



TORİD

ARAMA

KONFERANSI

RAPORU

2-4 Aralık 2016, Bolu Gazelle Resort

KERİM HAN MİLAR

MİLAR BUSINESS ADVISORY SERVICES

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	4
GİRİŞ	5
KONFERANS KATILIMCILARI	8
EVRE I: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE DEĞİŞİMLER	9
EVRE II: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ GZFT (SWOT) ANALİZİ	15
EVRE III: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN TARİHÇESİ VE TORİD'İN KURULUŞUNDAN BU YANA GELİŞİMİ	19
EVRE IV: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ İÇİN 2020'YE KADAR NELER YAPILABİLİR	22
EVRE V: VİZYON, GENEL AMAÇ VE EYLEME YÖNELİK ÇALIŞMALAR	29
GENEL SONUÇ DEĞERLENDİRMESİ	32
KATILIMCILARIN GÖZLEM VE ÖNERİLERİ	38

ÖNSÖZ

2016 yılının Eylül ayında TORİD Yönetim Kurulu toplantısında, "sektörün ufkunu açacak bir faaliyet gerçekleştirmek" konusu tartışılırken, bir "Arama Konferansı" düzenlenmesi fikri gündeme gelmiş ve hızla harekete geçilerek, yaklaşık 3 aylık bir hazırlık devresi sonrasında 2-4 Aralık 2016 tarihlerinde Bolu'da Gazelle Resort'da bu etkinlik gerçekleştirilmiştir.

Milar Business Advisory Services ile TORİD iş birliği ile gerçekleştirilen Arama Konferansına 38 kişi katılmıştır. "Masif Ahşap Sektörü Arama Konferansı", sektör STK'ları açısından bir ilk olma özelliği taşımaktadır.

Şu anda okumakta olduğunuz "Masif Ahşap Sektörü Arama Konferansı Raporu", masa başında duran bir kitapçık olmaktan daha çok eyleme yönelik bir yol haritası olma amacıyla hazırlanmıştır.

Bu raporun TORİD üyeleri ile paylaşılması sonrasında, uygun başlıklar altında komiteler oluşturulması ve komitelerin belirleyeceği eylem planları üzerinde düzenli çalışmalar yapılması, TORİD'in çalışma etkinliğini sağlama ve hedeflere ulaşma açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu süreçte katılımcı ve ortak bir yaklaşım, fikir birliğinin sağlanması, katılımcıların birbirlerini eğiterek aydınlatması; TORİD'in kuruluş amaçlarına hizmet eden, problemleri çözmeye yönelik bir etkinlik olacaktır.

Önümüzdeki dönemde, eylem planlarını gerçekleştirmek için yapılacak ana komite çalışmalarına daha fazla sayıda TORİD üyesinin katılımını sağlamak bu etkinliği arttıracaktır.

TORİD Arama Konferansı Raporu, Masif Ahşap sektörünü bekleyen fırsat ve tehditlerle ilgili detaylı öngörüler ve öneriler içermektedir. Bu içeriği ile; TORİD faaliyetleri açısından bir yol haritası olmasının yanı sıra, sektör firmaları için önemli bir kaynak olacaktır.

GİRİŞ

Ahşap, doğal kaynaklı, yenilenebilir, sürdürülebilir, ilk kullanımdan sonra farklı alanlarda yeniden kullanılabilir, atık oluşturmeyen, çevre dostu ve tüm bunlarla birlikte eşsiz bir mühendislik malzemesidir. Farklı işlevli yapılarda (konut, cami, köprü, iskele, temel inşaatları, vb.) ahşabın taşıyıcı eleman olarak kullanılması, en eski geleneksel yapım tekniklerinden biridir.

FAO tarafından yayınlanan 2015 yılı verilerine göre, 2008-2009 küresel ekonomik krizden bu yana tüm önemli ağaç ürünlerinde global üretim yükselmiştir. 2015 yılında kereste ve ahşap esaslı paneller, bir önceki yıla göre yüzde 3 artarak, 2007 yılının resesyon dönemi öncesi değerlerini aşmıştır. En hızlı büyüme Asya-Pasifik ve Kuzey Amerika'da gözlenmiştir. Aynı yıl verilerine göre global kereste üretimi 452 milyon m³ ile 1990'dan bu yana en yüksek değerine ulaşmıştır. Ahşap esaslı panellerin üretimi ise, rekor kırarak 399 milyon m³ olarak gerçekleşmiştir.

2015 yılı verilerine göre dünyanın en büyük kereste üreticileri sırasıyla ABD, Çin, Kanada, Rusya Federasyonu ve Almanya'dır. Bu beş ülke toplam üretimi global üretimin yüzde 56'sını oluşturmaktadır.

FAO verilerine göre, Türkiye'de kereste üretimi 2010 yılında 6,24 milyon m³ iken, 2013 yılında 6,41 milyon m³, 2014 yılında ise 6,63 milyon m³ olarak gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan, 2015 yılında Türkiye, Japonya'yı geçerek dünyanın en büyük beşinci ahşap esaslı panel tüketicisi konumuna gelmiştir. Türkiye'de ahşap esaslı panel tüketimi 2011 yılında 8 milyon m³'den 2015 yılında 9 milyon m³'e yükselmiştir.

1993 yılında kurulan TORİD (Türkiye Orman Ürünleri Sanayicileri ve İş Adamları Derneği) şu an sektörün lokomotifi olan 80 üyesi ile sektörün en saygın sivil toplum kuruluşudur.

TORİD, Masif Ahşap sektörünün geleceğini tartışmak ve önümüzdeki dönemde yapacağı çalışmalara kılavuz olması amacıyla 2-4 Aralık 2016 tarihleri arasında Bolu Gazelle Resort'da bir Arama Konferansı gerçekleştirdi.

Toplantının yönetimini, Milar Business Advisory Services'in yöneticisi Kerim Han Milar yaptı. Toplantıda 38 katılımcı, 3 gün boyunca yapılan küçük grup ve büyük grup çalışmalarıyla, Masif Ahşap sektörünün 2020'de ulaşacağı durumu öngörmek ve ortaya çıkabilecek riskleri yönetmek üzere fikir ürettiler.

Arama Konferansı küçük ve büyük gruplarda yapılan beyin fırtınalarıyla 5 evreden oluştu.

İlk evrede dünyada ve Türkiye’de Masif Ahşap sektörünü etkileyen akımlar incelendi. İkinci evrede, küçük ve büyük grup çalışmalarıyla Masif Ahşap sektörü SWOT Matrisi çıkartıldı. Üçüncü evrede ise, TORİD’in kuruluşundan bu yana tarihsel gelişimi büyük grupta konuşuldu.

Dördüncü evrede 4 ayrı grup oluşturuldu. Grupların her biri farklı konularda çalıştılar. Birinci grup Masif Ahşap sektörü için 2020 yılına kadar yapılması gerekenleri tartışırken, ikinci grup sektörü bekleyen riskler ve alınabilecek önlemleri tespit etmeye çalıştı. Diğer iki grup ise, Masif Ahşap sektörü için TORİD ve kamu neler yapabilir bu konu üzerinde fikir ürettiler.

Beşinci evrede ise 3 ayrı grup oluşturuldu. Birinci grupta, Masif Ahşap sektörü stratejisi vizyon ve genel amaç çalışması yapıldı. Diğer iki grupta ise sırasıyla Masif Ahşap sektöründe verimlilik ve teknolojik gelişim ile insan kaynakları konusunda yapılabilecekler konuşuldu.

TORİD Arama Konferansı süreci aşağıdaki diyagramda gösterildiği gibi planlanmış ve gerçekleşmiştir.

MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ ARAMA KONFERANSI SÜRECİ / 2-4 Aralık 2016



Not:

BG: Büyük Grup Çalışması, KG: Küçük Grup Çalışmaları

Birinci evre sonrasında ODTÜ İnşaat Bölümü hocalarından Prof. Dr. Ahmet Türer, sektör ile ilgili çok değerli bir sunum yaptı. Türer'in öncelikli başlıkları; Türkiye Ahşap Sektörü'nün dünyadaki yeri, sektörü etkileyen faktörler, ahşabın kullanım alanları ve ahşabın depreme dayanıklılığıydı. Akabinde, ahşabın kullanımının artırılması için yapılabileceklerden bahsetti. Türer'in sunumu, konferansın ikinci ve üçüncü günlerinde yapılan küçük ve büyük grup çalışmaları için ilham verici bir kaynak oldu. Raporumuzda, Sn. Türer'in sunumuyla ilgili kısa bir özet verilmiştir.

Dördüncü evrenin sonunda, Birleşmiş Milletler Kalkınma Fonu Türkiye Ofisi'nden Nuri Özbağdatlı, Türkiye'de Ormanlık Sektörü üzerine yaptıkları çalışmalarla ilgili katılımcılara bilgi verdi. Sn. Özbağdatlı'nın sunumundan kısa bir özet de raporumuzda yer almaktadır.



Konferansın ikinci gününde tüm katılımcıların toplu hatıra fotoğrafı çektirdiler.

KATILIMCI LİSTESİ

Arama Konferansına katılan kişilerin isim ve firma bilgileri şu şekildedir:

İSİM	SOYADI	FİRMA ADI	TORİD ÜYESİ
AHMET	KAHRAMAN	TOBB ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖR KUR. BŞK.	evet
ALİ	YURTOĞLU	GRUP AĞAÇ ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
ALİ SITKI	ŞAHİN	ŞAHİNOĞULLARI	evet
BAHADIR	BALKIR	BALORMAN	evet
CELALETTİN	AKÇA	ULUSAL AHŞAP BİRLİĞİ	evet
FAHRETTİN	KULU	HASAN KULU A.Ş.	evet
GÖKHAN	YETKİN	YETKİN PALA ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
GÖKSEL	KORKMAZ	ONEL ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
HAKAN	ÖZTOPRAK	SARAÇ ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
HÜSEYİN	ERTÜRK	ERTÜRK ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
KENAN	SARAÇ	SARAÇ ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
LEVENT	ORDU	PINAR ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
MAHİR	ARIN	ARIN ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
MUSTAFA	BELDAĞ	GLOBUS	evet
MUSTAFA	ÖZDEMİR	TACİROĞLU ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
MUSTAFA	ŞİŞMAN	MSA PRODÜKSİYON	evet
NAZMİ	ŞAHİN	ŞAHİNOĞULLARI	evet
NECDET	BAŞOĞLU	BAŞOĞLU ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
REFİK	KURU	KUROĞLU KERESTECİLİK	evet
SABRİ	AVCI	AVCI ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
SEMİH	YURTOĞLU	GRUP AĞAÇ ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
SERDAR	EKŞİOĞLU	EKŞİOĞLU ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
ŞEREF	ŞANLIOĞLU	ŞANİMSAN	evet
TURGAY	ÖZEN	AKDENİZ ORMAN ÜRÜNLERİ	evet
ZEKİ	ŞAHİN	MOBİPAN	evet
AHMET GÖKTÜRK	İNAN	BAŞBAKANLIK BAŞ MÜŞAVİRİ	
ALAEDDİN	ŞİŞMAN	MASSİV AHŞAP	
AYTAÇ	KANDEMİR	BALORMAN	
BURHAN	ÇELİK	BURHAN ÇELİK AHŞAP	
HASAN	KESKİN	BOLU ORMAN BÖLGE MÜDÜRÜ	
KENAN	AKYÜZ	ORMAN GENEL MÜDÜRLÜĞÜ	
MEHMET	ABBASOĞLU	İSTANBUL Y.M.M. ODASI BAŞKAN YARD.	
METİN	GÖZÜTOK	ERTÜRK ORMAN ÜRÜNLERİ	
NURİ	ÖZBAĞDATLI	BM KALKINMA FONU	
PROF.DR. AHMET	TÜRER	ODTÜ İNŞAAT BÖLÜMÜ	
RECAİ	YILDIRIM	BALORMAN	
SÜLEYMAN	ÖZDİL	HALKBANK YÖN. KURULU BAŞKANI	
YALÇIN	TOY	PARK BAHÇE	
KERİM	MİLAR	MİLAR BUSINESS ADVISORY SERVICES	
ŞAYEN	ÖZKİL	MİLAR BUSINESS ADVISORY SERVICES	
EMRE	AYDIN	MİLAR BUSINESS ADVISORY SERVICES	

EVRE I: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE DEĞİŞİMLER

Konferans 2 Aralık Cuma akşamı saat 21.00'de büyük grup çalışmasıyla başladı. Büyük grup çalışması öncesi tüm katılımcılar kısaca kendilerini tanıttılar. Daha sonra konferansın ilk evresi olan "Dünyada ve Türkiye'de Değişimler" büyük grupta yapılan 40 dakikalık beyin fırtınasıyla devam etti. Bu sırada, tüm katılımcılardan dünyada ve Türkiye'de son 5 yıl içerisinde artan ve azalan eğilimleri söylemeleri istendi. Katılımcıların her biri bireysel düşüncelerini sırasıyla dile getirirken söylenen tüm maddeler herkesin görebileceği şekilde Flipchart'lara yazıldı.

