

PAPER DETAILS

TITLE: ANALYSIS OF FOREIGN TRADE STRUCTURE OF TURKEY'S FURNITURE INDUSTRY

AUTHORS: Dilek Sahin

PAGES: 7-26

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/305523>

TÜRKİYE’NİN MOBİLYA SEKTÖRÜ DİŞ TİCARET YAPISININ ANALİZİ

Dilek ŞAHİN

Yrd.Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Email:dilek58sahin@hotmail.com

ÖZET

Mobilya sektörü, önemli imalat sanayi alt sektörlerinden biridir. Mobilya sektörü, inşaat sektörünün gelişmesi ve mobilya kullanım alanının artması ile hızla büyümektedir. Bu çalışmanın esas amacı, Türkiye’nin mobilya sektörü dış ticaret yapısını analiz etmektir. Çalışmada 2000-2015 dönemi esas alınmıştır. Çalışmada iki yöntem kullanılmıştır. İlk olarak mobilya sektörünün endüstri-içi ticaret yapısı analiz edilmiştir. İkinci olarak mobilya sektörünün rekabet gücü analiz edilmiştir. Bu analizde Grubel-Lloyd Endeksi ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştır. Çalışmada sonuç olarak mobilya sektöründe ticaretin endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleştiği görülmüştür. Ayrıca endüstri-içi ticaret düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleşmektedir. Rekabet gücü analizi sonucunda ise mobilya sektöründe rekabet gücünün yıllar itibariyle artış gösterdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Mobilya Sektörü, Rekabet Gücü, Endüstri-içi Ticaret, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi.

Jel Kodları: F00, F1, J68.

ANALYSIS OF FOREIGN TRADE STRUCTURE OF TURKEY’S FURNITURE INDUSTRY

ABSTRACT

Furniture industry is one of the most important sub-sectors of the manufacturing industry. Furniture industry is growing rapidly with development of the construction sector and increasing usage of furniture. The main purpose of this study is to analyze the structure of the furniture industry in Turkey's foreign trade. 2000-2015 period was used in this study. Two methods were used in this study. Firstly, intra-industry trade structure of the furniture industry was analyzed. Secondly, competitiveness of the furniture industry was analyzed. Grubel-Lloyd Index and Revealed Comparative Advantage Index was used in this analysis. As a result, trade in the furniture industry was seen that the form of intra-industry trade in this study. Also, intra-industry trade is in the form of low-quality vertical intra-industry trade. As a result of the competitive analysis, it was observed that increase as year in the furniture industry.

Keywords: Furniture Industry, Competitiveness, Intra-Industry Trade, Revealed Comparative Advantage Index.

JEL Codes: F00, F1, J68.

1. GİRİŞ

Mobilya sektörü ulusal ekonomideki yeri, yarattığı istihdam, ihracattaki payı ve gelecekte öneminin daha da artması gibi nedenlerden dolayı oldukça önemli bir sektördür. Küresel rekabetin giderek arttığı bir ortamda, teknoloji, estetik, tasarım, moda ve kalite gibi alanlardaki artıları ile ön plana çıkan mobilya sanayi, dış ticaret bakımında da dünya piyasalarında önemli paya sahiptir. Bu nedenle mobilya sektörü yıldızı parlayan sektörler arasında yer almaktadır. Mobilya sanayi son dönemlerde hızlı bir dönüşüm geçirerek eskiye oranla daha fazla bilgi ve sermaye yoğun moda sektörü olma yolunda ilerlemektedir. Bu dönüşümün arkasında yatan en önemli neden mobilya sanayinde yaşanan hızlı küreselleşme sürecidir. Yaşanan bu süreçte sektörde rekabet hızla artmaktadır.

Türkiye'nin mobilya sektörünün dış ticaret yapısının ele alındığı bu çalışmada, ilk olarak mobilya sektörünün endüstri-içi ticaret yapısı ardından rekabet gücü ölçülmüştür. Endüstri-içi ticaretin ölçümünde iki yöntem izlenmiştir. İlk olarak literatürde sıklıkla kullanılan Grubel-Lloyd endeksi ile yapılan ticaretin endüstri-içi ticaret seviyesi ölçülmüştür. Ardından endüstri-içi ticaretin yatay endüstri-içi ticaret şeklinde mi yoksa dikey endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleştiği Abd-el Rahman (1991) tarafından geliştirilen birim değer yöntemi ile belirlenmiştir. Mobilya sektörünün rekabet gücü ölçümünde ise Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılmıştır. Çalışmada 2000-2015 dönemleri analiz edilmiştir. SITC Rev.3 dört haneli sınıflandırma düzeyi kullanılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye'nin mobilya sektöründe gerçekleştirmiş olduğu ticaretin önemli bir bölümünün endüstri-içi ticaret şeklinde olduğu görülmüştür. Ayrıca mobilya sektöründe gerçekleştirilen endüstri-içi ticaretin düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticaret şeklinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rekabet gücü ölçümünde ise; Türkiye'nin uluslararası arenada yüksek olmayan bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmüştür. Ancak her geçen yıl bir önceki yıla göre küresel rekabettin arttığı görülmektedir. Sektörün rekabet gücünü geliştirmek ve kalıcı kılabilmek için bundan sonra üretim odaklı ve maliyet kontrolü yerine Ar-Ge, tasarım ve pazarlama gibi daha ileri rekabet unsurları üzerinde yoğunlaşmak gerekmektedir.

2. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU

Mobilya kelime anlamı İtalyancadan gelen ve insanların günlük hayatlarına yönelik sosyal ve kültürel temel gereksinimlerini güvenli ve konforlu şekilde karşılamak amacıyla genelde ağaç malzemeden oluşturulmuş işlevsel, estetik görünümlü kullanım eşyalarının tamamını ifade etmektedir (MÜSİAD,2013: 11).Mobilya insan hayatının her alanında yeri ve görevi bulunan farklı materyal veya formlarda sunulan nesneler olup, günümüzde lüks tüketim ürünü olarak algılanmakla birlikte kişinin yaşam tarzını yansıtmayı, çok fazla işleve sahip olması ve yaşam alanlarını rahatlatması gibi unsurlar nedeniyle daha sık yenilenen bir ürün grubu haline gelmiş durumdadır.

