



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

#YEREL
KALKINMA
HAMLESİ



T.C. KUZAY ANADOLU
KALKINMA AJANSI

NORTH ANATOLIAN DEVELOPMENT AGENCY

Bölgemizin Pusulası, Özgün Fikirlerin Referans Noktası

KARAVAN ÜRETİMİNDE

Tedarik Zinciri

Yerlileştirme

RAPORU





T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

#YEREL
KALKINMA
HATLESİ



T.C. KUZAY ANADOLU
KALKINMA AJANSI
NORTH ANATOLIAN DEVELOPMENT AGENCY

Bilginin Pusulası, Öğrenin Fikrilerin Referans Noktası

KARAVAN ÜRETİMİNDE

Tedarik Zinciri

Yerlileştirme

RAPORU



2024 - AĞUSTOS

www.kuzka.gov.tr

Bu belge, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanmıştır.

Belge No : 2024-RP-53/176

Revizyon No :

Revizyon Tarihi :

ISBN : 978-625-8409-38-3

Yazar : Semih KAYA
Birim Başkanı

Yayın Kurulu : Semih KAYA / Birim Başkanı
Sinan KACIR / Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler
Gözde DİKMEN / Yazı İşleri

Tasarım : Sinan KACIR
Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler

Yayın Tarihi : Ağustos /2024 / 1. Basım

Basım Yeri :

Matbaa Sertifika No:

Bu eserin her türlü yayın hakkı Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansına aittir.

Yayının kısmen ya da tamamen yayınlanması ve çoğaltılmasının fikri mülkiyet hukukuna tabidir. Kaynak gösterilmek ve atıfta bulunmak kaydı ile Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı yayınları üçüncü kişilerce kullanılabilir.

T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı

Kuzeykent Mah. Kayın Sk. No:9 37150 KASTAMONU

Tel.: 0 (366) 212 58 52 Faks: 0 (366) 212 58 55

E-posta: bilgi@kuzka.gov.tr

www.kuzka.gov.tr

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapor, karavan üretiminde tedarik zincirinin yerleştirilmesi üzerine kapsamlı bir inceleme sunmaktadır. Rapor, küresel ve yerel pazar analizleri, tedarik zinciri ekosisteminin detaylı değerlendirmesi, mevcut durum analizi ve geleceğe yönelik öneriler içermektedir. Özellikle Avrupa pazarındaki eğilimler ve Türkiye'nin karavan üretimindeki son yıllarda gözlenen büyük gelişmelerle bu pazara nasıl entegre olabileceği ele alınmaktadır.

Pandemi sonrası dönemde doğaya dönüş eğilimleri ve seyahat kısıtlamaları, karavan turizmine olan ilgiyi artırmıştır. Türkiye'nin coğrafi avantajları ve üretim kapasitesi, sektördeki potansiyelini ortaya koymaktadır. Türkiye, karavan kullanımının en yoğun olduğu coğrafyalardan biri olan Avrupa'ya erişim açısından stratejik bir avantaja sahiptir; bu durum, yerli üretimin artırılması ve ithalat bağımlılığının azaltılması için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Karavan üretimi sektörü, Türkiye'de kamp ve karavan turizminin gelişmesiyle birçok girişimcinin ilgi gösterdiği bir alan haline gelmiştir. Ancak, hem turizm hem de üretim ayağında sektör henüz olgunlaşmamıştır. Yerli üretim oranlarının artırılması ve tedarik zincirinin yerleştirilmesi, sektördeki bu olgunlaşma sürecini hızlandıracaktır.

Karavan üretiminde tedarik zinciri; mekanik ve elektrik aksamı, iç mekan ve mobilya, dış aksesuarlar ve ekstra ekipmanlar gibi birçok bileşeni kapsamaktadır. Raporda, Türkiye'de bu bileşenlerin yerleştirilmesi için masabaşı araştırmalar yapılmış, sektördeki STK'lar ve firmalar ile görüşülerek mevcut durum analiz edilmiş, süreçte karşılaşılan zorluklar ile fırsatlar belirlenmiştir. Halihazırda, ihracata uygun bir karavanın ortalama yerlilik oranı %25 seviyesindedir ancak gerekli stratejilerin uygulanması durumunda bu oranın %80 seviyelerine çıkarılabileceği değerlendirilmektedir.

Karavan üretiminde tedarik zincirinin yerleştirilmesi, Türkiye'nin bu sektördeki rekabet gücünü artıracak ve ekonomik büyümeye katkı sağlayacaktır. Bu raporda sunulan analizler ve öneriler, sektörün gelişimi için stratejik bir yol haritası sunmaktadır. Karavan üretiminde yerleşme sürecinin başarılı bir şekilde yönetilmesi, Türkiye'nin bu alandaki potansiyelini tam anlamıyla gerçekleştirmesine olanak sağlayacaktır.

Raporun sonunda, karavan üretiminde tedarik zincirinin yerleştirilmesine yönelik somut öneriler sunulmaktadır. Bu öneriler arasında yerli üreticilerin desteklenmesi, AR-GE çalışmalarının teşvik edilmesi, eğitim ve istihdam olanaklarının artırılması gibi stratejik adımlar yer almaktadır. Ayrıca, Avrupa pazarına açılmak için yapılması gerekenler ve Türkiye'nin bu pazarda nasıl rekabet edebileceğine dair analizler bulunmaktadır.

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	6
2. KARAVAN ÜRETİMİ SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ	8
2.1. Dünya’da Karavan Üretim Sektörü	12
2.2. Türkiye’de Karavan Üretim Sektörü	17
3. KARAVAN ÜRETİMİNDE TEDARİK ZİNCİRİ EKOSİSTEMİ	26
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	36
5. KAYNAKÇA	39

ŞEKİLLER

Şekil 1: Dünya Geneli Tescil Edilen Karavan Sayıları.....	12
Şekil 2: Kıtalara Göre Karavan Tescilinin Dağılımı.....	13
Şekil 3: Avrupa Ülkerinde Bulunan Karavan Sayıları	13
Şekil 4: Avrupa’da Karavan Harcamaları	14
Şekil 5: Avrupa’da Kamp Aracı Türü Tercihleri	14
Şekil 6: Avrupa’da Yeni Tescil Edilen Çekme Karavanların Üretici Dağılımı	15
Şekil 7: Avrupa’da Yeni Tescil Edilen Motor Karavanların Üretici Dağılımı	15
Şekil 8 Yıllar İtibariyle karavan Dış Ticareti	20
Şekil 9: Karavan Üretim Süreci	26
Şekil 10: Karavan Bileşenleri	27
Şekil 11: Karavan Tedarik Zinciri Ekosistemi	28

TABLolar

Tablo 1: Karavan Üretici İstatistikleri	17
Tablo 2: Yıllara Göre Çekme Karavan Üretim Adeti ve Değeri	17
Tablo 3: Yıllara Göre Trafiğe Kayıtlı Karavanlar (Kümülatif)	18
Tablo 4: Motor Karavan Ür. Kul. Araç Markaları ve Yıllara Göre Adetleri	19
Tablo 5: Tescil Edilmiş Karavanların Model Yıllarına Göre Adetleri	19
Tablo 6: 2017-2023 Yılları İllere Göre Tescil Edilmiş Kümülatif Karavan Sayıları	20
Tablo 7: Yıllar İtibariyle Karavan Dış Ticareti	21
Tablo 8: GTİP Koduna Göre Karavan Dış Ticareti	22
Tablo 9: Türkiye’nin Ülkelere Göre İhracatı (2014-2023 Toplam İhracat).....	22
Tablo 10: Türkiye’nin Ülkelere Göre İthalatı (2014-2023 Toplam İthalat).....	23
Tablo 11: Bileşenler Bazında Karavan Tedarik Zinciri Analizi	29
Tablo 12: Karavan Tedarik Zinciri - Tanımlayıcı Ürün Tablosu	33

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ACSI	Auto Camper Service International
CIVD	Alman Karavan Endüstrisi Birliği (Caravaning Industrie Verband e.V.)
ECF	Avrupa Karavan Federasyonu (European Caravan Federation)
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
KAİTED	Karavan İmalatçıları ve Tedarikçileri Derneđi
KARENDER	Karavan Endüstrisi Derneđi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

1



GİRİŞ



1. GİRİŞ

Karavan turizmi, son yıllarda hem Türkiye'de hem de dünyada hızla büyüyen ve gelişen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu büyümenin arkasında yatan nedenler arasında, doğa ile iç içe tatil anlayışının artması, kişisel seyahat özgürlüğüne duyulan ilginin yükselmesi ve pandemi sürecinin bireysel seyahatlere olan talebi artırması gibi tüketici tercihlerinde yaşanan değişimler yer almaktadır.

Karavan turizminin gelişimine paralel olarak karavan üretimi de son yıllarda ülkemizde hızla büyüyen sektörler arasındadır. Ancak, bu sektörün sürdürülebilir bir şekilde büyümesi ve gelişmesi, sağlam ve etkin bir tedarik zincirinin varlığına bağlıdır.

Tedarik zinciri yönetimi, her üretim konusunda olduğu gibi karavan üretiminde de kritik bir öneme sahiptir. Üretimde kullanılan malzemelerin temini, zamanında ve kaliteli bir şekilde sağlanmadığı takdirde, üretim süreçlerinde aksaklıklar yaşanabilir ve bu durum nihai ürün kalitesine olumsuz yansır. Dolayısıyla, tedarik zincirinin etkin bir şekilde yönetilmesi, sektörün rekabet gücünü artırılması ve müşteri memnuniyetini sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu raporun amacı, Türkiye'de karavan üretiminde tedarik zincirinin yerli kaynaklarla nasıl ikame edilebileceğini incelemektir. Yerli tedarik zincirinin geliştirilmesi, ekonomik açıdan olduğu kadar stratejik açıdan da önemli avantajlar sunmaktadır. Yerli üretimin desteklenmesi, ithal ikame ticaret politikalarına paralel olarak, yerli üreticilerin güçlenmesine ve istihdamın artmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, tedarik güvenliğinin artırılması ve dışa bağımlılığın azaltılması, sektörde daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir yapı oluşturulmasına olanak tanıyacaktır.

Bu raporda, öncelikle karavan üretimi sektörüne genel bir bakış sunulmaktadır, ardından mevcut tedarik zinciri ekosistemi detaylı olarak incelenmektedir. Daha sonra, tedarik zincirinin yerleştirilmesi için uygulanabilecek stratejiler üzerinde durulmakta ve son olarak, bu stratejilerin uygulanması halinde elde edilebilecek faydalar ile ilgili değerlendirmeler ve öneriler sunulmaktadır. Böylece, karavan üretiminde yerli tedarik zincirinin geliştirilmesine yönelik politika yapıcıların karar alma sürecine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

2

KARAVAN ÜRETİMİ SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ



2. KARAVAN ÜRETİMİ SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

Karavan çeşitleri, kullanıcıların ihtiyaçlarına ve kullanım amaçlarına göre çeşitli kategorilere ayrılmaktadır ancak karavanlar genel olarak 2 ana çeşit altında sınıflandırılmaktadır. Çekme karavanlar, bir aracın arkasına bağlanarak taşınabilen, genellikle daha kompakt ve hafif modellerdir. Motor karavanlar ise motorlu taşıtlarla entegre olup, sürüş sırasında rahatlıkla kullanılabilir ve genellikle daha büyük bir yaşam alanı sunan modellerdir. Her bir karavan türü, tüketicilerin farklı seyahat tarzlarına ve yaşam alanı ihtiyaçlarına hitap ederek doğa ile iç içe olmayı sevenlere çeşitli seçenekler sunmaktadır.

Kullanım amacı gereği karavanlar neredeyse tüm dünyada taşıtlarla benzer mevzuat düzenlemeleri altında idari denetime tabidir. Ülkemizde can ve mal güvenliği yönünden; karayollarında trafik düzeninin sağlanması ve trafik güvenliğini ilgilendiren hususlarda alınacak tedbirler Karayolları Trafik Kanunu ve ikincil mevzuatıyla düzenlenmektedir.

Bahsi geçen ikincil mevzuatlardan biri olan Karayolları Trafik Yönetmeliği'nde motorlu karavanlar "Özel amaçlı taşıtlar" kapsamında değerlendirilmiş olup aşağıdaki gibi tanımlanmıştır (Resmi Gazete (Sayı:23053 mükerrer), 1997);

Motorlu Karavan: En az aşağıdaki ekipmanları kapsayan, yatacak yeri olan özel maksatlı M sınıfı SA kodlu motorlu araçtır.