Sırasıyla elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir;

GEÇTİĞİMİZ 5 YIL İÇERİSİNDE MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜ ETKİLEYEN DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE DEĞİŞİMLER

ARTANLAR	AZALANLAR
Nüfus artışı	Dünyadaki ormanlar
Çevre bilinci	Buzullar
Döviz kuru	Köy nüfusu
Natürel ürünlere talep	Türkiye'deki masif ağaç kullanımı
Yeni ikame ürünler	Enerji kaynakları
Endüstriyel ahşap ürünler	Türkiye'deki ahşap yapı sayısı
Karbon salınım bilinci	Sektörde yetişmiş eleman
Odun dışı ürünlere ve hizmetlere talep	Kereste üretici sayısı
Beyin gücü ve göçü ve buna bağlı girişimcilik	Tropikal orman
Denizle yapılan lojistik	Su kaynakları
Makinalaşma (işçiliği azaltan)	Ukrayna'dan hammadde ihracatı (bitti)
Tek olan ihtiyaç	Merkez Bankası döviz rezervi
Ormanlardaki canlı sayısı	Sektörde müşteri sayısı
Binalardaki yükseklik	Tomruk ithalatı (bitti)
Yabancı işçi sayısı (Suriye ve Kafkasya)	Komşu ilişkileri
Dış ticaret (çift taraflı)	Yeni neslin sektöre ve mesleğe ilgisi
Cari açık	Odun üretiminde işçi sayısı
Yurtdışı borcu	İnşaatlarda kereste kullanımı
Global ısı ve kirlilik	Türkiye'de orman yangınları

ARTANLAR	AZALANLAR
Türkiye'deki ormanlar	Kerestenin ölçüleri
Teknoloji ve teknolojik ürünlere talep ve bunların kullanımı	Kar marjları
İnternet	Kapasite kullanımı
Şehir nüfusları	Finansman imkanları
Uçak seyahatleri	İnsanlar arası güven ve muhabbet
İletişim ve araçları	Genç nüfusun oranı
Bilgiye ulaşmak	Odunun yakacak olarak kullanımı
Lüks	Evlenme ve doğum oranları
Gelir düzeyine bağlı olarak dünya masif ağaç kullanımı	Kanaat
Terör	Tasarruf oranları
İnsan ömrü	Kar yağışı
Kanser	Karlar
Konteyner taşımacılığı	Vergiler
Enerjide ahşap kullanımı (yakıt olarak, bio-mas)	Dünya siyasetçilerinin yönetebilme kabiliyeti
Dünyada elektrik ve ısı üretimi	Medyanın etkisi
İnovasyon	Gazete ve kitap okuma alışkanlığı
Ar-ge	Dünyanın ömrü
Yağmur	Nükleer enerjiye yatırım
Enerji üretimi ve tüketimi	Müşteriye tolerans
Ahşap yapılarda kat sayısı	Gençlerin yaşlılara toleransı
Dünyada ahşap yapı sayısı	Kayıt dışılık
Sektörde batan sayısı	Kredi kartı kullanımına bağlı olarak işçi verimliliği
Yeni ürünlere talep	Adaletle olan güven
Masif ahşap sektöründeki rekabet	Muhalefetin oyları
Orman ürünleri sektöründe sanayici	
Türkiye'deki sertifikalı orman sayısı	
Türkiye'deki milyoner sayısı	
Orman yangınları	
Türkiye'deki ormanla mücadele gücü	
İnşaatlarda alçı kullanımı	
Gayri meşru işler	
Sektörde standart ihtiyacı	

ARTANLAR	AZALANLAR
Sunta ve MDF'cilerin tomruk kullanımı	
Tüketicinin kalite talebi ve beklentisi	
Ahşap palet	
Finansman maliyeti	
Plastik, demir hammaddesi ve kullanımı	
İnşaat sektöründe cam kullanımı	
Bilgiye ulaşım hızı	
Vadeler	
Silahlanma	
Sektördeki yaş ortalaması	
Türkiye'de boşanma sayısı	
Doğal afetler	
Küresel ısınma	
İşsizlik	
Psikolojik sorunlar	
Faizler	
Borçlanma	
Dolaylı vergiler	
Kredi imkanları	
Sivil toplum bilinci	
Politikada popülizm trendi	
Siyasi ve ekonomik kriz beklentileri	
İslam fobi	
İrkçılık ve milliyetçilik	
İnsanlar arası kutuplaşma	
Alternatif Dünyalar	
Bireysellik	
Nükleer enerjiye talep	
Robotlaşma	
Enerji verimliliği	
Çek ve Senet protestosu	
Kişilerin borçlanması	
Hane halkı borcu	
Çalışan devinim oranı	

ARTANLAR	AZALANLAR
İşsizlik maaşı	
Dijitalleşme	
TORİD'in etkisi	
Sosyal medya kullanımı ve bağımlılığı	
E-ticaret	
Türkiye'de ahşap masa talebi	
Organik ürünlere ilgi ve alaka	
Vergi bilinci (Genel Ekonomi)	
Vergi incelenmesi	
Hukuka gitme oranı	
Af bağışları (vergi barışı) ve kapsamı *	
(1918 yılından bu yana 3-3,5 yılda bir vergi affı kanunu çıkartılmış ancak artık bunların kapsamı daha fazla.)	

Birinci evre sonrasında, ODTÜ Üniversitesi İnşaat Mühendisliği Bölümünden Prof. Dr. Ahmet Türer, sektör ile ilgili çok değerli bir sunum yaptı. Türer'in öncelikli başlıkları; Türkiye Ahşap Sektörü'nün dünyadaki yeri, sektörü etkileyen faktörler, ahşabın kullanım alanları ve ahşabın depreme dayanıklılığıydı. Akabinde, ahşabın kullanımının artırılması için yapılabileceklerden bahsetti.

Türer'in sunumundan kısaca notlar şu şekilde:

- Türkiye'de ahşabın kullanım alanları şu şekilde gözükmekte:
 - Mobilya ve dekorasyon
 - İç/dış zemin-cephe-tavan kaplama
 - İnşaat kalıpları
 - Tekne, yat
 - Park, bahçe ve peyzaj
 - Doğrama pencere, kapı
 - Ahşap yapılar (ev, vs.): İskeletli, hımış, kolon kiriş (glulam), köprü, Fabrika Binası
 - Tarihi eser restorasyonu
- Gelecekte Türkiye'de ahşap kullanımının büyümesinin yolu açıktır. Bina yapı malzemesi olarak ahşap kullanımı Kanada ve ABD'de %85'e varmıştır. TÜİK'in 2016 verilerine göre 2015 yılında verilen 123.221 yapı ruhsatından sadece 258 adeti ahşap iskeletli yapılardır. Toplam m² üzerinden bakıldığında 3/10.000'den daha az olduğu görülmektedir.

- Kaçak kesimler ve orman yangınları önlem alınması gereken noktalar olarak öne çıkmaktadır.
- Ahşap, çevreyle uyumlu ve 21. yüzyılın inşaat malzemesidir. Global ısınma dünyamızı ciddi bir şekilde tehdit ederken¹ ağaçlandırma küresel ısınmayla mücadelede en etkin yöntemlerden biridir. Bir ton beton üretimi için 159 kg, bir ton çelik üretimi için 1240 kg ve bir ton alüminyum üretimi için 9300 kg CO₂ gazı atmosfere salınmaktadır. Diğer taraftan ahşap CO₂ salımı yerine, CO₂ emilimi yapabilen tek yapı malzemesidir. Bir ton ahşap üretiminde 1700 kg CO₂ emilimi gerçekleşmektedir.
- “Çiftçiler ağaç eker mi, ekonomik midir, teşvik verilebilir mi?” sorusu her zaman gündemdedir. Bu doğal olarak ağaç yetiştirmenin ekonomik getirisine bağlıdır. Brezilya’da ağaç ve soya fasulyesi daha çok getiri sağlarken, hayvancılık daha az getirmektedir. Buradan yola çıkarak, bazı ülkelerde ahşap üretiminin önde olduğu söylenebilir.
- 2005 yılı Akdeniz havasındaki ülkelere göre değerlendirme yapıldığında, Türkiye’deki ormanların ekonomik değerinin, potansiyelinin altında performans gösterdiği dikkat çekmektedir.
- Türkiye’de Gazi ve İstanbul Teknik Üniversitesi’ndeki Mühendislik Bölümü ahşap tasarım dersleri dışında, diğer üniversitelerde verilen ahşap derslerinin çoğunlukla mimarlık fakültesinin altında yer aldığı gözlenmektedir. Ayrıca; bu verilen eğitim programlarında, ahşap tasarımından daha çok malzeme bilimi ağırlıklı eğitim yapıldığı gözükmektedir. Mühendislere ahşap tasarımı konusunda eğitim verilmesi, ahşabı tercih etmeye daha meyilli bir nesil oluşturacaktır.
- Prof. Türer, “Geleneksel ahşap evleri depreme dayanıklı mı?” sorusuna cevaben; “Hımiş Evlerin Deprem Performansı Araştırma Projesi” ile ilgili bilgi verdi. Bu kapsamda Safranbolu ve Beypazarı evlerini görseller eşliğinde anlattı. “2002 yılında yaşanan Afyon Sultandağı depremine dair yapılan çalışmanın sonunda; yığma yapıların, betonarmenin ve ahşap yapıların hepsinin ağır hasar aldığı görülmüştür. Depreme daha yüksek mukavemet sahibi olan ahşap yapılardaki hasarın, çatıların üzerine konulan 1 metreyi bulan toprak kütesinden kaynaklandığı anlaşılmıştır. Bu ağır yük, deprem sırasında binaya gelen yatay yükleri ve dolayısı ile hasarı artırmıştır. Bu da ahşabın yapılarda doğru kullanımının önemini bir kez daha göstermektedir” dedi.

¹ <http://www.paperonweb.com/A1110.htm>

Türer, "Araştırmalar ve modern şartnamelere göre yapılan değerlendirmeler sonucunda; ahşap çerçevelerin içlerinin daha hafif malzemelerle doldurulması yoluyla depreme daha dayanıklı yapılar inşa edilebileceği görülmüştür. Bu şekilde inşa edilen ahşap yapıların hepsinin deprem sırasında hasar gördüğü ama yıkılmadığı; hatta şartnamede öngörülen deprem yükünün 6-7 kat fazlasını dahi kaldırabileceği dikkat çekmiştir. Geleneksel ahşap evlerle ilgili yapılan çalışmalar sonucunda 2-3 katlı hımiş evlerin depremde yıkılmayacak kadar dayanıklı olduğu, fakat büyük pencere ve çapraz ahşap eleman olmayan içi ağır dolgulu çerçevelerin çok daha zayıf olduğu görüldü. Kalın kesitli ahşap yapıların yangın performansının ise, çelik yapılardan çok daha iyi olduğu ispatlanmıştır" bilgileri ile sunumunu tamamladı.

EVRE II: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ GZFT (SWOT) ANALİZİ

2 Aralık Cuma akşamı ortaya çıkan, Dünya ve Türkiye’de ki değişimler, 3 Aralık Cumartesi günü sabahı tüm katılımcılara dağıtıldı.

İkinci evrede katılımcılar 4 gruba ayrılarak, küçük gruplarda Türkiye’de Masif Ahşap Sektörünün güçlü ve zayıf yanları ile Masif Ahşap Sektörü ile ilgili Fırsat ve Tehditleri belirlemeye çalıştılar. Daha sonra küçük gruplarda yapılan çalışmalara büyük gruba sunularak Masif Ahşap Sektörü SWOT Matrisi oluşturuldu.

Gruplarda çıkan fikirler aşağıda verilmiştir.

