

MOBİLYA SEKTÖRÜ



DEĞERLENDİRME RAPORU

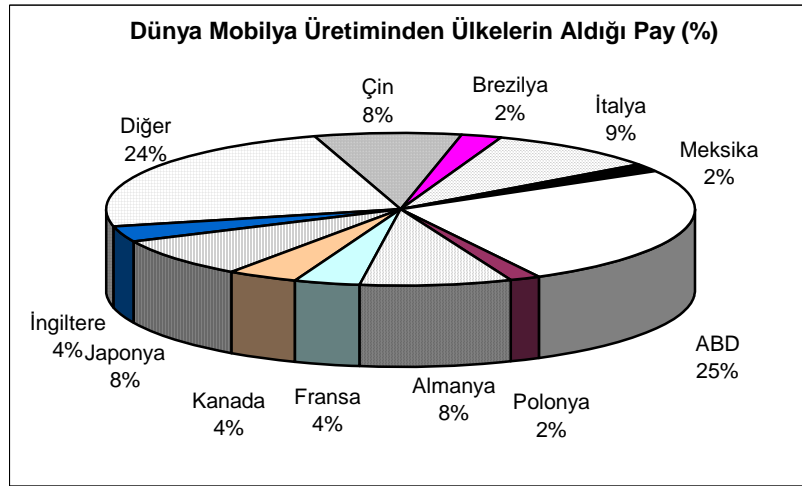
2008

MOBİLYA SEKTÖR RAPORU

I. Dünya Mobilya Üretimi ve Ticareti

A. Dünya Mobilya Üretimi

Tüketimdeki hızlı artışın etkisiyle pazarı giderek genişleyen dünya mobilya üretimi bugün yaklaşık 270 milyar \$'dır. Toplam üretimin yaklaşık %30'u Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya'daki büyük mobilya imalatçıları tarafından yapılmaktadır.



Kaynak: CSIL 2005 Yılı Mobilya Raporu

Dünya genelinde mobilya üretiminin %30'u büyük ölçekli firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir ve bunların dış ticaretteki payı da %30'dur. Üretimin %78'i gelişmiş ülkeler tarafından yapılırken G7 Ülkeleri'nin dünya mobilya sektöründeki payı %63'ü bulmaktadır. Dünya üretiminin %59'u ABD, İtalya, Almanya, Japonya, Kanada, İngiltere ve Fransa tarafından yapılmaktadır. Dünya mobilya üretiminden en büyük payı ABD almaktadır. Onu sırasıyla İtalya, Çin, Almanya ve Japonya takip etmektedir.

ABD, Kanada ile birlikte dünya mobilya üretiminde de önemli bir paya sahiptir. Bununla birlikte ABD iç pazarındaki taleplerin karşılanmasında ithal ürünler önemli yer tutmaktadır. Toplam tüketim içerisindeki ithal mobilyaların oranı, özellikle ev mobilyasında, %20'lere yaklaşmıştır.

Mobilya üretiminde Çin ve Güneydoğu Asya Ülkeleri (Endonezya, Malezya ve Tayland) önemli bir güç haline gelmiştir. Söz konusu ülkelerin dünya üretiminde %30'lara varan paylarını önümüzdeki dönemde daha da artıracakları düşünülmektedir. Özellikle Çin'in yapmış olduğu ve devam eden yatırımlarla birlikte dünya mobilya pazarındaki payını önümüzdeki dönemde daha da artırması beklenmektedir. Çin diğer ürün gruplarında olduğu gibi, artan alım gücü ile mobilyada da aynı zamanda pazar olma potansiyelini taşımaktadır.

B. Dünya Mobilya Dış Ticareti

Dünya mobilya ticaretinde dışa açılma oranı her yıl artmaktadır. Giderek güçlenen küreselleşme süreci ve ulusal pazarların dışa açılmasıyla sınır aşırı mobilya ticareti sürekli artış göstermektedir.

Dünya Mobilya Dış Ticareti (\$)			
	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi
2004	87.784.142.691	96.724.186.246	184.508.328.937
2005	95.511.653.892	106.563.705.933	202.075.359.825
2006	105.556.798.650	116.101.480.095	221.658.278.745
2007*	100.623.676.757	112.552.234.923	213.175.911.680

Kaynak: BM İstatistik Bölümü.

*2007 verileri, BM İstatistik Bölümüne dış ticaret verilerini bildiren 73 ülke baz alınarak hesaplanmıştır.

BM verilerine göre, dünya mobilya dış ticaret hacmi 2004 yılında 184 milyar \$ iken, 2007 yılında %15,5 artışla 213 milyar \$'a yükselmiştir. Üretim diğer bölümü ise ülkelerde yurt içinde satışta sunulmaktadır.

Günümüzde uluslararası ticari ilişkiler gün geçtikçe yoğunlaşırken, küresel olarak bakıldığında, iç piyasaya yönelik üretim giderek azalmakta ve ağırlıklı olarak ihracata yönelik üretim yapılmaktadır. Dolayısıyla mobilya pazarı giderek daha fazla uluslararası nitelik kazanmakta ve gelişmekte olan pazarların gösterdiği dinamizm mobilya sektörünün büyüme oranları için ilave bir itici güç oluşturmaktadır.

Mobilya dış ticaretinde son altı yılda göze çarpan başlıca gelişim mobilya pazarının dışa açılma oranındaki artış olup 2050 yılında sektörün pazar büyüklüğünün 1 trilyon \$'ı geçeceği tahmin edilmektedir.

2007 yılı verilerine göre; dünya mobilya sektöründe en fazla ihracat yapan ülkeler sırasıyla Çin Halk Cumhuriyeti, İtalya, Almanya, ABD ve Kanada'dır. Dünya mobilya ihracatının lider ülkesi Çin Halk Cumhuriyeti 2007 yılında ihracatını bir önceki yıla göre %29 artırarak 27 milyar \$ seviyesine ulaştırmıştır.

Dünya mobilya sektöründe tasarım, kalite ve moda yaratma konusunda lider olan İtalya ise Çin'in ardından ikinci büyük mobilya ihracatçısı ülke olmuştur. İtalya aynı zamanda Avrupa'nın da en büyük tedarikçi ülkesidir. İtalya 2007 yılında mobilya ihracatını bir önceki yıla göre %13,5 artırmıştır.

Almanya ise 2007 yılı verilerine göre 11,6 milyar \$'lık ihracatıyla dünya mobilya ticaretinde söz sahibi ülkelerin başında gelmektedir.

Dünya mobilya ihracatında ilk beş ülke içerisinde yer alan ABD ve Kanada aynı zamanda en fazla mobilya ithal eden beş ülke içerisinde de yer almaktadır. Özellikle ABD 2007 yılında dünya toplam mobilya ithalatının %33,5'ğini gerçekleştirmiş ve mobilya pazarının tüketim, ithalat ve ihracatta belirleyici ülkesi olmuştur.

Dünya Mobilya İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (\$)		
	2006	2007*
Çin Halk Cumhuriyeti	21.003.249.755	27.133.047.341
İtalya	11.591.123.489	13.166.699.532
Almanya	9.792.215.000	11.646.046.000
ABD	6.076.324.574	6.580.608.759
Kanada	5.827.941.267	5.439.048.230
Meksika	4.710.610.704	4.558.193.896
Fransa	3.300.943.057	3.836.956.565
Malezya	2.265.120.509	2.561.963.907
Belçika	2.176.049.608	2.538.733.414
İngiltere	2.112.074.330	2.499.695.835
İsveç	2.067.220.327	2.472.912.890
Avusturya	1.863.951.985	2.300.871.269
Hollanda	1.443.887.818	1.637.679.514
Romanya	1.217.949.061	1.525.614.544
Tayland	1.232.002.744	1.298.864.036
Slovenya	1.076.679.691	1.130.520.686
Slovakya	764.029.160	1.035.928.453
Brezilya	989.035.036	1.028.856.071
Litvanya	679.327.593	886.035.816
İsviçre	743.131.149	883.229.733
Türkiye	556.379.461	773.418.879
Kore Cumhuriyeti	623.123.820	648.022.492
Norveç	523.333.104	603.915.502
Güney Afrika	494.391.653	535.155.401
Estonya	391.870.331	474.403.887
Diğer	22.034.833.424	3.427.254.105
Toplam	105.556.798.650	100.623.676.757

Kaynak: BM İstatistik Bölümü.