- (i) Koltuklar ve masa,
- (ii) Koltuklardan dönüştürülebilecek uyku yatağı,
- (iii) Yemek pişirme imkânları,
- (iv) Depolama/Saklama imkânları.

Bu ekipmanlar oturma bölümüne sabit olarak monte edilir; ancak masa kolayca çıkarılabilecek şekilde tasarlanabilir.

Çekme karavanlar ise aynı Yönetmelik kapsamında O sınıfı olarak değerlendirilmekte olup aşağıdaki gibi tanımlanmış ve sınıflandırılmıştır;

O Sınıfı – Bir motorlu araç tarafından çekilen römork veya yarı römork motorsuz yük taşıma araçlarıdır.

O1 Sınıfı: Azami ağırlığı 0.75 tonu aşmayan motorsuz yük taşıma aracıdır.

O2 Sınıfı: Azami ağırlığı 0.75 tonu aşan, ancak 3.5 tonu aşmayan motorsuz yük taşıma aracıdır.

O3 Sınıfı: Azami ağırlığı 3.5 tonu aşan, ancak 10 tonu aşmayan motorsuz yük taşıma aracıdır.

O4 Sınıfı: Azami ağırlığı 10 tonu aşan motorsuz yük taşıma aracıdır.

Mevzuatta bulunan sınıflandırmalara ek olarak sektörde gövde yapısına, büyüklüğe ve kullanım amaçlarına göre birçok karavan çeşidi bulunmaktadır. Bu ürün çeşitliliği tedarik zincirini de etkilemektedir. Avrupa'da ve ülkemizde yoğunlukla tercih edilen karavan çeşitleri aşağıdaki görselde özetlenmektedir.



A Sınıfı

Sürücü kabini dahil olmak üzere tamamen karavan üreticisi tarafından yapılan motorlu karavan türüdür. Genellikle kamyon şasisleri üzerine entegre edilirler. B sınıfı ehliyet ile kullanılamazlar.

Boyut: Genellikle 10 mt uzunluk, 4 mt yükseklik

Ağırlık: 3.500-7.000 kg arası

Yatak Kapasitesi: 4-8 kişi

Donanım: Tam donanımlı mutfak, banyo, yatak odası, geniş oturma alanı, lüks mobilyalar ve teknoloji entegrasyonları

Şasi: Kamyon veya otobüs şasisi

Fiyat: Yüksek



**B Sınıfı
(Campervan)**

Van olarak adlandırılan ticari araçlardan dönüşüm yapılan, kompakt bir donanıma sahip karavan türüdür. B sınıfı ehliyet ile sürülebilir ve yolcu aracı olarak kullanılabilirler. Yüksek tavanlı modelleri de bulunmaktadır.

Boyut: Genellikle 6 mt uzunluk, 2,5-3 mt yükseklik

Ağırlık: 2.000-3.500 kg arası

Yatak Kapasitesi: 2-4 kişi

Donanım: Kompakt mutfak, banyo (bazılarında), yatak alanı, dar oturma alanı

Şasi: Ticari van veya minibüs şasisi

Fiyat: Orta



**C Sınıfı
(Alkovenli Karavanlar)**

Genellikle sürücü kabinli ticari araçların şasisleri üzerine entegre edilen, kabin üzerindeki yalıtımlı alanda yatak bulunan karavan türüdür. 3.500 kg ve altı ağırlığa sahip olan modeller B sınıfı ehliyet ile kullanılabilirler.

Boyut: Genellikle 8 mt uzunluk, 3,35 mt yükseklik

Ağırlık: 3.000-5.000 kg arası

Yatak Kapasitesi: 2-4 kişi

Donanım: Kompakt mutfak, banyo (bazılarında), yatak alanı, dar oturma alanı

Şasi: Ticari araç veya kamyonet şasisi

Fiyat: Orta



**Çekme Karavan
(O1 Sınıfı)**

Motoru olmayan, çekici bir araç ile hareket ettirilen karavan türüdür. Ağırlıkları en fazla 750 kg olan O1 sınıfı karavanların tescil zorunluluğu yoktur.

Boyut: Genellikle 4 mt uzunluk, 2-3mt yükseklik

Ağırlık: 750 kg'den az

Yatak Kapasitesi: 2-4 kişi

Donanım: Kompakt mutfak, banyo (bazılarında), yatak alanı, dar oturma alanı

Fiyat Aralığı: Düşük



**Çekme Karavan
(O2 Sınıfı)**

Motoru olmayan, çekici bir araç ile hareket ettirilen karavan türüdür. Ağırlıkları 750 kg'den fazla 3.500 kg'den az olan O2 sınıfı karavanların tescil zorunluluğu bulunmaktadır.

Boyut: Genellikle 4-7 metre uzunluk, 2-3mt yükseklik

Ağırlık: 751-3.500 kg arası

Yatak Kapasitesi: 4-8 kişi

Donanım: Kompakt mutfak, banyo, yatak odası, oturma alanı, teknoloji entegrasyonları

Fiyat Aralığı: Orta



Pick-up Karavan

İhtiyaç durumunda pick-up tarzı araçların üzerine modüler olarak yerleştirilip tekrar çıkarılabilen, genellikle kısa süreli seyahatler için tasarlanmış alternatif ürünlerdir. Yük olarak sınıflandırıldığı için tescil zorunluluğu bulunmamaktadır.

Boyut: Genellikle 3-4 metre uzunluk, 2mt yükseklik

Ağırlık: 400-600 kg arası

Yatak Kapasitesi: 2 kişi

Donanım: Kompakt mutfak, banyo (bazılarında), yatak alanı, dar oturma alanı

Fiyat Aralığı: Orta

Kaynak: Aşağıdaki kaynaklar kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur;

- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2022). Karavan Turizmi Zirvesi Raporu
- <https://www.caravanindustry.com.au/accreditation/rvmap/types-of-recreational-vehicles/>
- <https://omcmotorhomes.co.uk/motorhomes-types/>
- <https://www.hotomobil.com.tr/gladiator-karavan>

Motor karavanlar, yaşam alanına sahip motorlu bir araç olarak tatillerde "hepsi bir arada" çözüm sunan modellerdir. Çoğu motor karavan, uyuma alanı, mutfak ve sıhhi tesisatlarla donatılmışken, bazı daha kompakt modellerde banyo bulunmayabilir. Motor karavanlar, üreticiye ve fiyat aralığına bağlı olarak çeşitli tasarım ve boyutlarda olup, konfor ve sürüş performansı açısından farklılık göstermektedir.

Buna karşın, çekme karavanlar çekici bir araca ihtiyaç duymakta ve bu nedenle kendi başına hareket edememektedir, ancak bu durum karavanla tatil yapmayı konaklama yerinde daha esnek hale getirmektedir. Karavan, kamp veya park yerinde yaşam alanı olarak kullanılırken, çekici araç çevreyi keşfetmek için kullanılabilir. Bu özellikler, motor karavan ve çekme karavanın farklı tatil ihtiyaçlarına hitap etmesini sağlamaktadır.

Son yıllarda kullanımı artan bir başka tür ise pick-up karavanlardır. Bu modeller pick-up kamyonetlerin arkasına monte edilen veya taşınabilen bir karavan türüdür. Bu karavan türü, kullanıcıya hem bir pick-up kamyonetin esnekliğini hem de bir karavanın konforunu sunmaktadır. Kullanıma ihtiyaç duyulmayan zamanlarda ise araç üzerinden alınarak depolanabilir böylece aracın normal bir kamyonet olarak kullanımı mümkün hale gelmektedir.

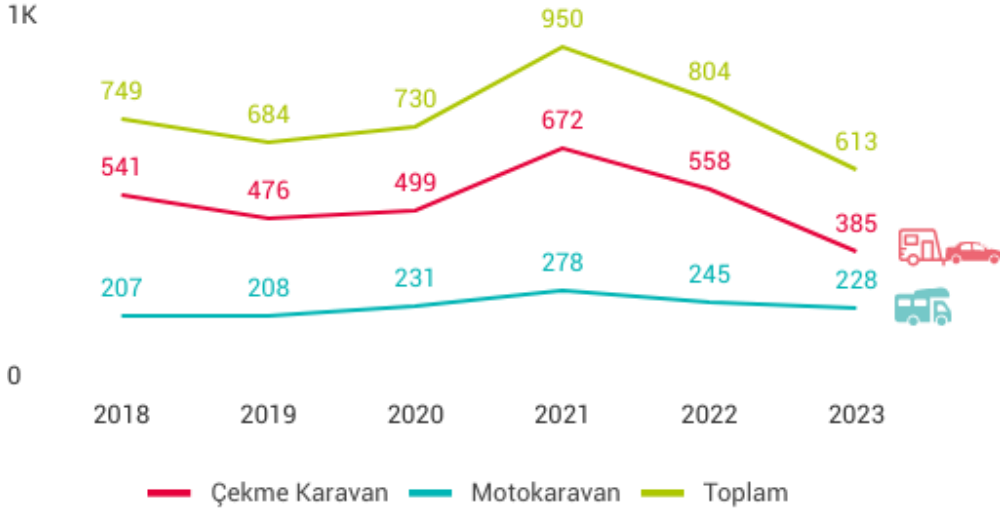
Diğer sektörlerde olduğu gibi karavan üretimi için belirlenen uluslararası standartlar ürün, hizmet ve süreçlerin kalitesini güvence altına alarak sektörün varlığı için kritik bir rol oynamaktadır. Doğru standartların bilinmesi ve uygulanması, hem rekabet avantajı sağlamak hem de müşteri memnuniyetini korumak açısından göz ardı edilemeyecek bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Standartlar, sürekli ve karşılaştırılabilir bir ürün kalitesi sunarak nihai tüketiciler nezdinde güven kazanılmasına, ayrıca üreticiler için yasal güvence sağlanmasına imkan tanımaktadır.

Bu bağlamda, Avrupa'da karavanlara yönelik standartlar ilk kez 1998 yılında Almanya'da yayımlanmış olup, bu standartlar düzenli olarak güncellenmekte ve her beş yılda bir gözden geçirilmektedir. DIN EN 1645-1:2012, DIN EN 1646-1:2012 ve DIN EN 1647:2012 gibi standartlar karavanların yaşam alanları için gerekli olan kalite ve güvenlik şartlarını detaylı bir şekilde tanımlarken DIN EN 1648-1 ve DIN EN 1648-2 gibi standartlar ise karavanlarda kullanılan elektrik tesisatlarının güvenliği üzerine odaklanmaktadır. DIN EN 721 ve DIN EN 1949 gibi standartlar da havalandırma ve gaz tesisatları gibi yüksek güvenlik gerektiren konularda ihtiyaç duyulan minimum gereksinimleri belirleyerek hem yangın riski gibi tehlikeleri azaltmak hem de kullanıcı güvenliğini sağlamaktadır (CIVD, 2024).

Bu kapsamlı standartlar sistemi, hem üreticiler hem de kullanıcılar için güvenli ve kaliteli bir sektör oluşturmayı hedeflemektedir. Standartların düzenli olarak gözden geçirilmesi ve güncellenmesi, sektörün sürekli gelişen teknolojilere ve kullanıcı ihtiyaçlarına uyum sağlamasına olanak tanımaktadır. Dolayısıyla, üretici firmalar tarafından standartların doğru ve etkin bir şekilde uygulanması, sektördeki rekabet gücünü artırırken, tüketicilerin de bu standartlara uygun ürünleri tercih etmesi de uzun vadede sektörel sürdürülebilirliği de destekleyecektir. Ayrıca, özellikle Avrupa pazarına ihracat yapmayı hedefleyen yerli üreticilerin tüm bu asgari standartlara uygun kaliteli ve güvenli ürün üretmesi gerekmektedir.

2.1. Dünya'da Karavan Üretim Sektörü

Tüm dünyada COVID pandemisinin getirdiği sokağa çıkma yasakları tüketici tecihlerinin kısa bir zaman dilimi içinde değişmesine neden olmuştur. İnsanlar bu dönemde karavanları kalabalık metropollerden doğaya kaçış aracı olarak görmüş ve nitekim karavan kullanımında, dolayısıyla da üretiminde kısa süre içerisinde büyük artışlar yaşanmıştır ancak pandemi sonrası dönemde karavanlara yönelik tüketici talebi dengelenme eğilimindedir. Karavan sektöründe tüm yönüyle faaliyet gösteren en büyük STK'lardan biri olan Alman Karavan Endüstrisi Birliği (CIVD) Raporu'na göre 2023 yılında tüm dünyada yeni karavan tescilinde %23,8 düşüş yaşanırken 613 bin yeni karavan tescili yapılmıştır (CIVD, 2024).

