



T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
WORKING PAPER SERIES

Tartışma Metinleri

WPS NO/31 / 2016-05

TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ İNCELEMESİ

Esra GÜLEÇ*

Muhittin ADIGÜZEL**

* esragulec@ndesign.com.tr T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

** madiguzel@ticaret.edu.tr T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Öğretim Üyesi İşletme Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi

Türkiye Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü İncelemesi

Özet

Bu çalışmanın amacı, Türkiye Mobilya Sektörünün uluslararası rekabet gücünün incelenmesidir. Bu çerçevede Türkiye Mobilya Sektörünün mevcut durumu irdelenmiş ve 2005-2015 yılları arasındaki ithalat ve ihracat değerleri kullanılarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük yöntemi ile rekabet gücü ölçülmüştür. Çalışmada GTİP no.lu 94 mobilya sınıfına ait olan 4 haneli alt sektörler incelenmiştir. Elde edilen verilere göre, Türkiye'nin mobilya sektöründe genel olarak rekabet gücünün olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sektördeki firmalarla yapılan anketle sektörün SWOT analizi yapılmıştır. Yapılan anket çalışmasının sonucunda Türkiye Mobilya Sektörünün güçlü yönünün coğrafi konum, fırsatın AB'ye olan adaylık, tehdidi kalifiye iş gücü yetersizliği, zayıf yönü devlet desteği olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobilya Sektörü, Uluslararası Rekabet Gücü, Rekabet Gücünün Ölçümü, SWOT Analiz

Abstract

The purpose of this research study is investigation of competitiveness of Turkish Furniture Sector in global market. In this context Turkish furniture industry competitiveness was measured using Revealed Comparative Advantage method with import and export value between 2005-2015 years. This research study is investigation GTIP 94 furniture category 4 -digit sub-sectors. According to the obtained data, Turkey was determined to be competitive in the furniture industry in general. Also SWOT analysis of the survey conducted by firms in the industry sector is made. The result of the survey of the geographical location of Turkey Furniture Sector strengths , the opportunities the EU candidacy , the threat of shortage of qualified labor force , have been identified as weaknesses of government support .

Keywords: Furniture Sector, International Competitiveness, Measurement of Competitiveness, SWOT Analysis

Giriş

Türkiye mobilya sektörü, özellikle dış ticarete verdiği fazla ve yarattığı istihdam gibi nedenlerden dolayı stratejik bir sektör durumundadır. Bunun yanı sıra Türkiye mobilya sektörü artan küresel rekabete rağmen rekabetçi konumunu zaman içerisinde arttırdığı da görülmektedir (TÜSİAD, 2006). Mobilya sektörü geçmişe oranla geleneksel düşük teknoloji ve sermaye ile emek yoğun girdilerini hızlı bir değişim ile bilgi ve sermaye yoğun hale getirmekte, kendini geliştiren bir sektör olma yolunda ilerlemektedir (Yeniçeri, 2005). Bu çalışmada Türkiye mobilya sektörünün mevcut durumu ve rekabet gücü incelenmektedir. Bu çerçevede öncelikle dünyada ve Türkiye’de sektör çeşitli yönleri ile irdelenmekte ve devamında ithalat ve ihracat rakamları kullanılarak Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile (Balassa,1965) Türkiye mobilya sektörünün rekabet gücü hesaplanmaktadır. İhracat yapan mobilya firmalarının üst düzey yetkilileri ile yapılan anket ile sektörün SWOT analizi oluşturulmuştur. Çalışmada ITC Trademap veri tabanından ve TÜİK Verilerinden faydalanılmıştır.

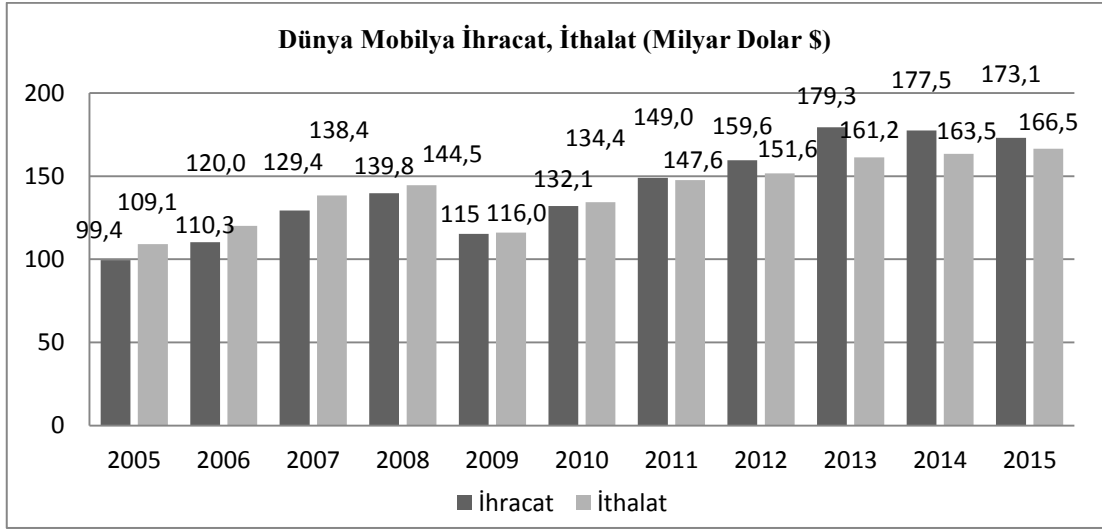
Dünya’da ve Türkiye’de Mobilya Sektörü

1.1.Dünya’da Mobilya Sektörü

Dünya mobilya ticareti büyük ölçüde 70 ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünya mobilya ticareti 2005-2009 yılına kadar büyüme gösterirken, 2009 yılındaki ekonomik kriz nedeniyle yaşanan küçük düşüş dışında son 10 yıldır sürekli büyüme göstermiştir (Trademap Veri Tabanı).