Mobilyalar görevleri, kullanım alanları, yapıları, amacı, tarzları, malzemesi ve üst yüzey işlemlerine göre;

- ❖ Kullanıldığı yere göre: iç mekân veya dış mekân mobilyaları,
- ❖ Bireysel veya toplu kullanıma göre: kişisel mobilyalar, kentsel mobilyalar, endüstriyel mobilyalar,
- ❖ Biçimlendiği coğrafi bölge tarzına göre: İngiliz, İtalyan, İskandinav mobilya,
- ❖ Laminasyon tekniğine göre yapılmışsa: lamina mobilya,
- ❖ Birçok amaca hizmet verecek şekilde yapılmışsa: fonksiyonel mobilya,

- ❖ Endüstri dönemi öncesi ve sonrası tarza göre üretilmişse: klasik ya da modern mobilya,
- ❖ Montaj durumuna göre: demonte ya da monteli mobilya,
- ❖ Kullanım durumuna göre: sabit veya hareketli mobilya,
- ❖ Mekânlara göre biçimlendirilmişse: mutfak, salon, yatak odası, mobilyaları, ofis mobilyaları,
- ❖ Stil veya tarzına göre: klasik, modern mobilya,
- ❖ Kullanılan malzeme türlerine: göre ahşap, panel, hasır mobilya vb. olmak üzere sınıflandırılmaktadır (Aksayar, 2006: 6).

Mobilya sektörü, imalat sanayi içerisinde gerek üretim sürecinde kullandığı hammadde ve malzemelerin çeşitliliği, gerek ürün yelpazesinin zenginliği ve kullanım alanlarının kapsamı açısından oldukça ayrıcalıklı bir konuma sahiptir (İSO, 2011: 9). Ekonomik büyüme, gelir artışı, kentsel alanlara daha fazla göç, değişen yaşam tarzları gibi çok sayıda faktörün etkisiyle son yıllarda mobilya sektörü hızlı bir büyüme kaydetmiştir. Özellikle lojistik ve taşıma/depolama sistemlerindeki gelişmeler tüm dünyada sektörünün ticari hacminin artmasını kolaylaştırmıştır. Bununla birlikte dünya ticaretinin önündeki engellerin aşılması, gümrük birliği ve serbest ticaret anlaşmaları gibi gelişmeler eş zamanlı olarak mobilya sektöründe meydana gelen yenilikler mobilya ticaretini artırmıştır.

Mobilya sektörü, inşaat sektörünün gelişmesi ve mobilya kullanım alanının artması ile hızla büyüyerek, özellikle gelişmiş ülkelerde hem tüketim hem de üretimde önemli bir hacme ulaşmıştır (Yurdakul vd., 2013: 221). 1990'lı yıllardan itibaren önemli bir dönüşüm geçiren mobilya sektöründe küresel ticaret hızla artmış ve sanayileşmiş ülkelerdeki üreticiler geliştirmekte olan ülkelere kaynaklanan rekabet baskısıyla karşı karşıya kalmıştır. Bunun sonucunda kimi üreticiler kalite ve tasarımın öncelikli olduğu daha yüksek katma değerli pazar bölümlerine geçmek için üründe ve üretim süreçlerinde iyileştirmelere ve firma içinde yeniden yapılanmaya gitmiş, kimileri de maliyetlerini düşürmek için üretim faaliyetlerini iş gücünün ucuz olduğu ülke ve bölgelere kaydırmış ya da dış satın alma stratejisi izlemeye başlamıştır (Yılmaz, 2013: 16). Dünya mobilya üretimi, dünyadaki gelir ve refah artışına paralel olarak artmaktadır. 2000'li yıllardan itibaren, mobilya sektöründe dünya genelinde yaratılan katma değer gelişmiş ülkelere doğru kaydırmıştır.

Dünya mobilya üretiminde, 2011 verilerine göre, Çin %25'lik oran ile ilk sırada yer almakta olup, Çin'in sırasıyla %15'lik payla ABD, %8'lik payla İtalya ve %7'lik payla Almanya takip etmektedir. Bu dört ülkenin dünya mobilya üretimin yarısından fazlasını gerçekleştirdiği görülmektedir. Diğer büyük üreticiler arasında yer alan Japonya, Fransa, Kanada, Birleşik Krallık ve Polonya'nın ise %3'lük payı bulunmaktadır. Türkiye %1'lik pay ile Brezilya ve Vietnam'dan sonra gelmektedir. Diğer gelişmiş ülkelerin payı %16 iken; diğer geliştirmekte olan ülkeler %10'luk bir paya sahiptir. Dünya mobilya tüketimi, üretime paralel olarak her yıl artış göstermektedir. Mobilya kullanımı ağırlıklı olarak sosyal ve ekonomik refahı yüksek olan gelişmiş ülkelerde yüksek olmakla birlikte geliştirmekte olan ülkelerinde mobilya tüketiminde etkin oldukları görülmektedir. 2011 yılında mobilya tüketimi %21 ile ABD'de gerçekleşmiştir. ABD'yi %18'lik oran ile Çin, %19 oran ile diğer gelişmiş ülkeler, %12 ile diğer geliştirmekte olan ülkeler, %5 ile İtalya ve İngiltere, %4 ile Fransa ve Japonya, %3 ile Kanada, %1 ile Polonya ve Vietnam takip etmektedir (TOBB, 2013: 17-18). Dünya mobilya ticaretinde ülkelerin payına bakıldığında ise; Çin dünya mobilya ihracatının %30'nu gerçekleştiren, Çin'i sırasıyla %8 ile İtalya, %7 ile Almanya, %5 ile ABD, %3 ile Polonya, %1 ile Türkiye takip etmektedir (TOBB, 2013:6). Gelişmiş ülkelerde, mobilya ticareti ürün ömürlerinin kısalması ve mevcut mobilyalar e

skimeden tüketicilerin yeni mobilya almaları yoluyla gelişmektedir. Bu süreçte medya, televizyon ve internet satın almaları hızlandırmaktadır. Bununla birlikte dünyada meydana gelen demografik değişimler, örneğin yalnız yaşayan genç kesim artışı, evlenme ve boşanma oranlarında artış, yaşam alanlarının değişmesi gibi değişimler mobilya sektörü ticaretini artırmaktadır.