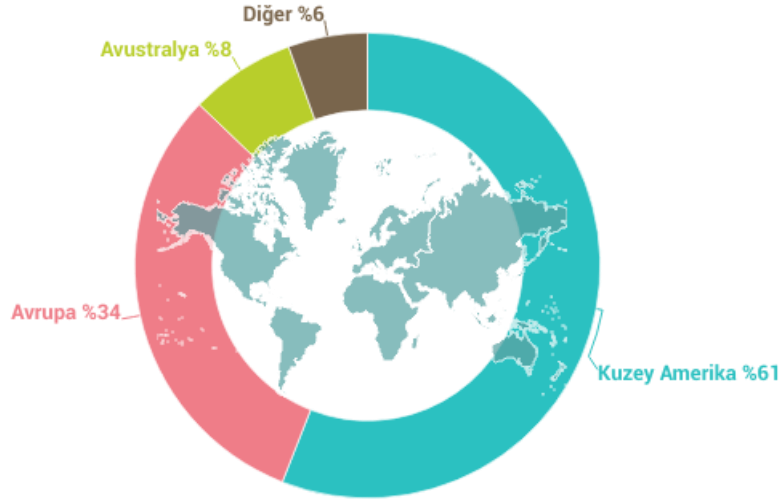


Şekil 1: Dünya Geneli Tescil Edilen Karavan Sayıları (Bin/Adet)

Kaynak: CIVD, 2024

Tescil edilen bu karavanların yarısından fazlası Kuzey Amerika kıtasında yer almaktadır. Avrupa kıtası ise ikinci sırada olup %34'lük bir pazar payına sahiptir. Pandemi sırasında oluşan yüksek tüketici talebi 2019 yılı seviyelerine gerilemiştir. Bu düşüşün en yüksek olduğu bölge olan Kuzey Amerika pazarı %34 küçülerek 2008 mali krizinde yaşanan sert düşüşün bir benzeri yaşanmıştır. Avrupa ise yaşanan düşüşe rağmen görece dirençli bir pazar olduğunu kanıtlamıştır. 2023 yılında yalnızca Avustralya, Çin ve Yeni Zelanda pozitif büyümeye sahiptir (CIVD, 2024).

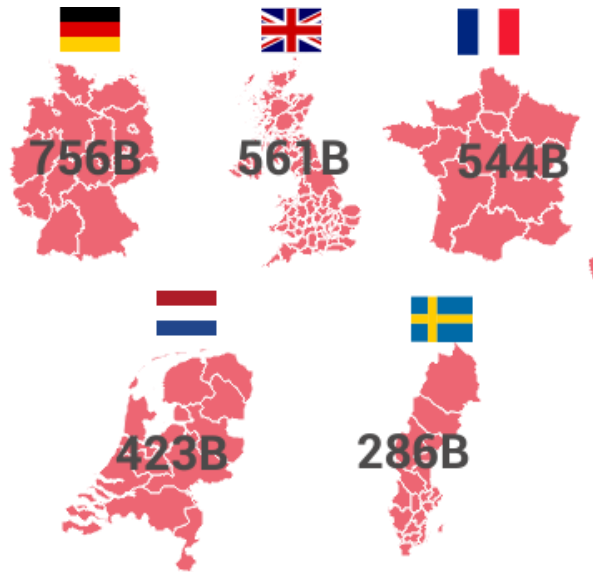
2023 yılında tescil edilen karavanların %37'si motor karavan, %63'ü ise çekme karavan tipi araçlardır. Bu yılda pazarda yaşanan daralmada en fazla etkilenen araç tipi çekme karavandır. Çekme karavanlarda 2023 yılında Kuzey Amerika pazarı %38, Avrupa pazarı ise %11 küçülmüştür. Motor karavanda ise Kuzey Amerika pazarı %22,8, Avrupa pazarı ise %1 küçülürken Çin'de yaşanan %22,4'lük büyüme dikkat çekmektedir.



Şekil 2: Kıtalaraya Göre Karavan Tescilinin Dağılımı (Yüzde)

Kaynak: CIVD, 2024

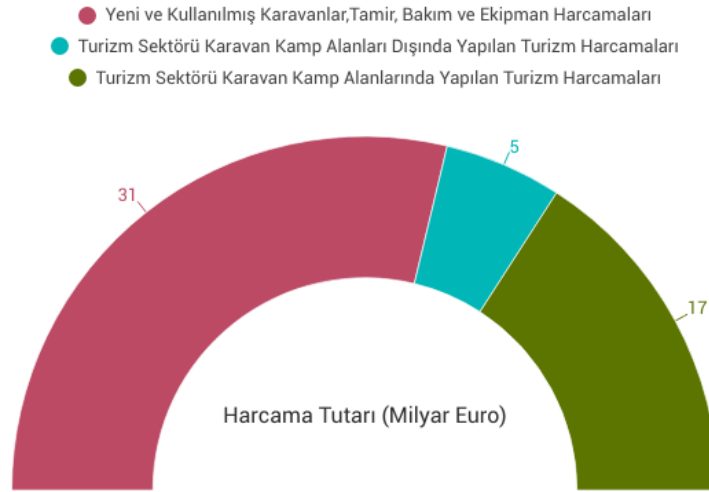
Avrupa'da bulunan karavanların ülke bazında dağılımına bakıldığında ise Almanya 750 bini aşan karavan ile açık ara pazarın en büyük olduğu ülke konumundadır. Almanya'yı benzer Birleşik Krallık, Fransa ve Hollanda takip etmektedir. İsveç ise bu ülkelerin yaklaşık yarısı kadar karavana sahiptir.



Şekil 3: Avrupa Ülkelerinde Bulunan Karavan Sayıları

Kaynak: CIVD, 2023

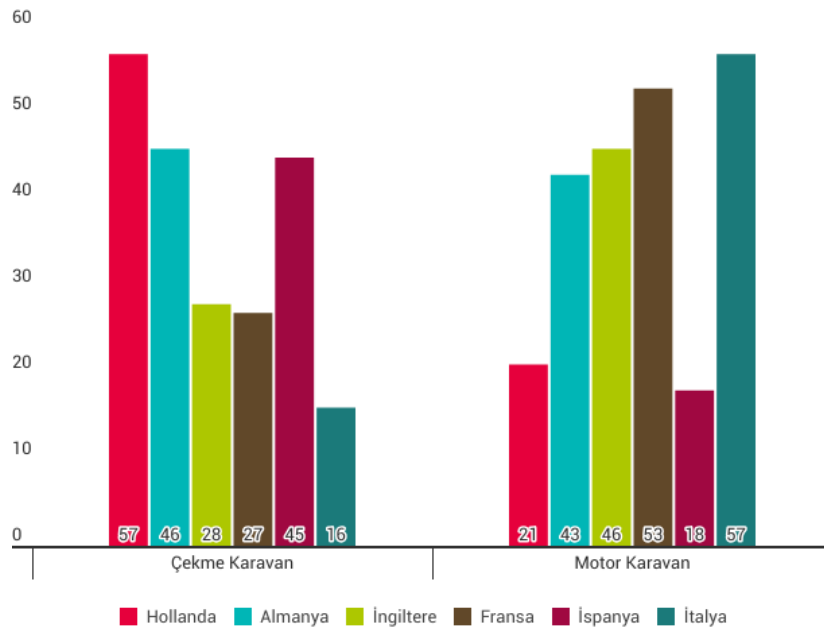
Avrupa Karavan Federasyonu (ECF) verilerine göre Avrupa'da karavan turizminin yarattığı ekonomik büyüklük yıllık yaklaşık 53 Milyar Euro'dur. Bu harcamaların %56'lık kısmına denk gelen 31 Milyar Euro yeni veya kullanılmış karavan alımları, bu araçların tamir ve bakımları ile ekipman alımları kapsamında harcanmıştır.



Şekil 4: Avrupa'da Karavan Harcamaları (Milyar Euro)

Kaynak: DWIF, ECF, 2020

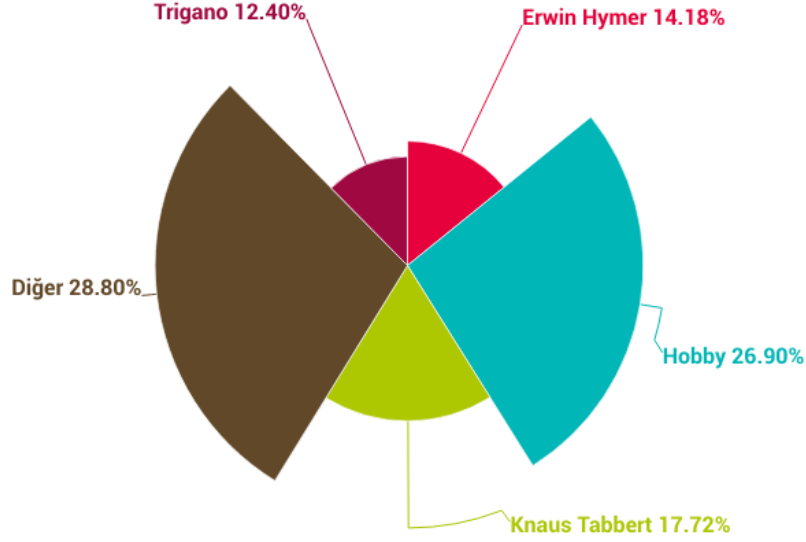
Auto Camper Service International (ACSI) tarafından yapılan pazar araştırmalarına göre Avrupa'da tüketiciler tarafından tercih edilen kamp aracı türlerine baktıldığında Hollanda, Almanya ve İspanya'da çekme karavanların, İngiltere, Fransa ve İtalya'da ise motor karavanların daha çok tercih edildiği görülmektedir.



Şekil 5: Avrupa'da Kamp Aracı Türü Tercihleri (Yüzde)

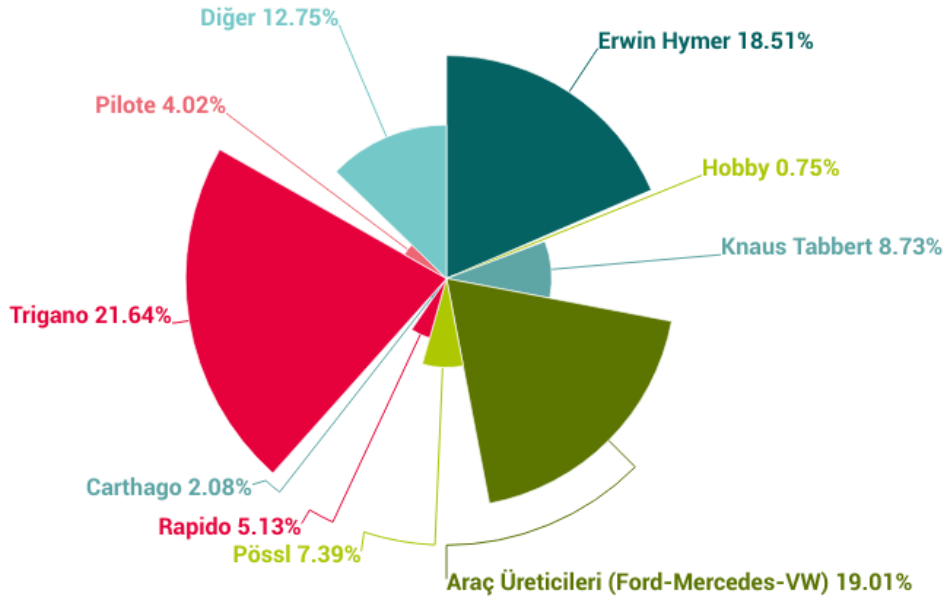
Kaynak: ACSI, 2019

Avrupa'da yeni tescil edilen karavanların üretici dağılımına bakıldığında; çekme karavan üretiminde Hobby, Knaus Tabbert, Erwin Hymer ve Trigano; motor karavanda ise Trigano ve Erwin Hymer ile Ford, Volkswagen, Mercedes-Benz gibi küresel araç üreticilerinin geldiği görülmektedir. Bu noktada dikkat çeken en önemli husus ise diğer üreticilerin Pazar payının 2023 yılında, bir önceki yıla kıyasen yaklaşık %10 artmasıdır.



Şekil 6: Avrupa'da Yeni Tescil Edilen Çekme Karavanların Üretici Dağılımı - 2023

Kaynak: CIVD, 2024



Şekil 7: Avrupa'da Yeni Tescil Edilen Motor Karavanların Üretici Dağılımı – 2023

Kaynak: CIVD, 2024

Ülkemiz için en büyük hedef pazar olan Avrupa'da çok güçlü ve köklü üretim geçmişine sahip rakipler bulunmaktadır. Bu firmalar geniş ürün yelpazeleri, standartlara uygun ve kaliteli üretimleriye Avrupa karavan pazarında baskın durumdadır. Ülkemizde kaliteli üretim yapan ve ihracatı hedefleyen firmalar bu üreticilerin potansiyel rakibi konumundadır.

