ürünlerinde ithalatı tamamen sıfırlamayı düşünmek, doğanın kurallarına aykırı bir hedefdir. Nitekim bu durum Miraboğlu (1982), tarafından “ülke ekonomisinin gelişmesi için belli hammadde ve yarı mamullerin, ileri teknolojilerin yurt dışından temin edilmesi zaruri bulunmaktadır” şeklinde ifade edilmiştir (Miraboğlu, 1982).

2004 yılı Türkiye Ulusal Ormancılık Programında, 2004-2023 dönemindeki genel politika, strateji ve orman kaynaklarından faydalanma ile ilgili eylemler belirlenmiştir. Eylem önerileri arasında “Mevcut ve gelecek dönemlerde odun hammaddesi arz, talep ve pazar durumunun tespiti ve piyasa izleme amacıyla kapsamlı bir envanter araştırma-değerlendirme çalışmasının gerçekleştirilmesi, orman ürünleri sanayi ve ticari kuruluşları ile diyalog ve işbirliğinin geliştirilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması ve bu gibi kuruluşların orman ürünleri üretimine yönelik çalışmalar yapmasının sağlanması, Orman teşkilatının konuyla ilgili merkez biriminin güçlendirilmesi, taşra birimleri elemanlarının eğitimi” şeklindeki ifadeler, bu makaleye temel olan araştırmanın gerekçeleri olarak görülmelidir.

Gerçekten de, Akkaya ve ark. (2020), 2014-2015 yıllarında Türkiye’ye 114 farklı ağaç çeşidinden ortalama 621.127 m³/yıl düzeyinde yuvarlak ağaç, 1.127.069 m³/yıl seviyesinde biçilmiş ürün ve 27.449 m³/yıl büyüklüğünde şekil verilmiş odun ürünü ithal edildiğini saptamaktadır. İnşaat sektörü, ithal yuvarlak ağaçlarda (%37,53) ve biçilmiş ürünlerde (%33,65) en büyük kullanıcıyken, doğrama sektörü ikinci sırayı almıştır (Akkaya ve ark., 2020). Şekil verilmiş odun ürünlerinin en fazla kullanım alanının doğrama sektörü (%88,39) olduğu saptanmıştır. İbrelili türlerden en fazla Sarıçam ve ladin ithal edildiği, yerli Sarıçam, Karaçam ve göknarların bu ürünleri ikame edebilecek özellikte olduğu, yapraklı odun hammaddesi ithalatında kayınların ve meşelerin ön sıralarda geldiği, yerli meşe, kayın ve kestanelerin bu ithalatı ikame edebileceği belirlenmiştir. Türkiye’de Sarıçam, Karaçam vb. ithal ikame yeteneğindeki ağaç çeşitlerindeki üretimin “kısa dönemde” artırılması mümkün olmadığı gibi, ithal edilen 114 ağaç çeşidinin tamamının Türkiye ekolojisinde yetiştirilmesi de olanaksızdır. Tetra, İroko, Sapelli, Didelotia, Dabema, Onzabili, Okoume, Frake, Ayous, Acajou, Kossipo türlerinden yıllık ortalama 1000 m³’ün üzerinde yuvarlak odun ithal edilmekte ve özellikle döşeme, kaplama ve mobilya alanlarında kullanılmaktadır. Bu sektörlerde bir üretim aksamaması yaşamamak için ithalat doğru yönetilmelidir (Akkaya ve ark., 2020).

Yerel ölçekte orman endüstri işletmelerinin özelliklerini ortaya koyan (Karayılmazlar ve ark. 2006; Karayılmazlar ve ark., 2008; Çok ve ark., 2017) araştırmalar ile pazarlama gibi tek bir işletmecilik işlevini irdelleyen (Gedik & Koşar, 2012) veya konumlanmasını sorgulayan (Uzcan

& Karayılmazlar, 2018) çalışmalar yapılmışsa da, yılda 1.000 m³'ün üzerinde ithalat yaparak, Türkiye'nin orman ürünleri ticaretinde ve imalatında önemli birer aktör olan işletmelere odaklanmış bir çalışma bulunmamaktadır. Oysa ülke orman endüstrisinin gelişimini destekleyen başarılı bir ithalat yönetim politikası geliştirebilmek için, ithalatla ilişkili işletmelerin yapısal özellikleri ile hangi motivasyonla ithalat yaptıklarının, ithalatı gerçekleştirme biçimlerinin ve karşılaştıkları sorunların sistematik bir şekilde ortaya konması gereklidir. Bu makale, belirtilen bu boşluğu doldurmak amacıyla kaleme alınmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmada, TÜİK, OGM, Türkiye Orman Ürünleri Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TORİD), Ankara İhracatçı Birlikleri (AİB), Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB), Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), Yat ve Tekne İmalatçıları Birliği, İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB), Kontrplak Üreticileri Derneği (KONÜDER), MDF ve Yonga Levha Sanayicileri Derneği (MDF ve YLSD), Bitki Sağlığı ve Karantina Genel Müdürlüğü ve Ulusal Ahşap Birliği'nden sağlanan dokümanlar ve istatistiklerden materyal olarak yararlanılmıştır.

Araştırma kapsamı Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) 4403 olan, tomruk ve yanları kabaca alınmış, pazarda azman denen ürünler, GTİP 4407 sınıfı uzunlamasına biçilmiş, dilimlenmiş, kalınlığı 6 mm'yi geçen ürünler ve GTİP 4409 grubu herhangi bir kenarında, ucunda veya yüzünde sürekli olarak şekil verilmiş, yiv açılmış, set açılmış, şevlenmiş, yuvarlanmış ürünleri ithal eden işletmelerden oluşturulmuştur. Bu ürünleri satın alarak, biçiminde hiçbir değişim yapmadan, sadece sunum yer ve zamanını değiştirerek ticaretini yapan işletmeler de orman endüstri üzerindeki etkileri nedeniyle, araştırma evrenine dahil edilmiştir. Bu amaçla, OGM arşiv dosyaları incelenmiş ve 2010 - 2013 yılları arasında "yuvarlak ağaç, biçilmiş ürün ve şekil verilmiş odun ürünü" ithalatı yapmış 313 firma tespit edilmiştir. TÜİK'e yazılan resmi bir yazı ile 2014 ve 2015 yıllarında GTİP kodlu ürünlerin ithalat miktar ve değerleri, ithal ürünlerin giriş yaptığı gümrük müdürlükleri öğrenilmiştir. Bitki Sağlığı ve Karantina Genel Müdürlüğüne bağlı kuruluşlardan elde edilen bilgiler ile 187 adet ithalatçı işletmenin OGM arşiv bilgileriyle uyduğu görülmüştür. Ayrıca 29 il ve 2 ilçenin sanayi odaları ile 13 adet meslek birlik ve derneğine resmi yazı yazılarak üye bilgileri talep edilmiştir. Ön araştırma sonucunda 248 işletmeden oluşan bir ana kütle tespit edilmiştir. Bu ana kütle içerisindeki 15 işletmeye çeşitli nedenlerle ulaşılmamış, 233 işletmenin tamamı ile yüz yüze anket yapılarak veriler toplanmıştır. Bu nedenle, ana kütleyle tamsayım yapılan bu araştırmada örneklem yapılmamıştır. Şekil 1'de araştırma kapsamına giren iller gösterilmiştir. Veri toplamaya temel anket formlarının hazırlanması ve geliştirilmesinde Bilgin ve ark., (2002), Bozkurt ve ark., (2018), Saygılı ve ark., (2010) dikkate alınmıştır. İthal ettiği odun hammaddesinin sadece pazarlamasını yapan 45 işletmeye İthalatçı Firmalar Anket Formu uygulanırken, ithal edilmiş ürünleri işleyerek başkaca ürünlere dönüştüren 56 işletmeye İthal Ürün Kullanan Orman Ürünleri Sanayii İşletmeleri Anket Formu uygulanmıştır. Hem ithalatçı hem üretici rolündeki 132 işletmeye ise İthalatçı Sanayici İşletmeler Anket Formu uygulanarak veri toplanmıştır. Bu formlar araştırmanın birincil materyali olarak kullanılmış ve işletmelerin 2014-2015 yılı verileri elde edilmiştir. SPSS programı aracılığıyla, elde edilen verilere tanımlayıcı istatistiksel analizler uygulanarak, frekans, yüzde, ortalama değerleri elde edilmiştir.



