

TÜRK DÜNYASIYLA İHRACAT İLİŞKİLERİ VE KAYSERİ MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN ROLÜ

Yusuf HAMURCU*
Recep ÇİÇEK***

Özet: Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin Türk Cumhuriyetleri ile olan ihracat ilişkilerini, Kayseri mobilya sektörü özelinde değerlendirmek ve sektörel düzeyde politika önerileri sunmaktır. Tarihsel, kültürel ve dilsel yakınlık temelinde gelişen bu ilişkiler, 1990'lı yıllardan itibaren ekonomik boyuta taşınmış ve Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) gibi kurumsal yapılarla daha da pekiştirilmiştir. Türkiye'nin söz konusu ülkelere ihracatı son yıllarda ciddi artış göstermiş; 2023 yılı itibarıyla toplam ihracat hacmi 10 milyar doların üzerine çıkmıştır. Türkiye'nin mobilya üretiminde önemli bir merkez olan Kayseri ili odağa alınmıştır. Kayseri, 2023 yılında 3,75 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiş, bunun yaklaşık 750 milyon doları mobilya sektöründen elde edilmiştir. Kayseri'nin 620'den fazla firması, 28 bini aşkın çalışanı ve güçlü OSB altyapısıyla üretim ve dış ticaret kapasitesi yüksek düzeyde seyretmektedir. Ancak bu potansiyel, Türk Cumhuriyetleri pazarlarında yeterince kullanılamamaktadır. Lojistik altyapı yetersizlikleri, gümrük engelleri, ödeme sistemlerindeki sorunlar ve standardizasyon farklılıkları, ihracatı sınırlayan başlıca etkenlerdir. Araştırma bulguları, Kayseri mobilya sektörünün Türk dünyasına yönelik ihracatının artırılabilmesi için Orta Koridor başta olmak üzere ulaşım projelerinin hızlandırılması, yeni serbest ticaret anlaşmalarının yapılması, dijital ihracat kanallarının desteklenmesi ve sektörün tasarım/markalaşma kapasitesinin geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca mesleki eğitim, teşvik politikaları ve bölgesel fuar organizasyonları gibi adımlar, ihracatın sürdürülebilirliğini sağlayacak tamamlayıcı unsurlar olarak önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Ihracat, Sektörel Analiz, ekonomik İşbirliği*

Export Relations Between Turkey and the Countries of the Turkic World and a Sectoral Analysis

Abstract: This study examines the export relations between Türkiye and the Turkic world countries (Azerbaijan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Turkmenistan), analyzing them at the sectoral level through the case of Kayseri province. These relations, which have developed on the basis of historical, cultural, and linguistic affinity, have transitioned into an economic dimension since the 1990s and have been further strengthened through institutional structures such as the Organization of Turkic States (OTS). Türkiye's exports to these countries have significantly increased in recent years, with the total export volume exceeding 10 billion USD as of 2023. Kayseri, a major center for furniture production in Türkiye, is taken as the focal point. In 2023, Kayseri achieved exports worth 3.75 billion USD, of which approximately 750 million USD came from the furniture sector. With over 620 companies, more than 28,000 employees, and a strong organized industrial zone infrastructure, Kayseri maintains a high production and foreign trade capacity. However, this potential is not fully utilized in the markets of the Turkic Republics. The main limiting factors for exports include insufficient logistics infrastructure, customs barriers, issues with payment systems, and differences in standardization. Research findings suggest that in order to enhance the export capacity of Kayseri's furniture sector to the Turkic world, it is necessary to accelerate transportation projects—especially the Middle Corridor—expand free trade agreements, support digital export channels, and improve the sector's design and branding capacity. Furthermore, complementary measures such as vocational training, incentive policies, and regional trade fair organizations are proposed to ensure the sustainability of exports.