Tedarik zincirinin yerleştirilmesi sürecinde üretimi yapılacak karavan ve karavan ekipmanlarının ise aynı zamanda Avrupa pazarında kullanılan ürünlere hem kalite hem de maliyet açısından ikame olması gerekmektedir. Bu nedenle, üretilecek karavanların ve ekipmanların gerek piyasa talepleri gerekse mevzuatta belirlenen kalite zorunlulukları doğrultusunda asgari kalite şartlarını sağlaması ve maliyet avantajı taşıması en önemli hususlardan biridir.

En büyük karavan üreticilerinden biri olan Erwin Hymer Grup (2018) tarafından avrupa karavan kültürü üzerine yapılan bir araştırmada karavan kullanıcılarının tüketim tercihleri incelenmiştir. Yapılan araştırma, üreticilere araç tasarımı ve araçta kullanılacak ekipman konusunda bir çok ipucu sağlamaktadır. Çalışmada elde edilen sonuçlardan bazıları şöyledir;

- Konfor konusunda katılımcıların %83'ü ses yalıtımı ve konforlu oturma alanlarını, %79'u ise depolama alanlarının fazlalığını önceliklendirmiştir,
- Çoğu genç olan %35 düzeyindeki katılımcı en az 1 defa kış kampı yaptığını belirtmiştir,
- İngiliz katılımcıların %75'i karavanda fırın olmasını konfor arttırıcı bir husus olduğunu vurgularken İtalyan kullanıcıların %84'ü ise mutfak alanının büyüklüğünün en önemli konfor unsuru olduğunu belirtmiştir,
- Alman karavan kullanıcıların %91'i evcil köpeğiyle seyahat etmektedir,
- İngiliz karavan kullanıcılarının %57'si sabit bir lokasyonda kaldıklarını belirtirken İtalyan karavan kullanıcılarının %79'u iki veya daha fazla lokasyona seyahat etmektedir,
- Avusturyalı karavan kullanıcılarının %77'si karavanda büyük yatak kullanımını tercih sebebi olarak görmektedir,
- Alman karavan kullanıcılarının %77'si ise bir sahil kenarında park etmeyi çok önemli bir kriter olarak değerlendirmektedir.

2.2. Türkiye’de Karavan Üretim Sektörü

Sektörün yeni olması, mevzuat altyapısının olgunlaşmaması, birçok üretici derneğinin yeni faaliyete geçmesi vb. nedenlerle ülkemizde karavan kullanımı ve üretimi konusunda yeterli veri bulunmamaktadır. Buna rağmen, TOBB Sanayi Veri Tabanı istatistiklerine göre ülkemizde 232 karavan üreticisi bulunurken bu üreticilerin toplam üretim kapasitesi 38761 adettir. İl bazlı üretici dağılımına bakıldığında karavan üretiminin Konya, Sakarya, İstanbul, İzmir gibi 10 ilde yoğunlaştığı, ve sektörde çoğu mavi yaka olmak üzere 3475 kişinin istihdam edildiği görülmektedir.

Tablo 1: Karavan Üretici İstatistikleri

İL ADI	KAYITLI ÜRETİCİ	PERSONEL BİLGİLERİ						ÜRETİM KAPASİTESİ	
		M	T	U	İ	İD	Toplam	Adet	
AFYONKARAHİSAR	6	0	0	2	44	2	48	910	
ANKARA	28	53	31	59	299	83	525	3183	
BURSA	21	32	28	22	128	40	250	2210	
İSTANBUL	34	16	15	35	396	88	550	3780	
İZMİR	33	10	9	59	215	51	344	3626	
KOCAELİ	13	21	4	46	182	36	289	2037	
KONYA	26	9	10	18	171	29	239	6616	
MANİSA	12	0	2	7	64	11	84	2766	
SAKARYA	16	7	3	22	201	24	257	5076	
TEKİRDAĞ	6	39	12	21	140	27	239	1793	
DİĞER İLLER*	37	25	18	48	495	58	650	6764	
Toplam	232	212	132	339	2335	449	3475	38761	

M: Mühendis; **T:** Teknisyen; **U:** Usta; **İ:** İşçi; **İD:** İdari;

* Kayıtlı üretici sayısı 3 ve daha az ise il bazlı üretim kapasitesi bilgileri verilmemektedir.

İl bazında üretim kapasitesi toplamları ürünün niteliğine bağlı olarak farklı birimlerde olabilir.

Kaynak: TOBB Sanayi Veri Tabanı

TÜİK'ten elde edilen verilere göre, ülkemizdeki karavan üretim adeti ve üretim değeri 2021-2023 yılları arasında sürekli artmıştır. Buna göre, 2021 yılında yaklaşık 3 bin olan karavan üretim adeti 2023 yılında 5753 olmuştur. TÜİK verilerinin sadece 20 ve üzeri istihdama sahip üreticileri kapsaması sebebiyle aşağıdaki bölümlerde üreticilerle yapılan yüzyüze görüşmelerde beyan edilen, yıllık çekme karavan üretim adetinin 25 bin düzeyinde olduğu hususunun gerçekliği teyit edilmektedir. Gerçek üretici sayısı her ne kadar resmi rakamlara 232 olarak yansısı da bu rakamın 1000 ve üzeri olabileceği değerlendirilmektedir.

Tablo 2: Yıllara Göre Çekme Karavan Üretim Adeti ve Değeri

	YIL	GİRİŞİM SAYISI	ÜRETİM ADETİ	ÜRETİM DEĞERİ (TL)
KARAVAN TİPİNDE TREYLER VE YARI TREYLERLER, KONUT VEYA KAMP AMAÇLI	2021	14	2990	219.821.340,00
	2022	25	4372	536.809.308,00
	2023	35	5753	1.123.355.919,00

Kaynak: TÜİK Yıllık Sanayi Ürün İstatistikleri

2023 yılı itibarıyla ülkemizde trafiğe kayıtlı çekme karavan sayısı 13437, motor karavan sayısı ise 20429'dur. 2017-2023 yılları arasında trafiğe kayıtlı karavan sayısında; çekme karavan için 6 kat, motor karavan için ise 11 kat artış yaşanmıştır.

Tablo 3: Yıllara Göre Trafiğe Kayıtlı Karavanlar (Kümülatif)

TİP	YIL	TOPLAM	ÖZEL AMAÇLI	RÖMORK	YARI RÖMORK
KARAVAN	2017	1237	-	1193	44
	2018	1543	-	1446	97
	2019	1850	-	1715	135
	2020	2849	-	2791	58
	2021	4934	-	4876	58
	2022	8089	-	8030	59
	2023	13437	-	13377	60
MOTOR KARAVAN	2017	3172	3172	-	-
	2018	3626	3626	-	-
	2019	4230	4230	-	-
	2020	5982	5982	-	-
	2021	10845	10845	-	-
	2022	15500	15500	-	-
	2023	20429	20429	-	-

Kaynak: TÜİK Ulaştırma İstatistikleri

Ülkemizde, Avrupa'nın aksine karavan üretiminde üretici markalara ait satış verileri bulunmamaktadır. Motor karavan üretimi hafif ticari taşıtların düşük donanımlı veya donanımsız halde temin edilerek gerekli dönüşümlerin yapılmasıyla sağlanmaktadır. Trafiğe tescil edilen motor karavanların araç üreticileri incelendiğinde ise Fiat, Volkswagen, Mercedes-Benz, Peugeot ve Iveco markaları öne çıkmaktadır. BMC, Otokar ve Temsa gibi yerli üretici firmaların pazar payları artmasına rağmen satış sayıları sektördeki diğer firmalara kıyasen oldukça düşüktür. Avrupa'da pazar payı yüksek olan motor karavan üreticilerin yurt içi pazar payı ise yok denecek kadar azdır.

Tablo 4: Motor Karavan Üretiminde Kullanılan Araç Markaları ve Yıllara Göre Adetleri

TİP	MARKA	2017	2023	ARTIŞ ORANI (%)	2023 PAZAR PAYI (%)
MOTOR KARAVAN	FIAT	618	4811	678	23,5
	VOLKSWAGEN	382	3010	688	14,7
	MERCEDES-BENZ	398	2584	549	12,6
	PEUGEOT	373	2506	572	12,3
	IVECO(OTOYOL)	461	2250	388	11,0
	CITROEN	151	1245	725	6,09
	RENAULT	77	1075	1296	5,26
	FORD	151	939	522	4,60
	BMC	10	401	3910	1,96
	ISUZU	57	356	525	1,74
	OTOKAR	4	195	4775	0,95
TEMSA	3	18	500	0,09	

Kaynak: TÜİK Ulaştırma İstatistikleri

Halihazırda tescil edilmiş çekme karavan ve motor karavanların model yıllarına bakıldığında artan talep ile 2020 ve sonrası model yılına sahip araçların yoğunlukta olduğu, eski model araçların ise motor karavan dönüşümünde tercih edildikleri görülmektedir. İncelenen veri setinde en düşük model yılına sahip çekme karavanlar 2017 yılına ait olup motor karavanlarda ise 1983 yılı ve öncesi modellere kadar taşıt bulunmaktadır.

Tablo 5: Tescil Edilmiş Karavanların Model Yıllarına Göre Adetleri

MODEL YILI	ADET
1983 ve Öncesi	486
1983-1989	371
1990-1999	1856
2000-2009	10587
2010-2019	8235
2020-2023	12331

Kaynak: TÜİK Ulaştırma İstatistikleri

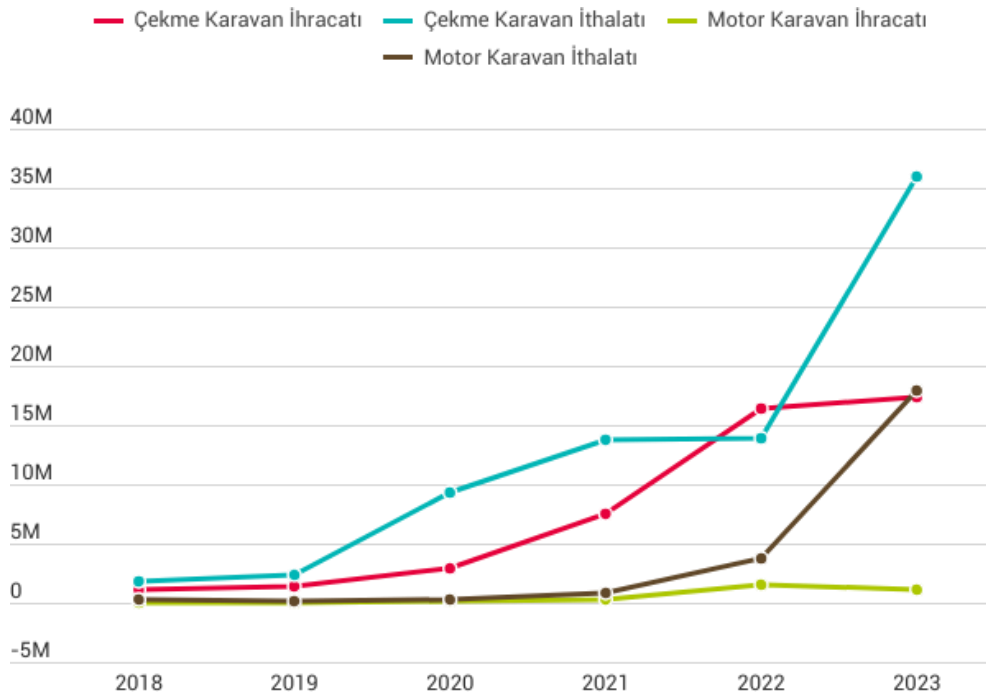
Tescil edilen karavanların il dağılımına bakıldığında İstanbul açık ara en fazla karavanın bulunduğu il konumunda olup bunu İzmir, Ankara ve Bursa takip etmektedir. 2017-2023 yılları arasında karavan sayısı en fazla artan il ise yaklaşık 9 kat ile İzmir'dir.