Sektörün emek yoğun olması nedeniyle düşük işgücü maliyetleri ve gelir artışı ile birlikte artan iç talep Çin'in mobilya üretimindeki payını artırmış ve Çin dünyanın mobilya üretim merkezi haline gelmiştir. Ancak Çin, İtalya ve Almanya gibi kalite ve yüksek fiyat stratejisi uygulayan rakiplerle aynı segmentte bulunmamaktadır. ABD ve Almanya hammadde (kereste) üreticisi konumlarından ve teknoloji kullanımının sağladığı avantajdan yararlanırken, İtalya tasarımı ön plana çıkmaktadır. Türkiye ise, Polonya ve Vietnam'ın yer aldığı rekabetin yoğun olduğu grupta yer almaktadır.

Mobilya sanayinin üretimi ülkemizde her ne kadar eskiye dayansa da mobilya sektörü Türkiye'de özellikle 1970'li yıllardan itibaren hızlı bir ivme kazanmaya başlamıştır. Türkiye'de mobilyacılık sektörü inşaat ve tekstil sektöründen sonra en fazla işgücünü barındıran sektördür.

Türkiye'de mobilya sanayi, genelde çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir. Ancak son 15-20 yıllık sürede küçük ölçekli işletmelerin yanı sıra orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısının hızla artmaya başladığı görülmektedir (Küçükaslan, 2010: 3). Sektör emek yoğun bir yapıda olmakla beraber, hızlı bir dönüşüm geçirerek geçmiş yıllara oranla daha fazla bilgi ve sermaye yoğun bir sektör olma yolunda hızla ilerlemekte ve büyük ölçekli işletmelerin çoğalmasıyla otomasyona dayalı üretimin payı da artmaktadır.

Mobilya sanayi katma değer açısından da ülkemizin önde gelen sektörlerinden olup ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olarak ekonomiye katkısı artarak devam etmektedir. Mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmeler genellikle pazara yakın ve hammaddenin kolay temin edildiği yerlerde kümelenmiştir. Sektör başta İstanbul, Kayseri olmak üzere İzmir, Bursa, Ankara, Adana gibi illerde yoğunlaşmaktadır. Kayseri özellikle mobilya sektörü istihdamında ülke ortalamasının üzerinde liderliğini sürdürmektedir. Sektörde fabrikasyon üretim yapan firmaların sayısı her geçen gün artmaktadır.

Türkiye'de mobilya sektörü genel konumu itibarıyla iç piyasaya dönük bir sektördür. Genç nüfusun olması, yeni evlilikler ve kişi başına düşen gelirdeki iyileşmeler beraberinde yurt içinden önemli miktarda talebi de beraberinde getirmektedir. Mobilya sektörü Türkiye'de özellikle son yıllarda inşaat sektöründe yaşanan hareketlilik, gelişen estetik zevk ve tercihler ve değişen yaşam koşulları ile birlikte oldukça gelişmiştir. Geçmişte fonksiyonellik ön plana çıkarken, yaşam alanları ve yaşam tarzlarının değişimiyle birlikte küçük mekânların daha iyi değerlendirilmesine imkân veren, bunun yanında görsel olarak da çekici, dönemin moda trendlerine uygun mobilyalar tercih edilir olmuştur.

Türkiye'nin mobilya ihracatı son yıllarda sürekli artış göstermiştir. Mobilya sektörü, ihracatı ithalatından yüksek olan nadir sektörlerden biridir. Mobilya sektörünün hızlı büyümesinde Türkiye'de mobilya üreticilerinin organize ve entegre üretime geçmelerinin büyük payı bulunmasının yanı sıra, dünya mobilya ticaretindeki canlılık da önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin mobilya ihracatı Dünya ihracatının %1'ine denk gelmektedir. Genellikle Brezilya, Vietnam gibi gelişen pazarlarla ve düşük maliyet kriterleri ile rekabet etmekte; İtalya, Almanya gibi markalaşmış, kaliteli ve yüksek fiyatlı segmentlerde yer almaktadır. 2012 yılında Türkiye'nin mobilya sektöründen en fazla ihracat yaptığı ülke Irak

olmuştur. Sektör ihracatında ikinci sırayı Libya almıştır. Bu ülkeleri sırasıyla Azerbaycan, Almanya ve Fransa takip etmiştir. Türkiye'nin en fazla mobilya ithal ettiği ülke Çin olmuş ve bu ülkeyi İtalya, Almanya, Polonya, İspanya ve Fransa takip etmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde endüstri-içi ticaretle ilgili yapılan çalışmaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Şenoğlu (2003): Türkiye'nin imalat sanayinde endüstri-içi ticaretin düzeyi ve endüstri-içi ticaretin dikey mi yoksa yatay mı olduğu araştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda 1989-2001 yılları arasında imalat sanayinde endüstri-içi ticaretin arttığı görülmüştür. Ayrıca 1989-2001 yılları arasında imalat sektöründe endüstri-içi ticaretin önemli kısmı dikey endüstri-içi ticareten oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle Türkiye'de üretim sektörü benzer ürünlerin düşük kalitelisini ihraç ederken, aynı anda yüksek kalitelisini ithal etmektedir.