Dünya mobilya ihracatı şekil 1’e göre; 2005 dan 2008 yılına kadar büyüme göstererek 139,8 milyar dolar düzeyinde ulaşmıştır. 2009 yılındaki ekonomik kriz nedeniyle yaşanan küçük düşüş dışında son 10 yıldır sürekli büyüme göstererek 2015 yılında 173,1 milyar dolara ulaşmıştır. Dünya Mobilya İhracatında en fazla ihracat yapan ülkeler sırasıyla; Çin, Almanya, İtalya, Polonya ve ABD ülkeleridir. Çin 61,4 milyar dolarlık ihracatı ile Dünya Mobilya İhracatının üçte birini tek başına yapmaktadır (Trademap Veri Tabanı).

Şekil 1. Dünya Mobilya İhracat ve İthalat Değerleri (2005-2015, Milyon Dolar)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

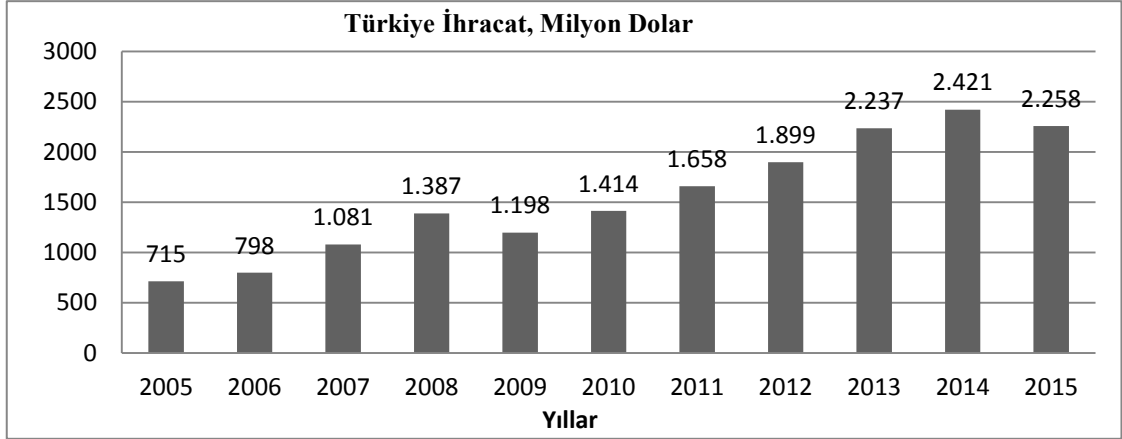
Dünya mobilya ithalatı şekil 1'e göre; 2005 yılında 109,1 milyar dolarla 2009 yılına kadar artış göstermiştir. 2015 yılında 166,5 milyar dolara ulaşmıştır. 2015 yılında Dünya Mobilya İthalatında en fazla ithalat yapan ülkeler sırasıyla; ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Kanada ülkeleridir. ABD; 50,127 milyar dolarlık ithalat ile yüksek bir paya sahiptir (Trademap Veri Tabanı).

1.2. Türkiye'de Mobilya Sektörü

Mobilya sektörü, son yıllarda ihracatta olan başarısı ile ülke için stratejik bir önem taşımaktadır. Sektörün ekonomiye olan katkısı son 10 yılda hızlı bir büyüme göstermiştir. Türkiye nüfusu hızlı büyüyen bir ülke olmasıyla birlikte artan kentleşme mobilya talebi de paralel bir şekilde artmaktadır. Konutlaşma, yeni evlilikler, moda ile değişen tarz, eski mobilya değişimi gibi etkileyen nedenlerle mobilyaya olan talep her geçen gün artmaktadır (Uygun, 2000, s.11).

Şekil 2'ye göre; Türkiye'nin mobilya ihracatı 2005 yılında 715 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracat 2010 ve 2011 yılında %17 artış ile 2011 yılında 1,65 milyar dolara ulaşmıştır. 2012 yılında %15 artış ile 1,89 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında bir önceki yıla göre %7 düşüşle 2,25 milyar dolarlık ihracat ile Dünya ihracatında Türkiye en çok ihracat yapan 12. ülke sıralamasına girmiştir (Trademap Veri Tabanı ve TÜİK).

Şekil 2. Türkiye'nin Mobilya İhracat Değerleri (2005-2015, Milyon Dolar)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Tablo 1. Türkiye'nin Ünelere Göre Mobilya İhracatı