Key Words: *Export, Sectoral Analysis, Economic Cooperation*

Giriş

Türkiye ile Türk dünyası ülkeleri (Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Türkmenistan, Kırgızistan) arasındaki tarihsel, kültürel ve dilsel bağlar, uzun bir geçmişe dayanan ortak mirasın ve kimliğin yansımalarıdır. Bu bağlam, özellikle son yıllarda siyasi ve kültürel alanların ötesine geçerek, ekonomik iş birliği düzleminde dikkat çekici bir gelişim göstermektedir. Bu gelişimde, 2009 yılında temelleri atılan ve günümüzde Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) adıyla faaliyetlerini sürdüren yapının etkisi büyüktür. TDT; ticaret, yatırım, lojistik ve gümrük gibi alanlarda entegrasyonu destekleyen çok taraflı projelerle, Türk dünyasında kurumsal iş birliğini pekiştirmektedir (mfa, 2024).

* Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Yüksek Lisans Öğrencisi, yusufhamurcu@gmail.com

**** Prof. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, recep@ohu.edu.tr

Bu çerçevede Köse'ye (Köse, 2020: 50) göre kültürel diplomasi, yalnızca tarihsel aidiyeti değil, ekonomik ilişkilerin derinleşmesini de mümkün kılan yumuşak güç unsurlarından biridir. Yılmaz (Yılmaz, 2021: 100) ise, bölge ülkeleri arasındaki lojistik altyapının gelişmesi ve gümrük sistemlerinin entegrasyonunun ticareti doğrudan etkilediğini vurgulamaktadır. Aydın (Aydın, 2023: 12) da TDT'nin bölgesel ticaretin standardizasyonu ve sürekliliği açısından merkezi bir konuma ulaştığını belirtmektedir. Bu yorumlar, kültürel köklerle beslenen bir ekonomik bütünleşmenin, aynı zamanda kurumsal altyapılarla güçlendiğini göstermektedir.

Soğuk Savaş sonrasında Türkiye, yeni bağımsızlıklarını kazanan Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ile hızlı biçimde diplomatik, kültürel ve ekonomik ilişkiler kurmaya yönelmiştir. 1990'larda ilan edilen "Türk Dünyası" vizyonu, bu ülkelerle hem kültürel yakınlaşmayı hem de ekonomik entegrasyonu hedeflemiştir; 1992'den itibaren düzenlenen Türk Dili Konuşan Ülkeler Zirveleri bu doğrultuda ilk somut adımlar olmuştur. 1993'te kurulan TÜRKSOY (Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı), kültürel iş birliğini kurumsallaştırırken; 2009'da imzalanan Nahçıvan Anlaşması ile hayata geçen Türk Konseyi (şimdiki TDT), çok taraflı bölgesel iş birliğini hızlandırmıştır (mfa, 2024).

Ancak literatürde, 1990'lardaki iyimserliğin zamanla zayıfladığına dikkat çekilmektedir. Bölükbaşı'na göre, Türkiye'nin 2000'li yıllarda Orta Asya'ya olan ilgisinin azalması, dış politikada yaşanan yön kaymaları ve bazı yapısal eksiklikler nedeniyle entegrasyon beklentileri karşılanamamıştır. Buna karşın, 2016 sonrası dönemde yükselen milliyetçilik söylemleri ve özellikle 2020 Karabağ Savaşı sonrası Türk dünyasına yönelik ilgi yeniden güçlenmiştir; Azerbaycan'ın zaferi ile birlikte Türkiye-Azerbaycan ilişkileri kurumsal düzeye taşınmıştır. Bu dönemde gündeme gelen Zengezur Koridoru projesi ise Türk dünyası arasında fiziksel ve ticari entegrasyon umutlarını ciddi biçimde artırmıştır (Bölükbaşı, 2023: 482).