Şimşek (2005): Türkiye'nin OECD ülkeleri ile çok yönlü ve iki yönlü düzeyde yaptığı ticaret içindeki endüstri içi ticaretin payı yatay endüstri içi ticaret ve dikey endüstri içi ticaret bağlamında incelenmiştir. 1992-2003 dönemi ele alınarak hesaplamalar yapılmıştır. Çalışmada öncelikle iki yönlü ticaret endeksi hesaplanmış ardından yatay ve dikey endüstri içi ticaret ölçülmüştür. Yapılan ölçümler sonucunda Türkiye'nin hem dünya ile hem de OECD ülkeleri ile yaptığı ticaret içinde endüstri içi ticaretin payının yıllar itibarıyla arttığı görülmüştür. Ayrıca elde edilen bulgular neticesinde, Türkiye'nin endüstri-içi dış ticareti içinde düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticaretin hâkim olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle Türkiye'nin ihraç ettiği mal çeşidinin kalitesinin ithal ettiği mal çeşidi kalitesinden düşük olarak gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Deviren ve Karataş (2007): Türkiye ve Çin arasında 1995-2005 döneminde SITC Rev.3'e göre, 3 digit düzeyinde gerçekleşen endüstri-içi ticaret endeksin 0.50 ve üstü değer aldığı ürünler gerek SITC temel ürün gruplarına gerekse teknolojik yapıya göre sınıflandırılarak inceleme konusu yapılmıştır. Her iki sınıflandırma da Grubel-Lloyd'un ağırlıklı ortalaması kullanılmıştır. 1995-2005 yılları arasında Türkiye'nin Çin ile yaptığı endüstri-içi ticaret düzeyi SITC ürün gruplarına göre 0-4 ilksel ürünler, 5-8 sınavi ürünleri, 0-8 tüm ürünlere ilişkin olarak hem Grubel-Lloyd'un ağırlıklı ortalaması hem de düzeltilmiş endeksten yararlanılarak hesaplanmıştır. Hesaplamalara göre ilksel ürünler, sınavi ürünleri ve tüm ürünlere ilişkin endüstri-içi ticaretin endeks değerinin 0.50'nin altında kalmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin Çin ile yaptığı dış ticaretin endüstriler-arası ticaret yapısı gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Xing (2007): 1980-2004 yılları arasında Çin'in önemli ticari partneri olan Japonya ve ABD ile arasındaki endüstri-içi ticaret ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda Çin'in Japonya ve ABD ile olan endüstri-içi ticaretinin payının arttığı ve toplam ticaretinin %35'nin endüstri-içi ticaret şeklinde olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada yine Japonya ve Çin arasındaki endüstri-içi ticarete Japonya'nın Çin'deki doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının payının önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

Literatürde rekabet gücünün ölçümüyle ilgili yapılan çalışmaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Çakmak (2005): Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırılmalı üstünlük ve rekabetçiliğinin incelendiği çalışmada, ilk olarak Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (AKÜ) hesaplanmış, daha sonra ise Vollrath Endeksi kullanılarak söz konusu endüstrilerin toplam mal grupları açısından rekabet gücü belirlenmiştir. AKÜ Endeksinin sonuçlarına göre gerek SITC iki, gerekse de üç haneli ürün

gruplarında dünya piyasasında rekabet gücü oldukça yüksek olan Türkiye'nin Vollrath'ın Endeks sonuçlarına göre SITC iki haneli ürün gruplarında rekabet gücü daha düşük olduğu görülmüştür. Ancak gerek AKÜ gerek görelî ihracat ve görelî ticari avantaj endeksinin hazır giyim ve aksesuarlarının yer aldığı SITC 84 grubunun dünya piyasalarındaki rekabet gücünün SITC 65 dokumacılık grubundan daha düşük olduğu görülmüştür.

Gürpınar ve Barca (2007): Türkiye'nin mobilya sektörünün uluslararası piyasalarda rekabet gücü analiz edilmiştir. İlk olarak ulusal ve uluslararası ihracat ve ithalat verileri kullanarak çeşitli endekslerle ilgili sektörün uluslararası ihracat ve ithalat verileri kullanarak çeşitli endekslerle sektörün pazardaki rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra, rekabet gücünün dayanakları Porter'in geliştirdiği elmas modeli ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak Türkiye'nin mobilya sektöründe hesaplanan endeks değerleri, 2001-2004 döneminde 1'in altında 2005-2006 dönemi için ise 1'in üstünde çıkmıştır. Bu durum Türkiye'de mobilya sektörünün uluslararası pazarlarda rekabetçi üstünlüğe sahip bir konum kazandığını göstermektedir. Bu başarının arkasındaki nedenlere Porter'in elmas modeli çerçevesinde bakılmış ve ulusal pazarda artan talebin giderek daha karmaşık olması, nitelikli işgücü ve firmaların dışa açılma stratejileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Arıç (2012): Kümeleme dinamikleri ile Kayseri mobilya sektörünün uluslararası rekabetçiliği arasındaki ilişkinin ve kümeleme dinamiklerinin kendi aralarındaki ilişki korelasyon yöntemiyle analiz edilmiştir. Korelasyon analizi sonucuna göre, elmas modeli faktörleri ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasında istatistiksel olarak anlamsız ilişki bulunmuştur. Kümeleme dinamiklerinin kendi aralarındaki ilişkiler ise, istatistiksel olarak anlamlı ve teoriyi destekler şekilde pozitif çıkmıştır.

Altıntaş ve Akpolat (2013): Türkiye'nin AB(27) ülkeleri ile olan dış ticaretinde tekstil sektörü bazı rekabet düzeyi ölçülmüştür. 2004-2011 dönemi verileri kullanarak Balassa, Vollrath ve KİP endeksleri ile rekabet düzeyi incelenmiştir. Sonuç olarak 2004-2011 döneminde Türkiye'nin AB(27) ülkelerine karşı karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve 2011 yılına gelindiğinde söz konusu rekabetin en yüksek düzeye ulaşıldığı görülmüştür.

Shahab ve Mahmood (2013): Pakistan'ın deri endüstrisinin rekabet gücü seçilen ülkelerle (Çin, Hindistan, İran) karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada 2002-2009 dönemi analiz edilmiş ve Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştır. Sonuç olarak Pakistan'ın ele alınan dönemde diğer ülkelere göre rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür.

Atış (2014): Türkiye'nin en önemli pazarları olan Avrupa Birliği, ABD ve Orta-Doğu-Kuzey Afrika'da sektörün rakip ülkelere göre mevcut durumu ve rekabet düzeyi analiz edilmiştir. Çalışmada 1995-2012 dönemine ait verilerle çalışılmıştır. Çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Görelî Rekabet Üstünlüğü ve Karşılaştırmalı İhracat Performans endeksi kullanılmıştır. Analiz sonuçları Türkiye açısından sektörün azalan bir seyirle önemini koruduğu söz konusu pazarlarda rekabet avantajının belirli ürün gruplarında sürdürdüğünü ancak bu avantajın giderek azaldığını göstermiştir.