*2007 verileri, BM İstatistik Bölümüne dış ticaret verilerini bildiren 73 ülke baz alınarak hesaplanmıştır.

2007 yılında 112,5 milyar \$ olan dünya mobilya ithalatındaki en önemli ülke 37,8 milyar \$'lık ithalatıyla ABD olmuştur.

Dünya ithalatından ikinci büyük payı alan Almanya ise mobilya ithalatını bir önceki yıla göre %5,5 oranında artırarak 11,3 milyar \$ değerinde mobilya ithal etmiştir.

Dünyanın en fazla mobilya ithalatı gerçekleştiren üçüncü ülkesi olan İngiltere ise 2007 yılında 9,4 milyar \$ değerinde mobilya ithal etmiştir.

Dünya mobilya ithalatından önemli oranda pay alan diğer ülkeler ise Fransa, Kanada, Belçika, Hollanda ve İsviçre'dir.

Dünya Mobilya İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı (\$)		
	2006	2007*
ABD	36.671.033.843	37.775.431.325
Almanya	10.730.640.000	11.323.902.000
İngiltere	7.945.758.570	9.390.368.091
Fransa	7.055.766.703	8.450.241.058
Kanada	5.422.343.828	6.076.786.772
Belçika	3.205.824.573	3.782.986.414
Hollanda	2.853.669.072	3.354.499.938
İsviçre	2.497.362.206	3.004.965.386
İtalya	2.303.668.167	2.780.792.279
Avusturya	1.997.542.482	2.569.180.971
İsveç	1.921.932.619	2.409.516.702
Avustralya	1.723.647.268	2.058.809.377
Norveç	1.546.654.760	1.935.184.404
Meksika	1.572.889.327	1.920.189.791
Kore Cumhuriyeti	1.327.676.018	1.595.445.250
Rusya Federasyonu	955.151.107	1.533.310.288
Çin Halk Cumhuriyeti	805.773.404	1.105.904.060
İrlanda	797.374.242	936.156.949
Yunanistan	675.243.073	935.530.997
Hong Kong	818.786.544	825.928.148
Finlandiya	615.257.289	737.060.128
Slovakya	566.940.922	736.464.316
Singapur	524.858.376	660.972.143
Romanya	388.401.652	598.457.900
Türkiye	399.698.899	556.505.658
Diğer	20.777.585.151	5.497.644.578
Toplam	116.101.480.095	112.552.234.923

Kaynak: BM İstatistik Bölümü.

*2007 verileri, BM İstatistik Bölümüne dış ticaret verilerini bildiren 73 ülke baz alınarak hesaplanmıştır.

C. Avrupa'da Mobilya Sektörü

Bugün dünya mobilya üretimden AB Ülkeleri'nin aldığı pay %50'leri bulmaktadır. Almanya ve İtalya en büyük mobilya üreticileri olarak, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalarıyla dünya mobilya sektöründe Çin Halk Cumhuriyeti'nden sonra en büyük ihracatçı ülkelerdir. Kıta üretiminde önemli diğer ülkeler ise İngiltere, Fransa ve İspanya'dır.

Mobilya sektörü AB içerisinde temel bir endüstri dalıdır ve dünyada rekabetçi bir konuma sahiptir. Dünya mobilya ihracatında büyük ölçüde söz sahibi olan AB içerisinde mobilya imalatı 100 binin üzerinde üretici tarafından gerçekleştirilmekte ve 80 bine yakın perakendeci tarafından tüketiciye sunulmaktadır. Tüm bu doğrudan ve dolaylı istihdam imkânları ile AB mobilya endüstrisi son derece uzmanlaşmış olup, pek çok alt sektörden oluşmaktadır. Mobilya aksam ve parçaları ile döşenmiş/kaplanmış mobilyalar ise en büyük iki üretim grubudur. AB ülkeleri aynı zamanda ahşap mobilya transit ticaretinde de önemli bir konuma sahiptir.

İtalya AB içerisindeki en büyük üreticidir ve ayrıca dünya mobilya tasarımı lideridir. Avrupa pazarında satılan mobilyaların büyük bölümünü, Avrupa ülkelerinde üretilmiş olan mobilyalar oluşturmaktadır. İthal ürünlerin toplam satış içindeki payı üçte birin biraz üzerinde bulunmaktadır. Ancak gerek ihraç ürünlerinde gerekse ithal ürünlerde uluslararası iş bölümünün giderek artmakta olduğu görülmektedir.

II. Türkiye’de Mobilya Üretimi ve Ticareti

A. Üretim

Türkiye 6 milyar \$’lık üretim kapasitesi ile dünya mobilya pazarında üretimin %2,7’sini oluşturmakla birlikte, 2007 yılındaki 986 milyon \$ ihracat ile dünya mobilya ihracatından yaklaşık %1 pay almaktadır. Mobilya İmalat Sektörü, 2005 yılı verilerine göre Türkiye İmalat Sanayii’nde %8’lik büyüme ile en hızlı büyümeyi gerçekleştiren sektörlerden biri olmuştur.

Türk Mobilya Sektörü Üretim Projeksiyonu (2007-2013) (milyon \$)

YILLAR							Ortalama Yıllık Artış
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2007-2013
7.800	9.000	10.500	12.500	14.000	16.300	19.000	(%)13

Kaynak: DPT Mobilya Sektörü Özel İhtisas Komisyonu Raporu

DPT’nin 9. Kalkınma Programı çerçevesinde; sektör uzmanları tarafından hazırlanan Mobilya Sektörü Özel İhtisas Komisyonu Raporu’na göre 2007-2013 yıllarını kapsayan 6 yıllık dönemde sektör üretimi yılda ortalama %13 artarak 2013 yılında 19 milyar \$ seviyesine ulaşacaktır.

Mobilya grubu ürünlerde işyeri ve istihdam düzeyi bakımından İstanbul önde gelmektedir. İstanbul’u sırasıyla Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir ve Adana izlemektedir. Firmaların istihdam ettikleri eleman sayısına göre Türkiye genelindeki başlıca mobilya firmalarının illere göre dağılımı verilmiştir.

Mobilya Sektörünün İllere Göre Dağılımı (2002 Yılı)

	İşyeri Sayısı	(%) Dağılım	İstihdam Düzeyi	(%) Dağılım
İstanbul	6.458	22,0	23.633	25,5
Ankara	5.361	19,3	14.622	15,8
Bursa	2.130	7,3	8.996	9,7
Kayseri	740	2,5	8.492	9,2
İzmir	2.379	8,1	6.328	6,8
Adana	900	3,1	2.369	2,6
Antalya	823	2,8	1.905	2,1
Samsun	640	2,2	1.757	1,9
Konya	757	2,6	1.746	1,9
Çanakkale	91	0,3	1.856	2,0
Diğer	9.067	30,8	20.863	22,5
Toplam	29.346	100,0	92.567	100,0

Kaynak: TÜİK Verileri

TÜİK 2002 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı sonuçlarına göre; sektörde faaliyet gösteren resmi kayıtlı işletme sayısı 29.346 olup istihdam edilen kişi sayısı ise 92.567’dir. Sektörde sigortasız çalışan eleman sayısı hesaba katıldığında gerçek istihdamın bunun çok üzerinde olduğu söylenebilir. Ürünlerin perakende satışının da yapıldığı işletme sayısı 32.382 olup bu alanda istihdam edilen kişi sayısı 67.319’dur. İmalat ve perakende satışta çalışanların sayısı birlikte değerlendirdiğinde doğrudan istihdam edilen eleman 159.886’dır.