Kurumsal düzeyde bu entegrasyonun en somut ifadesi, 2021 yılında İstanbul'da düzenlenen zirvede kabul edilen "Türk Dünyası 2040 Vizyonu" belgesidir. Bu belge, yerel para birimleriyle ticaretin geliştirilmesi, dijital altyapının güçlendirilmesi, ortak üretim alanlarının oluşturulması ve ekonomik bağımsızlığın artırılması gibi birçok stratejik hedefi kapsamaktadır (Dünya, 2024). Ayrıca, 2008'de kurulan TÜRKPA (Türk Dili Konuşan Ülkeler Parlamenter Asamblesi), yasal uyum süreçlerini kolaylaştırmakta; akademik düzeyde ise ORASAM gibi düşünce kuruluşları bölgeye dair stratejik vizyon geliştirilmesine katkı sunmaktadır.

Bu çalışma, Türkiye ile Türk dünyası ülkeleri arasındaki ekonomik ilişkilerin tarihsel gelişimini, kurumsal yapılar çerçevesinde analiz etmeyi ve söz konusu ilişkilerin sektörel düzeydeki yansımalarını somut verilerle incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın özgün yönü, yalnızca makro düzeydeki kurumsal ve politik gelişmelere odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda mikro ölçekte bir sektör üzerinden (örneğin Kayseri mobilya sektörü) ekonomik entegrasyonun yerel düzeydeki etkilerini analiz etmesidir. Bu yönüyle çalışma, mevcut literatüre uygulanabilirlik temelli, veri destekli ve bölgesel kalkınma eksenli bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Bu kapsamda araştırma, karma yöntem (mixed method) yaklaşımı ile yürütülmüştür. Hem nitel hem de nicel analiz teknikleri kullanılmıştır. Türkiye'nin Türk Cumhuriyetleri ile olan dış ticaret verileri TÜİK, T.C. Ticaret Bakanlığı, UN Comtrade ve Dünya Bankası gibi güvenilir kaynaklardan; Kayseri'nin sektörel ihracat verileri ise Kayseri Ticaret Odası, KAYMOS ve ORAN Kalkınma Ajansı raporlarından elde edilmiştir. İncelenen dönem 2020–2024 yıllarını kapsamaktadır. Ayrıca DergiPark, YÖK Tez Merkezi ve medya içeriklerinden elde edilen bilgiler betimleyici analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu yöntemsel çerçeveye hem bölgesel ticaretin genel dinamikleri hem de yerel ekonomideki yansımaları detaylı biçimde ortaya konulmuştur.

1. Türkiye İle Türk Dünyası Ülkeleri Arasındaki Ticaret

Türkiye'nin Türk cumhuriyetleriyle dış ticareti son yıllarda dikkat çekici bir yükseliş sergilemiştir. TÜİK verilerine göre Türkiye'nin Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan ve Kırgızistan'a yaptığı ihracat 2020 yılında 5,4 milyar dolar iken 2023 yılında 9,9 milyar dolara ulaşmıştır (Davut, 2025). 2024 yılında ise bu rakam %12 artışla 11,1 milyar dolar seviyesini aşarak rekor kırmıştır (Davut, 2025). Bu beş ülke arasında 2024'te en fazla ihracat yapılan ilk iki ülke 3,3 milyar dolar ile Kazakistan ve 3,1 milyar dolar ile Azerbaycan olup, onları 2,2 milyar \$ ile Özbekistan, 1,4 milyar \$ ile Kırgızistan ve 1,1 milyar \$ ile Türkmenistan takip etmektedir (aa.com.tr). İhracat verilerindeki artış trendi, Türkiye'nin bölgeye yönelik politikalarının ekonomik yansımalarını göstermektedir. Özellikle Özbekistan örneği bu gelişmeyi somutlaştırmaktadır: 2016'da siyasi ilişkilerde yaşanan yakınlaşma sayesinde ikili ticaret hacmi 1,2 milyar dolardan düzenli bir artışla 2024 sonunda 3,5 milyar dolara yükselmiştir (Türk, 2025). Türkiye böylece Özbekistan'ın en büyük dördüncü ticaret ortağı konumuna gelmiştir. Benzer şekilde, Azerbaycan ile 2023'te toplam ticaret hacminin %31 artışla 7,65 milyar dolara ulaştığı ve ikili ekonomik bağların derinleştiği bildirilmektedir (bazaartimes). Bu veriler, Türkiye ile Türk dünyası ülkeleri arasındaki ticaretin son dönemde ivme kazandığını ve ölçek olarak ciddi seviyelere ulaştığını ortaya koymaktadır.