Tablo 6: 2017-2023 Yılları İllere Göre Tescil Edilmiş Kümülatif Karavan Sayıları

İL	2017	2023	ARTIŞ ORANI (%)
İSTANBUL	1153	10356	800
İZMİR	370	3829	935
ANKARA	439	2836	546
BURSA	285	2459	763
ANTALYA	332	2142	545
MUĞLA	213	1770	731
KOCAELİ	110	901	719
SAKARYA	186	676	263
AYDIN	74	545	636
BALIKESİR	85	510	500

Kaynak: TÜİK Ulaştırma İstatistikleri

Sektörün dış ticaret verilerine bakıldığında, pandemi öncesi döneme göre ihracatın yaklaşık 10 kat arttığı ancak ithalatın ise daha yüksek bir ivmeye sahip olduğu görülmektedir. 2023 yılında ise net dış ticaretin ithalat lehine hem miktar hem de tutar bazında yüzde yüze yakın bir oranda arttığı görülmektedir. Karavan türlerine göre dış ticaret verileri incelendiğinde ise çekme karavan ticaret hacminin motor karavana göre oldukça yüksek seyrettiği görülmektedir.

**Şekil 8 Yıllar İtibariyle Karavan Dış Ticareti (Milyon USD)**

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

Dış ticaret verileri daha detaylı incelendiğinde çekme karavan türünde ürün başına ortalama ithalat tutarının 2023 yılında yaklaşık 24.150,00 USD iken USD, ürün başına ortalama ihracat tutarının ise 17.500,00 USD olarak gerçekleştiği, motor karavanda ise adet başına ortalama ihracatın 13.217,00 USD, ithalatın ise 23.558,00 TL olduğu görülmektedir. Her ne kadar yıllar itibariyle ihracatı yapılan ürünlerin ortalama adet fiyatları artış eğiliminde olsa da ithal edilen karavanların da ortalama adet fiyatları yükselmiştir. Son 5 yılın verilerine göre ithal edilen ürünler ihraç edilen ürünlere göre ortalama %50-%90 arasında daha pahalıdır.

Tablo 7: Yıllar İtibariyle Karavan Dış Ticareti

TÜR/YIL	İHRACAT MİKTAR (ADET)	İHRACAT (USD)	ORT. İHR. AD. TUTARI (USD)	İTHALAT MİKTAR (ADET)	İTHALAT (USD)	ORT. İTH. AD. TUTARI (USD)
ÇEKME KARAVAN	4380	55.908.051,00	12.764,40	3990	79.373.930,00	19.893,22
2014	184	4.431.628,00	24.084,93	14	314.583,00	22.470,21
2015	116	1.277.443,00	11.012,44	23	313.095,00	13.612,83
2016	161	1.729.370,00	10.741,43	41	637.872,00	15.557,85
2017	216	1.618.273,00	7.492,00	50	918.860,00	18.377,20
2018	155	1.156.606,00	7.461,97	110	1.800.970,00	16.372,45
2019	190	1.441.938,00	7.589,15	145	2.411.057,00	16.627,98
2020	348	2.904.562,00	8.346,44	591	9.328.561,00	15.784,37
2021	721	7.556.688,00	10.480,84	740	13.693.913,00	18.505,29
2022	1298	16.368.954,00	12.610,90	785	13.946.641,00	17.766,42
2023	991	17.422.589,00	17.580,82	1491	36.008.378,00	24.150,49
MOTOR KARAVAN	72	2.934.432,00	40.756,00	367	23.269.332,00	63.404,17
2015	0	-	-	2	163.661,00	81.830,50
2018	0	-	-	4	236.591,00	59.147,75
2019	0	-	-	3	131.767,00	43.922,33
2020	3	96.908,00	32.302,67	8	284.210,00	35.526,25
2021	9	276.568,00	30.729,78	15	863.018,00	57.534,53
2022	33	1.505.491,00	45.620,94	65	3.695.275,00	56.850,38
2023	27	1.055.465,00	39.091,30	270	17.894.810,00	66.277,07
GENEL TOPLAM	4452	58.842.483,00	13.217,09	4357	102.643.262,00	23.558,24

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

2023 yılına kadar yapılan toplam ithalat ve ihracatın karavan türüne göre sınıflandırmasına bakıldığında 871610920000 GTİP koduna sahip 1600 kg ve altı çekme karavanların toplam karavan ithalatı tutarının 2/3'ünü, toplam ihracat tutarının ise 3/4'ünü tek başına oluşturduğu görülmektedir. 1600 kg üstü çekme karavanlar ise dış ticarete görece düşük bir hacme sahiptir. Motor karavanların dış ticaret verilerinin neredeyse tamamı ise 1500 m³'ten fazla 2500 m³'e eşit veya daha düşük hacimli yeni ve dizel araçlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla ülkemizdeki üreticilerin gerek çekme karavan, gerekse motor karavanda daha küçük boyutlu kompakt araçlarda rekabetçi oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 8 GTİP Koduna Göre Karavan Dış Ticareti (2014-2023 Toplam İhracat)

TÜR	İHRACAT MİKTAR (ADET)	İHRACAT (USD)	İTHALAT MİKTAR (ADET)	İTHALAT (USD)
Karavan Tipi İkamet veya Kamp Yapmaya Mahsus Römork ve Yarı Römorklar; Ağırlık <= 1600kg	3923	43.225.594,00	3611	66.345.258,00
Karavan Tipi İkamet veya Kamp Yapmaya Mahsus Römork Ve Yarı Römorklar; Ağırlık > 1600kg	457	12.682.457,00	379	13.028.672,00
Karavanlar; Kullanılmış, Sadece Benzinli, 1000 Cm3 < Silindir Hacmi <= 1500 Cm3	3	61.714,00	0	-
Karavanlar; Yeni, Sadece Benzinli, 1500 Cm3 < Silindir Hacmi <= 3000 Cm3	1	53.512,00	11	644.081,00
Karavanlar; Yeni, Sadece Dizel/Yarı Dizel, 1500 Cm3 < Silindir Hacmi <= 2500 Cm3	66	2.689.333,00	353	22.367.846,00
Karavanlar; Yeni, Sadece Dizel/Yarı Dizel, Silindir Hacmi > 2500 Cm3	2	129.873,00	3	257.405,00
Genel Toplam	4452	58.842.483,00	4357	102.643.262,00

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

Bugüne kadar 1 Milyon USD'den fazla karavan ihracatı yapılan ülkeler sıralandığında Almanya 13 Milyon USD ile ilk sıradadır. Toplam ticaret hacminde ise Avrupa Birliği üyesi ülkelerin ağırlıkta olduğu gözlenmektedir. AB dışına yapılan ihracatta ise Azerbaycan, Güney Kore, Avustralya ve İsrail öne çıkmaktadır. Tabloda 3,8 Milyon USD ile üçüncü sırada olan Burnika Faso'nun ise sadece 2014 yılında yapılan ihracat rakamlarını içerdiği için süreklilik göstermeyen bir pazar olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 9 Türkiye'nin Ülkelere Göre İhracatı (2014-2023 Toplam İhracat)

ÜLKE	TOPLAM İHRACAT MİKTAR (ADET)	TOPLAM İHRACAT (USD)
ALMANYA	794	13.032.370,00
FRANSA	317	4.222.602,00
BURKİNA FASO	127	3.806.000,00
HOLLANDA	205	3.750.549,00
GÜNEY KORE	491	3.293.511,00
BİRLEŞİK KRALLIK	204	2.683.913,00
İSPANYA	276	2.525.057,00
ÇEKYA	207	2.454.295,00
AZERBAYCAN	77	2.237.172,00
AVUSTURYA	131	2.191.128,00
BAE	107	1.923.943,00
İSVİÇRE	119	1.868.269,00
NORVEÇ	124	1.710.890,00
AVUSTRALYA	155	1.392.958,00
İSRAİL	122	1.191.032,00
İZLANDA	95	1.099.053,00
POLONYA	83	1.022.495,00

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

En çok ithalat yapılan ülkeler sıralamasında ise Almanya 61 Milyon USD ile yine başı çekmektedir. Bu rakam tüm karavan ithalatının yaklaşık üçte ikisine denk gelmektedir. Almanya'ya ise Slovenya ve Polonya takip etmektedir. Bu ülkelerden yapılan ihracatlarında Almanya merkezli markaların farklı üretim üstlerinden gerçekleştirilmiş olması ihtimali yüksektir. Bu nedenle, Avrupa'da olduğu gibi ülkemizdeki karavan pazarında da en büyük paya sahip ülke açık ara Almanya'dır.

Tablo 10 Türkiye'nin Ünelere Göre İthalatı (2014-2023 Toplam İthalat)

ÜLKE	TOPLAM İTHALAT MİKTAR (ADET)	TOPLAM İTHALAT (USD)
ALMANYA	2662	61.211.390,00
SLOVENYA	954	17.999.502,00
POLONYA	210	9.618.487,00
BİRLEŞİK KRALLIK	212	5.840.993,00
İTALYA	59	2.814.646,00
MACARISTAN	123	1.789.530,00
FRANSA	72	1.137.113,00
ABD	13	943.274,00
JAPONYA	10	597.000,00
ÇİN	20	61.731,00
GENEL TOPLAM	4335	102.013.666,00

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri

Ülkemizdeki mevzuat uyarınca tescil zorunluluğunun bulunmayan O1 sınıfı 750kg ve altı ağırlığa sahip karavanların istatistiğinin olmaması başta olmak üzere karavan üretimi, dönüşümü ve kullanımında resmi veriler sektördeki toplam üretim ve tüketim rakamlarını yansıtmada yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, ülkemizdeki karavan üretim sektörünü daha detaylı anlayabilmek için üretici firmalarla ve dernekleriyle yapılan yüzyüze görüşmelerde ifade edilen hususlar şöyledir;

Yerlilik Oranı

- Orta-yüksek kaliteli, Avrupa standartlarında üretim yapan firmaların yerlilik düzeyi araç hariç ortalama %25 seviyesindedir.
- Nihai ürünün kalite düzeyi arttıkça yerlilik oranı azalmaktadır.
- Gerekli stratejilerin uygulanması durumunda, yerlilik oranının ortalama %25'ten %80 seviyelerine yükseltilmesi mümkündür.
- Sektörün ülkemizde yeni olması, kaliteli ürün tedarikini zorlaştırmaktadır.

Tedarikçi İlişkileri

- Yurt dışından temin edilen birçok üründe yerli üreticiler nihai kullanıcı olarak değerlendirildiğinden, perakende fiyat üzerinden ürün almak zorunda kalmaktadır.
- Yurt dışı menşeli ürünlerin büyük çoğunluğunun ülkemizde yetkili distribütör ağı bulunmamaktadır. Bu durum, satış sonrası arıza ve bakım gibi konularda muhatap bulunamamasına ve karavan üreticileri ile tüketiciler arasında ihtilaflara neden olmaktadır.

Ürün Tercihleri

- Karavan ekipmanlarında marka algısı yüksektir; Dometic, Thule, Fiamma, Thetford gibi markalar tüm dünyada pazara hakim durumdadır.
- Üretimde kullanılan bazı temel ekipmanlar konusunda yerli girişimler mevcut olup kalite seviyesi yetersiz kalmakta veya fayda/maliyet dengesi sağlanamadığı için tercih edilmemektedir.
- Çekme karavanlar ve motor karavanların üretiminde en önemli hususlardan biri taşıtın ağırlığıdır. Üretimde, karavan ve yat gibi araçlar için özel tasarlanan hafif ürünlerin kullanılmaması durumunda taşıt ağırlığının belirlenen standartlar dışına çıkması yüksek bir olasılıktır. Ancak hafif materyallerin nispeten daha pahalı olması ve ağırlık denetimlerinin ülkemizde etkin yapılmaması, üreticileri ağırlık sınırlarının üzerinde, trafikte kullanım için tehlikeli ürün üretimine teşvik etmektedir.

Üretim ve Pazar Durumu

- Ülkemizdeki yıllık çekme karavan üretimi yaklaşık 25 bin adet civarındadır.
- İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir, Konya, Sakarya ve Afyonkarahisar başta olmak üzere ülke geneline yayılmış, çoğunluğu küçük çaplı üretim yapan ve iç piyasaya yönelik bin adetten fazla firma bulunmaktadır.
- Çekme karavan üretiminde O1 sınıfı imalat yoğunluktadır. Üretilen karavanların büyük bölümü mevzuatta belirlenen kilo sınırlarını aşmaktadır.
- Çekme karavan türünde ihracat için asgari kalite ve standartları karşılamayan üretim yapılmaktadır. Motor karavan türünde ise kalite bazlı rekabetin yüksek olması, daha sıkı denetimler ve tescil zorunluluğu nedeniyle üretim kalitesi daha yüksektir.