GRUP 1: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YANLARI

- Masif ahşabın doğal ve sağlıklı bir ürün olmasının yanında çevre dostu olması
- Üretim, tedarik ve tüketiminin sürdürülebilir olması
- Yenilenebilir bir kaynak olması
- Zevklere uygun, çok geniş kullanım alanı ve sonsuz alternatif sunabilmesi
- Masif ahşabın depreme dayanıklı yapılar için uygun bir mühendislik malzemesi oluşu
- Yangın, ısı ve ses izolasyon performansının yüksek olması
- Üretim ve işlenmesinde enerji sarfiyat ve giderlerinin çok düşük olması
- CO² deposu olması ve karbon ayak izinin negatif olması
- Uluslararası kabul ve destek görmesi: Yurtdışında bu sektörün büyümeye devam etmesi
- TORİD’in bilgi birikimi yüksek (3-4 nesillik firmalar) üyelere sahip olması

GRUP 2: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN ZAYIF YANLARI

- **Sektör aktörlerinde (para kazanan ve uğraşan insanlarda) motivasyon eksikliği, sektörün geleceğine inanılmaması:** İnanç eksikliği, sektörden para kazanan kişilerin yatırımlarını sektöre yapmamasına neden oluyor. Standart tesisler kurulduktan sonra mamulün katma değerli hale getirilmesi safhaları atlanıyor ve sonuç olarak sektör gelişmiyor.
- **Sektörün kendini anlatamaması, iletişim eksikliği:** Toplumda ahşap konusunda bir bilinç eksikliği var. Bu amaçla devlet tarafından hazırlanacak kamu spotları kullanılabilir. Bu sektörde önemli görevler almış kişiler ve

TORİD bu iletişim sorununu aşmak için çalışmalı. (Örnek olarak, Adana'daki yangının suçunun ahşaba atfedilmesi ve buna karşılık olarak sektörün kendini savunamaması verildi.)

- **Hammaddenin açık arttırma ile alınması, mamulün açık eksiltmeyle satılması:** Üreticilik vasfı olmayan kişilerin de dahil olduğu ihale sürecinde, hammadde alımında en yüksek fiyatı veren alabilmekte. Diğer taraftan üretilen mamulü en düşük fiyat veren satabilmekte. Lisansı olmayan firmaların ihaleye girmesine izin verilmemelidir.
- **Sektör firmalarının mamul kalitesini arttırmaya yönelik gerekli yatırımları yapmaması:** Türkiye'de çoğu firmanın kurutma fırını yoktur. Kurutulmadan satan ürünler işlevini yerine getirememektedir. Örneğin, ahşap pencere sektörü bu yüzden nerdeyse yok olmuştur.
- **Ahşap hammadde ve mamul ile ilgili standart uygulama ve denetim eksikliği:** Örneğin, inşaat sektöründe ahşap pencere ve kapı kullanılırken zorunlu bir standart yok. İnşaat firmaları keyfi hareket edebiliyor. Ormanda ağacın kesiminden, inşaatta kullanımına kadar genel olarak zorunlu standartların belirlenmesi ve bu standartların denetlenmesi gerekiyor.
- **Mimarlar ve inşaat mühendislerine ahşap ve kullanımı konularında yeterince eğitim verilmiyor olması:** Mimari ve inşaat projelerinde ahşabın yer alabilmesi için üniversitelerde bu konuda eğitim veriliyor olması gerekiyor.

GRUP 3: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ İLE İLGİLİ FIRSATLAR

- **Orman Genel Müdürlüğü'nün 25.000 m³'ün üzerinde tesise sahip firmalara tahsis vermeye başlanması:** Yerli malı kullanımına yönelik teşvik hiçbir dönemde yapılmamıştı. Şu an tahsis vermeye başlanması büyük bir fırsat oluşturuyor. Bu konuda sektörden beklenen, ithal mal yerine yerli malını tercih etmesi ve fiyat istikrarı ile yatırım ve kullanımı arttırmaktır.
- **Nüfus artışı ile ortaya çıkan yeni konut ihtiyacı ve kentsel dönüşüm:** Konut ihtiyacının karşılanması amacıyla inşa edilen yeni konutlarda masif ahşabın daha çok kullanılması. Örneğin, pencere doğramalarının ahşap yapılması, yapı malzemesi olarak masifin kullanılması, cephe ve taban kaplaması olarak ahşap kullanımı.

- **Sağlık ve çevre bilincinin artmasıyla doğal ürünlere artan ilgi:** Refah seviyesinin artması, küresel ısınmanın etkilerinin gözle görülebilir olmaya başlaması ve çevre duyarlılığı gibi faktörlerle beraber artan bilinç doğal ürünlere olan talebi arttırmaktadır.
- **Teknolojideki ve mühendislik bilimindeki gelişmeler:** Ahşabın dayanıklılığını güçlendirebilecek ve alternatif kullanımını arttıracak teknolojilerin gelişmesi. Örneğin, Amerika'da yapılması planlanan 40 katlı ahşap bir binanın projelendirilmesi. Teknoloji sayesinde ahşap kullanımının nasıl cazip hale getirebileceğine bir örnek teşkil etmekte.
- **Refah seviyesinin artması (GSMH)**
- **Standart ürünlere olan talebin artması:** Bilinçli bir tüketim trendi ile standardizasyona talep artması
- **Kamuda bilincin arttırılmasına yönelik çalışmalar:** Yurtdışında ahşabın yapı malzemesi olmasına yönelik getirilen zorunluluklar. Bu konuda Kanada'da yapılan "First Wood" kampanyası örnek verilebilir. Türkiye'de kamunun da bu yönde ilerleyebileceği söylenebilir. Örneğin, Japonya'da yapılarda %20 ahşap kullanımı zorunlu kılınmış. Benzer kararlar ülkenin imkan ve şartlarına bağlı olarak Türkiye'de de alınabilir.
- **İletişim ve bilgiye ulaşım imkânlarının artması:** Günümüz iletişim çağı. Dünyada her türlü gelişme konusunda çok daha kolay bilgiye sahip olmaktadır.

GRUP 4: MASİF AHŞAP SANAYİ İLE İLGİLİ TEHDİTLER

- PVC ve kompozit malzemeler gibi alternatif ürünlerin ahşabın yerini alması
- İthalatın zorlaştırılması ve ithal edilen ülkelerdeki mevzuatın değişiklikleri: İthalatın kolaylaştırılması Türkiye'deki üretimin rekabetçiliği açısından çok önemlidir. İthalat bizi terbiye ediyor. Ayrıca, sektörde dengesiz vergilendirme olduğu söylenildi.
- Döviz kurlarındaki artış (hammadde ithalatıyla ilgili) ve finansman maliyetlerinin yüksekliği
- Yenilenebilir olmasına rağmen çevrecilerin ağaç kesimi konusunda yanlış söylemleri
- Ormanlarımızda 20 sene öncesine göre kaliteli ağaç miktarı azalıyor olması
- Rekabet ve sektörün cazibesini yitirmesiyle ahşap sektöründeki firma sayısının azalması

İÇ ETKENLER

GÜÇLÜ YÖNLER

ZAYIF YÖNLER

MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ SWOT MATRİSİ

- Masif ahşabın doğal ve sağlıklı bir ürün olmasının yanında çevre dostu olması
- Üretim, tedarik ve tüketiminin sürdürülebilir olması
- Yenilenebilir bir kaynak olması
- Zevklere uygun, çok geniş kullanım alanı ve sonsuz alternatif sunabilmesi
- Masif ahşabın depreme dayanıklı yapılar için uygun bir mühendislik malzemesi oluşu
- Yangın, ısı ve ses izolasyon performansının yüksek olması
- Üretim ve işlenmesinde enerji sarfiyat ve giderlerinin çok düşük olması
- CO² deposu olması ve karbon ayak izinin negatif olması
- Uluslararası kabul ve destek görmesi: Yurtdışında bu sektörün büyümeye devam etmesi
- TORİD'in bilgi birikimi yüksek (3-4 nesillik firmalar) üyelere sahip olması

- Orman Genel Müdürlüğü'nün 25.000 m³'ün üzerinde tesise sahip firmalara tahsis vermeye başlanması
- Nüfus artışı ile ortaya çıkan yeni konut ihtiyacı ve kentsel dönüşüm
- Sağlık ve çevre bilincinin artmasıyla doğal ürünlere artan ilgi
- Teknolojideki ve mühendislik bilimindeki gelişmeler
- Refah seviyesinin artması (GSMH)
- Standart ürünlere olan talebin artması
- Kamuda bilincin artırılmasına yönelik çalışmalar
- İletişim ve bilgiye ulaşım imkânlarının artması

FIRSATLAR

TEHDİTLER

DIŞ ETKENLER

- Sektör aktörlerinde (para kazanan ve uğraşan insanlarda) motivasyon eksikliği, sektörün geleceğine inanılmaması
- Sektörün kendini anlatamaması, iletişim eksikliği
- Hammaddenin açık arttırma ile alınması, mamülün açık eksiltmeyle satılması
- Sektör firmalarının mamül kalitesini arttırmaya yönelik gerekli yatırımları yapmaması
- Ahşap hammadde ve mamül ile ilgili standart uygulama ve denetim eksikliği
- Mimarlar ve inşaat mühendislerine ahşap ve kullanımı konularında yeterince eğitim verilmiyor olması

- PVC ve kompozit malzemeler gibi alternatif ürünlerin ahşabın yerini alması
- İthalatın zorlaştırılması ve ithal edilen ülkelerdeki mevzuatın değişiklikleri
- Döviz kurlarındaki artış (hammadde ithalatıyla ilgili) ve finansman maliyetlerinin yüksekliği
- Yenilenebilir olmasına rağmen çevrecilerin ağaç kesimi konusunda yanlış söylemleri
- Ormanlarımızda 20 sene öncesine göre kaliteli ağaç miktarı azalıyor olması
- Rekabet ve sektörün cazibesini yitirmesiyle ahşap sektöründeki firma sayısının azalması

EVRE III: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN TARİHÇESİ VE TORİD'İN KURULUŞUNDAN BU YANA GELİŞİMİ

1980'li yılların başında ilk büyük hacimli tomruk ithalatı başladı. Aynı dönemde ağaç kesimi sınırlandırıldı ve ormanlarda rehabilitasyon başladı. O dönemde kesilen ve yeniden fidan dikilen ormanlar bugün çok iyi durumdadır.

Derneğin kuruluş çalışmalarına 1992 yılında başlandı ve resmen 1993 yılında ORİD (Orman Ürünleri İthalatçılar Derneği) ismiyle kuruldu. Murat Demirel derneğin ilk başkanı oldu ve 1 yıl görev yaptı. İlk kurulduğunda derneğin üye sayısı 16, firma sayısı ise 8'di. Derneğe üye olabilmek için en az 4 milyon dolarlık tomruk ithalatı yapıyor olmak gerekiyordu.

Derneğin kurulma amacı Orman Bakanlığının düzenlediği nakliye teskeresindeki sıkıntıları aşmak ve limanlardaki mafya yapılanmasını önlemek idi. Tüm bu sıkıntılara karşı bir güç oluşturmak amacıyla bu dernek kuruldu ve çok başarılı oldu. Nakliye teskeresinin kaldırılmasıyla ilgili çalışmalar 13 sene sürdü ve 2006 yılında Orman Bakanı Osman Pepe'nin desteğiyle nakliye teskeresi kaldırıldı. Eskiden Orman Bakanlığı malı sattıktan sonra; mal nereye gitti, malı kim ne amaçla kullandı diye kontrol ederdi. Hatta memur gönderir, firmanın stokunu sayardı. Bu sistem bu dönemde değiştirildi.

Dernek kurulmadan önce üyeler arasında ciddi bir rekabet vardı. Derneğin kurulmasıyla beraber üyeler birbirlerini daha iyi tanıma ve arkadaş olma fırsatı buldular. Birlikte Estonya, Finlandiya, Amerika, Almanya, Avusturya, Şili ve Yeni Zelanda gibi birçok yurt dışına seyahat yapıldı. Bu sayede yurt dışındaki ülkelerdeki sektörel derneklerle ve firmalarla iletişim ve iş birliği imkanları oluştu.

Derneğin varlığıyla beraber, devlet derneği muhatap aldı ve böylelikle ithalatçıların devlet ile iş birliğinin kolaylaşması sağlandı. 1993 yılının sonunda Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel derneğin isminin başına Türkiye kelimesi eklenmesini uygun gördü ve dernek bakanlar kurulu kararıyla kamu yararına bir dernek olarak kabul edildi. Orman ürünleri alanında isminin başında Türkiye olan tek kamu yararına dernek TORİD'dir.