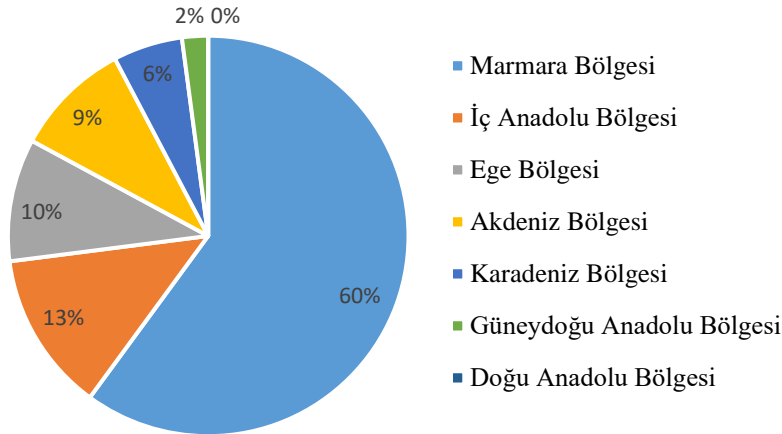
Şekil 1. Veri Toplanan İllerin Dağılımı

BULGULAR

İşletme Temel Bilgileri

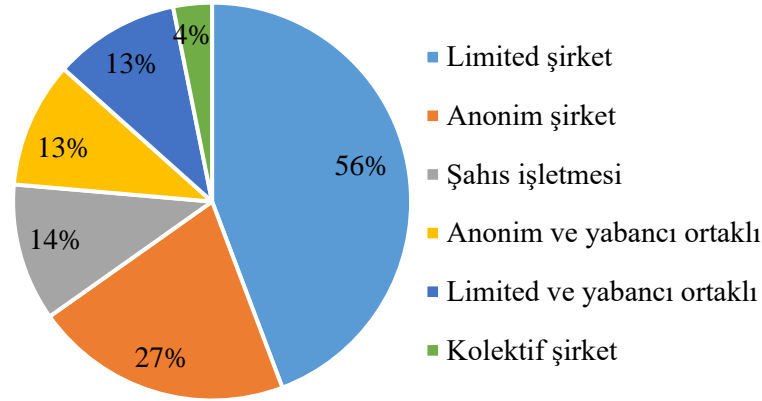
Anket sorularını cevaplayan işletme yetkililerinden, %63,9'u (149 kişi) işletme sahibi, %33,9'u yönetici (79 kişi) ve %2,1'i (5 kişi) işletme çalışanıdır. Ankete katılan firma yetkililerinin %52,8'si (123 kişi) üniversite, %33'ü (77 kişi) lise, %6,9 (16 kişi) ortaokul ve %7,3'ü (17 kişi) ilkokul mezundur.

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri illerin bölgesel dağılımı Şekil 2'de gösterilmiştir. İthalatla ilişkili işletmeler en fazla (140 adet, %60) Marmara bölgesinde bulunmaktadır. İç Anadolu ve Ege bölgeleri ikinci ve üçüncü sırayı almaktadır. Araştırmanın başlangıç aşamasında da öngörüldüğü gibi, Doğu Anadolu bölgesinden ithalatçı hiçbir firma tespit edilememiştir.



Şekil.2. İşletmelerin bölgesel dağılımı

Hukuki yapıları itibariyle ithalatçı işletmelerin dağılımı Şekil 3'de gösterilmiştir. Limited şirket statüsünde yer alan 131 işletme toplam katılımcıların yaklaşık %56,2'sini oluştururken, Anonim şirketlerin tercih edilen ikinci hukuki yapı olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 3. İşletmelerin Hukuki Yapısı

İşletmelerin kuruluş tarihleriyle ilgili geçerli 232 veri elde edilmiş ve gösterdikleri dağılım Tablo 1’de gösterilmiştir. İthalatçı işletmelerin büyük çoğunluğu (%46,6), orman ürünleri ithalinin daha serbest hale geldiği, 1980-1999 arasındaki dönemde kurulmuştur. 2020 yılı dikkate alınarak işletme ömürleri hesaplandığında, ortalama 50 yıl ve üzeri bir sürede ithalat yapan işletmelerin payının %13,4 gibi sınırlı bir düzeyde olduğu görülmektedir. Kuruluş dönemlerindeki yığılmalar dikkate alınarak ağırlıklı ortalama yaş hesaplandığında, işletme ömrü 26,22 yıl olarak bulunmaktadır.

Tablo 1. İşletmelerin kuruluş tarihleri ve ortalama yaşlarının dağılımı

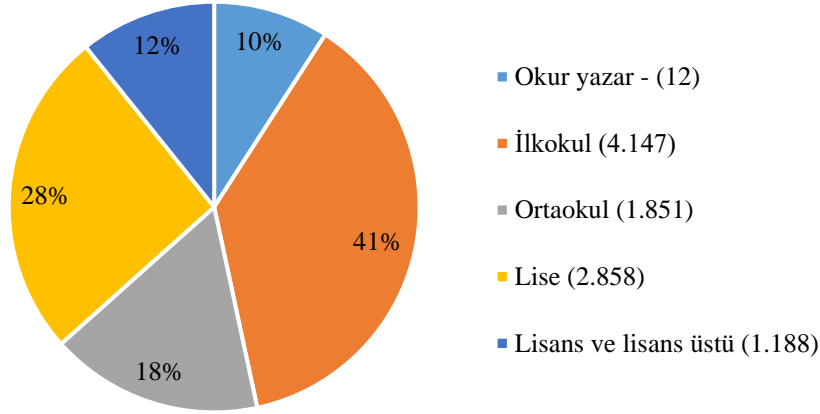
İşletme Kuruluş Tarihleri	Frekans	Yüzde %	Ortalama Yaş
1940-1959	10	4,3	70,5
1960-1979	21	9,1	50,5
1980-1999	108	46,6	30,5
2000-2018	93	40,1	11

Anketlere katılan 45 ithalatçı işletmede toplam 521 kişi (ortalama 11,58) çalışmaktadır. Sanayici 56 işletmenin toplam çalışan sayısı 1.009 kişiyken (ortalama 18,02), ithalatçı ve sanayici 132 işletmede 8.526 kişi (ortalama 64,59) çalışmaktadır. Tablo 2’de işletme çalışanlarının görev yaptıkları pozisyonlar gösterilmiştir.

Tablo 2. İşletmelerin çalışan sayıları ve pozisyonları

Pozisyon	İthalatçı işletmeler		Sanayici işletmeler		İthalatçı - sanayici işletmeler		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
Daimi işçi	292	56,05	624	61,84	6.644	77,93	7.560	75,18
Geçici işçi	15	2,88	79	7,83	291	3,41	385	3,83
İdari işler	140	26,87	193	19,13	1.120	13,14	1.453	14,45
Teknik işler	74	14,20	113	11,20	471	5,52	658	6,54
Genel Toplam	521	100	1.009	100	8.526	100	10.056	100

Tablo 2’de gösterilen toplam 10.056 çalışanın eğitim durumları Şekil 4’de gösterilmiştir. Çalışanlar içerisinde en kalabalık grup 4.147 kişi (%41,2) ile ilkökul mezunlarıdır.



Şekil 4. Çalışanların eğitim durumu

İthalatçı işletmelerin mesleki örgütlenmeye verdikleri önem ve üyelik tercihleri Tablo 3’de verilmiştir. İşletmelerin sadece %15’i hiçbir birliğe üye değilken, en fazla üye olunan örgüt (%59,7) TİM olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3. İşletmelerin üyelik durumları ve tercih ettikleri örgütler

Dernek/Birlik adı	Adet	%
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)	139	59,7
Türkiye Orman Ürünleri Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TORİD)	20	8,6
Kontrplak Üreticileri Derneği (KONÜDER)	1	0,4
DiĞER	2	0,9
TİM+TORİD	29	12,4
TİM+KONÜDER	5	2,1
TİM+DiĞER	2	0,9
Hiçbir Örgüte Üye Olmayanlar	35	15,0
Toplam	233	100,0

İşletmelerin İthal Ürünlerle Kurdukları İşletmecilik Biçimleri

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin ithal ürünler üzerine kurdukları işletmecilik biçimi farklılık göstermektedir. İthal ürünle ilişkili 233 işletmenin %38,6’sı (90 işletme) ithal ettiği ürünün bir kısmını hiçbir değişiklik yapmadan pazarlarken, bir kısmını kendi tesislerinde daha değerli ürünlere dönüştürmektedir. Bir başka deyişle, bu işletmeler hem satıcı hem üretici işletme işlevini görmeyi tercih etmiştir. Buna karşılık ithalatçı işletmelerin %19,3’ü (45 işletme) aslında endüstriye tedarikçi işlevi gören satıcı işletmelerdir ve orman endüstri sektörüne girdi sağlayanlar arasında yer almaktadır. Tablo 4’den de görüleceği gibi, ithalatçılardan alarak üretici işletmelere pazarlayan, sınırlı düzeyde (%3,4) de olsa, aracı bir işletme grubu piyasada bulunmaktadır.