Ancak 2006 yılı MOSDER verilerine göre; sadece 14 firmanın istihdam sayısı 16.214'tür. Buna göre, Türkiye genelinde mevcut istihdamın çok daha yukarılarda olması beklenir. Mobilya üretim sektöründe önemli kuruluşların istihdam sayıları, yerleşim yerleri ve kuruluş yılları aşağıda yer alan tabloda verilmiştir.

Büyük ölçekli firmalarda 1990'lı yıllardan itibaren artış olmuştur. Büyük, orta ve küçük ölçekli 608 işletmenin %99,84'ü 1-49 işçi çalıştıran küçük; %0,085'i 50-99 işçi çalıştıran orta; %0,074'ü ise 100 ve üzerinde işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerdir. Küçük işletmelerde kurumsallaşma sağlanamamıştır. 536 küçük işletmenin %81,4'ü şahıs; %18,7'si adi ortaklık, kolektif, limitet ve anonim şirket şeklinde yapılanmıştır. Orta ölçekli işletmelerin %2,5'i adi ortaklık; %2,5'i kolektif; %41'i limitet, %53,8'i ise anonim şirket şeklindedir. Büyük işletmelerin %82'si anonim şirket, %18'i ise limitet şirketler şeklinde yapılanmıştır. Bu işletmelerin büyük çoğunluğu aile şirkettir.

Mobilya Üretim Sektöründe Önemli Kuruluşlar (2006)

Sıra	Kuruluş Adı	Bulunduğu İl	Yabancı Sermaye Payı (%)	İşçi Sayısı	Kuruluş Tarihi
1	İstikbal Mobilya	Kayseri	-	4.000	1992
2	Bellona Mobilya	Kayseri	-	4.000	1995
3	Yataş	Kayseri	50	1.350	1987
4	Tepe Mobilya	Ankara	-	1.224	1993
5	Kilim Mobilya	Kayseri	-	1.200	1977
6	İpek Mobilya	Kayseri	-	753	1991
7	Doğtaş Mobilya	Çanakkale	-	600	1987
8	Kelebek Mobilya	Düzce	-	550	1935
9	Alfemo	İzmir	-	550	1989
10	İdaş	İstanbul	-	500	1960
11	Konfor Mobilya	İzmir	-	475	2003
12	Çilek Mobilya	Bursa	-	474	1995
13	Koleksiyon Mobilya	Tekirdağ	-	318	1971
14	Seray	Ankara	-	300	1950
				16.294	

Kaynak: Sektör Temsilcileri ve MOSDER, 2006

İstanbul'da, en önemli iki merkez İkitelli Organize Sanayi Bölgesi'ndeki 778 mağaza ile Masko ve 350 mağazası ile küçük sanayi sitesi Modoko'dur. İstanbul mobilya sektörü işletme başına ortalama 3,7 kişilik istihdam düzeyi ile Türkiye ortalamasının (3,2 kişi) üzerinde bir istihdam yapısına sahiptir.

Ankara, mobilya üretiminde önemli bir merkez olup istihdam düzeyi ve işletme sayısı itibari ile İstanbul'un ardından gelmektedir. Ankara'da mobilya sektörü Siteler ile özdeşleşmiştir. Siteler 1960'lı yıllarda kurulmuş olup, bugün 5.000 dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren büyük bir organize sanayi bölgesidir. Bölge küçük ve orta ölçekli mobilya üretimi yapan birçok işletmeyi barındırmaktadır. Siteler'deki kayıtlı firma sayısı 10 bini aşmaktadır. Ancak bu işletmeler emek yoğun işletmeler olup, büyük ölçekli üretim yapan firma sayısı azdır.

Bursa-İnegöl bölgesi gelişme dinamiği yüksek bir bölgedir. Hammadde kaynaklarına yakın olmasının avantajını iyi değerlendiren İnegöl mobilyasıyla da anılmakta olup, Bursa İnegöl

mobilya sektörü istihdam düzeyi itibari ile Ankara'dan sonra ikinci, ihracat bakımından Kayseri ve İstanbul'un ardından üçüncü sıradadır.

Kayseri'de mobilya sektörünün yükselişi kanepeler, koltuk ve yataklarla başlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve yeni yatırımlarla bugün mobilyanın her dalında üretim yapan firmaları ile Kayseri, Türkiye'nin önemli bir mobilya merkezi haline gelmiştir. Kayseri'de sektörde faaliyet gösteren firma sayısı 3.500'dür. Firma başına düşen 11,5 kişilik istihdam düzeyi ile bölgede Türkiye ortalamasının çok üzerinde bir oranla eleman istihdam edilmektedir. Kayseri büyük ölçekli fabrikasyon üretim yapan firmaların yoğunlaştığı bir bölge olmanın yanında, Türkiye'nin ev ve ofis mobilyası ihracatının %33'ünü tek başına gerçekleştiren önemli bir üretim ve ihracat merkezi konumundadır.

İzmir bölgesi, istihdam düzeyi bakımından 5. sırada gelmektedir. Firma başına düşen çalışan sayısı 2,66 kişiyle Türkiye ortalamasının altında istihdam düzeyine sahip olan bölgede daha çok küçük firmalar bulunmaktadır.

Mobilya sektörü, 1999 yılında yaşanan deprem ve ekonomik krizlerden olumsuz etkilenmiştir. Küçük işletmelerin tamamında, orta ölçekli işletmelerin ise bir kısmında kapasite kullanımı 1997'den 1999'a kadar artarken 1999'dan sonra azalmıştır. Bu durum büyük işletmelerde yaşanmamıştır. Bunun sonucu olarak çok sayıda işletme kapanmış, birçoğu düşük kapasitelerle çalışmak zorunda kalmıştır. Büyük işletmeler daralan iç talep karşısında ihracata yönelerek krizden daha az etkilenmişlerdir.

Kapasite kullanım oranları işletmelere göre değişmekte olup, küçük ölçeklilerde %40, orta ölçeklilerde %55, büyük ölçeklilerde ise %80'dir. İşletmeler iç piyasadaki daralma sonucunda düşük kapasitelerle çalışmaktadırlar.

Büyük ölçekli firmalar %80'e yakın kapasite ile çalışmaktadır. Sektörün tam kapasite ile çalışmama nedenlerinin %54'ü iç talep; %19,4'ü dış talep yetersizliklerinden kaynaklanmaktadır. Çalışanlarla ilgili sorunlar %6,6; hammadde yetersizliği %5,9; finansman %4,9 ve diğer nedenler %6,3 oranında etkilidir. Sektör, halen ağırlıklı olarak iç piyasaya yönelik bir yapıdadır. Bu nedenle iç talep daralması kapasite kullanımını olumsuz etkilemektedir. Dış talep yetersizliği ise ülkenin ihracat rakamlarını etkilemektedir. Kapasite kullanımının yükseltilebilmesi için iç pazardaki canlanmanın yanı sıra, dış pazarlara markalaşma ile açılımının artırılması ve ihracatın sürdürülebilirliği önem arz etmektedir.

B. Türkiye'nin Mobilya Dış Ticareti

1,5 milyar \$'dan fazla dış ticaret hacmine sahip olan Türkiye 2007 yılındaki 986 milyon \$ ihracatı ile dünya mobilya ihracatından %1 pay almaktadır.

Türkiye'nin Mobilya Sektörü İhracatı

Ürün-GTİP	2005		2006		2007	
	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)
Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları (GTİP 9401)	95.079	309.280	99.644	328.821	118.992	443.111
Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar,döndürme yükseltme ve yatırma tertibatlı berber koltukları ve benzeri koltuklar; bu eşyaların aksam ve parçaları (GTİP 9402)	1.189	8.253	1.559	10.431	1.717	14.390
Diğer Mobilyalar vb. Aksam ve Parçaları (GTİP 9403)	146.778	337.882	162.088	393.496	187.567	527.803
Somylar, Şilte, Yatak, Yorgan, Yastık, Puf vb. (GTİP 9404)	90	2.447	118	1.610	111	1.154
TOPLAM	243.136	657.862	263.409	734.358	308.387	986.458

Kaynak : TÜİK Verileri

Türk mobilya sektörü 2006 yılında 734 milyon \$ seviyesinde ihracat gerçekleştirirken 2007 yılında ihracat %34 artışla 986 milyon \$ olmuştur.