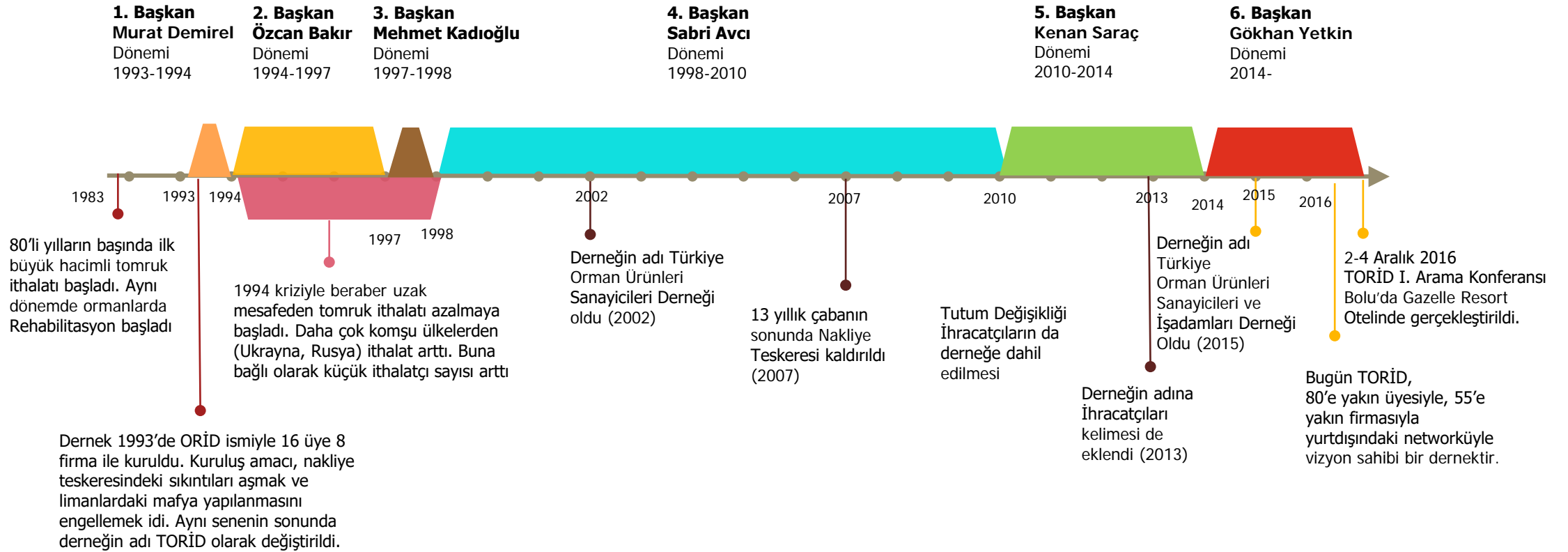
1994 yılında başkan olan Özcan Bakır'ın başkanlık dönemine damgasını vuran olay döviz krizi oldu. Satışların düşmesine neden olan kriz, tomruk ithalatını azalttı. Bunun yanı sıra yapılan ithalatlarda Rusya ve Ukrayna gibi yakın mesafe ülkeleri tercih edildi. 1997 yılında başkanlık koltuğuna oturan Mehmet Kadioğlu bir yıllık deneyiminin ardından koltuğu sonraki on iki yıl boyunca oturacak Sabri Avcı'ya devretti.

Krizin etkileriyle azalan ithalata rağmen 1998'li yıllardan sonra TORİD dernek olarak yeniden canlandı. Bu kapsamda 2002 yılında derneğin adına 'Sanayiciler' kelimesinin eklenerek kapsama alanının genişletilmesi oldu. Dernek olarak algı değişikliğine gidilmesi gerektiği düşüncesinin temelleri bu yıllarda atıldı ve 2013

yıldaki üye sayısının artırılmasına dair kararına zemin oluşturmuş oldu. 1994-1998 yılları arasında azalan tomruk ithaline karşın kereste ithalatı arttı. Yine bu yıllarda imrarat kaldırıldı.

2010 yılında başkanlığa gelen Kenan Saraç, ihracatçıların da dernek çatısı altında yer alması için çalıştı. 2013 yılında derneğin ismine "ihracatçıları" kelimesi de eklendi. 2014 yılında Gökhan Yetkin dernek başkanı oldu. 2015 yılında derneğin adı Türkiye Orman Ürünleri Sanayicileri ve İşadamları Derneği olarak değiştirildi. TORİD şu an 80 üyesi ve 55'e yakın firmasıyla sektörün en saygın sivil toplum kuruluşudur.

MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN TARİHÇESİ VE TORİD'İN KURULUŞUNDAN BU YANA GELİŞİMİ



EVRE IV: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ İÇİN 2020'YE KADAR NELER YAPILABİLİR

İlk evrede, dünyada ve Türkiye'de, Masif Ahşap Sektörüyle ilgisi olan değişimler, artan ya da azalan şeklinde belirtilerek, büyük grupla yapılan beyin fırtınasıyla ortaya çıkarıldı ve yazıya döküldü.

İkinci evrede, bu hızlı değişimler göz önüne alınarak Masif Ahşap Sektörü SWOT matrisi çıkartıldı. Burada sektörün güçlü ve zayıf yanları ile sektörle ilgili Fırsat ve Tehditler belirlendi

Üçüncü evrede, Masif Ahşap Sektörü ve TORİD'in tarihçesi üzerinde çalışıldı.

Dördüncü evrede ise, bu aşamaya kadar ortaya çıkmış tüm verilerin ışığında Masif Ahşap Sektörü ile ilgili 2020 yılına kadar neler yapılabilir, belirlenmeye çalışıldı. Bu sırada katılımcılara SWOT matrisleri basılı halde dağıtıldı.

Dördüncü evre ile ilgili herhangi bir madde sayısı kısıtlaması olmadığından gruplara çalışma süresi olarak 1 saat 30 dakikalık bir süre verildi. Katılımcılar, ikinci evrede olduğu gibi yine 4 ana gruba (yeşil, kırmızı, mavi ve sarı grup) ayrıldılar. Her grup farklı bir başlık üzerine çalışma yaptılar.

Yeşil Grup, sektörde 2020 yılına kadar neler yapılması gerektiğini, kırmızı grup ise sektörü bekleyen risklere karşı ne gibi önlemler alınabileceğini belirlemeye çalıştı. Mavi ve sarı grup ise, Masif Ahşap Sektörüyle ilgili TORİD ve Kamu neler yapabilir, bu konularda fikir ürettiler. Gruplarda çıkan öneriler sırasıyla aşağıda verilmiştir.

Grup-1 (Yeşil): Masif Ahşap Sektörünün gelişmesi için 2020 yılına kadar neler yapılabilir / Gelecek Tasarımı

- **Sektörün kendini daha doğru tanıtabilmesi:** Bu kapsamda doğallığı, yenilenebilirliği, şıklığı, depreme dayanıklılığı vb. özelliklerin vurgulanması. Bu konuda "Neden Ahşap" gibi bir kavram kullanılabilir. Doğru tanıtım için Ahşap Enstitüsü kurulabilir ya da bu konuda örnek bir ahşap bina inşa edilebilir.
- **İletişimin çalışmalarının artırılması:** Bu konuda kamu ile birlikte hareket edilebilir. Canan Karatay gibi, toplumun dikkatini çekecek, güvenilir birinin bulunması ile medyanın gücünden faydalanılması.
- **Ahşabın kendine muadil ürünlerle farkının vurgulanması ve ahşabın üstünlüğünün ortaya çıkarılması**
- Ahşabın bir tasarım malzemesi olarak kullanılması ve bunun özendirilmesi.
- Vatandaşla ahşabın buluşturulması amacıyla hobi atölyelerinin yaygınlaştırılması.

- **Mevcut ahşap yönetmeliğinin bilinirliğinin artırılması, geliştirilmesi ve uygulamaya geçirilmesi:** Ülkemizde yürürlükte bulunan iki yönetmelik çok bilinmemekte ve bundan kaynaklı denetimsizlik sorunu doğmaktadır. Bunlardan ilki yenilenmeye çok muhtaç durumda olan TS 647, diğeri ise birkaç yıllık geçmişi olan ve standart binalar için biraz komplike sayılabilecek bir Avrupa standardı EuroCode 5'dir. Bu yönetmelik, bina tasarımı yapabilmek ve bina tasarımları geliştirebilmek adına önem arz etmektedir. Fakat bu standarda ülkemiz şartlarına bağlı olarak özel ekler yazmak gerekmektedir. Ayrıca, eğitim kurumlarının yönetmeliklerle bütünleşmesi durumunda katlı binaların yapımının önünün açılacağı düşünülmektedir. Bu anlamda standart binalar için daha kolay uygulanabilecek yeni bir yönetmelik de hazırlanabilir.
- **Ahşap mühendisliği eğitiminin artırılması:** Kalifiye usta ve kalfa yoksunluğunu gidermek amacıyla eğitimin artırılması gerekiyor. Bu konuda, teknik liselerde ara elemanların yetiştirilmesi gerekliliği vurgulandı.
- **Ahşap ürünlere standart getirilmesi ve denetlenmesi:** Standartların belirlenerek uygulamaya geçirilmesi ve sonradan denetim mekanizmalarının oluşturulması (özellikle kurutma ve ölçü problemlerini aşmak için gerekli görülmekte).
- **Binalarda yapı elemanı ve malzemesi olarak en az %5 masif ahşap kullanım zorunluluğu getirilmesi:** Bu konuda, kamu kurumları (TOKİ (Toplu Konut İdaresi Başkanlığı), belediler, bazı öğrenci yurtları, Yapı İşleri Genel Müdürlüğü, AFAD (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı), MEB (Milli Eğitim Bakanlığı) ve OGM (Orman Genel Müdürlüğü) ile iletişime geçmek. Bunun öncelikle pencere doğramalardan başlayarak %5 oranının yaygınlaşmasının ardından, masif ahşap malzemesinin yoğunluğunun giderek artırılması. Bu uğraşlar sırasında Yaşayan Evler gibi bir kavram kullanılabilir. Yeşil bina projeleri iyi değerlendirilmelidir.

Grup-2 (Kırmızı): Masif Ahşap Sektörünü bekleyen en büyük riskler nelerdir ve bunlara karşı kısa/orta vadede ne tip önlemler alınabilir / Risk Analizi

- **Bilgi eksikliği ve yanlışlığının giderilmesi:**
 - Yangın ve deprem gibi doğal afetlerde ahşabın nasıl performans sergilediği konusundaki algı yanlışlığının düzeltilmesi
 - Ağaç kesiminin doğaya zarar verdiği izleniminin değiştirilmesi
 - Toplumda ahşap kültürünün tekrar kazandırılması: Kültürümüzün temelinde var olan ancak zaman içerisinde alternatif ürünlerin reklamlarıyla unutulmuş ahşabın yeniden eski konumunu kazanması. Diğer taraftan toplumda tarihsel değerlere karşı bir özlem var. Bu durumun değerlendirilmesi ve ahşabın tekrar gündeme getirilmesi için çaba sarf edilmesi gerekli.

- Türkiye’de ev kavramı aslında ahşap müstakil evle özdeşleşiyor. Şu an oynayan dizilere bakıldığında ev dendiğinde ahşap yapılar göze çarpıyor. Bir anket yapılırsa muhtemelen halkın çoğunluğu bu tip ahşap evlerde oturmak isteyecektir.
 - Ahşap kullanımının zenginlikle eşleştirilmesinden faydalanarak şehir dışındaki büyük projelerde ahşabın kullanılması
 - Eğitim ve tanıtımın yaygınlaştırılması, bu kapsamda aşağıdakilere öncelik verilmesi:
 - Kamu spotları
 - Kampanya
 - Yarışma
 - Reklam
- **Alternatif ürünler ile rekabetin güçlendirilmesi (kurumsallık – teknolojik – ölçek):** Bu konuda birçok farklı görüş ortaya konuldu; ancak, mücadele etme konusunda çok alternatif çıkmadı. Ölçek ekonomisini yakalanması gerekiyor ancak yeterli sermaye birikimi yok. Sermaye sorununu aşmak için birleşmelerin olabilir. Ayrıca, Ormancılık sektörü devlet tarafından öncelikli sektör olarak ilan edilmeli ve teşviklerle desteklenmeli. Çünkü, masif ahşap sektörü, emek yoğun bir sektör ve küçük yatırımlarla daha fazla istihdam sağlayabilir.

Eski ahşap pencereler tek camlıydı. PVC ilk çıktığında çift camlı geldi. Bu nedenle de özellikle ev hanımlarına cazip gözüktü. Oysa PVC pencerelerin hava geçirgenliği zayıf olduğu için çeşitli sorunlara sebep olabiliyor. Diğer taraftan birçok önemli PVC marka ortaya çıktı. Bu konuda bir ahşap pencere markası yok.

Alternatif ürünlere karşı zayıflığın nedeni olarak pratikteki farklılıklar gösterildi. Maliyetlere fazla odaklanılıyor ancak kar paylarına saptanmış bakış açısı, sektörü çaresizliğe sürüklüyor. Ucuz hizmet vermek amacıyla kaliteden ödün veriliyor ve müşteri tarafından kötü algıların oluşmasına neden olacak ürünler satılıyor. Ancak fiyat ahşabın önündeki tek engel değildir. İyi yapılan ve doğru uygulanan ürünlerin her zaman pazarı vardır, pahalılık bir dezavantaj değildir.