Bu ticaret ilişkilerinde öne çıkan sektörler incelendiğinde makine, elektrikli cihazlar, otomotiv ve tekstil gibi kalemlerin başı çektiği görülmektedir. Nitekim 2024 yılında Türkiye'nin Türk cumhuriyetlerine ihracatında makine ve mekanik cihazlar faslının tek başına 2,6 milyar doları bulduğu, onu elektrikli makine ve cihazların izlediği belirtilmiştir (aa, 2025). Mobilya sektörü ise toplam rakam içinde daha mütevazı bir paya sahip olmakla birlikte, Türkiye'nin geleneksel ihraç ürünlerinden biri olarak bu pazarlarda potansiyel taşımaktadır.

2. Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) ve Kurumlarının Katkıları

Bölgesel entegrasyon ve sektörel iş birliği konularında Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) ve ilgili kurumlar son dönemde kritik adımlar atmıştır. TDT üyesi ülkeler (Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan; Türkmenistan gözlemci) arasındaki ticaret hacmi 2022'de 33 milyar dolar iken 2023'te 42 milyar dolara yükselmiştir (Bolat, 2024) (dunya.com). Her ne kadar bu rakam üye ülkelerin dünya ile toplam ticaretinin küçük bir kısmını oluşturunorsa da artış trendi, iş birliğinin güçlendiğine işaret etmektedir. TDT bünyesinde ekonomik entegrasyonu derinleştirmek amacıyla gümrük süreçlerinin kolaylaştırılması, lojistik ağların geliştirilmesi ve ortak yatırım fonları kurulması gibi somut projeler yürütülmektedir. Nitekim 2023 yılı sonunda Türk Yatırım Fonu resmen kurulmuş ve üye ülkelerin kalkınma projelerine finansman sağlama hedefiyle faaliyete geçmiştir (Mukazhan, 2023). TDT çatısı altında ayrıca ulaştırma ve enerji alanlarında koordinasyon çalışmaları sürdürülmekte; Orta Koridor olarak adlandırılan Trans-Hazar uluslararası taşımacılık güzergâhının etkinleştirilmesi için ortak çaba harcanmaktadır (btsoekonomi.com). Bu girişimler, Türk dünyası içinde ticareti kolaylaştırarak Kayseri gibi üretim merkezlerinin bölgeye erişimini olumlu yönde etkileyecektir.

Kültürel ve siyasi iş birliği platformları da dolaylı olarak ekonomik entegrasyona zemin hazırlamaktadır. Örneğin TÜRKSOY, ortak kültürel mirası pekiştirerek iş insanları arasındaki güven ve iletişimi artırırken; TÜRKPA üyesi ülkelerin mevzuat uyumunu teşvik ederek ticaretin önündeki bürokratik engellerin azalmasına katkı sağlamaktadır. Bunların yanında ORASAM gibi araştırma merkezleri ve TÜRKSOY, TÜRKPA, ORAN, TDT ortak etkinlikleri, Türk dünyasında birlik fikrini canlı tutarak hem kamu hem özel sektörde daha fazla iş birliği yapılmasının önünü açmaktadır. Örneğin 2022'de İstanbul'da gerçekleştirilen Türk Devletleri Teşkilatı İş Forumu, mobilya sektörü de dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde firmalar arasında temasları artırmıştır (TDT, 2022). Bu tür organizasyonlar Kayseri'deki mobilya üreticilerinin de Türk cumhuriyetlerindeki muadilleriyle bir araya gelerek ortak yatırımlar ve ticari anlaşmalar yapmalarına ortam hazırlamaktadır.