Tablo 4. İşletmelerin ithal ürün pozisyonları

İthal odun kullanım durumu	Frekans	Yüzde %
İthal edip pazarlayan ve işleyenler	90	38,6
İthal edip pazarlayanlar	45	19,3
İthal edip işleyenler	42	18,0
İthalatçıdan alıp pazarlayan ve kullananlar	31	13,3
İthalatçıdan veya pazardan alıp kullananlar	17	7,3
İthalatçıdan alıp kullanıcılara pazarlayanlar	8	3,4
Toplam	233	100,0

Tesis Üretim ve Kapasiteleri

Ankete katılan 233 işletmeden üretim tesisleri olan 188 işletmenin faaliyet gösterdikleri alanlardaki kurulu kapasiteleri, 2014 ve 2015 yılları ortalama fiili kapasiteleri ve kapasite kullanım oranları (KKO) Tablo 5’de verilmiştir. En yüksek kurulu kapasitenin (135.525.312 m²) yer aldığı kaplama sektöründe sadece %38,6 düzeyinde bir kapasite kullanım oranının görülmesi, büyük bir atıl kapasiteye işaret etmektedir. En yüksek kapasite kullanım oranları, sırasıyla oyuncak (%100), dekorasyon (%94,1) ve kontrplak (%79,2) sektörlerinde gözlenirken, en düşük kapasite kullanım düzeyi, yapısal ahşap (%25,9) alanındadır. Tablo 5’de yer alan sektörlerin ortalama KKO %61,2 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5. Sektörlere göre kurulu ve fiili kapasiteler ve kullanım durumu

Sektörler	Üretim Tipi	Birim	Kurulu Kapasite	Ortalama	
				Fiili Kapasite	KKO*
Kaplama	Mamul	m ²	135.525.312	52.258.450	38,6
Parke	Mamul	m ²	6.728.625	2.738.750	40,7
Kereste	Yuvarlak ağaç	m ³	2.428.870	1.228.309	50,6
Döşeme	Kereste	m ³	392.786	203.137	51,7
Palet ve Ambalaj	Mamul	m ³	367.880	224.680	61,1
Doğrama	Kereste	m ³	224.131	124.219	55,4
Mobilya	Kereste	m ³	131.152	53.225	40,6
Masif panel	Mamul	m ³	122.409	80.541	65,8
Kontrplak	Mamul	m ³	110.516	87.576	79,2
Lamine ahşap	Kereste	m ³	67.797	50.194	74,0
Dekorasyon	Kereste	m ³	20.674	19.455	94,1
Makara	Kereste	m ³	5.750	4.550	79,1
Yapısal ahşap	Kereste	m ³	1.000	259	25,9
Oyuncak	Kereste	m ³	1.000	1.000	100,0

* KKO: Kapasite Kullanım Oranı

Bir işletmenin KKO’nun yükseltilebilmesi için atıl kapasiteye neden olan etmenin bilinmesi gereklidir. İşletmelerden açık uçlu bir soru ile atıl kapasitelerine neden olan etmenleri, öncelik vererek cevaplamaları istenmiştir. 188 işletmenin cevapladığı sorunun yanıtları, Tablo 6’da yer almaktadır. Tablo 6’da ve sonraki tablolarda yer alan “öncelikler toplamı” hesaplanırken, 1. önceliğe 4, sonraki önceliklere ise, sırasıyla 3, 2 ve 1 şeklinde ağırlık verilmiştir.

Atıl kapasiteye neden olan en öncelikli faktör, talep yetersizliği (%35,6) olarak görülmektedir. İlgili soruya yanıt veren 188 işletmeden 86’sı talep yetersizliğini birinci öncelikli sorun olarak görmektedir. Deneklere verilen seçeneklerde yer almamış etmenler “diğer” grubu altında toplanmış ve topluca ikinci en önemli (%16,2) faktör grubu olarak dikkat çekmiştir. Bu grupta yer alan “ucuz ürün olarak eksik üretimi tamamlıyoruz (%9,1)” ifadesi, işletmelerin başka işletmelerin ürünlerini pazarlamaya eğilimli olduklarını göstermektedir.

Tablo 6. Atıl kapasite nedenleri

Atıl kapasite nedenleri	Öncelik sırası				Öncelikler Toplamı	%
	1	2	3	4		
Talep yetersizliği	86	2	3		356	35,6
İşgücü teminindeki güçlükler	17	15	2		117	11,7
Kalifiye eleman eksikliği	5	20	8		96	9,6
Enerji kesintileri		7	6	1	34	3,4
Finansal sorunlar	5	4			32	3,2
Hammadde teminindeki güçlükler	6	2			30	3,0
Mevsimsel çalışma gereği	1	1		1	8	0,8
Bürokratik ve yasal engeller			1		2	0,2
Diğer	37	2	4		162	16,2
Ucuz mamul ürün olarak kapasiteyi tamamlıyoruz	21	1	2		91	9,1
Siparişe dayalı proje çalışmaları	4				16	1,6
İthal ürünlerle rekabet edememe	4				16	1,6
Makine ve teknoloji eksikliği	3				12	1,2
Performans, işyeri fiziki yetersizliği, üretim maliyeti	3				12	1,2
Ürün ve işyeri değişikliği	1		2		8	0,8
Tevkifat Kanunu	1	1			7	0,7

İşletmelerin üretim sırasında yaşadıkları sorun çeşitleri Tablo 7’de gösterilmiştir. Geçerli veri sağlayan 188 işletmenin 113’ü kalifiye elaman ve işgücü eksikliğini birinci öncelikli üretim sorunu olarak görmektedir.

Tablo 7. Üretim sırasında yaşanan sorunlar

Üretim Sorunları	Öncelik sırası			Öncelikler Toplamı	%
	1.	2.	3.		
Kalifiye eleman ve işgücü eksikliği	113	7		353	61,4
Enerji girdilerinin yüksekliği	8	19		62	10,8
Finansal sorunlar	6	3		24	4,2
Teknolojik yetersizlik		1	2	4	0,7
Diğer;	17	6	3	66	11,5
Talep yetersizliği	8	3	1	31	5,4
Üretim maliyeti	3	1		11	1,9
İşyerinin fiziksel yetersizliği	1	1		5	0,9
Enerji kesintileri	1			3	0,5
İstikrarsızlık	1			3	0,5
Devletin diğer ülkelerin üretim politikalarına refleks gösterememesi	1			3	0,5
Sigorta mevzuatı	1			3	0,5
Hammadde temin güçlüğü	1			3	0,5
Nakliye			1	2	0,3
Yan sanayiinin yetersizliği ve yedek parça sıkıntısı			2	2	0,3

Tüm nedenler ve öncelikler dikkate alındığında kalifiye işgücü sorunu %61,4’lük öncelikle öne çıkmaktadır. Bu sorunu enerji girdilerinin yüksekliği (%10,8) izlemektedir. Deneklere sunulan seçeneklerde yer almayan ve işletmelerce dile getirilen sorunlar, bir bütün olarak “diğer” başlığı altında toplanmış ve enerji maliyetinin önünde (%11,5) ikinci sıraya çıkmıştır.

Hammadde Tedarik Kaynakları ve Sorunları

İşletmeler 2014 ve 2015 yıllarında ortalama 2.972.703 m³/yıl düzeyinde hammadde kullanmışlardır. Hammadde tedarik kaynaklarının başında OGM (%45, 1.323.853 m³/yıl) gelmektedir (Tablo 8). İşletmelerin kendi ithal ettikleri hammadde düzeyi (%39) ile ithalatçılardan aldıkları miktar (%10) birleştirildiğinde, OGM’nin üzerinde ve yarıya yakın (%49) bir seviyeye çıktığı görülmektedir.