Türkiye'nin Mobilya Sektörü İhracatı

	2005			2006			2007		
	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Birim Fiyat (Bin \$/ton)	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Birim Fiyat (Bin \$/ton)	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Birim Fiyat (Bin \$/ton)
Almanya	34.306	124.026	3,6	31.603	111.736	3,5	34.173	140.897	4,1
Fransa	17.420	43.872	2,5	21.109	52.525	2,5	25.512	74.235	2,9
Irak	24.388	48.919	2,0	23.467	58.911	2,5	22.530	69.000	3,1
İran	7.202	25.764	3,6	9.570	33.888	3,5	17.236	63.667	3,7
Yunanistan	16.063	35.816	2,2	16.505	39.188	2,4	20.742	56.104	2,7
Hollanda	13.774	40.377	2,9	14.300	44.154	3,1	14.825	53.185	3,6
İngiltere	11.827	34.710	2,9	11.093	35.107	3,2	13.277	49.374	3,7
Romanya	8.058	23.125	2,9	10.052	26.904	2,7	14.069	45.292	3,2
Rusya Fed.	4.702	19.883	4,2	5.827	24.436	4,2	7.915	32.258	4,1
Azerbaycan	5.119	13.825	2,7	6.710	17.978	2,7	9.970	30.492	3,1
KKTC	7.863	21.971	2,8	9.223	26.318	2,9	8.462	27.716	3,3
A.B.D.	8.833	25.607	2,9	9.416	25.008	2,7	9.967	26.733	2,7
Avusturya	5.068	18.296	3,6	5.053	18.282	3,6	6.390	22.959	3,6
Kazakistan	2.438	9.284	3,8	3.793	17.109	4,5	4.415	22.140	5,0
S.Arabistan	9.908	13.778	1,4	10.431	16.853	1,6	10.540	21.933	2,1
İspanya	3.031	11.216	3,7	4.071	16.101	4,0	4.615	20.064	4,3
Bulgaristan	4.388	9.980	2,3	5.085	12.046	2,4	7.637	19.641	2,6
İsrail	7.075	16.307	2,3	5.901	15.672	2,7	5.593	17.008	3,0
Belçika	5.882	13.516	2,3	6.010	18.398	3,1	5.405	16.712	3,1
Libya	2.772	4.963	1,8	3.929	7.774	2,0	6.341	16.255	2,6
Diğer	43.019	102.627		50.261	115.970		58.773	160.793	
TOPLAM	243.136	657.862		263.409	734.358		308.387	986.458	

Kaynak : TÜİK Verileri

2007 yılında en fazla mobilya ihraç edilen başlıca ülkeler Almanya (140,9 milyon \$), Fransa (74,2 milyon \$), Irak (69 milyon \$), İran (63,7 milyon \$), Yunanistan (56,1 milyon \$) ve Hollanda (53,2 milyon \$) olmuştur.

Ürün bazında ihracat artışı en fazla sırasıyla; ahşap mobilyalar, metal ofis mobilyaları ve ahşap mutfak mobilyaları şeklindedir. Bunlara rağmen sektörün ihracat değeri, mevcut potansiyelin çok altındadır.

Türkiye'nin Mobilya Sektörü İthalatı

Ürün-GTİP	2005		2006		2007	
	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)
Oturmaya Mahsus Mobilyalar, Aksam ve Parçaları (GTİP 9401)	36.047	202.992	43.264	268.434	45.609	356.109
Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar,döndürme yükseltme ve yatırma tertibatlı berber koltukları ve benzeri koltuklar; bu eşyaların aksam ve parçaları (GTİP 9402)	1.298	24.051	1.534	26.190	1.867	31.110
Diğer Mobilyalar vb. Aksam ve Parçaları (GTİP 9403)	32.352	139.772	44.736	211.370	51.772	285.679
Somiyalar, Şilte, Yatak, Yorgan, Yastık, Puf vb. (GTİP 9404)	43706 Adet 3207 Ton	22.684	84458 Adet 4821 Ton	35.009	86649 Adet 5435 Ton	39.752
TOPLAM		389.499		541.003		712.650

Kaynak : TÜİK Verileri

2007 yılında 713 milyon \$ değerinde ithalat yapan Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı ülke Çin Halk Cumhuriyeti olmuş, onu sırasıyla İtalya ve Almanya takip etmiştir.

Türkiye'nin Mobilya Sektörü İthalatı

	2005		Birim	2006		Birim	2007		Birim
	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Fiyat (Bin \$/ton)	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Fiyat (Bin \$/ton)	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Fiyat (Bin \$/ton)
Çin Halk Cum.	21.167	70.756	3,3	31.507	132.947	4	33.905	195.106	5,8
İtalya	7.556	59.986	7,9	10.564	77.282	7	11.704	99.741	8,5
Almanya	6.627	50.590	7,6	7.872	62.329	8	10.182	96.315	9,5
Fransa	7.578	49.960	6,6	6.264	42.897	7	6.670	47.828	7,2
Polonya	4.656	16.058	3,4	6.482	28.682	4	7.730	37.032	4,8
İspanya	2.054	16.710	8,1	2.696	18.329	7	3.089	25.581	8,3
Endonezya	3.109	12.712	4,1	3.374	17.214	5	3.074	23.463	7,6
İngiltere	2.638	24.047	9,1	1.784	25.053	14	1.100	19.014	17,3
G.Kore Cum.	1.884	8.976	4,8	1.857	11.777	6	4.189	18.743	4,5
Vietnam	1.206	4.591	3,8	1.641	6.589	4	2.155	15.895	7,4
Japonya	427	3.145	7,4	631	5.977	9	1.373	13.954	10,2
A.B.D.	856	15.321	17,9	829	13.457	16	735	12.417	16,9
Danimarka	1.241	4.418	3,6	2.492	9.706	4	2.740	10.727	3,9
İsveç	1.096	3.790	3,5	1.759	7.835	4	2.140	10.151	4,7
Tayvan	1.477	5.811	3,9	1.586	8.137	5	1.394	9.864	7,1
Romanya	534	1.494	2,8	795	4.806	6	1.031	7.314	7,1
Avusturya	1.060	6.475	6,1	1.104	8.060	7	682	6.796	10,0
Çek Cum.	1.285	5.876	4,6	933	4.738	5	733	6.656	9,1
Hollanda	287	3.866	13,5	349	4.175	12	445	5.863	13,2
Litvanya	518	1.084	2,1	892	3.756	4	1.350	5.107	3,8
Diğer	2.441	23.833		4.123	47.257		2.827	45.083	
TOPLAM	69.697	389.499		89534	541.003		99248	712.650	

Kaynak : TÜİK Verileri

Mobilya sektörü, mevcut üretim potansiyeli, kapasitesi, işyeri sayısı ve yarattığı istihdam bakımından önemli olmasına rağmen ihracat rakamları, Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında çok düşüktür. Bugün Türk mobilya sektörü üretiminin yaklaşık sadece %15'ini ihraç edebilmektedir. Hâlbuki Avrupa ve BDT ülkeleri ile Ortadoğu pazarına yakınlığı mobilya ihracatında Türkiye için önemli bir avantaj olabilir.

İhracat miktarının düşük kalmasında sektörün iç piyasaya dönük yapılanması yanında modern üretim tezgâhlarının yeterince kullanılmayışı da önemli bir etkidir. Finansman sorunları ve dış pazarlar konusunda bilgi eksikliği ihracatta karşılaşılan diğer önemli sorunlar arasında yer almaktadır.