3. Kayseri Mobilya Sektörünün Rolü Ve İhracat Performansı

Kayseri, Türkiye mobilya endüstrisinde kilit bir konuma sahiptir. Tarihsel olarak kanepeler, koltuk ve yatak üretimiyle öne çıkan Kayseri, bugün Türkiye’de üretilen her 2 sandalyeden birini, 10 kanepeden 7’sini, 4 bazadan birini, 4 oda takımından birini ve 2 yaylı yataktan birini üretmektedir (KAYMOS, 2023). Ülkenin önemli mobilya üretim bölgeleri arasında yer alan kent, en büyük 20 mobilya firmasının 11’ine ev sahipliği yaparak ölçek ekonomisi avantajına sahiptir. Yaklaşık 620’den fazla mobilya firması ve 28 bini aşkın çalışanıyla Kayseri mobilya sektörü, ulusal ve uluslararası pazarlarda “Made in Kayseri” imajını oluşturmaktadır (Arapoğlu, 2023). Bu kapasite sayesinde Kayseri, 2012 yılında 355 milyon dolarlık mobilya ihracatıyla Türkiye’nin toplam mobilya ihracatının %18,7’sini tek başına gerçekleştirmiştir (Ticaret Bakanlığı, 2021).

Güncel performans verileri de Kayseri’nin sektördeki güçlü konumunu teyit etmektedir. Kayseri mobilya sektörü 2023 yılının ilk 10 ayında 700 milyon dolar ihracat hacmine ulaşmış ve yıl sonu itibarıyla bu rakamın daha da arttığı ifade edilmiştir (Arapoğlu, 2023). Bu tutar, Kayseri’nin toplam yıllık ihracatının (2024’te 3,75 milyar dolar (kayserito.tr) önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Mobilya sanayicileri, 2024 yılında ihracatı bir önceki yıla göre iki katına çıkarma hedefi ortaya koyarak sektörün dinamizmini vurgulamışlardır (Arapoğlu, 2023). Kayseri’den 180 ülkeye mobilya ihraç edilmekte olup başlıca pazarlar Irak, Almanya, ABD, Fransa, Libya, Birleşik Krallık, Suudi Arabistan ve Hollanda gibi ülkelerdir. Bu listede Türk dünyası ülkeleri henüz üst sıralarda yer almamakla birlikte, bölgeye ihracatın artırılması yönünde önemli bir potansiyel bulunmaktadır. Nitekim Kayseri firmaları Afrika’dan Okyanusya’ya geniş bir coğrafyaya erişirken, benzer biçimde Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan gibi ülkelere de ihracat yapmaktadır. Ancak mevcut verilere göre Türk Cumhuriyetleri, Kayseri’nin toplam mobilya ihracatında sınırlı bir paya sahiptir – örneğin 2024’te Kayseri’den en çok ihracat yapılan ilk 10 ülke arasına bu bölgeden bir ülke girememiştir (kayserito). Bu durum, Kayseri mobilya sektörü açısından Türk dünyası pazarlarında büyüme fırsatının büyük ölçüde açık olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Türkiye ile Türk dünyası ülkeleri arasındaki dış ticaret ilişkileri, özellikle son yıllarda artan diplomatik yakınlaşma ve kurumsal yapılanmalar sayesinde dikkate değer bir ivme kazanmıştır. 2020-2024 döneminde Türkiye’nin söz konusu ülkelere ihracat hacmindeki artış (Davut, 2025), yalnızca pazar çeşitlendirme çabalarının değil, aynı zamanda Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) gibi yapılar aracılığıyla kurumsallaşan iş birliklerinin ekonomik yansımalarının da bir göstergesidir (Bolat, 2024; MFA, 2024). TDT’nin 2040 Vizyon Belgesi; dijital altyapıların geliştirilmesi, yerel para birimleriyle ticaretin yaygınlaştırılması ve ortak üretim alanlarının teşviki gibi hedefler aracılığıyla, sürdürülebilir ve kapsamlı bir ekonomik ortaklığın zemininin güçlendirilmesini amaçlamaktadır (Dünya, 2024).