Tablo 8. Hammadde temin kaynakları

Temin yeri	2014 (m ³)	2015 (m ³)	Ortalama (m ³ /yıl)	%
OGM	944.792	1.702.914	1.323.853	45
Özel kişilerden	135.543	149.734	142.639	5
Özel kuruluşlardan	16.301	35.903	26.102	1
Diğer	14.500	21.850	18.175	1
İthalatçılardan (İthal ürün)	298.225	298.229	298.227	10
İthal (Kendi ithal ettiği)	1.100.949	1.226.465	1.163.707	39
Toplam	2.510.310	3.435.095	2.972.703	100

İşletmelerin hammadde ile ilgili sorunları ve öncelikleri Tablo 9’da gösterilmiştir. Yerli hammaddenin istenen kalitede olmaması (%39,6) en önemli sorun olarak ortaya çıkarken, yerli üretim miktarının yetersizliği (%21,8) ikinci sırayı almaktadır. Yıl içi dönemsel hammadde kıtlıklarının da işletmeler için önemli (%17,1) bir sorun olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar

Sorunlar	Öncelik sırası					Öncelikler Toplamı	%		
	1.	2.	3.	4.	5.				
Yerli hammadde üretiminin istenen kalitede olmaması	20	4				116	39,6		
Yerli hammadde üretiminin yetersizliği	12	1				64	21,8		
Yılın bazı aylarında yeterli hammadde bulunamaması	3	8	1			50	17,1		
Döviz fiyatlarının değişkenliği	4	3	2			38	13,0		
Nakliyat sorunları	1		1			8	2,7		
Gümrüklerde karşılaşılan sorunlar				1	1	5	1,7		
Dış ticaret politikalarının değişkenliği					1	2	0,7		
Diğer						0	0,0		
						Üretim kalitesi	1	5	1,7
						Karantina elemanları yetersizliği	1	5	1,7
Toplam						293	100		

Pazarlama Çalışmaları

Bir işletmenin pazarlama çalışmalarında ürettiği malın niteliği önemli bir faktördür. İşletmelerin ihraç ettikleri ürünler içerisinde “ithalatın” yeri Tablo 10’da verilmiştir. İthal ürünleri üretim tesislerinde kullanan 188 işletmeden 62 işletme (%33) ürettiği ürünlerden ihracat yapmaktadır. İhracat yapan 62 işletmenin %6,5’i (35 işletme) ihraç ettiği ürünlerin %100’ünü ithal ürünlerden üretmektedir. Bu bulgu, işletmelerin yaptığı ithalat içerisinde yeniden ihraç (reexport) amacının önemli düzeye eriştiğini kanıtlamaktadır. İhracat yapan 6 işletme ürününün %100’ünü yerli ürünlerden ürettiğini belirtmektedir. Geri kalan 21 ihracatçı işletme, farklı oranlarda yerli ve ithal ürün kullanarak ürettikleri ürünleri ihraç etmişlerdir.

Tablo 10. İşletmelerin ihracat durumu ve ürünlerin kökeni

İthal ürünlerden üretilen ürünlerin payı (%)	Yerli ürünlerden üretilen ürünlerin payı (%)	İşletme sayısı	%
100		35	56,5
	100	6	9,7
30	70	4	6,5
90	10	4	6,5
50	50	3	4,8
70	30	3	4,8
20	80	2	3,2
60	40	2	3,2
10	90	1	1,6
75	25	1	1,6
95	5	1	1,6
İhracat yapan işletme toplamı		62	100,0

Pazarlama çalışmalarının yönetiminde fiyatın belirlenme yöntemi önemli bir göstergedir. İthal ürün pazarlayanların %68,5'i maliyet artı kar (mark-up), %16,4'ü rekabete yönelik fiyatlandırma, %10,3'ü maliyet artı kar ve rekabete yönelik fiyatlandırma yöntemlerini birlikte kullanarak ürünlerinin satış fiyatını belirlemektedir.

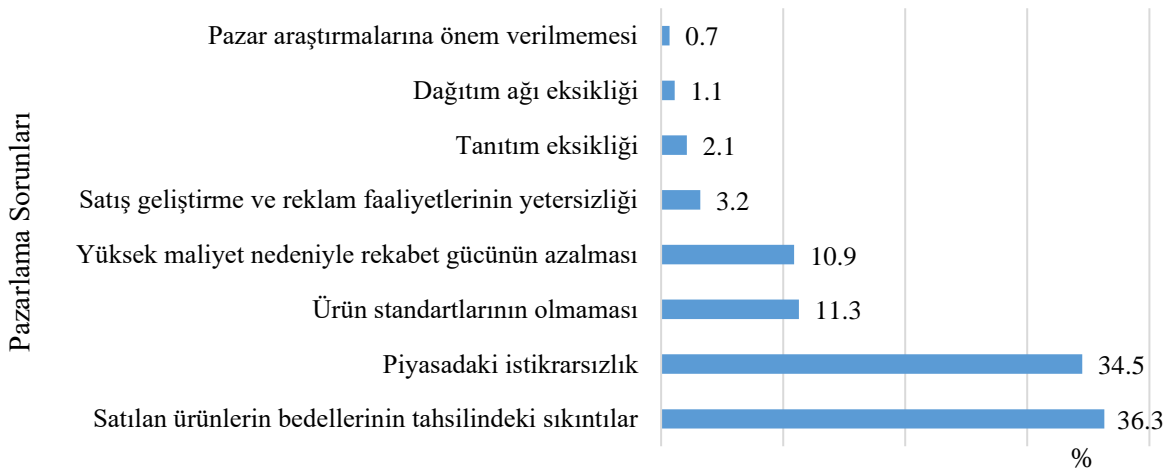
İthal orman ürünleri pazarlayan 163 işletmeden 29 işletme ürünlerinin tamamını doğrudan tüketiciye, yine 29 işletme ürünlerinin tamamını bayilerine verirken, 3 işletme ise ürünlerinin tamamını toptancılara vermektedir. Pazarlama çalışmalarında önemli bir yer tutan dağıtım kanallarından işletmelerin beklentileri Tablo 11'de gösterilmiştir. İşletmelerden sadece 75'inin yanıt vermeyi tercih ettiği dağıtım kanallarından beklenti konusunda; ilişki kurma (%47,8), depolama (%17,4), tanıtma (%10,8) konuları öne çıkmaktadır. Buna karşılık ulaştırma beklentisi (%6,9); "diğer" başlığı altında (8,6%) toplanan montaj – uygulama (%2,8), risk azaltma (%2,2), süreklilik (%1,9), piyasayı izleme (%0,8), satış artırma (%0,8) şeklindeki beklentilerin önünde yer almaktadır.

Tablo 11. Ürünlerin dağıtım kanallarından beklentiler

Beklentiler	Öncelik sırası					Öncelik Toplamı	%
	1.	2.	3.	4.	5.		
İlişki kurma	28	6	3			173	47,8
Depolama	5	9		1		63	17,4
Tanıtma	4	4	1			39	10,8
Ulaştırma	3	1	2			25	6,9
Diğer	3	1	4			31	8,6

Ankete katılan 177 işletmenin pazarlama çalışmalarında en fazla satış elamanı (130 işletme, %73,4) işlendirdiği, bunu depocu (%70,1) ve satış müdürünün (%41,2) izlediği görülmüştür. 57 işletmede pazarlama müdürü, 51 işletmede teslimat görevlisi, 29 işletmede dağıtıcı işlendirilmişken, sadece 21 işletmede (%11,9) müşteri temsilcisi bulunmaktadır.

Ankete katılan işletmelerin öne çıkan pazarlama sorunları Şekil 5'de gösterilmiştir. İşletmelerin ilk sırada gördüğü pazarlama sorunu yaptıkları satışların bedelini alamamak (tahsilat %36,3) şeklinde ortaya çıkmaktadır. İşletmeler faaliyet gösterdikleri pazarın istikrarsızlığını (%34,5) bir sorun olarak görmekte fakat pazarlama araştırmalarına önem verilmemesini en düşük düzeyde (%0,7) sorun olarak kabul etmektedir.



Şekil 5. Pazarlama aşamasında öne çıkan sorunlar

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri piyasada gözlemledikleri pazar daralmasına neden olan faktörler hakkında düşünceleri Tablo 12'de gösterilmiştir. İşletmelerin yarıya yakını (%51)

ahşap ürünü ikame edebilen rakip malların pazarlarını daralttığı görüşündedir. Ahşaba benzeyen “yapay ahşap” ürünlerin ise ikinci daralma nedeni (%31,6) olduğu düşünülmektedir. Esasen birleştirilebilecek bu iki grup rakip mallar, orman endüstrisi dışında yer alan ve ahşaba rakip olabilmiş ciddi bir tehdit alanının varlığına işaret etmektedir.