Sektörde küçük işletmelerin varlığına rağmen, modern tasarımın öneminin anlaşılması, marka bilincinin oluşması/oluşturulması, mobilya tasarımcılarının yetiştirilmesine gereken ilginin gösterilmesi ve istihdamlarının sağlanması, sektörün gelişimi için gerekli mobilya üretimi açısından önem arz etmektedir.

Mobilya Sektöründe Başlıca Üretici-İhracatçı Firmalar (2007)

Firma Ünvanı	Şehir
Alfemo Mobilya San.ve Tic.A.Ş.	İzmir
Bostan-S İç ve Dış Tic. A.Ş.	Ankara
Boydak Dış Ticaret A.Ş.	Kayseri
Bürotime Mobilya San. ve Tic. Ltd. Şti.	Konya
Ceha Büro Mobilyaları Ltd.Şti	Kayseri
Çilek Mobilya San.ve Paz.Tic. A.Ş.	Bursa
Doğrular Madeni Eşya Pazarlama Ltd.Şti.	Konya
Doğtaş Doğanlar Mobilya İmalat San.ve Tic.A.Ş.	Çanakkale
Haksel Büro Mobilyaları San.ve Tic.Ltd.Şti.	İstanbul
Işılplast Plastik San. ve Tic.A.Ş.	İstanbul
İdaş İstanbul Döşeme San.A.Ş.	İstanbul
İpek Kanepe Mobilya İmalat İth. İhr. San.ve Tic. A.Ş.	Kayseri
Kilim Mobilya Kanepe San. ve Tic. A.Ş.	Kayseri
Koleksiyon Tasarım ve Mobilya San.A.Ş	İstanbul
Konfor Day. Tük. Mal.Mob.Deri Tek.İnş.Tur.San.ve Tic.A.Ş	İzmir
Mob Mobilya Dekorasyon A.Ş.	Ankara
Montel Mobilya Teks. Deri Turz. San. Tic. A.Ş.	Kocaeli
Nova Reklam Dekorasyon San. ve Tic.A.Ş.	İstanbul
Nurus Nurettin Usta Proje Dek.Mob.AksÜr.Paz.İth.İhr.Nak.A.Ş.	Ankara
Salkım Metal San. Tic.Ltd.Şti.	Bursa
Sürtaş Madeni ve Plastik Eşya San. ve Dış Tic.Ltd.Şti	İstanbul
Tem Mobilya San.ve Tic.A.Ş.	İstanbul
Yağmur Mobilya San.Tic.A.Ş.	Adana
Yataş Yatak Yorgan San.Tic.A.Ş	İstanbul
Yatsan Sünger ve Yatak San.Tic. Ltd.Şti.	İzmir

İhracatçı Birlikleri kayıtlarına göre; 2007 yılında 5.739 firma mobilya ihracatı gerçekleştirmiştir.

C. Türkiye Mobilya Sektöründe Yaşanan Sorunlar

Hammadde Sorunu: Ülkemiz orman kaynakları, sektörün bugünkü odun hammaddesi talebini karşılayabilecek durumda değildir. Bugün Türkiye’de toplam yuvarlak ağaç üretimi, ihtiyacın ancak üçte birini karşılamaktadır. Tüm bu nedenlerle daha geniş alanlarda sektör ihtiyacını karşılayabilecek keresteye uygun orman yetiştirilmesi ve uygun alanların kısa zamanda ağaçlandırılması gerekmektedir.

Sektörün Envanter Kaydının Bulunmaması: Sektörün ağırlıklı bir envanter kaydı bulunmamaktadır. Hammadde kaynaklarından başlayarak, makine kapasiteleri, maliyetler, ürün çeşitleri ve pazar analizleri konusunda bilgi eksikliği mevcuttur. Sektörün Ar-Ge faaliyetlerinin yetersizliğinden kaynaklanan bu sorunlara üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanamaması dolayısıyla bilgi kaynağı yetersizliği temel teşkil etmektedir.

Enerji Sorunu: Ülkemizde, enerji fiyatlarının yüksekliği tüm sanayi sektörlerini olduğu gibi ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektörünü de olumsuz yönde etkilemektedir. Halen kullanılmakta olan elektrik enerjisi AB ve EFTA ülkelerinden %40-80 oranında daha yüksektir ve standart kalitenin altındadır.

Nakliye: Türk ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektöründe taşımacılık büyük sorun yaratmaktadır. Sektörde yoğunlukla dünyanın en pahalı taşıma şekli olan karayolu taşımacılığının kullanıldığı ve demiryolu ulaşımının gerektiği ölçüde geliştirilemediği ülkemizde, limanlarımızın da etkin bir şekilde kullanılmadığı düşünülürse, taşımacılıkta sektörle beraber tüm ülkenin önemli gelişimlere ihtiyaç duyduğu ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber, ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektöründeki ürünlerin büyük çoğunluğu geniş hacimli ve ağır ürünler olduğundan nakliye firmaları için ihracatta maliyeti artıran en önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Teknoloji Yetersizliği: Ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektörü, son yıllarda kendini yenilemesine rağmen, rekabet edebilirlik yönünden en önemli faktör olarak kabul edilen makine kapasitesi açısından diğer ülkelerin oldukça gerisindedir.

Kalifiye İşgücü Yetersizliği: Sektörün tamamını ilgilendiren bir diğer sorun da kalifiye eleman bulma konusunda yaşanan sıkıntıdır. Sektöre eleman yetiştiren mevcut meslek okullarının programları yeni teknolojilere uygun olarak güncelleştirilmeli, okullar uygulama ağırlıklı olmalı ve sektörle işbirliği içinde çalışır hale getirilmelidir.

Pazarlama: Türkiye, gerek yarı mamul ve gerekse mamul konusunda, konumu nedeniyle çok önemli bir avantaja sahip bulunmaktadır. Bu avantajı iyi kullanabilirse, büyük pazar payı elde edilebilir. Sektörde tanıtım faaliyetlerine yeterli önem verilmediğinden sektörün gelişimine katkı sağlanamamaktadır. Son yıllarda girişimci firmalar tarafından Avrupa’da açılan satış temsilcilikleri ve fuarlara katılımın ihracat üzerindeki olumlu etkileri göz önüne alındığında, bu tür faaliyetlerin desteklenmesi ve daha sık gerçekleştirilmesinin sektör ürünlerinin tanıtımına büyük katkı sağlayacağı anlaşılmaktadır.

Tasarım Çalışmalarının Yetersizliği: Türk mobilya sektöründe büyük ölçekli ve tecrübeli firmalar da dahil olmak üzere tasarımdan ileri düzeyde yararlanma anlamında sorunlar yaşanmaktadır. Tasarım faaliyetini katalogdan model çıkarma olarak gören firmaların büyük çoğunluğunun yeni ürün tasarımı ve geliştirmeye dayalı stratejiler izleyen uluslararası rakipler

karşısında rekabet şansları çok azdır. Türkiye’de Tasarım Tescil Kanunu’nun olmaması ve hala genelgelerle idare edilmesi sektörün gelişimini etkilemektedir.

Kalite-İmaj Sorunu: Sektöre girdi teşkil eden ham ve yardımcı maddelerin kaliteleri genelde düşüktür. İhracatı yapılan ürünlerin kalitesine yönelik düzenlemelere gidilmesi, ülkemizin yurt dışındaki imajını güçlendirecektir. Denetim mekanizmaları ile nitelik ve nicelik açısından kalitesiz ürünlerin ülkemize girişinde yüksek standartlar uygulanarak, kalitesizliğin sektöre yönelik haksız rekabeti önlemesi sağlanmalıdır.

Tanıtım Faaliyetlerinin Yetersizliği: Mobilya sektöründe tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Markalaşma Sorunu: Sektörde Türk malı imajı yaratılamaması, ürünlerin uluslararası piyasada kabul gören bir marka ile dış pazarda tanıtılamamasına yol açmaktadır. Hatta sektörde faaliyet gösteren büyük ölçekli firmalar ürün isimleri ya da firma adlarında daha çok İtalyanca başta olmak üzere yabancı adları tercih etmekte ve bu tarz isimler kullanmaktadırlar.