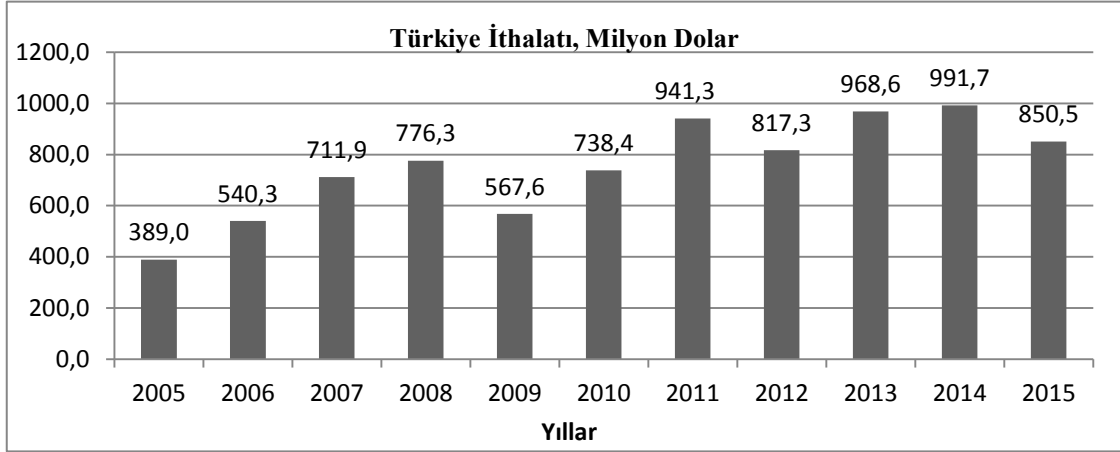
NO	İhracatçı Ülkeler	Yıllar (Bin Dolar)					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Irak	209,287	286,471	396,298	455,15	481,161	428,661
2	S. Arabistan	29,928	42,623	66,676	84,1	116,296	165,377
3	Almanya	135,369	168,837	152,823	143,94	85,295	155,771
4	Libya	75,41	17,494	2627,797	2696,19	2696,752	137,571
5	Fransa	73,809	91,39	85,45	105,69	118,998	126,12
6	Azerbaycan	82,964	108,478	131,509	166,777	178,007	102,369
7	Türkmenistan	47,018	76,134	61,209	87,962	99,87	83,647
8	İngiltere	12,604	40,776	49,672	3056,619	63,315	63,208
9	Arap Emir.	20,894	39,162	20,876	41,029	40,835	58,05
10	Hollanda	46,637	56,553	53,18	46,351	46,574	44,483
11	Cezayir	11,403	13,828	14,272	18,828	32,223	39,192
12	Rusya	36,235	49,113	138	100,775	77,855	31,641
13	Gürcistan	16,818	28,539	32,126	30,891	197,487	173,366
14	Mısır	10,71	14,034	20,494	23,179	354,139	28,871
15	İran	91,359	110,755	71,545	31,355	37,852	17,187
Genel Toplam		1.417,96	1.658,39	1.899,01	2.237,24	2.422,00	2.258,06

Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Türkiye mobilya ihracatı incelendiğinde Tablo 1'e göre; son yıllarda en fazla ihracatın Irak'a olduğu görülmektedir. 2015 yılında 428 milyon dolarla ilk sırada Irak yer alarak, 2. sırayı Suudi Arabistan 165 milyon dolarlık ihracatla yerini almıştır. Almanya, Libya ve Fransa ülkeleri sırası ile en çok ihracat yapılan ülkelerdir. Türkiye'nin mobilya

ihracatı 2010 yılında 1,4 milyar dolar iken 2015 yılında 2,2 milyar dolar gerçekleştirerek son 5 yılda büyüme gösterdiği görülmektedir (Trademap Veri Tabanı).

Şekil 3. Türkiye'nin Mobilya İthalat Değerleri (2010-2015, Milyon Dolar)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Tablo 2. Türkiye'nin Ülkelere Göre Mobilya İthalatı

NO	İthalatçı Ülkeler	Yıllar (Bin Dolar)					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Çin	276,24	343,86	297,72	333,95	349,251	277,152
2	İtalya	68,986	93,429	83,514	118,83	108,746	88,172
3	Almanya	75,18	87,802	76,237	103,66	96,051	86,867
4	Polonya	39,414	51,447	48,646	56,753	52,118	49,672
5	Fransa	35,973	42,483	38,614	42,929	39,344	35,626
6	Romanya	14,632	27,122	26,868	30,781	31,896	33,921
7	Free Zones	11,507	22,123	22,349	28,931	39,143	20,832
8	Bulgaristan	5,424	8,121	6,06	9,648	11,71	20,818
9	Amerika	12,569	15,351	13,094	16,354	16,348	20,14
10	Vietnam	18,77	20,609	16,318	18,653	21,749	19,837
11	Kore	9,933	8,127	5,236	5,288	11,828	18,982
12	İspanya	29,577	39,842	30,708	44,914	31,657	15,277
13	Endonezya	18,724	21,439	16,189	17,194	19,059	14,411
14	Çek Cumh.	5,96	8,43	9,159	10,801	17,777	12,391
15	İngiltere	7,247	21,956	11,524	9,33	9,356	12,041
Genel Toplam		738,5	941,39	817,32	968,66	991,71	850,6

Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Şekil 3'e göre; Türkiye'nin mobilya ithalatı 2005 yılında 389 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat 2006-2008 yılına kadar büyüme gösterir iken 2009 yılında 567

milyon dolarla ithalatta düşüş yaşamıştır. 2015 yılında 850 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir (Trademap Veri Tabanı).

Tablo 2'ye göre; ülkelere göre mobilya ithalatı dağılımı incelendiğinde Çin'in her yıl öne çıktığı görülmektedir. Çin'den yapılan mobilya ithalatın 2010'daki değeri 276 milyon dolar, 2011'de 343 milyon dolar, 2012'de 297 milyon dolar, 2013'te 333 milyon dolar, 2014'te 349 milyon dolar ve 2015 yılında 277 milyon dolar ile her yıl birinci sıradaki yerini korumuştur (Trademap Veri Tabanı).