Tablo 12. Ahşap sektöründe pazar daralması

Nedenler	Öncelik sırası				Öncelik Toplamı	Öncelikli %
	1.	2.	3.	4.		
İkame ürün kullanımının (pvc vb) yaygınlaşması	145	10	1		612	51,0
Sentetik ahşap kullanımı	8	115	1		379	31,6
Ahşap malzemenin pahalı olması	6	4	2		40	3,3
Ahşap malzemeye olan ilginin azalması	3	4		2	26	2,2
İkame ürünlerin reklam faaliyetler yoğunluğu	2	3	5		27	2,3
Uluslararası veya bölgesel ticari kuruluşlarının etkisi				1	1	0,1
Diğer	12	3			57	4,8

İşletme Politikaları

İşletmelerin yakın gelecekte izlemeyi düşündükleri politikalarla ilgili görüşlerinin işletmelerin hukuki yapılarına göre dağılımı Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. İşletme tiplerine göre izlenmesi düşünülen politikalar

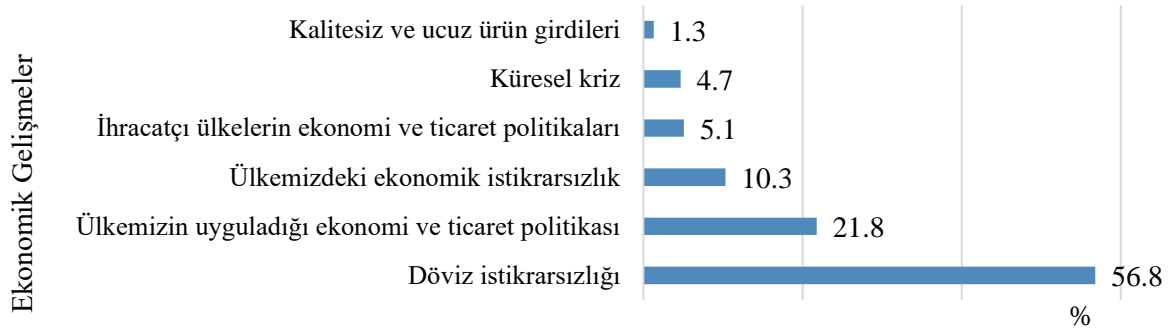
İzlenen Politikalar		İşletme Tipi						Toplam
		Şahıs işletmesi	Limited şirket	Kolektif şirket	Anonim şirket	Anonim ve yabancı ortaklı	Limited ve yabancı ortaklı	
Mevcut durumu korumak	Adet	17	69	1	23	3	1	114
	%	7,3	29,6	0,4	9,9	1,3	0,4	48,9
Kapasite arttırmak	Adet	12	32	0	24	0	2	70
	Toplam %	5,2	13,7	0,0	10,3	0,0	0,9	30,0
Teknoloji yenileme	Adet	3	16	0	13	0	1	33
	Toplam %	1,3	6,9	0,0	5,6	0,0	0,4	14,2
Mevcut pazar payını arttırmak	Adet	2	16	0	18	0	1	37
	Toplam %	0,9	6,9	0,0	7,7	0,0	0,4	15,9
Yurtdışı pazara girmek	Adet	1	9	0	7	0	0	17
	Toplam %	0,4	3,9	0,0	3,0	0,0	0,0	7,3
Sektörden çıkmak	Adet	4	7	0	3	0	0	14
	Toplam %	1,7	3,0	0,0	1,3	0,0	0,0	6,0
Mal karmasını / Ürün gamını genişletmek	Adet	2	9	0	6	0	0	17
	Toplam %	0,9	3,9	0,0	2,6	0,0	0,0	7,3
Diğer	Adet	0	2	0	0	0	0	2
	Toplam %	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9
Toplam	Adet	33	131	1	62	3	3	233
	Toplam %	14,1	56,2	0,4	26,6	1,3	1,3	100,0

İşletmeler içerisinde en büyük payı %48,9 oranıyla “yakın gelecekte mevcut durumunu koruma” politikasını izleyecek işletmeler almaktadır. Bu işletmeleri, daha genişlemeci birer politika sayılabilecek *kapasite arttırmak isteyenler* (%30), *pazar payını arttırmayı hedefleyenler* (%15,9) ve *teknoloji yenilemeyi düşünenler* (%14,2) izlemektedir. Mal karmasını genişletmek ve yurt dışı pazarlara girmek isteyenler düzeyinde olmasa da, *sektörden çıkmayı düşünen* %6 payında bir işletme grubu bulunmaktadır.

Tablo 13’den görüldüğü gibi, 69 limited şirket statüsündeki firmanın %29,6’sı, mevcut durumu korumak seçeneğinde yoğunlaşmıştır. İkinci olarak *kapasite arttırmak* gelirken, bunu *mevcut pazar payını arttırmak* seçenekleri izlemektedir. Limited şirketlerin, mevcut durumu koruma

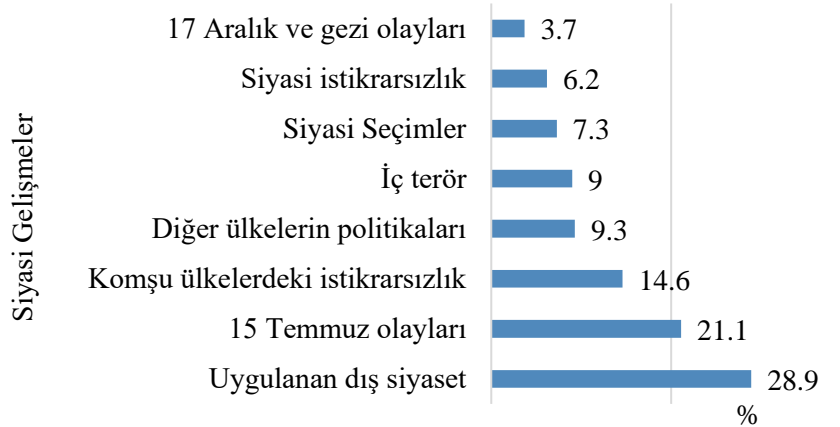
kaygısının yanında, yatırım ve yeni pazar arayışları içinde de oldukları görülmektedir. Anonim şirketler arasında ise en yüksek yoğunluk %10,3 ile kapasite arttırmak seçeneğindedir. Mevcut durumu korumak seçeneği yaklaşık aynı oranda (%9,9) göz önünde tutulmaktadır. Şahıs işletmelerinde de limited şirketlerdekine benzer öncelikli düşünceler görülmektedir.

İşletme görevlilerinin “son üç yılda” ticaretlerini etkilediğini düşündükleri faktörlere yönelik görüşleri Şekil 6’da gösterilmiştir. Deneklere göre, bir ithalatçının etkilendiği en önemli ekonomik etmen *döviz kurlarındaki istikrarsızlıktır*. İşletmelerin %21,8’i *ülke politikalarını* ikinci önemli etmen olarak görmektedir. Şekil 6, bir bütün olarak değerlendirildiğinde, ülke içi etmenlerin ülke dışı etmenlerin önünde bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 6. Son üç yılda ticarete etkili olan ekonomik gelişmeler

Ekonomik etmenler yanında, siyasi gelişmelerin de işletmeleri etkilediği bilinen bir gerçektir. İşletmelerin siyasi gelişmelerle ilgili düşünceleri Şekil 7’de gösterilmiştir.



Şekil 7. Son üç yıl ticaretinizde etkili olan siyasi gelişmeler

İşletmeler uygulanan dış siyasetin (%28,9), 15 Temmuz olaylarının (%21,1), komşu ülkelerdeki istikrarsızlıkların (%14,6) sektörün iç ve dış ticaretini olumsuz yönde etkilediğini düşünmektedir. Diğer ülkelerin uyguladıkları açık ve gizli politikalar işletmelerce ciddi bir tehdit olarak algılanmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırma kapsamına giren firmaların çoğunluğu Marmara (%60,1) ve İç Anadolu (%12,9) bölgelerindedir. Türkiye'nin ilk 500 firmasının örneklendiği ve 145 imalat sanayii işletmesinin ithalat yapısının değerlendirildiği çalışmada da, İstanbul'dan 50, Ankara'dan 25, Kocaeli'nden 15, Bursa'dan 13 ve İzmir'den 10 işletme (Saygılı ve ark., 2010) öne çıkmıştır. Bu durum, Türkiye'nin sanayii kuruluşlarının Marmara Bölgesinde toplanmasına benzer bir şekilde, ithalatla ilişkili orman ürünleri sanayii kuruluşlarının da çoklukla ülkenin batısında yerleştiğini göstermektedir. İthal ürünlerin giriş yaptığı gümrük kapılarının dağılımı dikkate alındığında, yine benzer bir serpilme görülmekte, bu da hammadde nakliyat giderlerinin kuruluş yeri seçiminde daha fazla dikkate alındığını göstermektedir. Ancak, özellikle yeni kurulan yonga levha endüstri kuruluşlarının, yerel hammadde yeterlilikleri dikkate alınarak kurulduğunu söylemek güçtür. Orman endüstrisi, hammadde ve mamul taşıma, yükleme boşaltma vb. maliyetleri yüksek sektörlerdendir. Bu nedenle, kuruluş yerlerinin, öncelikle hammadde ve mamul taşıma maliyetlerini en düşük yapacak aday yerler arasından seçilmesi gereklidir.

Çalışmada yer alan 233 işletmenin yarısından fazlası (%56,2) limited şirket olarak kurulmuştur. Bir başka araştırma da (Çok ve ark., 2017), Güney Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki işletmelerin büyük bölümünün (%80) limited şirket olduğunu saptanmıştır. Bulgular, aile işletmelerinin şirketleşme ve kurumsallaşma eğiliminde olduğunu kanıtlamaktadır.