Avrupalı mobilya firmaları karşısında, el işçiliğinin geliştirilip, gerçekçi modellerle bir araya getirilerek ihracata yönlendirilmesi sektörün gelişimi için en uygun çözümlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Standartlaşma Sorunu: Ülkemizde mobilya üretimi konusunda standartlar yeterli değildir. Standartlaşmanın sağlanamamasına paralel olarak sektör dış rekabet gücünü de yitirmektedir.

Çevre Sorunu: Mobilya üretiminde farklı amaçlarla kullanılan kimyasal maddeler, çalışma mekânlarındaki üretimde çalışanların yanısıra, mobilya kullanıma girdikten sonra yaşama mekânlarında da uçucu organik madde yaymaya devam etmesi nedeniyle kullanıcıların da sağlığını önemli ölçüde tehdit etmektedir. İhracata yönelik firmalar, düşük uçucu organik madde emisyonuna sahip, insan sağlığını daha az tehdit eden veya hiç tehdit etmeyen malzeme teminine ve kullanımına zorlanmaktadır. Ancak, Türkiye’de bu konudaki bilinçlenme ve gelişmeler yeterli olmamaktadır.

Türkiye’de Sektöre Ait Uluslararası Bir Fuarın Olmaması: Sektörün en zayıf taraflarından biri sorunların çözümü ve sektörün gelişimini sağlama amacıyla bir araya gelinememesidir. Türkiye’de mobilya sektörü ofis, mutfak ve ev mobilyası olarak üç alt sektör alt grubu tarafından temsil edilmekte ve bu alt grupların kendilerine ait farklı dernekleri bulunmaktadır. Bu alt sektör grupları, farklı fuarlara katılarak ürünlerinin tanıtımı için faaliyet göstermektedirler. Ancak, bu tanıtım faaliyetleri, Türkiye’de bir yıl içerisinde birkaç farklı alanda mobilya fuarı düzenlenmesine yol açmaktadır. Seramik, halı vb. sektörlerle birleşerek ürünlerin sergilenmesi hem Türk mobilya sektörünün bütünlüğünü bozmakta hem de sektörün tam anlamıyla temsil edilmesini engellemektedir.

Düşük Kur Uygulaması: Türkiye’de uzun süredir döviz kurunun düşük olması, ihracat piyasalarında fiyat konusunda rekabet gücünü azaltmaktadır.

Çin’den İthalatın Artması: Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de son yıllarda, Çin mobilyalarına olan ilginin, düşük fiyatlar nedeniyle giderek artması sektörde faaliyet gösteren üretici firmaların yurt içi ve yurt dışı pazardan aldıkları payı düşürmektedir.

D. Sektör Sorunlarına Çözüm Önerileri

- Sektörün gittikçe artan teknoloji transferi ile gelişime açık olması, kaliteyi yükseltme çalışmalarına hız verilmesi, ürün çeşitliliğinin olması, son yıllarda mobilya tasarım çalışmalarına hız verilmesi, hedef pazarlara yönelik ihracat çalışmalarının artırılması, ucuz işgücü, büyüme potansiyeline sahip olan iç piyasa, sektörde firmalar arasında işbirliğinin sağlanması ve SDTŞ oluşturulması gibi sektörün güçlü yönleri düşünülürse ülkemiz mobilya sektörü önemli bir gelişme ve büyüme kaydedebilir. Bunu sağlayabilmek için;
- Mobilya sektöründe, hammadde, elektrik, sigorta gibi girdilerde indirimler yoluyla ihracata dönük teşvik tedbirleri alınmalı,
- Mevcut tesislerin ileri düzeyde işlenmiş ürün imal etmek üzere modernizasyonu ve dışa açılmaları sağlanmalı, üretimde ürün uzmanlaşmasına gidilmeli ve çok fonksiyonlu üretime önem verilmeli,
- Mamul standartlarına uygun ürün imalatı denetlenmeli ve tüketiciler çıkarılacak yasalarla korunmalı,
- Sektörün uzun ve kısa vadeli gelişme strateji ve politikaları belirlenmeli,
- Yurt dışından gelen ürünler, kalitesi düşük ve çürük ürünlerin girişini engellemek açısından kontrole tabi tutulmalı, yerli sanayi düşük kaliteli ürünlere karşı korunmalı,
- Bilimsel ve teknolojik araştırmaya yönelik kaynakları artırmak amacıyla Ar-Ge çalışmalarına gerekli önem verilmeli ve kaynak aktarılmalı,
- Küçük ve orta ölçekli işletmelerin serbest rekabet ortamında geliştirilmeleri için bilgi birikimleri artırılmalı, üretim kaliteleri yükseltilerek iç ve dış pazar paylarının artırılması teşvik edilmeli,
- Öncelikle mevcut tesislerin tam kapasite ile çalıştırılması sağlanmalı,
- Tüketici haklarının korunması, rekabet ortamının geliştirilmesi ve AB ile entegrasyonun sağlanması doğrultusunda gerekli çalışmalar sürdürülmeli,
- Sektörde standartların tespiti ve geliştirilmesi kaçınılmaz bir ihtiyaçtır. Üretim çeşitleri, üretim fonksiyonları ve ürün bazında uzmanlaşmayı teşvik edici düzenleme ve işbirliklerinin gerçekleştirilmesi halinde, sektör daha verimli, daha karlı ve daha rekabetçi bir yapıya kavuşturulmalı,
- Standartlaşmanın bir an önce sağlanması hem mobilya sanayi için, hem de yan sanayi için önem arz etmektedir. Mobilya sektöründe yer alan küçük ve orta ölçekli firmaların bir tek çeşit üzerinde üretim gerçekleştirerek uzmanlaşmasının ve buna bağlı olarak kalite ve gelirin artırılmasının sağlanması,
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile sektöre yönelik diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılarak, sektörde faaliyet gösteren firmaların kayıtlı envantere sahip olmaları, tesis kapasitelerinin belirlenmesi, finans kaynaklarının temini, teknoloji, tasarım ve pazar takibi gibi hususların gerçekleştirilmesi sağlanmalı,

- Ülkemiz mobilya sektöründe önemli bir potansiyele sahip olup, bu potansiyeli yeterince geliştiremeyen bir konumdadır. Türk mobilya sektöründe üretilen ürünlerin yurt içi ve yurt dışı pazarlarda kullanımı ve imajının artırılmasının bir diğer yolu da etkin bir tanıtım faaliyeti olan fuarlardır. Fuarlara yönelik mevcut teşviklerin firmalara tanıtımı için seminer, toplantı vb. etkinlikler düzenlenmeli,
- Sektörün daha nitelikli bir işgücüne kavuşturulması ile modern üretim anlayışının ve gelişmiş üretim tekniklerinin uygulanabilmesi çerçevesinde eğitimin planlanması ve bunun için eğitim kuruluşları ile sanayi kuruluşları arasında daha sıkı işbirliğinin sağlanması gerekmektedir. Sektörün beceri ve teknik bilgi açısından yetersiz olan işgücü ve kalifiye eleman sorununu çözmek için sektörel ara eleman yetiştirebilecek okullar açılmalı,
- Mobilyaların ihraç edilen ülkeye sağlam bir şekilde ulaşabilmesi için söz konusu ürünün iyi ambalajlanması gerekmektedir. Avrupa’da kullanılan paketleme sistemi, ülkemizde sadece seri üretim yapan firmalar tarafından kullanılmaktadır. Avrupa standartlarında bir paketlemeye geçiş yapılması hem mobilyalarda meydana gelen hasarı giderecek hem de ürün imajını güçlendirecektir. Bunun için ihracata ambalaj standardı getirilmeli,
- Orman ürünleri sanayi işletmeleri kuruluş aşamasında rastgele kuruluş yeri seçiminde bulunmaları, uygun olmayan çalışma ortamı içerisine girmelerine neden olmaktadır. Bu nedenle kuruluş sırasında gerekli olan fizibilite etüdüleri zorunlu hale getirilmeli ve gereği gibi yapılması sağlanmalıdır. Orman ürünleri sanayi işletmelerinin sanayi sitelerine toplanması sağlanmalı, işletmelerin birleşerek dış pazarlar ve ihracat için alt yapı oluşturmaları desteklenmeli,
- Gerek çalışma gerekse yaşama mekanlarında insan sağlığının olumsuz etkilenmesi açısından, uçucu madde emisyonunu azaltmaya yönelik önerilere mutlaka uyulmalıdır,
- Türk mobilya sanayinin dünya pazarlarına daha iyi tanıtılmasını teminen, uluslararası nitelik taşıyan tek bir mobilya fuarı ile tüm alt sektörleri (ofis mobilyası, ev mobilyası, mutfak mobilyası ve dekorasyon) bir araya getirecek şekilde tüm sektörü temsil etme yeteneğine sahip uluslararası bir fuar organize edilmesi, tanıtılması ve söz konusu organizasyonun sürekliliğinin sağlanması hayati önem taşımaktadır. Bu amacı yerine getirebilmek için, Türkiye’deki tüm İhracatçı Birlikleri’nin Yönetim Kurulu temsilcilerinden oluşan bir “Mobilya Fuar Komitesi” kurulmuştur. Diğer taraftan; başta kağıt-karton ve mobilya olmak üzere ağaç mamulleri ve orman ürünleri sektörünü yurt dışında tanıtmak amacıyla yine Türkiye’deki tüm İhracatçı Birlikleri’nin Yönetim Kurulu temsilcilerinden oluşan bir “Tanıtım Komitesi” kurulmuştur.