2. Uluslararası Rekabet Gücü

2.1.Uluslararası Rekabet Gücü Kavramı

Küresel rekabet gücü kavramı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'da "mal ve hizmet piyasasındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış" olarak nitelendirilmektedir (Rekabet Kurumu, 2014, s.164).

Uluslararası rekabet firmanın değişik üretim sistemleri, kurumsal alt yapıları, sektör ilişkilerini, teknolojik alt yapılarını ve finansal sistemleri ile iç içedir (Adıgüzel, 2011, s.9). Firmaların, üretilen ürünün verimliliği maliyetin altında ise kar elde edilemeyeceği için tam anlamı ile rakibine karşı rekabet gücüne sahip olamaz (Aktan ve Vural, 2004,s. 12).

2.2.Uluslararası Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Rekabet gücünü makro ve mikro bağlamda firma, endüstri ve ülke düzeyinde ölçmek mümkündür (Adıgüzel, 2011, s.185-187). Rekabet gücünün dış ticaret göstergeleri ile ölçme yöntemleri olarak;

- Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ)
- Göreceli ihracat Avantajı Endeksi
- Göreceli İthalat Nüfuz Endeksi
- Ticari Performans Ölçütü (TPE)
- Dış Ticaret Hadleri
- İhracatın Kompozisyonu ve Piyasa Payı

- Net İhracat Oranı (NETİHR)
- İthalat Nüfus Oranı
- İhracat/İthalat Oranı
- Uluslararası Rekabet Maruz Kalma Düzeyi

Çalışmada Türkiye mobilya sektörünün rekabet gücünün ölçülmesi bu yöntemlerden Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

2.2.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi (AKÜ)

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yönteminde kullanılan hesaplama yöntemi aşağıda yer almaktadır:

$$RCA = [\ln(X_{ij}/X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt})] - \ln [(M_{ij} / M_{it}) / (M_{nj} / M_{nt})]$$

$$RCA = \ln (X_{ij} / X_{it}) - \ln (X_{nj} / X_{nt}) - \ln (M_{ij} / M_{it}) + \ln (M_{nj} / M_{nt})$$

Burada , (X_{nj} / X_{nt}) dünyadaki (ülkeler grubundaki) j malının toplam ihracatının dünya (ülkeler grubu) toplam ihracatına oranını ve (M_{nj} / M_{nt}) de dünyadaki (ülkeler grubundaki) j malının toplam ithalatının, dünya (ülkeler grubu) toplam ithalatına oranını göstermektedir. İhracat ve ithalat arasındaki hesaplama farkları (sigorta, navlun vb) ihmal edildiğinde $(X_{nj}/X_{nt}) = (M_{nj}/M_{nt})$ olup; bir malın dünyadaki toplam ihracatı, o malın dünyadaki toplam ithalatına eşittir. Bu durumda;

$$\ln (X_{nj} / X_{nt}) - \ln (M_{nj} / M_{nt}) = 0 \text{ olacaktır}$$

$RCA = \ln (X_{ij} / X_{it}) - \ln (M_{ij} / M_{it})$ halini alacaktır. Bu ifadeyi aşağıdaki gibi yazmak mümkündür;

$$RCA = \ln [(X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it})]$$

RCA indeksi mal grubu (j) sabitken, farklı ülkelerin (i) aynı mal grubundaki göreceli üstünlüklerini karşılaştırmaya yöneliktir (Vollrath, 1991).

Bu nedenle, Türkiye'nin mobilya sektörünün dünyaya ihracatı ile Türkiye'nin mobilya sektörünün dünyadan ithalatı dikkate alınacağından, formüldeki ülke indisi olan (i), her bir sektör (j) için sabittir ve ihmal edilebilir. Bu durumda formülün yeni hali,

$$RCA = \ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]$$

Dolayısıyla, herhangi bir mal (sektör) için rekabet gücü o malın (sektörün) ihracatının ülke toplam ihracatına (bizim çalışmamızda mobilya sektörü ihracatı) oranının, o malın (sektörün) ithalatının ülke toplam ithalatına (bizim çalışmamızda mobilya sektörü ithalatı) oranının doğal logaritmasına eşit olacaktır. RCA değerinin daha da hassas ölçümü ve bir endeks olarak ifade edebilmek için eşitliğin sağ tarafı 100 ile çarpılırsa, formülümüz, $RCA = (\ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]) * 100$ halini alacaktır. Bu çerçevede, RCA'lara göre sektörlerin rekabet gücü; $RCA > 50$ ise o sektörün rekabet gücünün yüksek, $-50 < RCA < 50$ ise rekabet gücünün sınırda olduğu, $RCA < -50$ ise rekabet gücünün düşük olduğu şeklinde kabul edilmektedir (Adıgüzel, 2013).

3. Türkiye Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemine Göre Ölçümü ve Değerlendirmesi

Çalışmanın bu bölümünde 94 GTİP numaralı mobilya sektörü ve 4 alt sektörünün 2005-2015 yılları arasındaki rekabet gücü hesaplanmıştır. Mobilya sektörü ithalat ve ihracat verileri dikkate alındığında sağladığı net döviz girişi ile ülkenin dış ticaretine en çok katkı sağlayan ve dikkat çeken sektörlerden biridir. Çalışmada kullanılan ürün sınıflandırılması GTİP numarası 94 mobilya sektörüne ait dış ticaret verileri Trademap Veri Tabanından alınmıştır. Türkiye mobilya sektörünün 94 GTİP faslında yer alan 9401, 9402, 9403 ve 9404 alt sektörlerinin toplamını kapsayan 2005-2015 arası dönemine ait hesaplanan AKÜ değerleri aşağıda Tablo.3 ile Grafik.4 yer almaktadır.