Erkekoğlu vd., (2014): Kayseri ili mobilya sektörünün Türkiye ve Dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlük yapısı 2002-2012 yılları arasında analiz edilmiştir. Çalışmada Balassa ve Vollrath tarafından geliştirilen endeksler kullanılmıştır. Sonuç olarak, Kayseri ili mobilya sektörünün ihracatının Dünya ve Türkiye'ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasına rağmen bu üstünlüğün zaman içinde azalma eğiliminde olduğu görülmüştür.

Peker (2015): Türkiye’de hububat-baklagil alt sektörünün Avrupa Birliği pazarı karşısındaki rekabet yapısı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada 1990-2011 dönemi ele alınmıştır. Sonuç olarak, baklagil grubunda yer alan mercimek ve nohutta, Türkiye’nin rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür. Baklagil grubunda yer alan kuru fasulye ticaretinde ise 2000’li yıllardan itibaren rekabet gücünün düştüğü görülmüştür. Ayrıca buğdayda rekabet üstünlüğünün zaman içinde azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Mısır ticaretinde ise Türkiye’nin AB pazarında rekabet üstünlüğüne sahip olmadığı görülmüştür.

4. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Türkiye’nin mobilya sektörünün dış ticaret yapısının ele alındığı bu çalışmada, iki uygulama yapılmıştır. İlk uygulama endüstri-içi ticaretin ölçümüdür. İkinci uygulama ise rekabet gücünün ölçümüne yöneliktir.

Endüstri-içi ticaretin ölçümünde literatürde sıklıkla kullanılan Grubel-Lloyd yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde X_i ihracat değeri, M_i ithalat değerini göstermek üzere endüstri-içi ticaret aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Grubel ve Lloyd, 1975: 21):

$$B_i = \frac{\sum_i^n [(X_i + M_i) - (X_i - M_i)]}{\sum_i^n (X_i + M_i)} \text{ veya } B_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i} \quad (1)$$

Endeks 0 ile 1 arasında değer almakla birlikte, eğer ülke söz konusu malı yalnızca ihraç ya da ithal ediyorsa (endüstri-içi ticaret yoksa) endeks 0 olmaktadır. Eğer aynı malın ithalatı ve ihracatı birbirine eşit ise endeks değeri 1 olmakta ve bu durum endüstri-içi ticaret seviyesinin maksimum olduğunu göstermektedir.

Endüstri-içi ticaret yatay ve dikey endüstri-içi ticaret olarak iki kategoride incelenmektedir.

Yatay endüstri-içi ticaret :

$$1 - \alpha \leq \frac{UV_x}{UV_m} \leq 1 + \alpha \quad (2)$$

Dikey endüstri-içi ticaret:

$$\frac{UV_x}{UV_m} < 1 - \alpha; \frac{UV_x}{UV_m} > 1 + \alpha \quad (3)$$

(2) ve (3) nolu eşitlikte, UV ilgili değişkeninin birim değerini göstermektedir. X ve M ihracat ve ithalatı, α ise aralık faktörünü temsil etmektedir. %15 aralığı kabul edildiğinde hesaplanan endeks değerinin 0,85 ile 1,15 arasında yer alması yatay endüstri-içi ticaretin, bu aralık dışında değerler alması ise dikey endüstri-içi ticaretin varlığına işaret etmektedir.

İkinci uygulama olan rekabet gücü ölçümünde ise; Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılmıştır. Bu yöntemleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Balassa (1965) tarafından geliştirilmiştir. Bu endeks bir ülkenin belirli bir sektör ihracatının toplam ihracatına oranının, aynı sektörün dünya ihracatının dünya toplam ihracatına oranı olarak tanımlanmaktadır (Erkan, 2012: 198). Endeks(RCA-AKÜ) şu şekilde formüle edilmektedir.

$$RCA_{ij} = \left[\left(\frac{X_{ij}}{X_i} \right) \div \left(\frac{X_{jw}}{X_w} \right) \right] \quad (4)$$

Bu eşitlikte, i ülkeyi, j ürünü (sektörü), X ihracatı, M ithalatı göstermekle birlikte; eşitliğin pay kısmı ürünün (sektörün) ulusal ihracattaki payını, payda kısmı ise ürünün (sektörün) dünya toplam ihracatındaki payını göstermektedir. Endeks değeri 0 ile ∞ arasında değer almaktadır. Eğer, endeks değeri 1'den büyükse ($AKÜ > 1$) ilgili ülke ele alınan ürünün (sektörün) ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (rekabet gücü yüksek). Endeks değeri 1'den küçükse ($AKÜ < 1$) ilgili ülke ele alınan ürünün (sektörün) ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip değildir (rekabet gücü düşük).

Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi şu şekilde formüle edilmektedir:

$$RSCA_{ij} = (RCA_{ij} - 1) / (RCA_{ij} + 1) \quad (5)$$

Bu endeks -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer endeks değeri pozitif ise ülke o üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Endeks değeri ne kadar yüksekse rekabet gücü de o kadar yüksektir.

Ticaret Dengesi Endeksi (TBI), bir ülkenin ilgili üründe net ihracatçı veya net ithalatçı olup olmadığını göstermektedir. Endeks şu şekilde formüle edilmektedir:

$$TBI_{ij} = \frac{(X_{ij} - M_{ij})}{(X_{ij} + M_{ij})} \quad (6)$$

Bu eşitlikte, i ülkeyi, j ürünü, X ihracatı, M ithalatı göstermektedir. Endeks değeri -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Endeks -1 ise ülke net ithalatçı, endeks +1 ise ülke net ihracatçı pozisyonundadır.

Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılarak üretim haritası oluşturulmaktadır. Üretim haritası A, B, C, D olarak dört gruptan oluşmaktadır. Bu gruplar şu şekilde açıklanabilir (Widodo, 2009: 67):

Grup A: Karşılaştırmalı Üstünlük-Net İhracatçı ($RSCA > 0$, $TBI > 0$)

Grup B: Karşılaştırmalı Üstünlük- Net İthalatçı ($RSCA > 0$, $TBI < 0$)

Grup C: Karşılaştırmalı Zayıflık-Net İhracatçı ($RSCA < 0$, $TBI > 0$)

Grup D: Karşılaştırmalı Zayıflık-Net İthalatçı ($RSCA < 0$, $TBI < 0$)

Mobilyasektörü, Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırmaya (SITC) göre 821 ve 8724 bölümlerinde sınıflandırılmıştır. Mobilya sektörünün SITC Rev.3 dört haneli sınıflandırması aşağıda verilmiştir:

SITC8211 (Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları)),

SITC 8212 (Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya),

SITC 8213 (Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)),

SITC 8215 (Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)),

SITC 8217 (Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)),

SITC 8218 (821.3, 821.5 ve 821.7 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları),
SITC8724 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar,
bunların aksam ve parçaları).