E. Türk Mobilya Sektörü'nün SWOT Analizi

a) Fırsatlar

- Sektörün gelişime açık olması
- Ürün kalitesi ve çeşitliliği, üretimdeki artış
- Markalı ürünlerin artması
- Ucuz işgücü
- Fason üretim arayışları
- Tasarım çalışmalarına hız verilmesi, üretimde özgün tasarımların kullanılması
- Son yıllarda artan reklam kullanımı ve iletişimin kullanılması
- Mobilya ve moda bağının güçlenmesi, mobilyada modanın takip edilmesi
- Sektörün işbirliğine ve yatırıma açık yapısı
- El işçiliğinin gelişmiş düzeyde olması
- Yeni pazar arayışlarıyla beraber ihracata yönelik çalışmaların artırılması
- Globalleşmeyle birlikte dünya mobilya tüketiminde beklenen artış (2050 yılı için dünya mobilya pazarı 1 trilyon \$)
- Ülkenin stratejik konumu ve AB üyeliğine aday ülke olunması
- Avrupa'daki tüketici nüfusun fazlalığı
- Büyük ölçekli firmalar tarafından çevreye yapılan yatırımların giderek artması
- Bilgi teknolojisi ve elektronik ağların kullanımı

b) Tehditler

- Çin ve 3. dünya ülkelerindeki çok düşük maliyetler
- Çin'deki büyük ölçekli mobilya üreticileri
- Hammadde sıkıntısı
- Enerji sorunu
- Kalifiye işgücü yetersizliği
- Pazarlama eksikliği
- Markalaşma sorunu
- Tasarımın eksikliği (kopyalama)
- AB pazarının doyunluğu ve Euro'nun değerinin giderek artması
- AB'ye yapılan ihracattaki yüksek maliyet
- Sert ve güçlü rekabet
- Yavaş değişim ve yenilenme
- Düşük standartlar ve sosyal yapı
- Teknoloji yetersizliği
- Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği

c) Sektörün Güçlü Yanları

- Sektörün gittikçe artan teknoloji transferi
- Ürün çeşitliliğinin fazla olması
- Yüksek işgücü potansiyeli ve sektörde ucuz işgücününün var olması
- Büyük ölçekli firmaların sayısının artması
- Malzeme ve ürün çeşitliliği
- Mobilya üretim potansiyeli ve üretim ağı
- Hedef pazarlara yönelik ihracat ve tanıtım çalışmalarının artırılması

- Büyüme potansiyeline sahip olan iç piyasa
- Sektörde firmalar arasında işbirliğinin SDTŞ-fuar komitesi oluşturulması yoluyla sağlanmaya çalışılması
- Sektöre hareket kazandıracak bakir bir alan olan el işçiliğinin hala yaygın olarak kullanılıyor olması ve bu anlamda hazırda bulunan büyük bir güce sahip olunması
- Modern teknoloji ile üretim yapan firma sayısının giderek artması
- Yeni tasarımlar ve kaliteli ürünlerle birçok ülke pazarına girilmesi
- Türkiye’de tekstil sektörünün çok gelişmiş ve güçlü olması, tekstilin mobilya ürünlerinde geniş bir yelpazede kullanım alanı bulması nedenleriyle Türk mobilya sanayi önemli rekabet avantajlarına sahiptir.

b) Sektörün Zayıf Yanları

- Sektörün bir arada ortak hareket edememesi
- Sektörün uluslararası bir fuarının bulunmaması
- Yatırım ve finans yetersizliği
- Yüksek hammadde maliyetleri
- Mesleki eğitimin yetersizliği, kalifiye eleman ve uzmanlaşma sorunu
- Organizasyon, yönlendirme ve devlet desteğinin azlığı
- Sektördeki aile şirketlerinin kırılabilirlikleri
- Yurt dışı tanıtım ve pazarlamam faaliyetlerinin yetersizliği
- Standartların düşüklüğü ve çevre sorunu
- Markalaşma, kalite, imaj sorunları
- Tasarım çalışmalarının azlığı ve tasarım korunmasının zayıflığı
- Yenilik yaklaşımının istenen düzeyde olmaması
- Sektörün küçük ve orta ölçekli işletme yoğun yapıya sahip olmasının rekabet gücünü düşürmesi

F. Sektör İçi Analiz

2001 yılından itibaren sürekli gelişen Türk Mobilya Sektörü’nün dünya genelinde ilk 25 ülke içerisinde yer alması, Avrupa’da ise altıncı sırada olması, sektörün büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. Türkiye sektöründe mevcut potansiyelini ve stratejik pozisyonunun önemini kavrayıp yurt dışı tanıtım faaliyetlerini ve birebir ilişkilerini etkin ve sürekli bir şekilde yürütebilirse, uluslararası mobilya pazarında daha iyi bir pozisyona gelebilir.

Türkiye’deki mobilya işletmeleri büyük oranda KOBİ’lerden oluşmaktadır. Bu nedenle işletmelerin yaşadıkları sorunların çoğu tipik genel KOBİ sorunlarıdır. Sektör dışı açılıma bir ölçüde sahip olmakla birlikte uluslararası pazarlara açılırken öncelikle merdiven altı küçük işletmelerin birleşip uzmanlaşarak büyük ve profesyonel üretim yapabilen işletmelere dönüşmesi önem taşımaktadır.

G. Rekabet Analizi

Türkiye’nin dış ticaret dengesi ithalat ağırlıklı olup seçilmiş mobilya ürünlerinde ihracat ağırlıklıdır. 2000-2004 yıllarında mobilya ihracatı yakın komşulardan en fazla Rusya ve Yunanistan’a; en az Irak’a, Avrupa’da ise en fazla Almanya ve Fransa’ya yapılmıştır. Üretici firma adedi, mevcut istihdam gücü ve doğal kaynaklarıyla Türkiye, Avrupa’nın güçlü mobilya

üreticilerinden Almanya, İtalya, Polonya ile rekabet edebilecek durumdadır. Son yıllarda büyük atılım içinde olan Çin gelecekte sektörü tehdit edecek bir güç olarak tanımlanabilir.