Kayseri mobilya sektörü özelinde değerlendirildiğinde, bu bölgenin üretim kapasitesi ve ihracat potansiyeli Türkiye genelinde öncü bir konumdadır (KAYMOS, 2023; Arapoğlu, 2023). Yüzlerce firması ve binlerce çalışanıyla kent, Türkiye mobilya ihracatında stratejik bir merkez olarak öne çıkmakta; ancak Türk Cumhuriyetleri pazarı bu potansiyelden yeterince faydalanamamaktadır (Kayseri Ticaret Odası, 2024). Lojistik altyapının yetersizliği, teknik standartlardaki uyumsuzluklar, ödeme sistemlerindeki güven sorunları ve ticaret anlaşmalarının sınırlılığı, bölge pazarlarında etkinliğin artırılmasının önündeki başlıca engeller olarak tespit edilmektedir (ORAN, 2022; Çoban, 2005 s74; Mukazhan, 2023). Bununla birlikte, tarihsel ve kültürel bağların varlığı, Kayseri gibi üretim merkezlerinin Türk Cumhuriyetleri’ne yönelik dış ticaret faaliyetlerinde diplomatik ve sosyopsikolojik avantajlara sahip olduğunu göstermektedir (Köse, 2020; Yılmaz, 2021).

Bu bağlamda, Kayseri’nin Türk dünyası ülkelerine yönelik ihracat kapasitesinin artırılması amacıyla bütüncül ve çok boyutlu bir strateji geliştirilmesi gerekmektedir. Orta

Koridor başta olmak üzere ulaştırma projelerinin tamamlanması (TDT, 2022; BTSO Ekonomi, 2023), serbest ticaret anlaşmalarının yaygınlaştırılması, dijital ihracat platformlarının desteklenmesi ve mobilya sektörünün tasarım, markalaşma ve uluslararası tanıtım kapasitelerinin geliştirilmesi bu stratejinin temel yapı taşlarıdır. Ayrıca, mesleki eğitim programlarının güçlendirilmesi, KOBİ'lerin teşvik programlarına daha etkin erişimi ve sektörel bilgi paylaşımının kurumsallaşması, ihracatın sürdürülebilirliğini sağlayacak tamamlayıcı adımlar arasında yer almaktadır (Arapoğlu, 2023; ORAN, 2022). Sonuç olarak, kültürel kardeşlikten beslenen bu ekonomik ortaklığın, yapısal engelleri aşan ve stratejik hedeflerle uyumlu bir politik çerçeveye desteklenmesi, Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri arasındaki ticari entegrasyonun kalıcılığını sağlayacaktır.

Bununla birlikte, Türk dünyası ile kurulan ekonomik ilişkilerin kalıcılığı, sadece kurumsal projelere ve resmi anlaşmalara değil, aynı zamanda sosyo-kültürel düzeydeki etkileşimin artmasına da bağlıdır. Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri arasında tarihsel olarak var olan dil, din ve kültür birliği, ticari ilişkiler için güçlü bir “yumuşak güç” potansiyeli sunmaktadır. Bu potansiyelin değerlendirilmesi için, ürünlerin tanıtımında kültürel kodların dikkate alındığı özel pazarlama stratejilerine ihtiyaç vardır. Kayseri mobilya sektörü, “Türk tarzı” estetik anlayışını modern tasarım çizgileriyle buluşturarak, hem kültürel aidiyet duygusunu güçlendirebilir hem de farklılık yaratarak rekabet avantajı elde edebilir. Özellikle Azerbaycan, Kazakistan ve Özbekistan gibi ülkelerde Türkiye'ye ve Türk ürünlerine yönelik olumlu algı, yerel pazarlarda markalaşma sürecinde önemli bir kaldıraç işlevi görebilir.