İşletmeyi temsilen bilgi alınan yetkililerden %63,9'unun işletme sahibi olması, maliklerin halen işletmeleri temsilde önde gelen kişiler olduğunu göstermektedir. İşletmeler hakkında bilgi alınan katılımcıların %86'sı lise ve üstü eğitime sahiptir. Çalışanlar, %0,1 okuryazar, %41,2 ilkokul, %18,4 ortaokul, 28,5 lise ve %11,8 yüksekokul mezunudur. Bulunan eğitim seviyesi, Bartın yöresi için yapılan %23'lük saptamanın (Karayılmazlar ve ark., 2006) üzerindedir ve en azından bazı yörelere göre yükselme gözlemlendiği şeklinde yorumlanabilir.

İşletmeler içerisinde en büyük payı (%46,4) 1960-1979 döneminde kurulanlar almaktadır. 1980 - 1999 döneminde kurulmuş işletmelerin (%39,9) de, önemli bir deneyim düzeyine eriştiği söylenebilir. Tüm işletmelerin ağırlıklı yaşı hesaplandığında, ortalama 26,22 yıllık bir işletmecilik geçmişi ortaya çıkmaktadır. Karayılmazlar ve arkadaşları (2006) Bartın yöresi küçük ve orta boy işletmelerinin 16 yıllık bir geçmişi olduğunu bulmuşlardır (Karayılmazlar ve ark., 2006). İşletmelerin belirtilen kuruluş tarihleri ve hukuki yapıları birlikte değerlendirildiğinde, babadan oğula, hatta toruna devam eden işletmeler yanında, şirketleşen işletmelerin önemli bir kurumsallaşma potansiyeli gösterdiği ve bu yönde teşvik edilmeleri gerektiği anlaşılmaktadır.

Araştırma bulguları 233 İşletme içerisinde sadece 35 işletmenin (%15), hiçbir örgüte üye olmadığını göstermektedir. Buna karşılık, birden fazla örgüte üye olmuş dikkat çekici sayıda işletmenin var olduğu ve sektörel eşgüdüm sağlama, birlikte hareket etme, politikalar üretme, işbirlikleri kurabilme potansiyelinin olduğu görülmektedir.

Araştırma bulgularına göre, ithal ürün kullanan kaplama, parke, kereste, döşeme vb. sektörlerin kapasite kullanım oranları ortalaması %61,2'dir. Bu sektörlerden mobilya alanındaki kapasite ve kullanım düzeyini ayrı tutmak gerekir. Mobilya sektöründe özellikle panel mobilya üretimi yaygın olarak faaliyet göstermektedir. Kapasite verileri adet, m², takım gibi farklı birimlerle ifade edildiklerinden, sadece ahşap kullanma kapasiteleri değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmalar sırasında görüşülen mobilya sanayinin önde gelen panel mobilya üreticileri, kullandıkları

ürünlerin ithal veya yerli olmasının önemli olmadığını ve araçlar yoluyla ve ağaç cinsi yönünde tercihte bulunarak temin ettiklerini belirtmişlerdir.

İşletmelerin atıl kapasite nedenlerinin başında **talep yetersizliği** (%35,6) gelmekte, işgücü temininin (%11,7) ve kalifiye eleman sorununun (%9,6) önemli problemler olduğu anlaşılmaktadır. İşletmeler içerisinde kendileri üretmek yerine “Ucuz mamul ürün olarak kapasiteyi tamamlıyoruz” diyen azımsanmayacak bir kitle bulunmaktadır. Bu bulgular göstermektedir ki, kurulu kapasitenin atıl kalmasının en önemli nedeni piyasa kaynaklı olup, daha ileri pazarlama çalışmalarını gerektirmektedir. Ege Bölgesi’nde yer alan işletmelerde yapılmış bir çalışmada da “talep ve finansman yetersizliği” atıl kapasite nedenlerinde öne çıkmaktadır (Bilgin ve ark., 2002). Doğu Anadolu bölgesinde yapılan bir diğer çalışmada ise kapasite kullanım oranlarının %26 - %75 arasında değiştiği, atıl kapasitenin talep yetersizliği, piyasa istikrarsızlığı, finansman sorunlarından kaynaklandığı ifade edilerek, araştırma sonuçlarıyla uyumlu saptamalar yapılmıştır (Çok ve ark., 2017). Bu çalışmalar ile araştırmanın pazarlama alanındaki bulguları birlikte değerlendirildiğinde, atıl kapasite sorununun üretim yönetiminden çok, pazarlama yönetiminden kaynaklanan bir problem olduğu anlaşılmaktadır. Bulgular, işletmelerin talep yerine maliyete dayalı bir fiyatlandırma yaptığını, pazarlama araştırmaları konusunda sadece %0,7 düzeyinde eksiklik hissettiğini, bir başka deyişle, işletmelerin pazarı anlama, talebi yönetme ve uyum konularında ciddi bir farkındalık artırma, kapasite geliştirmeye ihtiyaç duyduklarını kanıtlamaktadır.

Değişen piyasa veya çalışma ortamıyla ilgili daha iyi veri elde etmek, sektörün iç bağlantılarını ve rekabet avantajlarını anlamak için, daha fazla araştırma gereklidir. Küresel orman ürünleri pazarlarının ekonomi, istihdam ve ormanlar açısından önemi ve pazarlarda meydana gelen değişimler göz önüne alındığında, Türkiye orman ürünleri pazarları üzerine yapılan araştırmaların endişe verici derecede düşük olduğu görülmektedir. Ormancılık ve yenilenebilir kaynak tabanlı, döngüsel biyoekonominin güçlendirilmesi Dünya’nın gündeminde olan güncel bir alandır (Toppinen ve ark., 2020). 2015 yılında, Avrupa Birliği’nde ormancılıkta ve ağaç ürünleri, mobilya ve kağıt üretiminde 2,6 milyon kişinin istihdam edildiği ve yaklaşık 410,4 milyar Euro ciro ile 116,6 milyar Euro katma değer elde edildiği tahmin edilmektedir (Ronzon & M'Barek, 2018). Ormancılık ve orman kaynaklı ürün ve hizmetlerin girdi olarak kullanıldığı alanlar gün geçtikçe genişlemekte ve sektörün yerel, ulusal, uluslararası değer akışlarına katkısı artmaktadır. Buna karşılık Türkiye’de ormancılık, orman temelli biyoekonomi piyasaları, işleme olanakları, yüksek katma değerli ürün üretimi, ürün atıklarının yeniden kullanımı alanlarında çalışma eksiklikleri hissedilmektedir. Mevcut araştırmalar, büyük ölçüde, teorinin temel alındığı pazar modellemesine dayanarak, odun kaynaklarının yeterliliği, birincil odun ürünleri üretimindeki eğilimler ve uluslararası rekabetçilik ile ilgili sorulara odaklanmıştır. Gerçekten de orman temelli ürünlerin değişen taleplerinin modellenmesi, orman ekonomisi ve orman ürünleri pazar analizindeki araştırma yönelimlerinin belirlenmesi, endüstriler, diğer paydaşlar ve politika oluşturmak için gerekli bilgilerin ortaya konması alanlarında önemli bir araştırma açığı oluşmaktadır (Hetemaki & Hurmekoski, 2016). Başarılı bir rekabet yönetimi için, Avrupa’nın eksikliğini hissettiği bu alanlarda, Türkiye orman endüstrisi ve dış ticaret ilişkilerini açıklayabilecek çalışmaların hazırlanması gereklidir.

İşletmeler hammadde ihtiyaçlarını %45 OGM, %5 özel kişiler, %1 özel kuruluşlar (Orman Köy Kooperatifleri), %1 diğer (kendi kavak bahçesi) olmak üzere %51 yerli ürünlerden karşılarken, ihtiyacının %39’unu kendisi ithal etmekte, %10’unu ise ithalatçılardan tedarik etmektedir. Yerli hammaddenin istenen kalitede olmaması (%36,9), yerli hammadde üretim miktarının yetersizliği (%21,8), yılın bazı aylarında yeterli hammadde bulunamaması (%17,1), döviz

fiyatlarının değişkenliği (%13) diğer önemli hammadde tedarik sorunlarıdır. Benzer sonuçlar, aslında daha önce de saptanmıştır. Türkiye orman ürünleri endüstrisi hammadde kaynakları bakımından yeterince güvence altında olmadığını, ulusal orman kaynakların düzenli olarak artmasına rağmen, sektörün çok hızlı büyüdüğünü, bunun da hammadde tedarik sorununu güncel tuttuğunu ifade eden benzer sonuçlar (Koç ve ark., 2017) daha önce de yayınlanmıştır. Güney Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki işletmeler hammadde ihtiyaçlarını; %65 OGM'den, %21 ithal ürünlerden, %14 oranında piyasadaki tüccarlardan temin etmektedir (Çok ve ark., 2017). Bu nedenle sonraki yıllarda da, kısa dönemde ithalata dayalı bir hammadde tedarik yönetimine gerek duyulacağı, buna karşılık uzun vadede özellikle Sarıçam ve Karaçam ile göknar, meşe kestane türlerinin öne çıktığı bir yerli ürünlerle ithalatı ikame (Akkaya ve ark. 2020) uzun dönem planın hayata geçirilmesi zorunludur.