Teorideki fikir birliği pratikte de devam etmelidir. Böyle bir birlikte hareket etme platformu oluşturulup da sektör içerisinde ama yapılmayan bir alanda iş bölümü yapılabilir. Örneğin; keresteyle uğraşan firmalar doğru masif ahşap yapılar üreten projeler yapabilir. Böylelikle, doğru uygulamalar gösterilebilir. Bunun dışında, birliktelik oluşturulup bir şirket kurulabilir ve bu şirkette doğru uygulamalar yapılabilir. Sektör devrim niteliğinde bir şey yapacaksa, üreten ve pazarlayan şirketler kurulabilir.

- **Döviz artışına karşın finansal araçları kullanarak tedbir alınması:** Döviz dalgalanmalarına karşı daha güçlü durabilmek amacıyla hedge opsiyonlarının değerlendirilmesi, sektördeki ilgili kişilere finans eğitimi verilmesi. Bilgilendirme toplantıları yapıp, uyarılar yayınlanabilir.

Grup-3 (Mavi): Masif Ahşap Sektörünün gelişmesi için TORİD neler yapabilir? / Gelecek Tasarımı

- **Orman ürünlerinin tarım ürünü kapsamında yer aldığı web sitesi vb. alanlarda dile getirilmesi:** Orman ürünleri tarım ürünleri kategorisinin altına yerleştirilmiştir. Orman ürünleri bir tarım ürünüdür.
- **Kısa film, kamu spotu hazırlanması:** Bunu yapabilmek için TORİD’de güçlü ve profesyonel sekreteryanın oluşturulması, TORİD’in kapsamlı projeler üreterek sektöre bayraktarlık yapması ve sektörü sahiplenmesi.
- **Arama konferansları ve sektörel eğitim faaliyetleri**
- **Sektöre katkıda bulunabilmesi için TORİD’in gelirlerinin ve üye sayısının arttırılması:** Gelirlerin arttırılmasında odalar birliğinden ve İstanbul Ticaret Borsasından da kaynak talep edilebilir. İstanbul Ticaret Borsasında tanınmış kişiler var. Bu konuda temasa geçilebilir. Ayrıca, Avrupa birliği fonlarını da takip etmek yararlı olacaktır. TORİD aidatları da arttırılabilir.
- **TORİD’e güçlü bir sekreterya oluşturulması**
- **Sektörden kişilerin mimarlık, mühendislik bölümünde okuyan öğrencilere burs, seyahat ve bunun gibi destekler vermesi:** Örneğin, mimarlık öğrencilerinin ahşaba yatkınlığının arttırılması için günler düzenlenebilir. Başarılı gençlere ahşap uygulamalarıyla ilgili seyahate gönderilebilir. Modanın gücünden faydalanmak amacıyla popüler bir mimar davet edilebilir. Böylelikle, alternatif ürünlerle fiyat yarışına girmektense dekorasyon gibi boş noktalar tespit edilebilir ve onlara odaklanılabilir
- **Ahşap müzesi fikri hayata geçirilebilir**
- **Halkın görüş içerisinde yaşayacağı mekânlar oluşturulması:** Endüstri meslek liseleriyle çalışarak havalimanlarında ahşap mekanları oluşturulması, şehir merkezlerindeki büfelerin ahşap yapılması. Devlet binalarının yapı malzemesi olarak ahşabı tercih etmesi ve bu tercihlerinde profesyonel ve kaliteli malzeme kullanmaları, böylelikle bu kamu mekanlarının bir reklam teşkil etmesi
- **Türkiye’de mesleki dernekler, vakıflar, birlikler ve odalarla iş birliği çalışmaları**
- **Diğer ülkelerdeki muadil meslek kuruluşları ile iş birliğini arttırmak**
- **İlgili mevzuat çalışmalarında aktif rol almak:** Standartlar, şartnameler gibi konularda sektörün onayının alınması. Belediyelerin şartnameleri profesyonel olmayan kişiler tarafından yazılması nedeniyle

mağduriyetler oluşabiliyor. Bunu önlemek için TORİD, Ticaret Odası vb'nin şartnameleri denetleyerek onay vermesi sağlanmalıdır.

- **Sektörün nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için yurtiçi ve yurtdışı makine üreticileri, firmalar ve dernekler ile ortak projeler yapılması.**
- **Sektördeki başarılı firmaları, şahısları ve kurumları ödüllendirerek sektördeki başarı hikayelerini öne çıkartmak.**
- **Teşvikler ve birleşmelerle ilgili danışmanlık alınması:** Sermayesi olan firmaların birleşmeleri halinde desteklenmesi gerekir. Türkiye'de büyük firmalar büyüklüklerini kullanarak hayatlarına devam ediyorlar. Küçük ve orta ölçekli firmalar sınıf atlayamıyorlar. Devam edebilmek için birleşmek tek yol ise teşvik edilmeli. Mevcutta böyle bir teşvik mevcut ama bilinmiyor.
- **Her yıl mart ayının (orman haftası döneminde) Ahşap Günü düzenlensin**
- **Kanada ve Japonya'ya gezi düzenlenmesi**

Grup-4 (Sarı): Masif Ahşap Sektörünün gelişmesi için Kamu neler yapabilir? / Gelecek Tasarımı

- **Kalkınmada stratejik sektör olarak belirlenmesi**
- **Kamu spotları ile farkındalığın artırılması:** Bu konuda TORİD'in sloganlaşan bir logosu yapılabilir. Bu logo ve slogan çeşitli yerlerde kullanılabilir. Örneğin, konusu gereği ahşap bir ev kullanılan bir dizinin sonunda TORİD tarafından hazırlanan bu logo yer alabilir ve ahşap evler teşvik edilebilir. Hatta dizilerde senaryoların içerisinde teşvik edici repliklerle yer alınabilir.
- **Teşvik uygulamaları ve vergi indirimleri (tüketim, finansman ve yatırım aşamalarında):** Eğer ahşap devlet tarafından öncelikli bir malzeme olarak değerlendirilirse, yöresel ayırım ve ölçek farkı gözetmeksizin ülkenin herhangi bir yerinde yapılacak bu tip yatırımlara (arsa tahsisi, KDV muafiyeti, işçilikle ilgili muafiyetler vb.) teşvikler verilebilir. Diğer taraftan bu teşviklerin tüketici tarafında bir karşılığı olması gerekiyor. İnsanların daha sağlıklı ahşap evlerde yaşamasını özendirmek için, herhangi bir metrekare sınırlaması olmaksızın KDV teşviği uygulanabilir. Örneğin betonarme bir yapı ile ahşap bir yapı arasında yüzde 20'lik bir maliyet farkı varsa, bu fark KDV teşviki ile birbirine yakın hale getirilebilir. Ahşap evlerde indirimli emlak vergi olabilir.
- **Kamu yatırımlarında ahşaba pozitif ayrımcılık yapılması:** Bazı kamu binalarının ahşap olarak yapılması konusunda çalışmalar yapılabilir. Bunu gerçekleştirebilmek için lobi çalışmaları yapmak ve ihaleleri proje aşamasında sıkı takip etmek gerekiyor.

- **Mevzuat değişikliği (Yapı İşleri Genel M¼d¼rl¼ę¼):** Yakın bir zamanda bir yurt yangını oldu. Bunun üzerine yapılan yeni yönetmelikte ahşabın bu tip binalarda kullanılmaması gibi bir madde eklendiği gazetelerden okunmuş. Bu tip konulara anında müdahale edebilmemiz gerekiyor. Diğer taraftan ahşap kullanımı ile ilgili yönetmeliklerin güncellenmesi üzerine çalışmalar yapılabilir.
- **¼niversitelerde ve meslek liselerinde ahşap konusunda eleman yetiştirilmesi:** Ahşap M¼hendislięi b¼l¼m¼n¼n yaygınlaştırılması: Bu çok kolay bir şey değil. Bu çalışmanın lise düzeyinde de gerçekleşmesi çok önemli. Örneğin d¼lgerlik (ahşap ev yapan marangoz) okulu açılmalı.
- **T¼rkiye’de üretimi yapılan ahşap hammadde maliyetlerini d¼ř¼recek politikaların geliştirilmesi**
- **Standartların geliştirilmesi ve kalite denetimlerinin yapılması:** 1580’li yıllarda Padişah II. Selim, İstanbul’a getirilen kerestelerin ölçülerinden çalınma olduğunu ve bununda yapılara zarar verdiğini belirterek bir ferman yayınlıyor. Mimar Sinan’ın mimarbaşı olduğu bu dönemden bug¼ne kadar standart getirme çalışmaları devam ediyor.

Dörd¼nc¼ evrede 4 grupta çıkan öneriler Masif Ahşap sektör¼ için yapılması gerekenler tablosunda içeriklerine göre gruplandırılarak verilmiştir. Tek tek incelendiğinde önerilerin özellikle 3 konu başlığında yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu başlıklar şu şekildedir:

- İletişim ve Masif Ahşap sektör¼n¼n doğru bilgilerle tanıtımı
- Ahşap yönetmeliğinin revizyonu, standartların geliştirilmesi ve denetimi
- Diğer STK’larla iş birlikleri ve nitelikli eleman yetiştirilmesi.

Bu 3 konu başlığının dışında kalan öneriler ise “Diğer Öneriler” başlığı altında belirtilmiştir.

EVRE 4: MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER TABLOSU

	MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ İÇİN YAPILMASI GEREKENLER	MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜ BEKLEYEN RİSKLER VE ALINABİLECEK ÖNLEMLER	MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİ İÇİN TORİD NELER YAPABİLİR	MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN GELİŞMESİ İÇİN KAMU NELER YAPABİLİR
İLETİŞİM VE MASİF AHŞAP SEKTÖRÜNÜN DOĞRU BİLGİLERLE TANITIMI	<p>Sektörün kendini daha doğru tanıtabilmesi</p> <p>Ahşabın kendine muadil ürünlere farkının vurgulanması ve ahşabın üstünlüğünün ortaya çıkarılması</p> <p>Ahşabın bir tasarım malzemesi olarak kullanılması ve bunun özendirilmesi</p> <p>Vatandaşla ahşabın buluşturulması amacıyla hobi atölyelerinin yaygınlaştırılması</p> <p>İletişimin çalışmalarının artırılması</p>	Bilgi eksikliği ve yanlışlığının giderilmesi	<p>Orman ürünlerinin tarım ürünü kapsamında yer aldığı web sitesi vb. alanlarda dile getirilmesi</p> <p>Ahşap müzesi fikri hayata geçirilebilir</p> <p>Halkın görüşü içerisinde yaşayacağı mekânlar oluşturulması</p> <p>Sektördeki başarılı firmaları, şahısları ve kurumları ödüllendirerek sektördeki başarı hikayelerini öne çıkartmak</p> <p>Kısa film, kamu spotu hazırlanması</p> <p>Her yıl Mart ayının (orman haftası döneminde) Ahşap Günü düzenlenir</p>	Kamu spotları ile farkındalığın artırılması
AHŞAP YÖNETMELİĞİNİN REVİZYONU, STANDARTLARIN GELİŞTİRİLMESİ VE DENETİMİ	<p>Mevcut ahşap yönetmeliğinin bilinirliğinin artırılması, geliştirilmesi ve uygulamaya geçirilmesi</p> <p>Ahşap mühendisliği eğitiminin artırılması</p> <p>Ahşap ürünlere standart getirilmesi ve denetlenmesi</p>		<p>İlgili mevzuat çalışmalarında aktif rol almak</p> <p>Teşvikler ve birleşmelerle ilgili danışmanlık alınması</p>	Standartların geliştirilmesi ve kalite denetimlerinin yapılması
DİĞER STK'LARLA İŞBİRLİKLERİ VE NİTELİKLİ ELEMAN YETİŞTİRİLMESİ			<p>Sektörün nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için yurtiçi ve yurtdışı makine üreticileri, firmalar ve dernekler ile ortak projeler yapılması</p> <p>Türkiye'de mesleki dernekler, vakıflar, birlikler ve odalarla işbirliği çalışmaları</p> <p>Diğer ülkelerdeki muadil meslek kuruluşları ile işbirliğini arttırmak</p>	Üniversitelerde ve meslek liselerinde ahşap konusunda eleman yetiştirilmesi
DİĞER ÖNERİLER	<p>Binalarda yapı elemanı ve malzemesi olarak en az %5 masif ahşap kullanım zorunluluğu getirilmesi</p>	Alternatif ürünler ile rekabetin güçlendirilmesi	<p>Arama konferansları ve sektörel eğitim faaliyetleri</p> <p>Kanada ve Japonya'ya gezi düzenlenmesi</p>	<p>Kalkınmada stratejik sektör olarak belirlenmesi</p> <p>Türkiye'de üretimi yapılan ahşap hammadde maliyetlerini düşürecek politikaların geliştirilmesi</p>
		Döviz artışına karşı finansal araçları kullanarak tedbir alınması	<p>TORİD'e güçlü bir sekreteryaya oluşturulması</p> <p>Sektöre katkıda bulunabilmesi için TORİD'in gelirlerinin ve üye sayısının artırılması</p>	<p>Kamu yatırımlarında ahşaba pozitif ayrımcılık yapılması</p> <p>Teşvik uygulamaları ve vergi indirimleri (tüketim, finansman ve yatırım aşamalarında)</p>
			Sektörden kişilerin mimarlık, mühendislik bölümünde okuyan öğrencilere burs, seyahat ve bunun gibi destekler vermesi	Mevzuat değişikliği (Yapı İşleri Genel Müdürlüğü)

EVRE V: VİZYON, GENEL AMAÇ VE EYLEME YÖNELİK ÇALIŞMALAR

Grup-1 (Yeşil): Türkiye Masif Ahşap Sektörü Stratejisi Genel Çerçevesi Vizyon ve Genel Amaç Çalışması

Vizyon ve Genel Amaç belirlenmesine yönelik oldukça kalabalık bir grupla çalışma yapılmıştır. Belirlenen tanımlama büyük grupta da tartışılarak benimsenmiştir. Ortaya çıkarılan tanımlamalar şu şekildedir:

Vizyon: "Türkiye’de masif ahşap sektörünü küresel ölçekte rekabetçi, sürdürülebilir büyümeyi sağlayan stratejik bir sektör haline getirmek."