Kalite ve Güvenlik

- Çekme karavanlarda şasi, gövde, gaz bağlantı ekipmanları ve su sızdırmazlık gibi temel gerekliliklerde kalite ve güvenlik düzeyi düşüktür ve bu alanda denetimler yetersizdir. Kimi üreticiler, tüketici nezdinde kalite algısı oluşturabilmek için kullandıkları şasi markalarını kendi karavan markalarının önünde tutmaktadır.
- Gerek tüketici nezdinde karavan kullanımının imajının zedelenmemesi, gerekse sektörün belli bir kalite düzeyini yakalayarak üretim hacmini artırabilmesi ve ihracat yapabilmesi için sıkı denetimler ve ürünlerde standardizasyon en önemli önceliktir.
- Sektöre yönelik denetimlerin artırılması durumunda, mevzuat gerekliliklerinin dışında ve düşük kalite üretim yapan birçok firmanın kapanması söz konusu olabilir.

3

KARAVAN ÜRETİMİNDE TEDARİK ZİNCİRİ EKOSİSTEMİ



3. KARAVAN ÜRETİMİNDE TEDARİK ZİNCİRİ EKOSİSTEMİ

Karavan üretiminde tedarik zinciri ekosistemi, üretim süreci ve maliyet etkinliği ile ürün kalitesini doğrudan etkileyen kritik bir unsurdur. Bu bölümde, karavan üretiminde kullanılan malzemelerin ve bileşenlerin tedarik süreçleri incelenmekte, bu ürünlerin yerli imkanlarla üretilme potansiyeli ele alınmaktadır.

Küreselleşen ekonomide, tedarik zincirleri daha karmaşık ve geniş kapsamlı hale gelirken, ithal ikame dış ticaret stratejileri hem maliyet avantajları sağlamakta hem de tedarik zincirinin esneklik ve dayanıklılığını artırmaktadır. Türkiye'nin karavan üretiminde, mevcut tedarik zinciri yapısının analiz edilmesi, yerel tedarikçilerin rolü ve potansiyelinin değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Karavan üretim süreci; ara ürün temini, bileşen üretimi, montaj ve lojistik gibi birkaç ana aşamayı içermektedir. Mevcut durumda ülkemizdeki üretimin değer zinciri incelendiğinde en yüksek katma değer işçiliğin yoğun olduğu montaj aşamasında olduğu değerlendirilmektedir. Montaj aşamasında, karavanın iskeleti oluşturulmakta, iç ve dış bileşenlerin bir araya getirilmektedir. Bu aşama, titizlik ve uzmanlık gerektiren bir süreçtir ve dolayısıyla işçilik maliyetlerinin yüksek olduğu bir bölüm olarak öne çıkmaktadır.

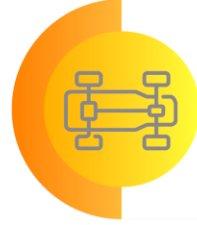
Ancak, sadece montaj aşamasına odaklanmak ve ara ürün teminini ihmal etmek sürdürülebilir bir üretim modeli oluşturmamaktadır. Ara ürün temini, üretim sürecinin verimliliği ve maliyet etkinliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Ara ürünlerin kalitesi, zamanında temini ve uygun maliyetlerle sağlanması, nihai ürünün kalitesini ve rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir.

Şekil 9: Karavan Üretim Süreci



Karavan üretiminde kullanılan ara girdi niteliğindeki ürünler karavanın cinsine göre değişmekle beraber ana bileşenler şekil 10'da gösterilmiştir.

Şekil 10: Karavan Bileşenleri



Yapısal Bileşenler

Şaşı: Karavanın temel yapısını oluşturan ve tüm bileşenleri taşıyan ana yapı.
Gövde Panelleri: Alüminyum, ahşap fiberglas veya kompozit malzemelerden yapılan dış duvarlar.
Zemin ve Tavan: İzolasyonlu zemin ve tavan panelleri,
Kapı, Pencere ve Havalandırmalar: Dış kapılar, servis kapıları, pencereler ve havalandırmalar.



İç Mekan

Mobilyalar: Yatak, masa, dolap ve oturma alanları gibi içi mekan mobilyaları.
Döşemeler: Koltuklar, yataklar ve diğer mobilyalar için kullanılan döşemelik kumaşlar.
Mutfak Donanımları: Ocak, lavabo, buzdolabı ve dolaplar gibi mutfak bileşenleri.
Banyo Donanımları: Duş, tuvalet ve lavabo gibi banyo ekipmanları.



Dış Donanımlar ve Aksesuarlar

Tente ve Gölgelekler: Güneşten korunma ve açık hava yaşam alanı sağlayan ekipmanlar.
Bagaj ve Depolama Alanları: Dış depolama dolapları ve bagaj taşıma sistemleri.

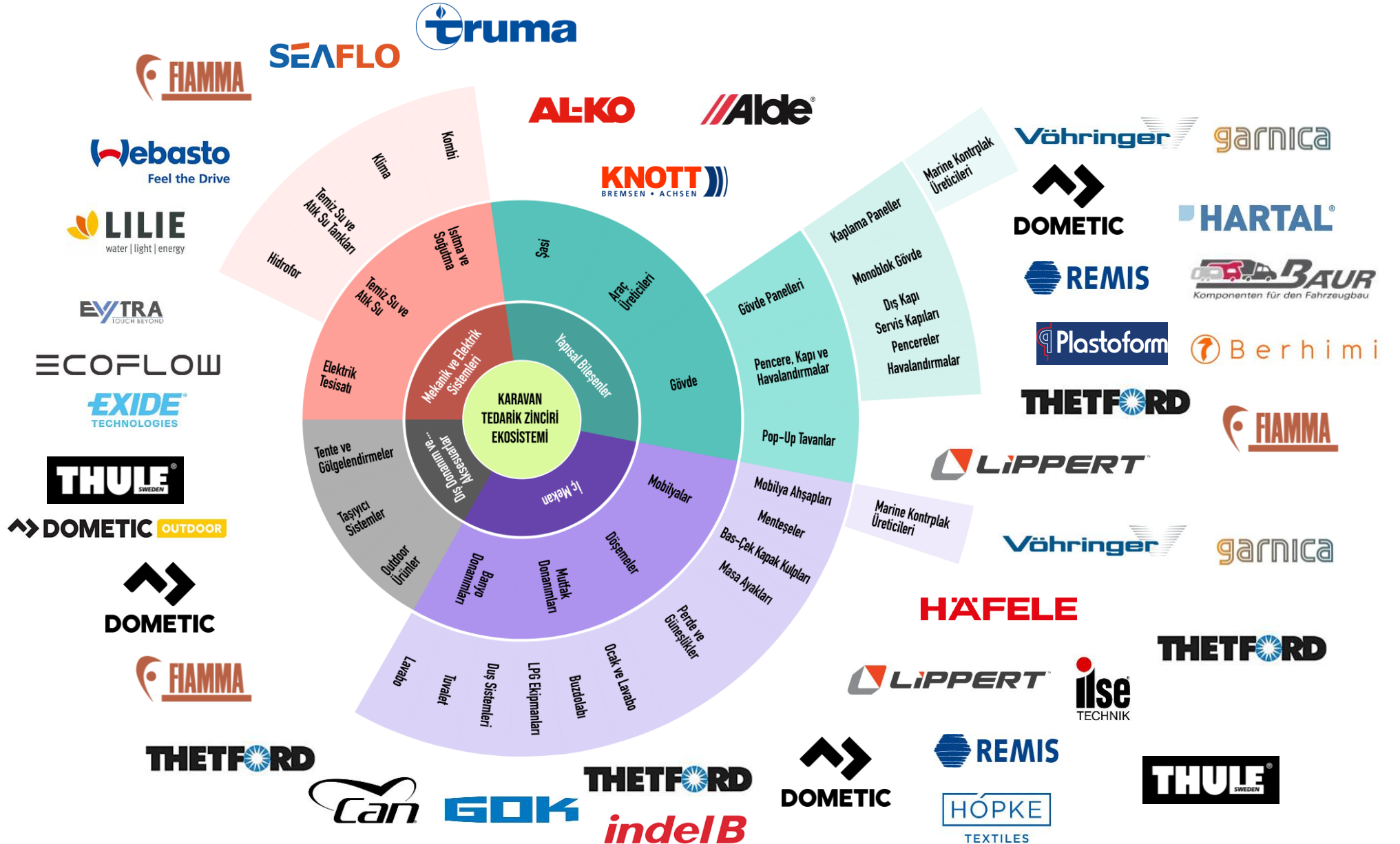


Mekanik ve Elektrik Sistemleri

Elektrik Tesisatı: Kablolar, prizler, sigorta kutuları ve elektrik panoları.
Aydınlatma: İç ve dış mekan aydınlatma sistemleri.
Elektronik Cihazlar: Televizyon, radyo, navigasyon sistemleri.
Temiz Su ve Atık Su Sistemleri: Su depoları, borular, pompalar ve su arıtma sistemleri.
Isıtma ve Soğutma Sistemleri: Klima, kombi, ısıtıcılar ve sıcak su sistemleri, gaz tesisatları.



Şekil 11: Avrupa Karavan Tedarik Zinciri Ekosistemi



Tablo 11: Bileşenler Bazında Karavan Tedarik Zinciri Analizi

Bileşen	Tedarik Zinciri	Zorluklar	Fırsatlar
Şasi ve Gövde (Çekme Karavan)	<p>Çekme karavan üretiminde şasi ve gövde kalitesi nihai ürünün toplam kalitesini en fazla etkileyen bileşenlerden biridir. Yerli üreticiler içerisinde karavan şasisini kendi üreten firmalar bulunmaktadır. Kaliteli üretimi ve ihracatı hedefleyen firmalar ise büyük oranda Almanya menşeli AL-KO markasını tercih etmektedir.</p> <p>Bir şasi üzerine gövde üretimi, katmanlı paneller veya monoblok kompozit gövde şeklinde yapılmaktadır. Üretilen gövdenin büyüklüğü çekme karavanın sınıfına ve buna bağlı olarak şasinin büyüklüğüne göre değişmektedir. Kompozit gövde üretiminde polyester reçine gibi standart kimyasallar kullanılmaktadır. Panel gövdelerde ise marine kontrplak olarak adlandırılan hafif kontrplak kullanımı söz konusudur. Ülkemizde bu özellikte kontrplak üretimi yapan üretici firmalar bulunmasına rağmen ürün kalitesinin beklenen düzeyde olmadığı vurgulanmıştır. Bu nedenle yurt dışından, özellikle Almanya ve İspanya menşeli ürün kullanımı söz konusudur.</p>	<p>Ülkemizdeki birçok karavan üreticisi marka algısı nedeniyle Almanya menşeli şasi üreticilerinin ismini pazarlamada öne çıkarmaktadır. Nitekim, kalite testleri yapılmayan sertifikasız şasi üretimleri araç ve trafik güvenliğini ciddi tehlikeye sokmaktadır. Üretilen şasilerin standartlara uygun, hafif ve modüler olması tercih sebeplerinin başında gelmektedir.</p> <p>Panel gövde üretiminde kullanılan kontrplakların karavanın toplam ağırlığının artmaması için hafif olması ve su emme oranının düşük olması gerekmektedir. Bu durum ürün maliyetini doğrudan etkilemektedir.</p>	<p>Türkiye'de şasi ve treyler üretiminde bilgi ve deneyim sahibi olan birçok firma bulunmaktadır. Fayda/maliyet dengesinin belli bir düzeyde yakalandığı durumda monopolleşen piyasadan pazar payı elde edilebilir.</p> <p>Ülkemizde kontrplak üretimi yapan birçok firma bulunmaktadır. Bu firmaların hem yat hem de karavan üretimi için sektör niteliklerini karşılayan kontrplak üretimi için yönlendirilmeleri halinde dışa bağımlılık büyük oranda azalacaktır.</p>