Çalışmada kullanılan verilere (ithalat-ihracat) Birleşmiş Milletlerin (UN) Comtrade veri tabanından ulaşılmıştır. Analiz dönemi olarak 2000-2015 dönemi ele alınmıştır.

5. BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

Bu bölümde ilk olarak mobilya sektörünün endüstri-içi ticaret seviyesi, ardında rekabet gücü ölçülmüştür.

5.1. Mobilya Sektöründe Endüstri-içi Ticaretin Ölçümü

Tablo 1’de mobilya sektöründe endüstri-içi ticaret rakamları gösterilmiştir. Türkiye’nin mobilya sektöründe endüstri-içi ticaretin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 8211 (Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları), SITC 8217 (Diğer maddelerden mobilyalar(başka yerde sınıflandırılmayan), ve SITC 8724 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları) yer almaktadır. 8212 (Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya) ve 8213 (Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektörlerinde endüstri-içi ticaretin arttığı görülmektedir. SITC 8215 (Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektöründe 2009 yılından itibaren endüstri-içi ticaretin azaldığı görülmektedir. SITC 8218 (8213, 8215 ve 8217 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları) sektöründe son yıllarda endüstri-içi ticaretin azaldığı görülmektedir. Genel itibariyle değerlendirildiğinde mobilya sektöründe gerçekleştirilen ticaretin endüstri-içi ticaret şeklinde olduğu görülmektedir. Yani mobilya sektöründe eş zamanlı olarak ürünlerin ihracatı ve ithalatı karşılıklı olarak gerçekleştirilmektedir.

Tablo 1. Mobilya Sektöründe Endüstri-içi Ticaretin Ölçümü: Grubel-Lloyd Endeksi

Yıl/Sektör	8211	8212	8213	8215	8217	8218	8724
2000	0,89*	0,41	0,99*	0,74*	0,63*	0,87*	0,23
2001	0,60*	0,35	0,64*	0,91*	0,82*	0,91*	0,35
2002	0,62*	0,18	0,30	0,72*	0,91*	0,86*	0,70*
2003	0,63*	0,24	0,21	0,57*	0,65*	0,55*	0,52*
2004	0,74*	0,36	0,25	0,60*	0,96*	0,64*	0,63*
2005	0,79*	0,54*	0,32	0,62*	0,96*	0,68*	0,51*
2006	0,89*	0,68*	0,47	0,77*	0,93*	0,60*	0,56*
2007	0,89*	0,59*	0,59*	0,75*	0,86*	0,55*	0,63*
2008	0,80*	0,61*	0,56*	0,62*	0,85*	0,45	0,63*
2009	0,79*	0,56*	0,50*	0,45	0,85*	0,42	0,95*
2010	0,85*	0,77*	0,59*	0,41	0,86*	0,48	0,88*
2011	0,84*	0,94*	0,75*	0,45	0,97*	0,55*	0,90*
2012	0,77*	0,91*	0,62*	0,31	0,84*	0,46	0,90*
2013	0,75*	0,97*	0,67*	0,32	0,82*	0,61*	0,67*
2014	0,75*	0,97*	0,64*	0,28	0,82*	0,49	0,91*
2015	0,72*	0,80*	0,56*	0,28	0,78*	0,42	0,99*

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir. **Not:** Literatürde endeks değeri 0,50’den yüksek ise endüstri-içi ticaretin olduğu kabul edilmektedir. * endüstri-içi ticaretin olduğunu göstermektedir.

Tablo 2’de mobilya sektöründe gerçekleşen endüstri-içi ticaretin türü gösterilmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere mobilya sektöründe gerçekleşen endüstri-içi ticaret dikey endüstri-içi ticaret şeklindedir. Diğer bir ifadeyle aynı sektörde farklı kalitedeki malların iki yönlü ticareti yapılmaktadır. Dikkat çeken bir sonuçta dikey endüstri-içi ticaret içinde düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticaretin payının yüksek olmasıdır. Bu durum Türkiye’nin ihraç ettiği mal çeşidi kalitesinin ithal ettiği mal çeşidi kalitesinden daha düşük olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 2. Mobilya Sektöründe Yatay ve Dikey Endüstri-içi Ticaretin Ölçümü

Yıl/Sektör	8211	8212	8213	8215	8217	8218	8724
2000	0,40 ^b	0,33 ^b	0,23 ^b	0,52 ^b	0,35 ^b	0,59 ^b	0,28 ^b
2001	0,39 ^b	0,23 ^b	0,25 ^b	0,41 ^b	0,28 ^b	0,48 ^b	0,28 ^b
2002	0,41 ^b	0,44 ^b	0,25 ^b	0,36 ^b	0,22 ^b	0,31 ^b	0,13 ^b
2003	0,45 ^b	0,58 ^b	0,32 ^b	0,29 ^b	0,30 ^b	0,47 ^b	0,31 ^b
2004	0,53 ^b	0,45 ^b	0,39 ^b	0,48 ^b	0,41 ^b	0,48 ^b	1,84 ^c
2005	0,57 ^b	0,51 ^b	0,39 ^b	0,58 ^b	0,55 ^b	0,53 ^b	0,37 ^b
2006	0,53 ^b	0,55 ^b	0,39 ^b	0,52 ^b	0,53 ^b	0,63 ^b	0,39 ^b
2007	0,47 ^b	0,62 ^b	0,38 ^b	0,55 ^b	0,41 ^b	0,59 ^b	0,50 ^b
2008	0,49 ^b	0,70 ^b	0,54 ^b	0,62 ^b	0,46 ^b	0,63 ^b	0,61 ^b
2009	0,47 ^b	0,83 ^b	0,67 ^b	0,64 ^b	0,40 ^b	0,57 ^b	0,55 ^b
2010	0,54 ^b	0,92 ^a	0,64 ^b	0,67 ^b	0,48 ^b	0,60 ^b	0,54 ^b
2011	0,57 ^b	0,82 ^b	0,66 ^b	0,69 ^b	0,52 ^b	0,69 ^b	0,49 ^b
2012	0,57 ^b	0,82 ^b	0,57 ^b	0,65 ^b	0,57 ^b	0,84 ^b	0,46 ^b
2013	0,62 ^b	0,94 ^a	0,55 ^b	0,69 ^b	0,54 ^b	0,91 ^a	0,47 ^b
2014	0,63 ^b	0,98 ^a	0,52 ^b	0,67 ^b	0,52 ^b	0,88 ^a	0,79 ^b
2015	0,59 ^b	0,88 ^a	0,44 ^b	0,65 ^b	0,53 ^b	0,91 ^a	0,56 ^b