Üretici işletmelerin üretim sorunları kalifiye elaman ve işgücü yetersizliği (%63,8), enerji girdilerinin yüksekliği (%14,4), finansal sorunlar (%4,8), teknolojik yetersizlik (%1,6) ve diğer sorunlar (%13,8 talep yetersizliği, üretim maliyeti, işyeri fiziksel yetersizliği, yan sanayiinin yetersizliği) şeklinde sıralanmaktadır. Her ne kadar, işletmelerde çalışanların eğitim seviyeleri yükselme eğilimindeyse de, orman endüstrisine ara ve üst kademedeki eleman sağlayan eğitim kurumlarının mezun sayıları ve nitelikleri ile işlendirme düzeyleri arasındaki dengesizliğin bir an önce düzeltilmesi gereklidir.

Pazarlama günümüz işletmecilik dünyasının önemli ve ayrıcalıklı bir uğraşı alanıdır. Gelişen iletişim ve bilişim teknolojileri ile birlikte daha küreselleşen pazarlar dünya ticaretinin vazgeçilmezi haline almıştır. Pazarlama çalışmalarında neyin pazarlandığı önemli bir konudur. Yerli üretime rakip ithal ürünlerin pazarlanması, bazı işletmeler için kısa dönemde karlı bir işletmecilik olarak görülebilir. Nitekim bir grup işletme sadece "ithalat" yapmayı tercih etmektedir ve bu işletmelerin orman endüstrisini "tamamlayan" bir tedarikçi işlevinden, yerli orman endüstrisine "rakip" işletmelere dönmesi engellenmeli, bunun için de sürekli bir izleme sisteminin kurulması gereklidir.

İthal orman ürünü pazarlayan işletmeler içerisinde, ürünlerinin tamamını sadece son tüketicilere satan, doğrudan dağıtım yapan işletme payı sadece %17,79'dur. Buna karşılık, bayi ve toptancılar aracılığıyla mal pazarlayan, bir başka deyişle, dolaylı dağıtım kanallarını tercih etmiş işletmeler, tüm işletmelerin %19,63'ünü oluşturmaktadır. 102 işletme ise 27 farklı oranda ve bu üç dağıtım kanallarını birlikte kullanarak ürünlerini pazarlamaktadır. Bir endüstriyel ürün olan ithal odun hammaddesi veya yarı mamullerinin dağıtımında "dolaylı dağıtımın" öne çıkması beklenen bir durumdur. Nitekim masif panel ve parke gibi ürünleri üreten işletmeler bayiler yoluyla satışı tercih etmektedir. Bu nedenle, çoklukla dolaylı dağıtımın tercih edildiği, fakat "dolaylı dağıtım kanal seçeneklerinden" birinin net şekilde öne çıkmadığı söylenebilir.

Fiyatlandırma yaklaşımında işletmelerde maliyete dayalı bir anlayışın hâkim olduğu, talebi ve rekabeti izleme, yorumlama konularında daha az gelişim yaşandığı görülmektedir. İthal ürünleri tedarikçilerden temin eden işletmelerin, %63,6'sı ürün bedelinin tamamını vadeli, %18,2'si peşin, %16,4'ü kısmen peşin - kısmen vadeli satın almaktadır. Bu da piyasada, finansal yönetimi önemli hale getirmektedir. İlginçtir ki, işletmelerin pazarlama sorunlarının başında tahsilat sorunları (%36,3) gelirken, aracı işletmelerden en fazla "ilişki kurma" (%47,8) beklentisi içerisinde. Bu durum, "dağıtım kanallarında yer alan tüm işletmeler birbirinin müttelikidir" (İlter & Ok, 2012) ilkesinin, araştırma alanına giren işletmelerde, en azından finansal dayanışma alanında, henüz hayata geçirilemediğini göstermektedir.

İşletmelerin ithal ürünlere yönelik talebini etkileyen değişkenler incelendiğinde, %52,1 dolar kuru, %47,3 konut inşaat düzeyi, %34,6 euro kuru, %21,3 diğer ve %4,3 faiz oranları şeklinde bir tablo ortaya çıkmaktadır. Nitekim Ankara Orman Bölge Müdürlüğü'ne bağlı orman işletmelerinin açık artırmalı tomruk satışlarının da döviz kurundan etkilendiği (Kaya ve ark. 2020) ortaya konmuştur. Bu durum ülke orman ürünleri pazarının ilerideki günlerde para piyasasına karşı daha duyarlı olacağını göstermektedir. Bununla birlikte, kentsel dönüşüm, arsa fiyatları, imar izinleri ve buna bağlı olarak alınacak her türlü karar, önce inşaat sektörünü ardından da orman ürünlerine talebi etkilemeye devam edecektir.

İkame ürünlerin kullanımının yaygınlaşması (%67) katılımcılar tarafından ahşap sektörünün daralmasında en büyük etken olarak görülmektedir. 233 işletmeden 145'i (%62,23) birinci öncelikli olarak, ikame edilebilirliği işaretlemiştir. İşletmelerin %53'ü yapay ahşap kullanımının ahşap sektöründe pazar daralması yaptığını belirtmiştir. Üretim yapan 188 işletmenin %33'ü ihracat yapmaktadır. İhracat yapan işletmelerin %56,5'i ihracat ürünlerini %100 ithal ürünlerden üretirken, çok az sayıda (%9,7) işletme ise, %100 yerli ürünlerden üretmektedir.

Tutundurma amaçlı bütçe konusunda işletmelerin yeterli bir bilince sahip olduklarını söylemek güçtür. Bu konuda profesyonel anlamda sadece 4 işletmenin organizasyon yapısının yeterli olduğu görülmüştür. Şirketler tutundurma bütçesinin %90,8'ini kişisel satış yöntemi için kullandıklarını belirtmiştir. Son tüketiciden ziyade, endüstriyel alıcıların çoğunluğu oluşturduğu bir pazarda, kişisel satış yönteminin ilk sırada çıkması normal bir sonuçtur. Ancak, reklam, tanıtım ve halkla ilişkiler ve satış geliştirme yöntemlerinin tamamının yaklaşık %10'luk bir kullanıma karşılık gelmesinin normal olup olmadığı incelenmelidir.

İşletmelerin yakın geleceğe ait politika tercihleri içerisinde “mevcut durumu korumak (%37,5)” politikasının diğer politikaların önüne geçmesi, ülke orman endüstrisinin atılımcı, büyümeye eğilimli bir endüstri olmaktan çok, kazanımlarını korumaya çalışan bir yaklaşıma daha yakın durduğunu göstermektedir.

Sektörün iç ve dış ticaretini etkileyen ekonomik gelişmeler; döviz istikrarsızlığı (%56,8), ülkemizin uyguladığı ekonomi ve ticari politika (%21,8), ülkemizdeki ekonomik istikrarsızlık (%10,3), ihracatçı ülkelerin ekonomi ve ticari politikaları (%5,1), küresel kriz (%4,7), kalitesiz ve ucuz ürün girdileri şeklinde sıralanmıştır. Bu sonuçlar da, hem hammadde tedariki, hem ürün sunumu açılarından diğer ülkelerle yakın ilişkili orman endüstri pazarının dünyadaki gelişmelerden bağımsız kalamayacağını göstermektedir.

Ülke güvenliği ve istikrarıyla yakın ilişkili görülmeyebilecek orman endüstrisinin, aslında iç ve dış siyasi gelişmelerden oldukça etkilendiği görülmektedir. Nitekim bazı işletmeler, iç ve dış siyasi faktörlerden daha az etkilenmek için, yurt dışında şirketler kurmak ve/veya yabancı kişi veya kuruluşlarla ortaklık oluşturmak yoluna gitmektedir. İç terör, siyasi istikrarsızlık, siyasi seçimlerin belirsizliği, seçim politikaları gibi gelişmeler kırılğan ekonomik yapısı olan ülke şirketlerini, orman endüstrisi alanında da öngörülenden fazla etkilemektedir.