Bileşen	Tedarik Zinciri	Zorluklar	Fırsatlar
Şasi ve Gövde (Motor karavan)	<p>Motor karavan üretiminde şasi ve gövde kullanılan aracın ve üretilmek istenilen motor karavanın modeline göre değişiklik göstermektedir. Avrupa'da araç üreticileri, karavan üreticilerinin isteğine göre farklı gövde modellerinde veya standart modellerde değişiklikler uygulayarak araç üretebilmektedir. Bunun yanında, Fiat, Volkswagen, Mercedes-Benz gibi ticari araç üreticileri yüksek talep görmektedir. Ülkemizde de benzer araç üreticisi firmaların tercih edildiği görülmektedir.</p> <p>Dış gövde servis kapakları, su-elektrik-gaz,atık su giriş-çıkış kapakları, kapı, pencere ve havalandırmalar karavanlar için özel üretilen gövde elemanlarıdır. Ülkemizdeki üretim yapısı incelendiğinde kaliteli üretim yapan firmaların yabancı menşeli ürünleri tercih ettikleri görülmektedir. Maliyet avantajları nedeniyle gövdeden kesilen parçalar ile kapı yapımı, standart minibüs camı ve havalandırması kullanımı ise yaygındır ancak bu tür ürünlerin kullanımı nihai üründe kalite sorunlarına ve orta vadede yapısal hasarla yol açabileceği vurgulanmaktadır. Pencere üretiminde yerli firmaların bazı denemelerinin olduğu ancak fayda/maliyet oranının yurt dışı menşeli ürünlerden düşük olduğu görülmüştür. Yurt dışı menşeli ürünlerde Plastoform, Berhimi gibi markalar ön plana çıkmaktadır.</p>	<p>Tedarik zincirinde yaşanan dalgalanmalara göre araç temininde sorunlar yaşanabilmektedir.</p> <p>Dış gövde kapısı, pencere, havalandırma ve servis kapakları üretiminde yüksek maliyet yerlilik oranını yaklaşık %10 etkilemektedir.</p>	<p>Türkiye, dünyanın en büyük araç üretim merkezlerinden biridir. Özellikle ticari araç üretimde yıllardır süre gelen bilgi ve üretim yetkinliklerine sahiptir. Ayrıca, Karsan, Gülerüz, BMC gibi minibüs ve otobüs üretiminde yetkin firmalar bulunmaktadır. Söz konusu firmaların motor karavanlar için altyapısı hazır araç üretmeleri halinde ekipman ve yan ürün üretiminin de gelişmesi beklenebilir.</p> <p>Dış gövde servis kapakları, su-elektrik-gaz,atık su giriş-çıkış kapakları, kapı, pencere ve havalandırmalar her karavanda kullanılması zorunlu ekipmanlardır. Bu ekipmanların üretiminin yerleştirilmesi durumunda sadece Türkiye değil diğer pazarlara da hitap edilebilir.</p>
Mekanik ve Elektrik	<p>Bu bileşende yer alan Kasetli tuvalet, Hidrofor, Klima, Su ve Ortam Isıtıcıları, LPG Bağlantı Ekipmanları gibi ürünler karavan üretiminde kullanılan en pahalı ürünlerdir. Nitekim bu ürünler Dometic başta olmak üzere Fiamma, Thetford, Truma gibi sektörün öncü firmalarının portföyünde bulunmaktadır. LPG bağlantı ekipmanlarında ise AYGAZ gibi yerli üreticilerin bazı ürünleri kullanılmaktadır ancak ürün çeşitlendirmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Diğer ürünlerde herhangi bir yerli girişim söz konusu değildir.</p> <p>Karavan elektrik sistemlerinde ise çoğunlukla genel kullanıma uygun sistemlerin kullanılması nedeniyle ürün tedariki görece kolaydır. Ancak, özellikle elektrik anahtarları ve LED aydınlatmalarda ürün çeşitliliğinin az olduğu görülmektedir.</p>	<p>Mekanik bileşenlerde pazar payı büyük üreticilerin elindedir. Marka algısı bu ürünlerde de öne çıkmaktadır. Ürün tasarımı ve üretimi diğer bileşenlere göre daha karmaşık ve maliyetlidir.</p>	<p>Ülkemizde iklimlendirme, endüstriyel mutfak ekipmanları, plastik ürün üretimi, LPG ekipmanları alanlarında yetkin birçok firma bulunmaktadır.</p>

Bileşen	Tedarik Zinciri	Zorluklar	Fırsatlar
İç Mekan ve Mobilya	Ülkemizdeki karavan üretiminde en fazla yerli katkı bu bileşenlerde sağlanmaktadır çünkü iç mekan mobilyası ve tertibi işçiliğin en fazla yapıldığı alanlardır.		
	Sektörden elde edilen bilgilere göre iç mekan mobilyalarında kullanılan malzemelerin hafifliği ve kalitesi karavanın toplam kalitesini ve ağırlık standartlarına uygunluğunu en fazla etkileyen unsurlardan biridir.		
	Mobilya üretiminde bir çok firma MDF veya kontrplak kullanmaktadır. Marine kontrplak kullanımının iç mekan için daha uygun olacağı değerlendirilmektedir. Halihazırda yerli üreticiler olsa da kaliteli marine kontrplakların büyük bölümü yurt dışından ithal edilmektedir.	Bu bileşende yer alan ürünler karavanların yaşam alanlarında sürekli kullanılan ve göz önünde bulunan ürünlerdir dolayısıyla işlevsellik, dayanıklılık ve görünüm ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle kalite ve maliyet avantajı ön plandadır.	Ülkemizde, bu bileşende yer alan bütün ürünlerin standart versiyonlarını üreten, sektöründe lider üreticiler bulunmaktadır. Bu nedenle gerekli üretim ölçeğinin sağlanması veya ilk üretim maliyetlerinin teşviği halinde en hızlı yerleştirilebilecek ürünlerdir.
	Menteşeler, kapı kolları, dolap kulpları konusunda yurt dışında karavanlara özel üretilen ekipmanlar söz konusudur ancak Ülkemizdeki üretimlerin büyük bölümünde standart mobilya ürünleri kullanılmaktadır. Hareket halinde meydana gelebilecek güvenlik sorunları, kullanımda yaşanan zorluklar ve kaliteli üretim için standart mobilya ürünlerinin karavanda kullanımı uygun değildir.		
	Karavan buzdolapları araçların hareket halinde yaşadıkları sarsıntılardan dolayı ev tipi buzdolaplarından daha farklı bir çalışma prensibine sahip oldukları için maliyeti yüksek ürünlerdir.		
	Ocak, evyeli ocak için yerli girişimler mevcut olup gerekli belgelendirme ve standartlar karşılanamamaktadır.		
Dış Aksesuarlar ve Ekstra Ekipmanlar	Bu bileşende birçok ürün olmasına rağmen ön plana çıkan başlıca ürün karavan tentesidir. Bu üründe öne çıkan firmalar Thule, Dometic ve Fiamma'dır. Ülkemizde üretilen bazı tente modelleri bulunmaktadır ancak gerekli kalite yeterlilikleri karşılanmadığı için üreticiler tarafından tercih edilmemektedir.	Tente birçok sektördeki büyük firmanın portföyünde bulunan bir ekipman olup karavanların en görünen yerlerinde bulunduğu için marka algısı yüksektir.	Tente üretimi diğer ürünlere göre daha basittir. Bu nedenle yerli firmalar tarafından kolaylıkla üretilebileceği düşünülmektedir.

Bu bilgiler ışığında ülkemizdeki karavan üretimi ekosisteminin üretim bileşenleri bazında mevcut durumu, yerleştirme sürecindeki zorluklar ve fırsatlar genel hatlarıyla yukarıdaki tabloda özetlenmiştir. Ayrıca bu ürün gruplarında yurt dışı menşeli tedarikçi markaları gösteren grafik yine yukarıda yer almaktadır.

Karavan ekipmanı konusunda küresel çapta faaliyet gösteren Dometic, Thetford, Fiamma, Thule, Truma, AL-KO, Berhimi gibi markaların ürünleri Ülkemizde kaliteli üretim yapan karavan üreticileri tarafından da sıklıkla tercih edilmektedir.

Karavan üreticisi firmalar ile yapılan görüşmelerde yapılan değerlendirmelere göre yukarıda sayılan bir çok ürün grubunun aynı kalitede, yerli imkanlarla üretilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda her ürün grubu için tanımlayıcı ürün tablosu aşağıda sunulmuştur. Tabloda alt ürün gruplarının neler olduğu, üretimde her ürün için kullanılan ortalama adet sayısı, yerleşme gereksinim düzeyi (Düşük-Orta-Yüksek), ürünlerin yurt içinde, asgari kalite gereksinimleriyle üretilmesi durumunda yerlilik oranına toplam katkısı ve tespit edilen mevcut yerli (varsa) ve yabancı tedarikçiler özetlenmektedir.

Yapılan görüşmelerde aşağıda sıralanan ürünlerin önceliklendirilmesi gerektiği tüm üreticiler tarafından vurgulanmıştır;

- Çekme karavan şasileri,
- Kapılar, servis kapıları, pencereler ve havalandırmalar,
- Su ve ortam ısıtıcıları,
- Klima,
- Kasetli tuvaletler,
- Ocaklar,
- Hidroforlar,
- Buzdolapları,
- Kapı kolları ve dolap menteşeleri,
- Lavabolar,
- Tenteler/güneşlikler

Tablo 12 Karavan Tedarik Zinciri - Tanımlayıcı Ürün Tablosu

Ürün Grubu	Ürün Adı	Her Karavan için Kullanılan Ortalama Adet	Yerleşme Gereksinimi	Yerlilik Oranına Katkısı (Tahmin)	Mevcut Tedarikçiler				
İç Mekan ve Mobilya	Ocak ve Lavabolar	1	Yüksek	2,00%	Dometic	Thetford	Can	Universal	BIO
Şasi ve Gövde	Dış Gövde Servis Kapakları	3	Yüksek	2,00%	Dometic	Thetford			
İç Mekan ve Mobilya	Kapı ve Dolap Kolları	20	Yüksek	1,00%	Hafele	Thule	Suga	Nifu	
İç Mekan ve Mobilya	Menteşeler	40	Yüksek	1,00%	Hafele				
Şasi ve Gövde	Dış Kapı	1	Yüksek	2,00%	Berhimi	Hartal	KBaur		
Mekanik ve Elektrik	Tuvalet (Kasetli)	1	Yüksek	3,00%	Dometic	Thetford	Einstein		
İç Mekan ve Mobilya	Buzdolabı	1	Yüksek	3,00%	Dometic	Thetford	Berhimi	Indel	Evacool
Dış Aksesuarlar ve Ekstra Ekipmanlar	Tente	1	Yüksek	2,00%	Dometic	Fiamma	Thule		
Mekanik ve Elektrik	Hidrofor	1	Yüksek	3,00%	Fiamma	Lilie	Seaflo		
Mekanik ve Elektrik	Klima	1	Yüksek	5,00%	Dometic	Truma			
Şasi ve Gövde	Pencereler-Tavan Havalandırmaları	5	Yüksek	6,00%	Dometic	Fiamma	Berhimi	Plastoform	Remis
Mekanik ve Elektrik	Ortam ve Su Isıtıcıları	1	Yüksek	6,00%	Dometic	Truma	ALDE		
Şasi ve Gövde	Çekme Karavan Şasileri	1	Yüksek	6,00%	AL-KO	Knott			
Mekanik ve Elektrik	LPG Bağlantı Ekipmanları	1	Orta	1,00%	Dometic	Truma	GOK		
Şasi ve Gövde	Su-Elektrik-Gaz,Atık Su Giriş-Çıkış Kapakları	4	Orta	2,00%	Truma	Fiamma			
Şasi ve Gövde	Panel Kaplama Gövde Ürünleri	1	Orta	1,00%	Vöhringer	Garnica	Marine Kontrplak Üreticileri		
İç Mekan ve Mobilya	Perde ve Güneşlikler	1	Orta	1,00%	Dometic	Remis			

Ürün Grubu	Ürün Adı	Her Karavan için Kullanılan Ortalama Adet	Yerleşme Gereksinimi	Yerlilik Oranına Katkısı (Tahmin)	Mevcut Tedarikçiler		
İç Mekan ve Mobilya	Masa Ayakları	1	Orta	1,00%	İlse	Nuova	Lippert
İç Mekan ve Mobilya	İç Mekan Mobilya Ahşapları	1	Orta	2,00%	Vöhringer	Garnica	Marine Kontrplak Üreticileri
Dış Aksesuarlar ve Ekstra Ekipmanlar	Outdoor Ürünler (Kum Paleti, Balta, Kürek, Benzin Bidonu vb.)	1	Orta				
Şasi ve Gövde	Pop-up Açılır Tavan Mekanizmaları	1	Düşük				
Mekanik ve Elektrik	Aydınlatma Anahtarları ve Prizler	5	Düşük				
Mekanik ve Elektrik	LED Aydınlatma Ürünleri	10	Düşük				
Mekanik ve Elektrik	Akü	1	Düşük				
Mekanik ve Elektrik	Güneş Enerjisi Panelleri	4	Düşük				
Mekanik ve Elektrik	İnvertörler	1	Düşük				
Mekanik ve Elektrik	Kontrol Paneli	1	Düşük				
İç Mekan ve Mobilya	Musluklar, Duş Sistemleri	2	Düşük				
İç Mekan ve Mobilya	Döner Koltuk Mekanizmaları	1	Düşük				
Dış Aksesuarlar ve Ekstra Ekipmanlar	Taşıyıcı Sistemler	1	Düşük				
Eğlence ve Multimedya	Talep Bulunmamaktadır						
Güvenlik ve Navigasyon Ekipmanları	Talep Bulunmamaktadır						

4

SONUÇ VE
ÖNERİLER



4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Karavan üretimi, son yıllarda kamp ve karavan turizminin ülkemizde gelişmesiyle beraber birçok girişimcinin ilgi gösterdiği bir sektör haline gelmiştir. Bu kapsamda, sektörden gelen talepler de göz önünde bulundurularak karavan üretimi tedarik zincirinin analiz edilmesi, yerli imkanlarla üretilebilecek ürünlerin envanterinin ve potansiyelinin belirlenmesi ve bu konuda uygulanabilecek stratejilerin tartışılması bu çalışmanın ana odağını oluşturmuştur.