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir. **Not:** a Yatay endüstri-içi ticareti, b: Düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticareti, c: Yüksek kaliteli dikey endüstri-içi ticareti göstermektedir.

5.2. Mobilya Sektöründe Rekabet Gücünün Ölçümü

Tablo 3’de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. SITC 8211 (Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları) sektöründe 2001 yılından itibaren rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir. SITC 8215 (Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) ve SITC 8217 (Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektörlerinde rekabet gücü yıllar itibarıyla artış göstermiştir. Özellikle 2008 yılından itibaren endeks değeri 1’den büyüktür diğer bir ifadeyle rekabet gücü yüksektir. 8212 (Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya) ve 8213 (Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan), SITC 8218 (8213, 8215 ve 8217 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları) ve SITC 8724 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları) sektörlerinde rekabet gücünün bazı dönemlerde yüksek bazı dönemlerde düşük olduğu görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapılacak olursa eğer, Türkiye’nin mobilya sektöründe rekabet gücünün giderek yükseldiği söylenebilir.

Tablo 3. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine Göre Rekabet Gücü Ölçümü

Yıl/Sektör	8211	8212	8213	8215	8217	8218	8724
2000	0,86	0,95	0,71	0,45	0,43	0,36	0,47
2001	0,90	0,87	0,68	0,32	0,42	0,32	0,26
2002	1,02	1,21	0,94	0,46	0,58	0,50	0,36
2003	1,12	1,46	1,33	0,58	0,87	0,57	0,48
2004	1,10	1,27	1,49	0,70	0,77	0,53	0,58
2005	1,09	1,12	1,43	0,84	0,86	0,69	0,62
2006	1,06	1,07	1,29	0,88	0,95	0,95	0,69
2007	1,11	1,10	1,42	0,92	1,23	0,88	0,75
2008	1,24	1,07	1,50	1,10	1,33	0,97	0,81
2009	1,26	1,07	1,28	1,38	1,31	0,93	0,79
2010	1,37	1,11	1,33	1,69	1,50	1,06	0,97
2011	1,40	1,01	1,26	1,90	1,29	1,16	1,05
2012	1,16	0,87	0,92	2,18	1,08	0,98	1,05
2013	1,29	0,97	1,12	2,60	1,27	0,98	1,69
2014	1,23	0,97	1,16	2,58	1,13	1,08	1,29
2015	1,23	1,57	1,54	2,76	2,41	1,01	0,79

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir.

Tablo 4’de Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. SITC 8211 (Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları) sektöründe Türkiye’nin 2001 yılından itibaren karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. 8212 (Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya) ve 8213 (Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektörlerinde 2000-2001 yılında devam eden karşılaştırmalı zayıflık durumu 2012 yılına kadar yerini karşılaştırmalı üstünlüğe bırakmıştır. Ancak 2012 yılından itibaren karşılaştırmalı zayıflık durumu tekrar devam etmiştir.

SITC 8215 (Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) ve SITC 8217 (Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektörlerinde 2008 yılına kadar devam eden karşılaştırmalı zayıflık durumu bu tarihten itibaren yerini karşılaştırmalı üstünlüğe bırakmıştır. SITC 8218 (8213, 8215 ve 8217 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları) ve SITC 8724 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları) sektörlerinde bazı dönemlerde karşılaştırmalı zayıflık durumu geçerli iken; bazı dönemlerde karşılaştırmalı üstünlüğün olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine Göre Rekabet Gücü Ölçümü

Yıl/Sektör	8211	8212	8213	8215	8217	8218	8724
2000	-0,07	-0,02	-0,02	-0,36	-0,39	-0,46	-0,35
2001	-0,04	-0,06	-0,06	-0,51	-0,40	-0,51	-0,58
2002	0,00	0,09	0,09	-0,36	-0,26	-0,33	-0,46
2003	0,05	0,18	0,18	-0,26	-0,06	-0,27	-0,35
2004	0,04	0,11	0,11	-0,17	-0,12	-0,30	-0,26
2005	0,04	0,05	0,05	-0,08	-0,07	-0,18	-0,23
2006	0,02	0,03	0,03	-0,06	-0,02	-0,02	-0,17
2007	0,05	0,04	0,04	-0,04	0,10	-0,05	-0,13
2008	0,10	0,03	0,03	0,04	0,14	-0,01	-0,10
2009	0,11	0,03	0,03	0,16	0,13	-0,03	-0,11
2010	0,15	0,05	0,05	0,25	0,20	0,02	-0,01
2011	0,16	0,00	0,00	0,31	0,12	0,07	0,02
2012	0,07	-0,06	-0,06	0,37	0,03	-0,10	0,02
2013	0,12	-0,01	-0,01	0,44	0,11	-0,00	0,25
2014	0,10	-0,14	-0,14	0,44	0,06	0,03	0,12
2015	0,10	-0,22	-0,22	0,46	0,41	0,00	-0,11

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir.