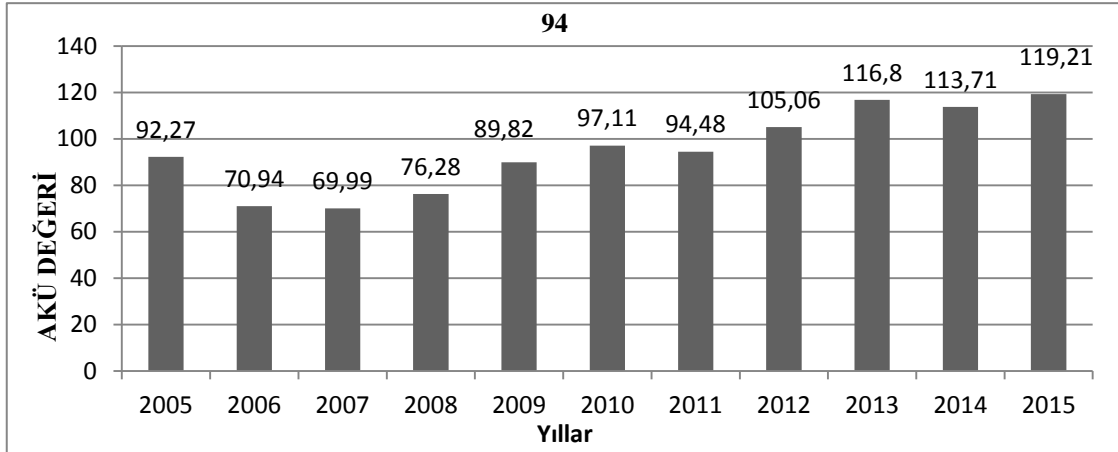
Tablo 3. GTİP(94) için Hesaplanan Yıllara Göre AKÜ Değeri

GTİP	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
94	92,27	70,94	69,99	76,28	89,82	97,11	94,48	105,1	116,8	113,7	119,2

Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

GTİP numarası 94 mobilya sektöründe 2005-2015 yılları arasındaki 10 yıllık AKÜ değerleri hesaplanmıştır.

Şekil 4. GTİP (94)Türkiye'nin Mobilya Rekabet Gücü Değerleri (2005-2015)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Mobilya sektöründe genel olarak Türkiye'nin rekabet gücü için AKÜ değerleri incelendiğinde rekabet gücünün son 10 yıldır yüksek olduğu görülmektedir. 2005 yılında 92,27 olan AKÜ değeri 2015 yılında 119,21 AKÜ değerine yükselmiş olup rekabet gücünün artış gösterdiği görülmektedir. Alt sektörler bazında yapılan hesaplama sonuçları Tablo 4 ve Grafik 56,7 ve 8'de yer almaktadır.

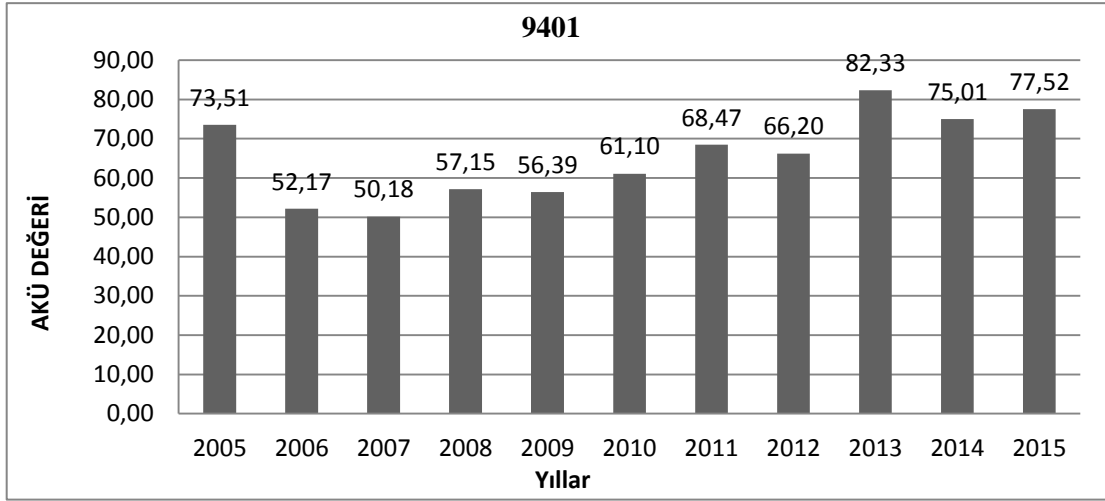
Tablo 4. GTİP(9401, 9402, 9403, 9404) için Hesaplanan Yıllara Göre AKÜ Değeri

GTİP	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
9401	73,51	52,17	50,18	57,15	56,39	61,1	68,47	66,2	82,33	75,01	77,52
9402	-75,54	-60,17	-48,95	-57,13	5,51	8,36	18,49	39,11	101	42,11	21,62
9403	119,6	94,02	90,17	101,1	125,7	145,2	132,1	155,4	159,4	166,4	170,2
9404	130	96,91	114,2	99,56	108,5	78,14	48,03	37,61	37,31	28,54	60,3

Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

9401- Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları sınıfında Türkiye'nin rekabet gücü için AKÜ değerleri incelendiğinde $RCA > 50$ yüksek değerler göstermesi nedeniyle son 10 yılda rekabet gücünün yüksek olduğu belirlenmiştir.