Ülke ormanlarının sürdürülebilirliğini sağlamak için, bu ormanlardan elde edilen ürünlerin istikrarlı bir pazarda, yeterli değeri bularak satışının sağlanması gereklidir. Bu istikrarı sağlamak için ise sürdürülebilirliği sağlanmış bir yurt içi orman endüstrisinin kurulmuş olması zorunludur. Ülke ormanlarının durumu yerli odun hammaddesi arzının, kısa dönemde sürdürülebilir bir orman endüstrisini kurmak için yeterli olamayacağını göstermektedir. Üstelik dünya pazarlarının taleplerine yanıt verebilen bir orman endüstrisi için, sadece yerli ağaç

çeşitleriyle üretilmiş bir odun hammaddesi arzının yeterli olması mümkün değildir. Bu nedenle, yurt dışı pazarlardan yapılan ithalatın, bu ithalatı yapan işletmelerin, sürdürülebilir bir orman ve orman endüstrisine etkileri açılarından sürekli izlenmesi önerilmektedir.

YAZAR KATKILARI

Musa Akkaya; araştırmanın tasarlanması, verilerin toplanması, analiz edilmesi, makalenin yazımı, **Kenan Ok**; araştırmanın tasarlanması, verilerin toplanması, analiz edilmesi, makalenin yazımı, **Mehtap Koç**; analiz ve makale yazımı, **İbrahim Akseki** ve **Mehmet Emin Akkaş** verilerin toplanması ve düzenlenmesi aşamalarında katkı yapmıştır.

TEŞEKKÜR

Bu makale; OGM, Kavak ve Hızlı Gelişen Orman Ağaçları Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü tarafından yürütülen İZT-399 (7201) numaralı “İthal Odun Hammaddesinin Sektörel Kullanımı” adlı araştırma projesi sonuç raporunun bir bölümünün özetidir.

KAYNAKLAR

- Akkaya, M., Ok, K., Koç, M., Akseki, İ. & Akkaş, M. E., (2020). Türkiye’de ithal odun hammaddesinin sektörel kullanımı, *Turkish Journal of Forestry*, 21(3): 279-293. doi:10.18182/tjf.766501.
- Bilgin, F., Ay, Z. & Akkaya, M. (2002). Ege Bölgesi Odun Kökenli Ürün Sanayiinin Mevcut Durumu ve Gelişim Potansiyeli, Ekim 2001 İzmir, Orman Bakanlığı Yayın No:156, Müdürlük Yayın No: 022.
- Bozkurt, A., Daşdemir, İ., Karakaya, S., & Şahin, H. A., (2018). Sakarya ili kavak üreticilerinin iş doyumunu etkileyen faktörler, *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 20(3): 609-617), DOI: 10.24011/barofd.461799.
- Çok, N., Öztürk, A., Doğaner, A., Okur, A., Polat, O., & Pak, M., (2017). Odun işleyen firmaların endüstriyel odun hammadde temin sürecinin araştırılması (Güneydoğu Anadolu Bölgesi örneği), *Orman Genel Müdürlüğü Ormancılık Araştırma Dergisi*, 4(1):61-76 DOI: <https://doi.org/10.17568/ogmoad.310287>.
- DPT, (1977). Ormancılık ve Orman Ürünleri Sanayi, V: Beş Yıllık Kalkınma Planı, ÖİK Raporu. Cilt. III, Ankara.
- Gedik, T. & Koşar, G., (2012). Düzce orman ürünleri sanayinde başarılı satış görüşmeleri ve pazarlama üzerine bir araştırma, *Kastamonu Ü., Orman Fakültesi Dergisi*, 2012, 12 (1): 62-70.
- Geray, U. & Ok, K., (2001). Türkiye Cumhuriyeti Devletinin Kalkınma Hareketleri ve Sektörel Gelişmeler: “Ormancılık” Türk Dünyası Kültür Atlası.
- Gülen, İ., (1965). Türkiye’de Kereste Endüstrisi ve Rasyonalizasyon, Tarım Bakanlığı OGM Yayınlarından Sıra No 404, Seri No: 16, 87 Sayfa. Dizerkonca Matbaası, İstanbul.
- Gümüş, C., (2018). Türk Orman Devrimi, TOD Yayın No: 43. ISBN: 978-605-68977-0-2, 314 Sayfa, Ankara.
- Hetemaki, L. & Hurmekoski, E. (2016). Forest products markets under change: review and research implications. *Curr Forestry Rep* 2, 177–188, <https://doi.org/10.1007/s40725-016-0042-z>.

- İlter, E. & Ok, K. (2012). Ormançılık ve Orman Endüstrisinde Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, III: Baskı, ISBN: 978-975-96967-5-7, 423 sayfa, Ankara.
- Karayılmazlar, S., Çabuk, Y. & Aşkın A., (2006). Bartın ili kobi (küçük ve orta ölçekli işletmeler) niteliğindeki orman endüstri işletmelerinin sosyo-ekonomik özellikleri, *Journal of Forestry Faculty*, Nov-2006 Vol:6 No:2 ISSN 1303-2399.
- Karayılmazlar, S., Çabuk, Y. & Aşkın A., (2008). Bartın ili orman endüstri işletmelerinin üretim ve teknolojik özellikleri, sorunları ve çözüm önerileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Seri: A, Sayı: 1, Yıl: 2008, ISSN: 1302-7085, Sayfa: 143-154.
- Kaya, G., Ok, K. ve Kulaç, C. (2020). Ankara Orman Bölge Müdürlüğünde Açık Artırmalı Tomruk Satışlarının Analizi. Ormançılık Araştırma Projesi No: 23.5303/2016-2018-2019 Yayınlanmamış Sonuç Raporu, 205 sayfa.
- Koç, K. H., Dilik, T., & Kurtoğlu, A. (2017). Türkiye orman ürünleri endüstrisine stratejik bir bakış, IV. Ulusal Ormançılık Kongresi, 15-16 Kasım 2017, Antalya.
- Kurtoğlu, A., (2007). An overview of Turkish furniture industry, *Furniturek Dekorasyon 2007*
- Kurtoğlu, A. & Koç, K. H., (1996). Türkiye’de Orman Ürünleri Sanayiinin Yapısı ve İstihdam Sorunları, *Dünya Gazetesi Ağaç ve Orman Ürünleri Eki*, 27 Mayıs 1996.
- Kutluk, H., (1948). Türkiye Ormançılığıyla İlgili Tarihi Vesikalar, OGM Yayınları, İstanbul.
- Miraboğlu, M., (1958). Türkiye Devlet Orman İşletmelerinin İşletme İktisadı Bakımından Tetkiki, İÜ Yayın No: 762, OF. Yayın No: 56, 196 sayfa. Fakülteler Matbaası, İstanbul.
- Miraboğlu, M., (1982). Orman Ürünleri İhracatını Teşvik Tedbirleri, İÜ Yayın No: 2843, OF. Yayın No: 300, 87, N. Terzioğlu Mat. Arş. Mer. Baskı Atölyesi, İstanbul.
- OAİB, (2015). Levha sanayii sektör raporu 2015, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri 2015 .(Erişim tarihi:01.11.2015)
- Ronzon,T., & M’Barek, R., (2018). Socio economic indicators to monitor the EU’s bioeconomy in transition, *Sustainability*, 10(6), 1745. <https://doi.org/10.3390/su1006174>
- Saygılı, Ş., Cihan, C., Yalçın, C., & Hamsici, T. (2010). Türkiye İmalat Sanayiinin İthalat Yapısı, Çalışma Tebliği No:10/02, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Ankara.
- Seyidoğlu, H., (1994). Uluslararası İktisat, Güzem Yayınları No: 9, Geliştirilmiş 10. Baskı, ISBN: 975-7516-07-4. 712 sayfa. İstanbul.
- TOBB, (2012). Türkiye Orman Ürünleri Meclisi Sektör Raporu 2013. TOBB Yayın Sıra No: 2013/188, ISBN: 978-605-137-230-3.
- TOBB, (2015). Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu 2015, TOBB Yayın Sıra No: 2016/181, ISBN: 978-605-137-578-6.
- TOBB, (2017). Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu, TOBB Yayın No: 2018/304, ISBN: 978-605-137-684-4.
- Toppinen, A., D’Amato,D., & Stern,T., (2020). Forest based circular bioeconomy: matching sustainability challenges and novel business opportunities? *Forest Policy and Economics*, Volume 110, 102041, ISSN 1389-9341, <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2019.102041>.
- Uzcan, G. Ş. & Karayılmazlar, S., (2018). TR81 düzey 2 bölgesi orman ürünleri endüstrisinin kümelenme analizi, *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 20 (2): 239-251, 15 Ağustos 2018 p-ISSN:1302-0943 e-ISSN:1308-5875, doi:10.24011/barofd.421111.
- Yiğitoğlu, A. K., (1941). Türkiye İktisadiyatında Ormanılığın Yeri ve Ehemmiyeti, YZE Sayı 110. 250 sayfa. Ankara.