Ayrıca, Türk Devletleri Teşkilatı çatısı altında yürütülen projelere paralel olarak, Kayseri merkezli firmaların bölgesel ortaklıklar kurması da stratejik önem taşımaktadır. Bu bağlamda, karşılıklı üretim anlaşmaları, ortak yatırım projeleri ve know-how paylaşımı, yalnızca ihracat miktarını artırmakla kalmayacak, aynı zamanda Kayseri mobilya sektörünün küresel değer zincirindeki konumunu güçlendirecektir. Örneğin, Türkiye merkezli bir tasarım ofisinin Azerbaycan'da üretim tesisiyle iş birliği yapması, lojistik maliyetleri düşürürken bölgesel sahiplenmeyi de artıracaktır. Bu tür çok merkezli üretim yapıları, TDT'nin öngördüğü bölgesel ekonomik bütünleşmenin mikro düzeyde birer somut örneği olabilir. Aynı zamanda üretim ve dağıtım ağlarının entegre şekilde yapılandırılması, tedarik zincirinin dayanıklılığını artırarak jeopolitik risklere karşı daha esnek bir yapı oluşturacaktır.

Dijitalleşme de bu sürecin önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Kayseri mobilya sektörü için dijital platformlar üzerinden yürütülen ihracat faaliyetleri, coğrafi uzaklık, ulaşım maliyetleri ve bürokratik işlemler gibi sınırlayıcı unsurların etkisini azaltabilir. Özellikle B2B platformlar, e-ihracat portalları, sanal fuarlar ve online showroom uygulamaları, Türk Cumhuriyetleri'nde bulunan potansiyel alıcılara doğrudan erişimi mümkün kılacaktır. Bu noktada, sektöre özgü bir “dijital dış ticaret destek merkezi”nin kurulması, firmalara hem teknik danışmanlık hem de yazılım altyapısı sağlama açısından işlevsel bir rol üstlenebilir. Ayrıca, bölge ülkelerinde dijital ödeme sistemlerinin gelişmesi ve siber güvenlik altyapılarının iyileştirilmesi, çevrim içi ticaretin sürdürülebilirliğini destekleyecek tamamlayıcı unsurlar arasında yer almaktadır.

Diğer yandan, insan kaynağı kalitesinin artırılması da sektörel rekabet gücünün yükseltilmesinde kilit rol oynamaktadır. Mobilya sektörü, tasarım, ergonomi, mühendislik ve üretim teknolojileri gibi çok boyutlu alanların kesişiminde yer almaktadır. Bu nedenle Kayseri'de meslek liseleri, teknik üniversiteler ve sanayi iş birliği içerisinde yürütülecek uygulamalı eğitim programları, hem istihdamı artıracak hem de firmaların nitelikli iş gücüne erişimini kolaylaştıracaktır. Aynı zamanda, Türk Cumhuriyetleri'nden öğrenci ve stajyerlerin bu eğitim programlarına dâhil edilmesi, uzun vadeli kültürel ve ticari bağların inşasına katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak, Kayseri mobilya sektörünün Türk dünyası ile olan ticari ilişkilerini güçlendirmesi, yalnızca ihracat rakamlarının artması anlamına gelmemektedir. Bu süreç aynı

zamanda Türkiye'nin bölgesel ekonomik vizyonunun bir parçası olarak, kurumsal derinleşme, kültürel etkileşim, dijital dönüşüm ve insan kaynağı gelişimi gibi pek çok farklı boyutta ilerletilmesi gereken stratejik bir açılım niteliğindedir. Bu nedenle önerilen politikalar yalnızca sektörel değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma, dış politika ve kamu diplomasisi hedefleriyle de uyumlu bir şekilde şekillendirilmelidir. Böylece Türk dünyasıyla kurulan ekonomik ilişkiler, kısa vadeli kazançların ötesine geçerek, uzun vadeli, sürdürülebilir ve karşılıklı faydaya dayalı bir yapıya kavuşabilecektir.