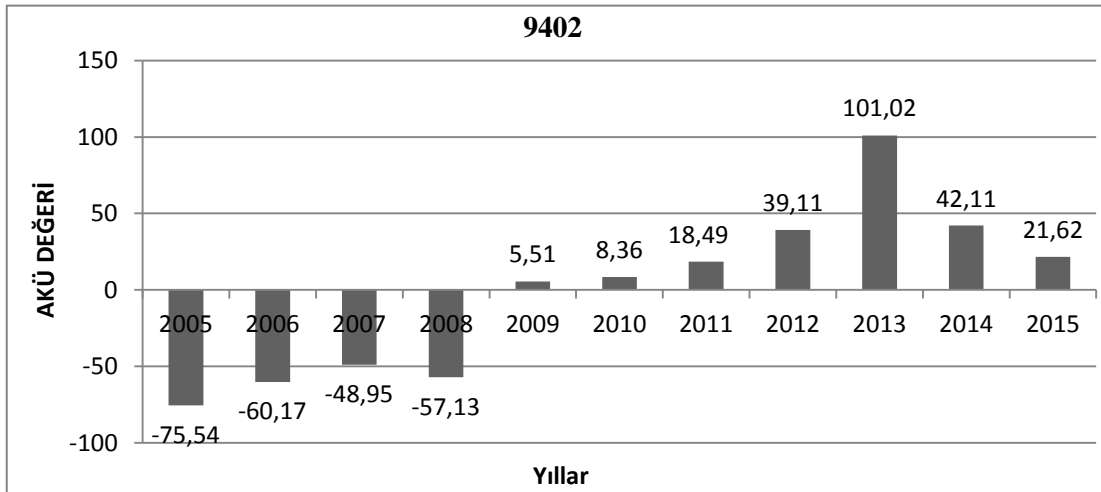
Şekil 5. GTİP (9401)Türkiye'nin Mobilya Rekabet Gücü Değerleri (2005-2015)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

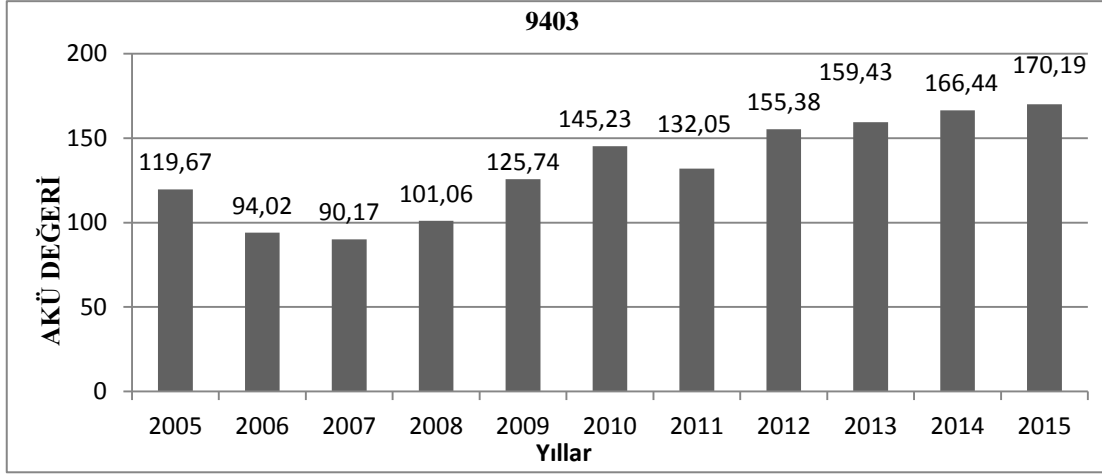
9402-Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar sınıfında Türkiye'nin 2005 yılında -75,54 ile rekabet gücünün olmadığı değerlendirilmiştir. 2009 yılında +5,51 değeri ile rekabet gücü sınır değerlere ulaştırmıştır. 2009-2013 arasındaki artış ile rekabet gücü kazanan alt sektör 2015 yılını düşüş yaşayarak +21,62 değeriyle sınırdan tamamlamıştır.

Şekil 6. GTİP (9402)Türkiye'nin Mobilya Rekabet Gücü 2005-2015



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

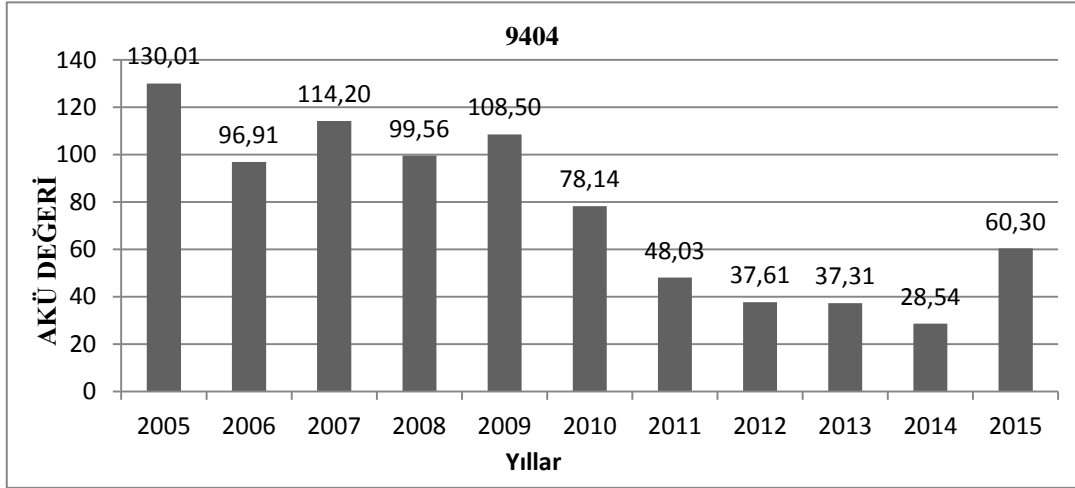
Şekil 7. GTİP (9403)Türkiye'nin Mobilya Rekabet Gücü Değerlendirmesi (2005-2015)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

9403- Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları mobilyalar sınıfında Türkiye'nin rekabet gücü için AKÜ değerleri incelendiğinde son 10 yıldır artış gösteren bu alt sektörün rekabet gücünün yüksek olduğu hesaplanmıştır.