Genel Amaç: "Küresel rekabeti ve istikrarlı büyümeyi hedefleyen, dünya ticaretinden daha fazla pay alan, tasarıma dayalı, katma değerli, istihdamı artıran, nitelikli işi gücüne sahip ve çevreye duyarlı bir yapıya ulaşmaktır."

Grup-2 (Kırmızı): Masif Ahşap Sektöründe verimlilik ve teknolojik gelişim için neler yapılması gerekiyor?

- Üniversite iş birliğiyle yerli makina üreticilerinin desteklenmesi.
- Teknik eleman yetiştirilmesi.
- Üretimde otomasyona geçilmesi. Bunun sağlanabilmesi için öncelikle iki konunun çözümlenmesi gerekiyor. Bunlar:
 - Hammadde konusunda kalite ve ölçü standardizasyonunun uygulanması. Hammaddenin değişik ölçülerde olması verimliliği düşürüyor. Değişik kalınlıklarda ürünler geldiğinde işletilmesi sırasında tekrar işlemlerin olduğu ve verimliliği düşürdüğü belirtildi.
 - Üretim esnasında ölçek ekonomisinin olması
- Firmaların her şeyi kendi bünyelerinde üretmeye çalışmaktan vazgeçmeleri ve yan sanayinin oluşmasına destek olmaları gerekiyor. Bu şekilde büyüme gerçekleşecek, gelirler artacaktır. Kümelenme sayesinde bir fabrika her şeyi yapmaya çalışmayacak, birden çok fabrika işin içerisine girecektir. Verimli çalışma ve karlı çalışma bu şekilde gerçekleştirilebilir. Beyaz Eşya ve Otomotiv sektörleri bu duruma örnek olarak gösterilebilir.
- Nitelikli hammadde temini: Taze tomruk tedarik edilmesi, vasfını kaybetmemiş ürünlerin tedarik edilmesi.
- Artık hammaddenin değerlendirilip katma değerli ürün haline getirilmesi AR-GE çalışabilir
- Dernek olarak teknolojik gelişimlerin takibi için fuar gezileri
- Dernek sanayi üniversite iş birliği ortamının sağlanması

Grup-3 (Mavi): Masif Ahşap Sektörünün yetişmiş eleman ihtiyacı hangi alanlardadır? İhtiyaç duyulan insan gücünün yetiştirilmesi için TORİD bünyesinde hangi faaliyetler yapılabilir?

Ahşap sektöründeki eleman ihtiyacı iki grupta toparlanmaktadır. Bunlar:

A. Mavi Gömlek (Emek yoğun)

- Çırak
- Vasıfsız
- Kalfa
- Usta
- Operatör (makine, CNC, robot..)

Bu tip elamanları bulmakta problem var, bulsanız bile tutamıyorsunuz, az çalışmak ve yüksek maaş almak istiyorlar.

B. Beyaz Gömlek

- Satış kadrosu
- Müdürler
- Mühendis (orman ve inşaat müh.)
- Mimar
- Teknikler
- Satın alma sorumluları

TORİD bünyesine Eğitim konusunda hangi Faaliyetler yapılabilir?

- TORİD bünyesinde İnsan Kaynakları konulu kurslar açılabilir.
- Çalıştaylar yapılarak, planlar oluşturulup, o yönde hareket edilebilir. Bunlardan birinde devletle temasa geçilebilir. Ahşapla gelişmişlik kol kola gidiyor. TORİD sektörü temsil eden bir kurum, dikkate alınacaktır.
- Stajyerlerin firmalarda çalıştırılmasının kolaylaştırılması
- Meslek liseleri ve yüksekokullar (2 yıllık): Birlikte bir okul açma TORİD bünyesinde devlet desteğiyle açılabilir. Organize sanayi bölgelerinde, endüstri meslek liselerini devlet teşvik ediyor ve okulu açan şirkete öğrenci başına yıllık 4.000₺ para yardımı yapıyor. Adana'nın, Konya'nın, Manisa'nın organize sanayi bölgelerinde bu şekilde gerçekleştirilmiş çok iyi örnekler var. Ancak, bu örneklerde, sektörel firmaların okullara önemli katkılarda bulunuyor.
- Karsızlık problemi nedeniyle gençler bu sektörde çalışmayı tercih etmiyor. Sektörün cazip hale getirilmesiyle çözülebilecek bir problem olduğu sonucuna varıldı.
- Çalışanların farklı departmanlarda tecrübe edinmesi: Farklı makinaların kullanarak deneyim kazanmak.
- Öğrenci aileleriyle temasa geçmek: Ailelere TORİD reklam aracılığıyla ulaşarak ahşabı sevdirebilir. Örneğin, Askeri okullara devletin öğrenci çağırması

- Meslek lisesine makine almak. Bu tip bağışlar vergiden düşülebiliyor.
- Motivasyon eksikliği: Kuşaklararası farklılıklar motivasyonu düşürüyor.
- Sanayi merkezleri ülkenin farklı yerlerine yayıldığında vasıfsız eleman açığı daha kolay karşılanabilir.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Fonu Türkiye Ofisi'nden Nuri Özbağdatlı'nın sunumundan Notlar:

Nuri Özbağdatlı'nın sunumuna Birleşmiş Milletler Kalkınma fonunu (UNDP) tanıtarak başladı. UNDP'nin 176 adet ülke ofisi var. Kalkınma fonunun dünyada şu an üzerinde çalıştığı 17 tane hedeften 7 tanesi doğrudan ormancılıkla ilişkili. Bu nedenle Türkiye ofisi ormancılık birimi oluşturuldu. Ormancılığın önemi sadece iklim değişikliği ve biyolojik çeşitlilik ile ilgili değil istihdam, gıda güvenliği vb. gibi çeşitli başka faktörleri de içeriyor.

Dünya nüfusu yaşılanıyor, bu nedenle her ülke kendisini bu durumlara hazırlamak durumunda. UNDP Türkiye, dışişleri bakanlığı, kalkınma bakanlığı ve diğer bakanlıklarla çalışarak kendi ülke programını hazırlıyor. Genç nüfusun artmaması öncelikle inşaat sektörü için bir sorun teşkil ediyor.

UNDP olarak inşaatta çelik ve çimento yerine ahşabı destekleyecek bir projenin hazırlıklarını 2015-2016'da yaptıklarını ve projeyi 2017'de başlatmak üzere çalıştıklarını söyledi. Projenin teknik çalışmaları tamamlanarak küresel çevre fonuna (GEF) sunulmuş.

Entegre orman yönetimi kapsamında daha fazla orman kesmemizin ve orman ürünlerinden daha fazla faydalanmanın çeşitlilik ve iklim değişiklikleriyle olan ilişkisi ortaya konuyor. Orman köylerinde fotoelektrik santraller kurarak güneş enerjisinden elektrik üretme üzerine çalışmalar yapılıyor.

Sürdürülebilir kalkınma hedefleri belirlenirken yeni kalkınma planlama sürecinde ormancılık sektörünün stratejik bir sektör olarak ortaya konması doğru olacaktır. Çünkü kökü bizde olan bir sektör. Kapsayıcı ve sürdürülebilir büyümeyi bu şekilde gerçekleştirebilir. UNDP, Kalkınma Bakanlığı ve Orman Genel Müdürlüğü ile beraber yürütmeyi planladığı projeler ile ormancılık sektörünü daha stratejik bir sektör haline getirmeyi amaçlamaktadır. Burada belirlenmiş fırsatları geliştirmek, tehditleri fırsata çevirmek üzere mevzuatın desteklemesi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının bir bütün halinde çalışması arzulamaktadır.

GENEL SONUÇ DEĞERLENDİRMESİ

TORİD Masif Ahşap Sektörü Arama Konferansı'nda 38 katılımcı üç gün boyunca büyük bir çaba ve heyecanla sektörün gelişimi için önemli başlıkları belirlemiş, tartışmış ve fikir üretmişlerdir. Konferansta 25 TORİD üyesi dışında kamu temsilcileri, akademisyen ve farklı alanlarda söz sahibi 13 katılımcının yer alması çıkan önerilerin önemini arttırmaktadır.

Genel sonuç değerlendirmesi bölümünde, Evre 2, Evre 4 ve Evre 5'in çıktılarını analiz etmek için dört ayrı **İLİŞKİ DİAGRAMI®** hazırlanmıştır. Milar Business Advisory Services tarafından geliştirilmiş İLİŞKİ DİAGRAMI'nda amaç, belirlenen maddeler arasında, tek yönlü ve çift yönlü ilişkiler ve benzerliklerin gösterilmesidir. Bu sayede çıktılar arasındaki ilişkiler değerlendirilmeye çalışılmıştır. Belirgin benzerlikler çizgi ile gösterilirken, dolaylı ilişkilerde kesik çizgi kullanılmıştır.

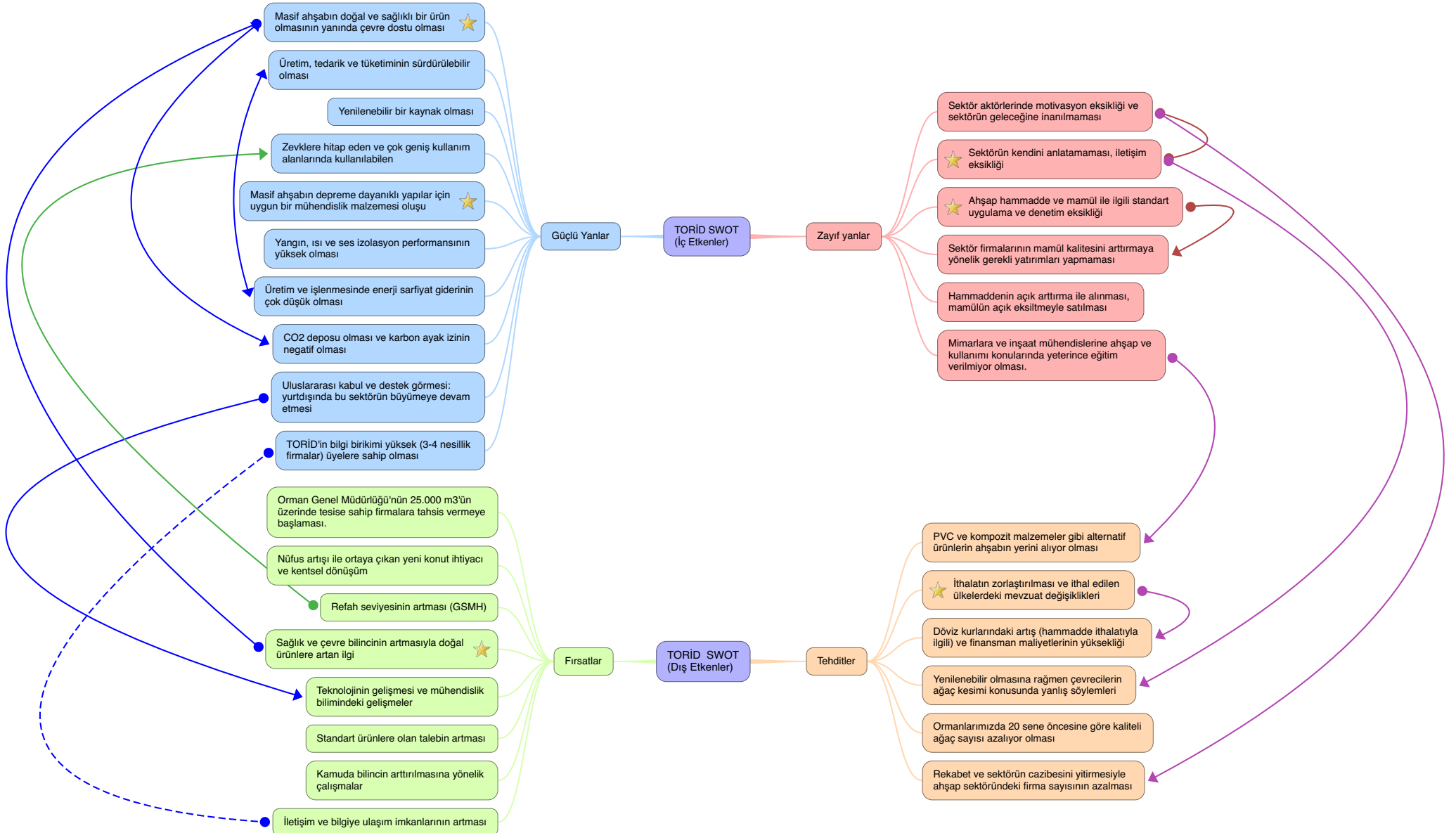
Dikkatle yorumlanırsa tüm maddeler arasında bir ilişkiden bahsedilebilir. Ancak, diyagramlarda belirtilen ilişkiler, özellikle dikkat çekilmek istenen ilişkileri göstermektedir. Başında yıldız işareti olanlar en önemli olduğu düşünülen maddeleri, şimşek simgesi olanlar ise en yaratıcı fikirleri temsil etmektedir.