2020 yılı itibariyle 500 milyar \$'lık bir ticaret hacme ulaşması hesaplanan dünya mobilya pazarında Türkiye, payına düşeni alabilmesi için mevcut sorunlarını çözerek rekabet gücünü artırmalıdır. Türkiye mobilya sanayinin uluslararası sahada uzun vadeli yer edinebilmesi için marka olması ve birim değerinde artış sağlayabilmesi, haksız rekabeti önlemesi, vergi ve SSK yüklerini azaltması, modern tasarım yaparak onu koruması, önemli bir istihdam sağlayan sektöre devletçe destek sağlayıcı politikalar üretmesi önerilebilir.

Haksız rekabeti önlemek ve tasarım bilincinin kökleşmesini sağlayabilmek için tasarım tescil mekanizmasını kolaylaştırarak model hırsızlığına karşı caydırıcı yasal önlemlerin alınması, etkin bir denetim mekanizması oluşturulması ve tasarım konusunda var olan insan potansiyelini sanayici-üniversite işbirliği ile geliştirerek yeterli kaynak aktarımı sağlaması öngörülebilmektedir. Uluslararası ölçekte rekabet gücünün artırılması devletin ve mobilya işletmelerinin "Modern Tasarım ve Ar-Ge"ye önem vermeleri yaşamsal önem taşımaktadır. Bunlara ilaveten mobilya kalite standartlarının belirlenmesi ve denetimlerinin yapılması da kaçınılmaz bir gerekliliktir.

H. Değerlendirme

Türkiye mobilya sektörü, genel olarak bakıldığında hammadde temininde sorunlar yaşayan, küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşan, teknoloji yetersiz, işletmelerin kapasite kullanım oranları düşük olan bir tablo çizmektedir. Uluslararası piyasalarda rekabet edebilirlik açısından tüm bunlar sektörün birer dezavantajıdır.

Mobilyanın ülkemizde uzun vadeli satın alınan bir ürün olması dolayısıyla, tasarım çalışmalarına ağırlık verilmemesi genellikle beklentilere yeterince karşılık vermeyen mobilyalar üretilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla tüketiciler aldıkları ürünün özelliklerinden ve niteliklerinden habersiz çoğu zaman sadece fiyat faktöründen etkilenerek alım yapmaktadırlar.

Yapısal sorunların giderilmesinin yanısıra kaliteye önem vermek ve pazarlamada örgütlenmek konularında yapılacak çalışmalarla sektörün gelişimine büyük katkılar sağlamak mümkündür. Uluslararası rekabet koşulları göz önüne alındığında, zayıf kalan Türk mobilya sektörünün zaman kaybetmeksizin kendi markalarını yaratması gerekmektedir.

Türkiye'nin stratejik konumu nedeniyle sahip olduğu ihracat avantajı şüphesiz mobilya sektörü için de geçerlidir. Avrupa ülkelerine, Türki Cumhuriyetlere ve Orta Doğu ülkelerine yakınlık, Türk mobilya sanayi için çok önemli fırsatlar yaratmaktadır. İhracatının yarısından fazlasını Avrupa ülkelerine yapan Türkiye'nin, son zamanlarda hedef pazarlar konumuna gelen Suudi Arabistan, İsrail, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya ve Türki Cumhuriyetler'e de mobilya ihracatında önemli oranlarda artışlar yaptığı dikkat çekmektedir.

2007 yılında dünya ihracatında 100 ülke arasından 21. sıraya kadar yükselen Türkiye, stratejik pozisyonunun önemini kavrayıp tanıtım faaliyetlerini ve birebir ilişkilerini etkin ve sürekli bir şekilde yürütebilirse uluslararası mobilya pazarında daha iyi bir pozisyona gelebilecektir.

Ayrıca, son yıllarda Türkiye'de endüstriyel hazır mutfak üretimi yapan firmalarda hızlı bir ilerleme görülmektedir. Endüstriyel tekniklerle hızlı ve çok sayıda üretim yapan inşaat

firmaları, aralarındaki rekabet ve daha kaliteli üretim kaygısıyla mobilyalı hazır mutfak üretimine yönelmişlerdir. Söz konusu gelişme mutfak mobilyası alt sektörüne olumlu yönde yansımıştır.

Bununla beraber, son on yılda büyük gelişmeler kaydeden Türk ofis mobilyası sanayinin dünyada yedinci, Avrupa'da ise beşinci sıraya yerleşmesi, sektörün büyüme potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Ofis mobilyası sanayi, yakaladığı hızlı rüzgarın arkasında, çağın gereklerini temelden kavrayan ve gelişimini bu gereklilikler etrafında şekillendiren, yenilikçi bir zihniyet anlayışı ile ilerlemektedir. Mobilya sektöründe hizmet veren tüm firmaların aynı zihniyet ışığında gelişmesi ve ofis mobilyası alanında yapılan atılımın tüm mobilya sanayine yayılması gerekmektedir.

Sonuç olarak, ülkemizde gelişmeye açık ve potansiyel arz eden bir mobilya sektöründen söz etmek mümkündür. Ancak, üretim yapan büyük kitlenin uluslararası pazarlara açılırken öncelikle güç birliği yapması ya da birleşerek küçük atölyelerden büyük ve profesyonel üretim yapabilen atölyelere ve fabrikalara dönüşmesi sağlanmalıdır.

Türk mobilya sektörünün Avrupalı üreticiler karşısında fabrikasyon ürünlerle rekabet şansının düşüklüğü göz önüne alınırsa, küçük işletmelerde yapılacak emek yoğun ürünlerin, yurtdışı pazarlarda daha büyük pazar payı elde etmek açısından, ülkemiz ihracatını artırma yolunda daha başarılı sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, Siteler, Masko, Modoko, İnegöl, Karabağlar ve Kayseri'deki üretim bölgelerinde işçiliğinin geliştirilmesi ve uzmanlaşmanın sağlanması yoluyla Türk mobilyasının ihracata yönlendirilmesi sektörün gelişimi için en uygun çarelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sektörün içinde faaliyet gösteren ve sektörü çok iyi tanıyan firmaların bir üst kurul ya da organizasyon çatısı altında biraraya getirilmesi;

- Sektör sorunlarının daha etkili ve kolay bir yolla çözülmesini sağlayacak,
- Sektörün ihraç pazarlarındaki rekabet düzeyini artıracak,
- Türk mobilyasının markalaşmasını ve imajını güçlenmesini sağlayacak,
- Tasarım faaliyetlerini artıracak ve
- Bir çok konuda sektörün gelişmesi için faaliyetlerde bulunarak Türk mobilya sanayine büyük katkılar sağlayacaktır.

Üretim aşamasında ithal ürün kullanımı çok az olan hatta olmayan, katma değeri yüksek nadir sektörler arasında yer alan Türk mobilya sanayinin, zayıf yönlerinin güçlendirilmesi ve sahip olduğu avantajlardan maksimum ölçülerde faydalanılması yoluyla, gelecek yıllarda ülke ekonomisine katkı sağlayan en önemli sektörler arasında yerini alacağı ve uluslararası mobilya pazarlarında daha etkili olacağı düşünülmektedir.

Not :

Dünya genelinde ve Türkiye’de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların büyük bir bölümünün küçük ölçekli firmalardan oluşması nedeniyle güncel üretim verilerine ulaşılmada zorluklar çekilmektedir. Sektörel verilerde güvenilir kaynak olarak İtalya’da bulunan CSIL-Milano Araştırma ve Danışmanlık firması tarafından hazırlanan Mobilya Sektör Raporu bulunmaktadır.

Söz konusu raporun Ağaç ve Orman Ürünleri İhracatçı Birlikleri Ortak Yönetim Kurulu bütçesinden alınarak Dış Ticaret Müsteşarlığı, Birlikler ve sektör firmaları tarafından kullanımına sunulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar:

- Birleşmiş Milletler Verileri (<http://comtrade.un.org>)
- DPT 9. Kalınma Planı Mobilya Sektörü Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2007-2013)
- TÜİK Verileri
- http://www.mobilyaonline.net/haber/22/imm-kuresel_devam.htm