Gerek turizm, gerekse üretim ayağında sektör henüz olgunlaşmamıştır. Bununla beraber, karavan üretimi ve kullanımı konusunda da gerekli mevzuat altyapısı oluşturulma süreci devam etmektedir. Bu nedenle, yurt içi arz ve talepteki olası dalgalanmalardan korunmak ve orta-uzun vadede, global ölçekte rekabetçi bir sektör oluşturmak için ihracat, kalite ve görece düşük maliyet odaklı üretimin hedeflenmesi gerekmektedir.

Sektör dernekleriyle ve üreticilerle yapılan görüşmeler neticesinde karavan üretiminde yerlilik düzeyinin oldukça düşük olduğu, nihai ürün kalitesi arttıkça yerlilik oranının da düştüğü anlaşılmaktadır. Mevcut durumda ihracata uygun bir karavanın ortalama yerlilik oranı %25 düzeyindedir. Karavan üretimi tedarik zinciri incelendiğinde Dometic, Thule, Fiamma, Thetford, AL-KO gibi markaların tüm dünyada pazara hakim durumlarının Ülkemiz için de geçerli olduğu görülmektedir. Bazı ekipmanlarda yerli üreticiler mevcut olup kalite seviyesi yetersiz kalmakta veya fayda/maliyet dengesi sağlanamadığı için karavan üreticileri tarafından tercih edilmemektedir. Ancak, gerekli stratejilerin uygulanması durumunda yerlilik oranının ortalama %25'ten %80 seviyelerine yükseltilmesi olasıdır.

Ara ürünlerin yerli üreticilerden temin edilmesi, yerel ekonomiye katkı sağlamanın yanı sıra tedarik zincirindeki olası gecikme ve aksaklıkların önüne geçilmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, yerli üreticilerle işbirliği yaparak tedarik zincirinde daha esnek ve hızlı çözümler üretmek mümkün hale gelebilir. Bununla birlikte, ara ürün temininde yurt dışı kaynaklara bağımlılık, döviz kurlarındaki dalgalanmalar ve uluslararası ticaretin getirdiği belirsizlikler gibi riskler taşımaktadır. Öte yandan Avrupa'da da şasi temini başta olmak üzere tedarik zincirindeki aksaklıklar ve pandeminin süregelen etkileri nedeniyle işçi arzında eksiklikler olduğu ve tedarik sürecinde zorluklar yaşandığı raporlanmıştır.

Montaj odaklı üretimle katma değer yaratmak, diğer sektörlerde olduğu gibi karavan üretiminde de uzun vadede rekabet gücünü artırmak için yeterli değildir. Bu nedenle, üretim sürecinin tüm aşamalarında, özellikle ara ürün temini ve bileşen üretimi gibi kritik noktalarda iyileştirmeler yapmak gerekmektedir. Bu noktada teknolojik yatırımlar ve yerli üreticilerle geliştirilecek stratejik işbirlikleri, ara ürün temininde sürdürülebilirlik sağlamanın yanı sıra, montaj aşamasında da verimliliği artıracaktır.

Bu kapsamda, karavan üretiminde yerlilik oranının artırılması amacıyla aşağıdaki stratejilerin/tedbirlerin uygulanması önerilmektedir;

Sektör Dinamikleri ve Tüketici Talebi

Son üç yılda artan tüketici talebi göz önünde bulundurulduğunda, henüz olgunlaşmamış yurt içi talebin karavan üretim sektörü için yeterli üretim kapasitesi oluşturmayacağı öngörülmektedir. Bu nedenle, sektörün üretim kalitesini artırarak ihracata öncelik verilmesi gerekmektedir. Yurt içi tüketicilerin de karavanda kalite unsurları ile standart dışı ürünlerin yaratacağı sorunlar hakkında bilinçlendirilerek yerli üretimin tercih edilmesi teşvik edilebilir.

İhracat odaklı üretimde ise bu çalışmanın ikinci bölümde yer alan Erwin Hymer Grup örneğindeki gibi yurt dışı pazarın tüketici tercihlerinin detaylı analiz edilerek pazara uygun araç tasarımı geliştirilmeli ve uygun ürün kullanılmalıdır.

Yurt içi tüketicilerin de karavanda kalite unsurları ile standart dışı ürünlerin yaratacağı sorunlar hakkında bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

İkame Ürünlerin Üretimi ve Eşleştirme

Yüksek yetkinlikli yerli firmalar tespit edilerek, bu firmaların karavan üreticileriyle eşleştirilmesi gerekmektedir. Karavan üreticileri, toplulaştırılmış asgari ürün alım taahhüdü vererek potansiyel ekipman üreticilerini teşvik edebilir. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Yatırıma Destek Platformu (<https://www.yatirimadestek.gov.tr/tedarik-zinciri-yerlilestirme>) üzerinden yürüttüğü Tedarik Zinciri Yerlileştirme Modülü kullanılarak, KAİTED ve KARENDER gibi dernekler aracılığıyla toplulaştırılmış ürün talepleri alınmalı ve bu talepler uygun yetkinliğe sahip üreticilerle eşleştirilmelidir. İlk aşamada mobilya menteşesi, evye ve ocak gibi basit ürünlerin teminine öncelik verilerek, sürecin verimliliği ve işlevselliği artırılabilir.

Devlet Teşvikleri ve Sabit Yatırım Maliyetleri

Sabit yatırım maliyetlerinde (üretim kalıbı, tasarım, prototip geliştirme giderleri vb.) devlet teşvikleri sağlanması, potansiyel yerli üreticilerin ilk üretim maliyetlerini düşürerek karar alma sürecini hızlandıracaktır. Bu amaçla ilgili kamu kurumları tarafından sektöre özel alternatif destek mekanizmaları geliştirilmelidir.

Yurt dışı Firmalar ile İşbirliği

Yurt dışı menşeli firmalar, ülkemizde bulunan yerli tedarikçilerle eşleştirilerek üretimde know-how transferi sağlanabilir.

Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Potansiyel yerli tedarikçilerin Ar-Ge faaliyetleri desteklenerek, tersine mühendislik yerine yerli tasarım ürünlerin üretimi daha fazla rekabet avantajı sağlayacaktır.

Üniversite-Sanayi İşbirliği

Otomotiv, endüstriyel ürün tasarımı, malzeme bilimi gibi üniversite bölümlerinin karavan üretimi konusunda uzmanlaşması sağlanarak, sektörün üniversite-sanayi işbirliği güçlendirilebilir.

Mesleki Eğitim ve Nitelikli Personel Yetiştirilmesi

Ülkemizde yat inşası alanında faaliyet gösteren mesleki ve teknik eğitim bölümlerine benzer olarak karavan üretiminin yoğun olduğu bölgelerde (Marmara, Ege gibi) karavan üretimine özgü mesleki eğitim bölümleri açılarak nitelikli personel yetiştirilmesi, sektörün rekabet gücüne katkı sağlayacaktır.

Yerli Otomotiv Üreticileri ve Karavan Dönüşümü

Ülkemizdeki yerli otomotiv üreticilerine (Karsan, Gülerüz, BMC, TEMSA gibi) sektörün potansiyeli ile alakalı yatırım promosyon etkinlikleri düzenlenerek ve karar alma sürecini hızlandıracak teşvik mekanizmalarıyla karavan dönüşümüne uygun, altyapısı hazır araçların üretimi sağlanabilir. Böylece, özellikle motor karavan dönüşümünde otomotiv üreticilerinin teknik bilgilerinin sektöre daha etkin aktarılması sağlanarak, maliyet ve pazarlama konularında ülke olarak daha rekabetçi bir konum kazanılabilir.

Sektörel Bilgi Üretimi ve Karar Alma Süreci

Turizm ayağı dahil olmak üzere karavan sektörünün hem üretici hem de tüketici tarafında sektörel bilgi üretimi yok denecek kadar azdır. Bu durum, özel sektör ve kamu kurumlarının veriye dayalı karar alma sürecini olumsuz etkilemektedir. Küresel olarak rekabetçi bir karavan üretim sektörü oluşturmak için, özellikle üretici derneklerinin sektörü yönlendirici bilgi, proje ve faaliyetler üretmesi gerekmektedir. Bu kapsamda üretici derneklerinin kurumsal kapasitelerini artıracak projeler üretilmelidir.

Karavan Turizminin Geliştirilmesi

Yurt içi talebin dengelenmesi ve yurt dışı tüketicilere yönelik hizmetlerin geliştirilebilmesi için karavan üretimiyle beraber karavan turizminin de geliştirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, karavan park alanlarının artırılması ve bu alanların hizmet standartlarının oluşturulması, rota bazlı turizm promosyon çalışmaları yapılması gerekmektedir.

Dış Ticaret Vergileri

Karavan ticaretinde yerli üreticileri destekleyen münferit koruyucu düzenlemeler olsa da, AB ile yapılması planlanan, Gümrük Birliği Anlaşması'nın güncellenme sürecinde karavan üretim sektörünün de göz önünde bulundurulması, özellikle sektörde en büyük ihracat potansiyelini barındıran AB pazarı için rekabet sağlayıcı bir husus olacaktır. Bu amaçla GTİP bazında ürün envanterinin çıkarılarak ilgili bakanlıklar nezdinde lobi çalışmaları yürütülmesi gerekmektedir.

5. KAYNAKÇA

ACSI. (2019). ACSI-Campingumfrage 2019. 04.04.2023 tarihinde <https://www.eurocampings.de> adresinden alınmıştır.

CIVD. (2023). Annual Report 2022. CIVD (Caravaning Industrie Verband e.V.).

CIVD. (2024). Annual Report 2023. CIVD (Caravaning Industrie Verband e.V.).

CIVD. (2024). CEN Standardisation. 02.05.2024 tarihinde <https://www.civd.de/en/artikel/cen-standardisation/> adresinden alınmıştır.

Caravan Industry Association of Australia. (2024). 16.08.2024 tarihinde <https://www.caravanindustry.com.au/accreditation/rvmap/types-of-recreational-vehicles/> adresinden alınmıştır.

DWIF. (2022). Der Campingplatz- Und Reisemobil-Tourismus Als Wirtschaftsfaktor In Deutschland 2021. (M. S. Dr. Bernhard Harrer, Dü.) 30.03.2023 tarihinde <https://www.dwif.de> adresinden alınmıştır.

Erwin Hymer Group. (2018). "Caravanning Cultures": How Europe Camps. 25.07.2024 tarihinde <https://www.erwinhymergroup.com/en/press/~p~298> adresinden alınmıştır.

European Caravan Federation . (2020). Leisure Vehicles in use (Europe). 10.05.2024 tarihinde <http://www.e-c-f.com/index.php?id=26> adresinden alınmıştır.

Hotomobil. (2024). 16.08.2024 tarihinde <https://www.hotomobil.com.tr/gladiator-karavan> adresinden alınmıştır.

Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2022). Karavan Turizmi Zirvesi Raporu.

Murden, David. (2024). What Are The Different Types of Motorhomes – 10 Most Popular Classes. 16.08.2024 tarihinde <https://omcmotorhomes.co.uk/motorhomes-types/> adresinden alınmıştır.

Resmi Gazete (Sayı:23053 mükerrer). (1997, 07 18). Karayolları Trafik Yönetmeliği.

TOBB Sanayi Veritabanı. (2024). 10.05.2024 tarihinde https://sanayi.tobb.org.tr/kitap_son2.php?kodu=292022 adresinden alınmıştır.

TÜİK. (2024). Dış Ticaret İstatistikleri.

TÜİK. (2024). Ulaştırma İstatistikleri.



Kuzeykent Mah. Kayın Sk. No:9 37150 / KASTAMONU
Tel.: +90 366 212 58 52 • Faks: +90 366 212 58 55

✉ bilgi@kuzka.gov.tr | www.kuzka.gov.tr

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılmaz



TC_KUZKA



TC KUZKA



tc_kuzka



TC KUZKA