Masif Ahşap sektörü SWOT matrisi ve ilişki diyagramı incelendiğinde şu yorumları yapmak mümkündür.

- Güçlü yanlarda en dikkati çeken iki madde "**Masif ahşabın doğal ve sağlıklı bir ürün olmasının yanında çevre dostu olması**" ile "**Masif ahşabın depreme dayanıklı yapılar için uygun bir mühendislik malzemesi oluşu**" olması gözükmemektedir.
- Zayıf yanlarda ise "**Sektörün kendini anlatamaması, iletişim eksikliği**" sorunu ile "**Ahşap hammadde ve mamul ile ilgili standart uygulama ve denetim eksikliği**" en dikkat çekici tehditler olarak gözükmemektedir.
- "**Sağlık ve çevre bilincinin artmasıyla doğal ürünlere artan ilgi**" en önemli fırsat alanlarından biri olarak sayılabilir.
- "**İthalatın zorlaştırılması ve ithal edilen ülkelerdeki mevzuat değişiklikleri**" ise en ciddi tehditlerden biri olarak gözükmemektedir.

SWOT matrisinde belirtilen unsurlar arasında ilişkiler diyagramı şu şekildedir:

MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ SWOT ANALİZİ İLİŞKİ DİAGRAMI



Masif Ahşap Sektörü yol haritası ilişki diyagramı ve Evre 4'de verilen yapılması gerekenler tablosu incelendiğinde en önemli eylem maddesi "**Sektörün kendini daha doğru tanıtılması**" olarak belirtilmektedir. Bu diyagrama bakıldığında en yenilikçi öneri "**Binalarda yapı elemanı ve malzemesi olarak en az %5 masif ahşap kullanım zorunluluğu getirilmesi**" olarak görülmektedir. Bu önerinin gerçekleştirilmesi için TORİD'ın Kamu ile ilişkilerinde ciddi bir lobi faaliyeti yapması ve sonrasında ciddi bir iş birliği olması gerekmektedir. Bu projenin hayata geçirilmesi muhtemelen ciddi zaman isteyecek, ancak gerçekleşmesi durumunda sektörün önünü açacaktır.

Masif Ahşap Sektörü TORİD ve Kamu ne yapmalı ilişki diyagramı incelendiğinde TORİD ile ilgili en önemli eylem maddeleri "**İletişim ve Masif Ahşap sektörünün doğru bilgilerle tanıtımı**" ile "**Ahşap yönetmeliğinin revizyonu, standartların geliştirilmesi ve denetimi**" olarak görülmektedir.

Kamu ile ilgili en önemli madde ise "**Masif Ahşap Sektörü'nün kalkınmada stratejik sektör olarak belirlenmesi**" dir. Ülkemiz topraklarının %27'sini kaplayan (21,7 milyon hektar) ormanlık alanların 11,5 milyon hektarı verimli orman statüsündedir. Ayrıca, Türkiye'de orman köylüsü sayısı 2012 yılı rakamlarıyla yaklaşık 7 milyondur. Bu iki unsur bile Masif Ahşap Sektörü'nün stratejik sektör olarak ilan edilmesi için kuvvetli iki sebeptir.

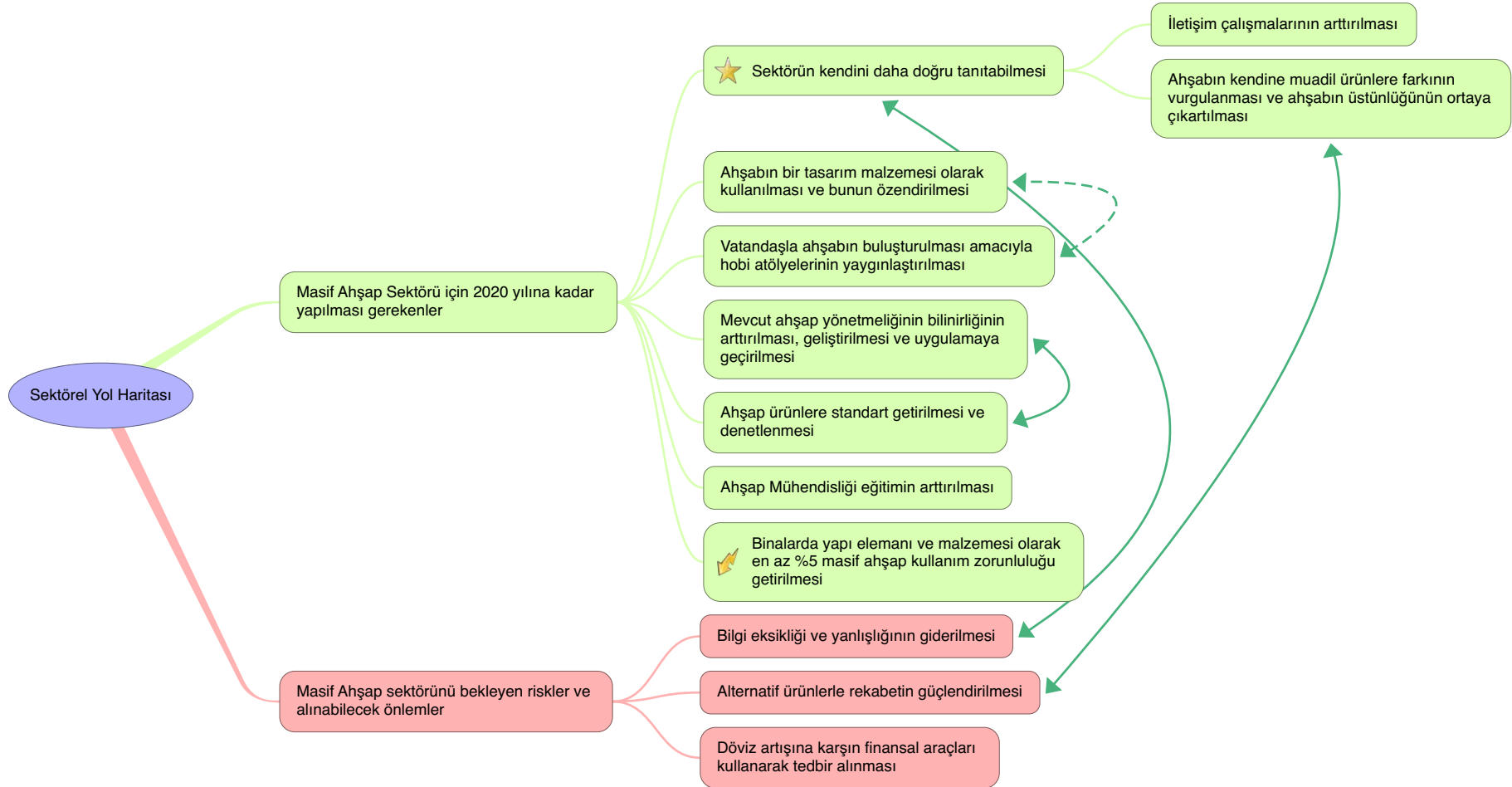
Dördüncü evrede 4 grupta çıkan önerileri gruplandırabilmek ve bir arada inceleyebilmek amacıyla Masif Ahşap sektörü için yapılması gerekenler tablosu oluşturulmuştur. Bu tablo incelendiğinde önerilerin özellikle 3 konu başlığında yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu başlıklar şu şekildedir:

1. **İletişim ve Masif Ahşap sektörünün doğru bilgilerle tanıtımı**
2. **Ahşap yönetmeliğinin revizyonu, standartların geliştirilmesi ve denetimi**
3. **Diğer STK'larla iş birlikleri ve nitelikli eleman yetiştirilmesi.**

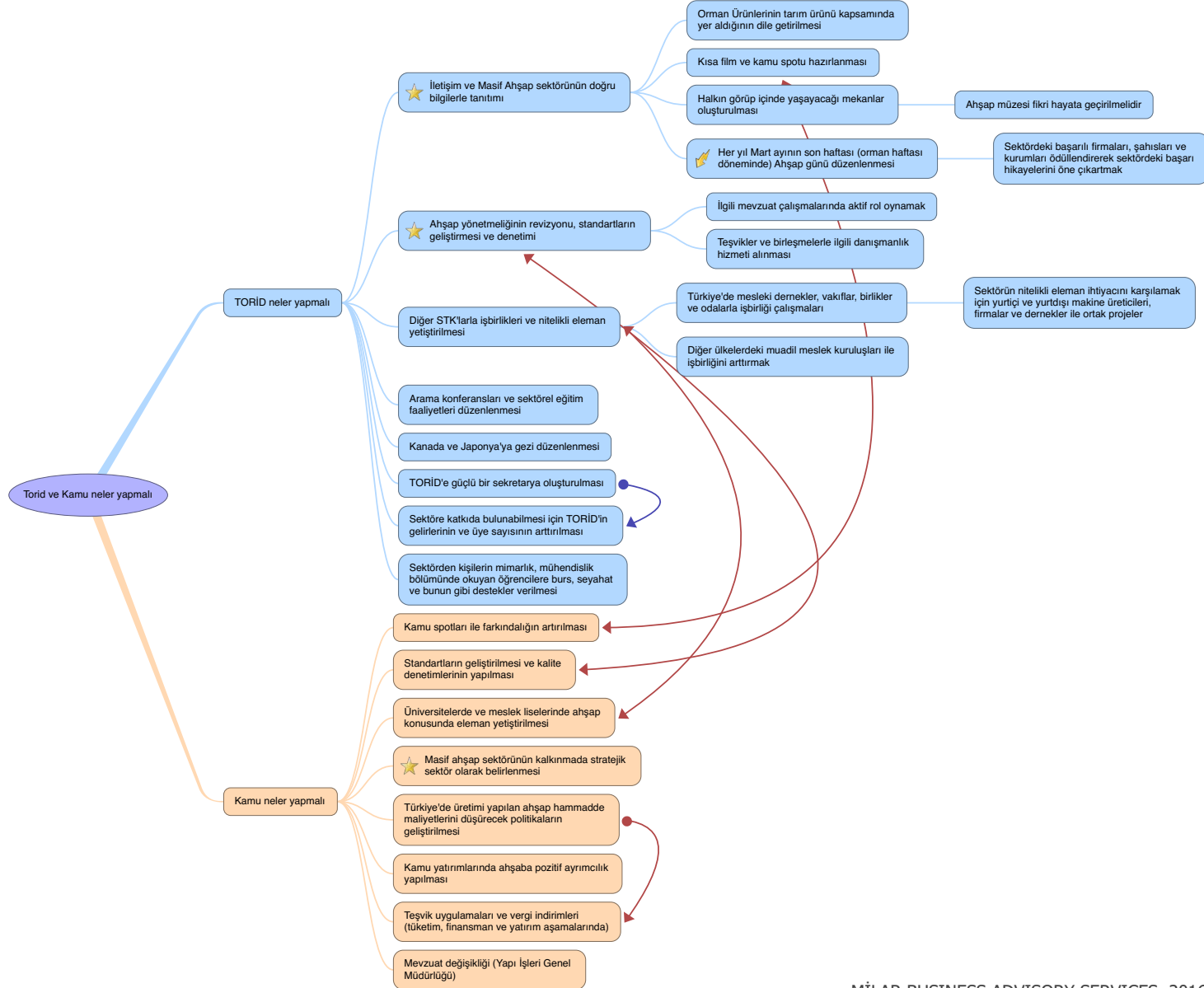
Evre 5 ile ilgili hazırlanan Masif Ahşap Sektörü Eyleme Yönelik Çalışmalar İlişki diyagramı incelendiğinde en önemli eylem maddesi "**Hammadde konusunda kalite ve ölçü standardizasyonunun oluşturulması**" olarak görülmektedir. Yine aynı diyagrama bakıldığında en yenilikçi öneri "**Artık hammaddenin değerlendirilerek katma değerli ürün haline getirilmesi için AR-GE çalışmaları yapılması**" söylene bilinir.