Şekil 8. GTİP (9404)Türkiye'nin Mobilya Rekabet Gücü (2005-2015)



Kaynak: Trademap'ten alınan veriler kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

9404- Somyalar, yaylı veya içleri herhangi bir maddeyle doldurulmuş veya teçhiz edilmiş yatak eşyası ve benzeri eşya sınıfında Türkiye'nin rekabet gücü için AKÜ değerleri irdelendiğinde 2005 yılında +130,01 değeri ile rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir. 2011 yılından itibaren AKÜ değerinde yaşanan düşüşle 2014 yılında +28,54 AKÜ değeriyle ile rekabet gücü sınırdaki 2015 yılında rekabet gücü artış göstererek +60,30 değeri ile rekabet gücünün olduğu aralıkta yer almıştır.

4. Mobilya Sektörünün SWOT Analizi

SWOT analiz tekniği, işletmelerin, sektörlerin ve bölgelerin, araştırılmak istenen konu açısından kendi içsel özelliklerinden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenerek, bu alandaki fırsat ve tehditleri ortaya çıkaran dışsal etkenlerin neler olduğunu ortaya koymaya çalışan bir mevcut durum analizidir. Bu analiz yöntemi ile inceleme alanının içsel potansiyelini oluşturan güçlü ve zayıf yönleri ile çevresel faktörlerin etkisiyle oluşan fırsat alanlarının ve karşılaşılabilecek tehditlerin belirlenmesi (Dyson, 2004, s.632). Böylece rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliğinin sağlanması (Dinçer, 2004, s.139) hedeflenmektedir.

Hedef kitle olarak 48 firmaya ulaşılarak gerekli randevular alınmış ve büyük kısmıyla yüz yüze görüşmeler yapılırken, randevu alınamayanlara mail aracılığıyla ulaşılarak anket sorularının cevaplandırılması sağlanmıştır. Anket soruları firma sahiplerine ya da dış ticaret departman sorumlularına yöneltilerek doldurulmuştur. Anket formlarının doldurulma işlemi Ocak-Nisan 2015 döneminde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizi dâhilinde Mobilya sektörünün “Güçlü” yönleri Tablo 5’de, “Fırsatlar” yönleri Tablo 6’da, Tehditler” Tablo 7’de ve “Zayıf Yönler” Tablo 8’de değerlendirilmiştir.

Tablo 5. Mobilya Sektöründe Güçlü Yönler

GÜÇLÜ YÖNLER	Cevap Sayısı	Katılımcı Sayısının Cevap %
Coğrafi konum,	44	92
Malzeme, ürün çeşitliliği,	42	88
Sektörün son 10 yıldaki performansı,	38	79
Sektörün gelişime açık olması,	33	69
Hedef pazarlara yönelik ihracat çalışmalarının artması	26	54
Mobilya üretim ağı/potansiyeli,	23	48
Yüksek iş gücü potansiyeli,	21	44
Sektörün gittikçe artan teknoloji transferi,	19	40
Modern ve teknolojik üretim yapan firmaların artması,	18	38
Geniş dağıtım ağı,	18	38

Katılımcı firmaların yaklaşık %92’lik kısmı Türkiye’nin coğrafi konumunun mobilya sektörü açısından en güçlü yönü olduğu, malzeme, ürün çeşitliliği yaklaşık %88 ile ikinci derecede güçlü olunan faktör, üçüncü derecede güçlü yönler olarak kabul edilen faktör ise sektörün son 10 yıldaki performansı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6. Mobilya Sektöründe Fırsatlar

FIRSATLAR	Cevap Sayısı	Katılımcı Sayısının Cevap %
AB'ye adaylık,	43	90
Müşteri odaklı ürün ve çeşitliliği,	42	88
Küreselleşme,	39	81
Üretimdeki artış/gelişme,	37	77
Dünyadaki yeniden oluşum,	35	73
Global mobilya tüketiminde artış,	33	69
Tasarımın kullanımı ve artırılması	29	60
Avrupa'daki tüketim nüfusu,	28	58
İşbirliği ve yatırıma açık yapı,	26	54
Yeni pazar arayışları/genişleme,	25	52

Katılımcı firmaların yaklaşık %90'lık kısmı Türkiye'nin AB'ye adaylık faktörünün en önemli fırsat olduğunu belirtirken, müşteri odaklı ürün çeşitliliği %88 ile ikinci sırada yer almış, Küreselleşme faktörünün ise üçüncü en önemli fırsat olduğu ifade edilmiştir.