KAYNAKÇA

- AA (Anadolu Ajansı). (2025). Türk cumhuriyetlerine ihracat rakamları 2024 değerlendirmesi. <https://www.aa.com.tr>
- Arapoğlu, M. (2023). Kayseri mobilya sektörünün güncel ihracat sorunları ve çözüm önerileri. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr>
- Aydın, E. (2023). *Türk Devletleri Teşkilatı'nın ekonomik entegrasyondaki rolü*. ORASAM Yayınları.
- Bolat, Ö. (2024). TDT 2040 vizyonu ve Türk Dünyası ticaretinde yeni dönem. *Dünya Gazetesi*. <https://www.dunya.com>
- Bölükbaşı, S. (2023). Türk dış politikasında Orta Asya: 1990'lardaki vizyondan günümüze. *DergiPark*. <https://dergipark.org.tr>
- Bölükbaşı, S. (2023). Türkiye'nin Orta Asya'ya yönelik dış politikası: 1990'lardan günümüze. *DergiPark*. <https://dergipark.org.tr>
- BTSO Ekonomi. (2023). Türk Devletleri Teşkilatı: Ekonomik iş birliğinde yeni açılım. <https://www.btsoekonomi.com>
- Çoban, A. (2005). Kayseri mobilya sektörünün dış pazarlara açılımında karşılaşılan sorunlar. *DergiPark*. <https://dergipark.org.tr>
- Davut, A. (2025). Türkiye'nin Türk cumhuriyetlerine ihracatı: 2020–2024 verileri. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr>
- Dünya. (2024). Türk Dünyası 2040 vizyonu belgesi yayımlandı. <https://www.dunya.com>
- Dünya. (2024, Ocak 15). Türk Dünyası 2040 vizyonu: İstanbul zirvesi'nde alınan kararlar. <https://www.dunya.com>
- KAYMOS. (2023). *Kayseri mobilya sektörü raporu*. <https://www.aa.com.tr>
- Kayseri Ticaret Odası. (2024). 2024 yılı Kayseri dış ticaret raporu. <https://www.kayserito.org.tr>
- Köse, M. (2020). Kültürel diplomasinin Türk dünyası ilişkilerinde rolü. *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Dergisi*, 6(2), 45–60.
- Köse, M. (2020). Kültürel diplomasinin Türk dünyası ülkeleriyle ilişkilerdeki etkisi. *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Dergisi*, 6(2), 45–60.
- MFA – T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2024). Türk Konseyi ve Türk Devletleri Teşkilatı. <https://www.mfa.gov.tr>
- MFA – T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2024). Türk Konseyi ve Türk Devletleri Teşkilatı. <https://www.mfa.gov.tr>
- Mukazhan, A. (2023). Türk Devletleri Teşkilatı'nın ekonomik büyüklüğü ve kalkınma fonu girişimi. *BTSO Ekonomi*. <https://www.btsoekonomi.com>
- ORAN Kalkınma Ajansı. (2022). *Kayseri ili mobilya sektörü ve lojistik altyapı analizi*. <https://www.oran.org.tr>
- TDT – Türk Devletleri Teşkilatı. (2022). *Türk iş dünyası forumu 2022 raporu*. <https://www.turkkon.org>
- Ticaret Bakanlığı. (2021). *Mobilya sektörü ihracat performans raporu*. <https://www.ticaret.gov.tr>
- Türk, A. (2025). Özbekistan ile ticaret ilişkilerinin gelişimi ve Türkiye'nin yeni pazarlardaki rolü. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr>

- Yılmaz, B. (2021). Lojistik altyapı ve entegrasyonun Türk cumhuriyetleri ile dış ticarete etkisi. *Ticaret ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 89–107.
- Yılmaz, B. (2021). Türk cumhuriyetleri ile ticarete lojistik entegrasyonun rolü. *Ticaret ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 89–107.