Evre 4 ve 5 ile ilgili hazırlanan diyagramlar şu şekildedir:

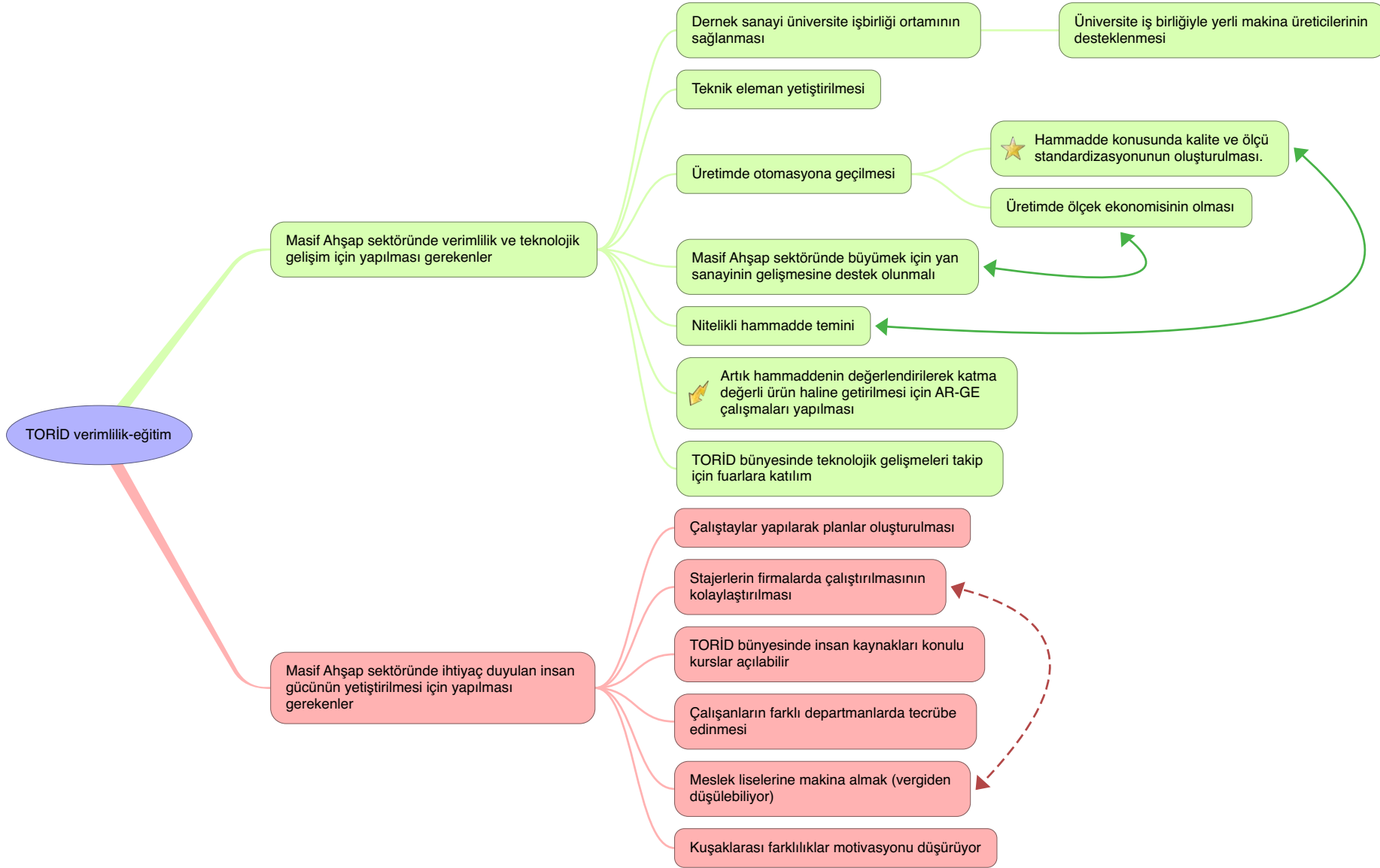
MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ YOL HARİTASI İLİŞKİ DİYAGRAMI



MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ TORİD VE KAMU NELER YAPMALI İLİŞKİ DİYAGRAMI



MASİF AHŞAP SEKTÖRÜ EYLEME YÖNELİK ÇALIŞMALAR İLİŞKİ DİYAGRAMI



KATILIMCILARIN GÖZLEM VE ÖNERİLERİ

Masif Ahşap Sektörü Arama Konferansının son bölümünde katılımcılara üç gün süren toplantı ile ilgili değerlendirmeleri soruldu. Katılımcıların değerlendirmeleri özetle şu şekildedir:

- Sabri Avcı (TORİD 1998-2010 Dönem Başkanı): TORİD'in güçlenmesi amacıyla diğer dernekleri de çatısı altında bulunduran bir konfederasyonun kurulmalıdır. Kurulacak olan bu konfederasyon ile katılım ve maddi destek artırılmalıdır. Böylelikle, sektörün içerisindeki oyuncular kaynaşabilir ve enerji sinerjiye dönüştürülebilir. Ayrıca, TORİD'in yönetiminin yenilemesi ve yeni yönetimde gençlere daha fazla yer verilmesi gerekmektedir.
- Celalettin Akça: 5 ile 10 yıl arasında değişen bir sürede sektörü stratejik hale getirmek amaçlı bir vizyon belirlendi. Bu vizyonun gerçekleştirilmesi için gerekli olan kalkınma modelinin belirlenmesi de gerekmektedir. Bu noktada farklı modeller bulunmaktadır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri gibi büyük bir pazarda inşaat, teknoloji ve üretim iç içe geçmiş iken, Avusturya'da üretim, teknoloji ve ihracat bir elden yürütülmektedir. Bu gibi farklı modellerin arasından Türkiye'ye ve sektöre uygun gelişim modelinin belirlenmesi gerekmektedir.
- Prof. Dr. Ahmet Türer (ODTÜ İnşaat Bölümü): Bu iki günlük çalışmadaki gözlemi doğrultusunda TORİD'in isterse bu sektörü çok başarılı bir şekilde hızla geliştireceğine inandığını söyledi. TORİD'in talebi doğrultusunda bu toplantıya katılan paydaşların yardıma hazır olduklarını belirtti. Konulan hedeflerin gerçekleştirilmesi amacıyla gerekli adımların atılması ve komiteler oluşturarak küçük gruplar halinde başka paydaşlarla etkileşim halinde çalışmaya devam edilmesi gerektiğini vurguladı. TORİD yönetim kuruluna organizasyon konusunda yardımcı olabilecek bir sekreteryanın oluşturulmasının da önemli olduğu tekrarladı.
- Ali Yurtoğlu: Yıllardır TORİD bünyesinde birtakım çalışmalar yapmak için konuşulduğunu ancak istenen sonuçların elde edilemediğini, bundan sonra sonuç alıcı çalışmalar için gayret gösterilmesi gerektiğini belirtti.
- Kerim Milar: Bu tip bir konferansı yapıp sonra önerileri hayata geçirmek için gerekli gayreti göstermemek yapılabilecek en büyük hatalardan biri. Arama konferansları fikir paylaşımlarıyla ortak aklın oluşturulduğu ortamlardır. Bu ortamlarda, biz katılımcılar moral depolamakta ve neler yapabileceğimize dair bir yol haritası çıkartmaktalar. TORİD de, söz konusu yol haritasının uygulamaya geçirilebilmesi için iki ya da üç komite oluşturulması ve eylem önerilerinin hayata geçirilmesi için çalışmalara başlanması gerekiyor. Arama konferansı ile uzun vadeye yayılmış sistematik bir gelişme sürecinden bahsetmekteyiz.
- Hakan Öztoprak: Bu tip bir toplantı ile motivasyon artmaktadır. Ancak, hemen toplantı sonrası bir mucize beklememeliyiz. Hedefe ulaşmak için uzun bir yolumuz var.

- Kenan Saraç (TORİD 2010-2014 Dönem Başkanı): Bu toplantıya gelen katılımcılar para kazanmak için değil, bir amaç uğruna geldiler. TORİD'in farkı bu. TORİD'in ne kadar önemli bir dernek olduğunu bir kere daha gördüm. TORİD bilinçli üyelere sahip, sektörden kişilerin danışabileceği, sektörü farklı ortamlarda temsil eden, geleceğe yönelik vizyon çalışmaları yapan ve yöneticilerin bireysel çıkarlarını dernek çıkarlarının önüne koymadığı etkili bir kurumdur. TORİD'in daha da büyümesi için aidatların arttırılması dahil elimizden gelen yapılmalıdır. Bu kapsamda oluşturulması planlanan konfederasyonun yönetimine TORİD geçmelidir. Sektörde bu Arama Konferansı gibi bir buluşmayı yapabilen başka bir dernek yok. TORİD bu Arama Konferansını 1,5 yıl sonra yenilemelidir.
- Ahmet Göktürk İnan (Başbakan Başdanışmanı-Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş'un danışmanı): Göktürk Bey, dışardan katılan biri olarak toplantıyı çok verimli bulduğunu belirtti. Katılımın oldukça iyi olduğunu, son gün dahi heyecanın devam ettiğini dile getirdi. Ortaya çıkan vizyonun ve amaçların olumlu bulduğunu ve devam ettirilmesi gerektiğini düşündüğünü söyledi.
- Yalçın Toy (Ulusal Ahşap Birliği Yönetim Kurulu Üyesi): Ulusal Ahşap Birliği sektörün farklı paydaşlarının olduğu bir birliktir. TORİD devletle çok iyi ilişkiler kurmuştur. Eskiden devletin o katı tutumu ortadan kalkmıştır. Bunun ötesinde, dünyayı takip etmek ve Türk ahşabına dünyada bilinirlik kazandırılması için hep birlikte çalışmak gerekmektedir. Bu çalışmalardan birisi, iki yılda bir gerçekleşen ve en son Avusturya'da gerçekleşen Dünya Ahşap Birliği Mühendislik Konferansıdır. Konferans haricinde sektörün önde gelenlerinin açtığı veya sponsor olduğu stantlar da bulunmaktadır. Türkiye de, ülkemizi tanıtmak amacıyla, 2020 yılı için aday olmuştur. Ancak, Şili seçilmiştir. TORİD'in, üniversitelerin ve sektörün desteğiyle bir sonraki konferans 2022'de ülkemizde gerçekleştirilebilir. Bunun haricinde, yongacıları rakip gibi görmek yerine meslektaş gibi görmenin çok daha faydalı olacağına inanıyorum. Sektörün önü katma değeri yüksek üretimle çok daha açılacaktır.
- Gökhan Yetkin (TORİD Başkanı): Arama konferansının ilk kez gerçekleşiyor olmasının önemine vurgu yaptı. Yapılan bu çalışmayla tarihe bir not düşüldüğünü, aradan yıllar geçse de 2016 yılında neler düşündüğümüzün bilineceğini belirtti. Yönetimde gelecek dönem görev alacak için bir yol haritası olacaktır. TORİD başkanın yapabildikleriyle sınırlı bir dernek. Başkanın yükünü paylaşan TORİD yönetim kurulunun temsil edebilme becerisi sayesinde TORİD danışılan bir dernek olmaktadır. Hedeflerin gerçekleştirilmesi, pazarın geliştirilmesi ve ahşaba prestij kazandırılmasının tek yolu ahşabı tanıtmaktır. Bu konuda insanların algısının değiştirilmesi de bütçeye bağlı bir konudur. Konfederasyonun oluşturulması, üye sayısının artırılmasına göre daha kapsamlı bir çözüm olarak öne çıkmaktadır. TORİD, temsil kabiliyeti bakımından diğer derneklerin üzerinde konumlanmaktadır. Ancak, maddi açıdan diğer derneklerden geride durumdadır. Maddi güce göre değil, devlet kanallarından alınan destekle liyakate göre bir dağılım yapılmalıdır ve TORİD'in liderlik vasfı kaybolmamalıdır.