Tablo 7. Mobilya Sektöründe Tehditler

TEHDİTLER	Cevap Sayısı	Katılımcı Sayısının Cevap %
Kalifiye iş gücü yetersizliği,	48	100
Düşük maliyetli üretim (3. Dünya),	48	100
Çin (Büyük İşletmeler),	48	100
Pazarlama eksikliği,	39	81
Tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği,	37	77
Model kopyalama,	36	75
AB ülkelerinde yaşanan krizler,	34	71
Hammadde sıkıntısı,	32	67
Düşük standartlar,	29	60
Markalaşma sorunu,	23	48

Tablo 6'den de görüldüğü gibi Mobilya sektörünü tehdit eden faktörler, kalifiye iş gücü yetersizliği, düşük maliyetli üretim (3. Dünya), Çin (Büyük İşletmeler) oluşturmaktadır. Katılımcıların %100 bu faktörlerin tehdit olduğunu öngörmektedir.

Tablo 8. Mobilya Sektöründe Zayıf Yönleri

ZAYIF YÖNLER	Cevap Sayısı	Katılımcı Sayısının Cevap %
Yönlendirme/devlet desteği,	48	100
Mesleki eğitim yetersizliği,	48	100
Rakiplere göre İşgücü maliyetleri	45	94
Haksız rekabet,	45	94
Yüksek hammadde maliyetleri,	42	88
Sermaye/finans yetersizliği,	42	88
Tasarım ve korunması,	35	73
Markalaşma, kalite, imaj,	35	73
Aile şirketlerinin kırılganlıkları,	25	52
Yenilik yaklaşımı.	21	44

Katılımcılarca mobilya sektörünün en zayıf olduğu değerlendirilen birinci konu devlet desteği iken, ikinci faktörün mesleki eğitim yetersizliği, üçüncü faktörün rakiplere göre işgücü maliyetleri olduğu belirlenmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye Mobilya sektörü, son yıllardaki gelişimi ve ihracat artışı ile ülke ekonomisine katkısını arttıran önemli sektörlerin arasında yer almaktadır. Sektörün dünya pazar payı Türkiye'nin ihracatının dünya pazar payının üstündedir. Çalışmamızda sektörün uluslararası rekabet gücü 2005-2015 yılları için GTİP 94 mobilya sektörü (9405 ve 9406 hariç) ve bunun 4 haneli alt sektörlerinin 10 yıllık dönem itibariyle AKÜ değerleri hesaplanarak sektörün rekabet gücü, Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Elde edilen veriler sonucunda, Türkiye'nin mobilya sektöründe ve alt sektör GTİP 9401; Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçalarında, GTİP 9403; Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları mobilyalar ve GTİP 9404; Somyalar, yaylı veya içleri herhangi bir maddeyle doldurulmuş veya teçhiz edilmiş yatak eşyası ve benzeri eşya sınıfında rekabet gücü rekabet gücüne sahip olduğu değerlendirilmiştir. GTİP 9404 kategorisinde rekabet gücünün 2015 hariç son yıllarda azalma eğilimi içinde olduğu görülmektedir. GTİP 9402; Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar sınıfında rekabet gücünün sınırda olduğu hesaplanmıştır.

Sektörde yapılan SWOT anketinin sonuçlarına göre; mobilya sektörünün “Güçlü Yönleri” olarak katılımcı firmaların yaklaşık %92’lik kısmı Türkiye’nin coğrafi konumunun mobilya sektörü açısından en güçlü yönü olduğu, malzeme ve ürün çeşitliliğinin %88 ile ikinci, sektörün son 10 yıldaki performansı ise üçüncü derecede güçlü yönler olduğu tespit edilmiştir. Sektörün “Fırsatları” olarak; katılımcı firmaların yaklaşık %90’lık kısmı Türkiye’nin AB’ye adaylık faktörünün en önemli fırsat olduğunu belirtirken, müşteri odaklı ürün çeşitliliği %88 ile ikinci sırada yer almış, küreselleşme faktörünün ise üçüncü en önemli fırsat olduğu ifade edilmiştir. Mobilya sektörünü “Tehdit” eden faktörler olarak; kalifiye iş gücü yetersizliği, düşük maliyetli üretim (3. Dünya), Çin (Büyük İşletmeler) beyan edilmiştir. Katılımcıların %100 bu faktörlerin tehdit olduğunu öngörmektedir. Katılımcılarınca mobilya sektörünün en zayıf olduğu değerlendirilen birinci konu devlet desteği iken, ikinci faktörün mesleki eğitim yetersizliği, üçüncü faktörün rakiplere göre işgücü maliyetleri olduğu belirlenmiştir.

Kaynakça

Adıgüzel, M. (2011). *Uluslararası Rekabet Gücü*. Ankara: Nobel Yayınevi.

Adıgüzel, M. (2013). Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme. *Akademik Bakış Dergisi*: Sayı: 37.

Aktan, C. C.ve Vural Y. (2004). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*. Ankara: TİSK Yayınları

BALASSA, B., (1965), "Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage", Manchester School, No. 33, May.

Dinçer, Ö. (2004). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*.(7. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi

Dyson, R.G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal Of Operational Research*, 152,s. 631-640.

Rekabet Kurumu (2014). *Rekabet Terimleri Sözlüğü*.(Erişim Tarihi 03.02.2016)
www.rekabet.gov.tr.

ITC Trademap Veri Tabanı

TÜİK Veri Tabanı

Uygun, M. (2000). *Türkiye Mobilya Endüstrisi ve Rekabet Düzeyi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği, Ankara.

VOLLRATH,T. (1991);. "A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative Advantage," Springer, vol. 127(2), pages 265-280, June.

Yeniçeri, B. (2005). *Türkiye Sanayi İhracat Pazar Araştırması, Ev Ve Ofis Mobilyası Sektör Dış Pazar Araştırma Raporu*. Ankara: IGEME Yayınları