Tablo 5’de Ticaret Dengesi Endeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. Türkiye’nin mobilya sektöründe net ihracatçı olduğu sektörler arasında; SITC 8211 (Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları), 8212 (Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya), 8213 (Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) ve SITC 8218 (8213, 8215 ve 8217 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları) bulunmaktadır. SITC 8215 (Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektöründe 2002 yılından sonra Türkiye’nin net ihracatçı olduğu görülmektedir. SITC 8724 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları) sektöründe ise 2012 yılından sonra Türkiye net ihracatçı konumdadır. Türkiye SITC 8217 (Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektöründe ise bazı dönemlerde net ihracatçı iken bazı dönemlerde net ithalatçı konumdadır.

Tablo 5. Ticaret Dengesi Endeksine Göre Rekabet Gücü Ölçümü

Yıl/Sektör	8211	8212	8213	8215	8217	8218	8724
2000	0,10	0,58	0,00	-0,25	-0,36	-0,12	-0,76
2001	0,39	0,64	0,35	-0,08	-0,17	0,08	-0,64
2002	0,37	0,81	0,69	0,27	0,08	0,13	-0,29
2003	0,36	0,75	0,78	0,42	0,34	0,44	-0,47
2004	0,25	0,63	0,74	0,39	-0,03	0,35	-0,36
2005	0,20	0,45	0,67	0,37	0,03	0,31	-0,48
2006	0,10	0,31	0,52	0,22	0,06	0,39	-0,43
2007	0,10	0,40	0,40	0,24	0,13	0,44	-0,36
2008	0,19	0,38	0,43	0,37	0,14	0,54	-0,36
2009	0,20	0,43	0,49	0,54	0,14	0,57	-0,04
2010	0,14	0,22	0,40	0,58	0,13	0,51	-0,11
2011	0,15	0,05	0,24	0,54	-0,02	0,44	-0,09
2012	0,22	0,08	0,37	0,68	0,15	0,53	0,09
2013	0,24	0,02	0,32	0,67	0,17	0,38	0,32
2014	0,24	0,02	0,35	0,71	0,17	0,50	0,08
2015	0,27	0,19	0,43	0,71	0,21	0,57	0,00

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir.

Tablo 6’da mobilya sektörü üretim haritası gösterilmiştir. SITC 8211 (Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların aksam ve parçaları) sektöründe 2001 yılından sonra karşılaştırmalı üstünlük ve net ihracat konumu mevcuttur. 8212 (Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya) ve 8213 (Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektörlerinde 2000-2001 yılında geçerli olan karşılaştırmalı zayıflık net ihracatçı konum yerini 2002-2011 yılları arasında karşılaştırmalı üstünlük ve net ihracatçı konuma bırakmıştır. Ancak 2012 yılından sonra karşılaştırmalı zayıflık ve net ihracatçı konumun devam ettiği görülmektedir. SITC 8215 (Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) sektöründe 2008 yılından sonra karşılaştırmalı üstünlük net ihracatçı konumun olduğu görülmektedir. SITC 8217 (Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan) ve 8218 (8213, 8215 ve 8217 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları) sektörlerinde yıllar itibarıyla karşılaştırmalı üstünlüğün ve ithalatçı/ihracatçı konumun değiştiği görülmektedir. SITC 8724 (Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları) sektöründe 2010 yılına kadar karşılaştırmalı zayıflık ve net ithalatçı konumun mevcut olduğu görülmektedir. Ancak 2012-2014 yılları arasında karşılaştırmalı üstünlük net ihracatçı konumun devam ettiği görülmektedir.

Tablo 6. Mobilya Sektörü Üretim Haritası

Yıl/Sektör	8211	8212	8213	8215	8217	8218	8724
2000	C	C	C	D	D	D	D
2001	C	C	C	D	D	C	D
2002	A	A	A	C	C	C	D
2003	A	A	A	C	C	C	D
2004	A	A	A	C	D	C	D
2005	A	A	A	C	C	C	D
2006	A	A	A	C	C	C	D
2007	A	A	A	C	A	C	D
2008	A	A	A	A	A	C	D
2009	A	A	A	A	A	C	D
2010	A	A	A	A	A	A	D
2011	A	A	A	A	B	A	B
2012	A	C	C	A	A	C	A
2013	A	C	C	A	A	C	A
2014	A	C	C	A	A	A	A
2015	A	C	C	A	A	A	C

Kaynak: Tarafımızca oluşturulmuştur.

Not: Üretim Haritası: Grup A: Karşılaştırmalı Üstünlük-Net İhracatçı, Grup B: Karşılaştırmalı Üstünlük- Net İthalatçı, Grup C: Karşılaştırmalı Zayıflık-Net İhracatçı, Grup D: Karşılaştırmalı Zayıflık-Net İthalatçı.

6. TÜRKİYE'DE MOBİLYA SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜ ETKİLEYEN TEMEL SORUNLAR

Türkiye'nin uluslararası piyasalarda mobilya sektöründe rekabet gücünün artırılarak geliştirilmesi gerekmektedir. Ancak sektörde çok sayıda sorunun olduğu görülmektedir. Bu sorunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

Üretim Teknolojisi: Türkiye'de mobilya sektörü küçük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Küçük ölçekli firmalardan oluşması zanaat geleneğinin devam ettirmesi anlamına gelmektedir.

Mobilya sektörü kendi içerisinde üretim hacmi, verimlilik ve kapasite konularında önemli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Hammadde yetersizliği, teknik bilgi ve sermaye eksikliği nedeni ile kapasite kullanım sorunu yaşanmaktadır. 2012 yılında üretimde ortalama kapasite oranı yaklaşık olarak %69,7 oranında gerçekleşmiştir (MÜSAİD, 2013: 48). Ayrıca Türkiye'de mobilya sektörü sipariş dayalı bir sistemle işletmekte bu da üretim yöntemi anlamında verimli olmayan bir yöntemdir. Bu nedenle seri üretim ve otomasyon teknolojilerine gereken önem verilerek seri üretim yapan firmaların belirli konularda uzmanlaşmaları sağlanarak yeni üretim teknolojilerini kullanmaları teşvik edilmelidir (Sakarya ve Canlı, 2011: 16).

Hammadde: Mobilya sektöründe en önemli girdi hammadde. Mobilya sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin hammadde girdileri mobilyanın türüne göre değişmektedir (İnal ve Toksarı, 2006: 110). Mobilya üretiminde en önemli girdilerden olan kereste ülkemizde ihale yoluyla doğrudan ve bu ihalelere katılan tüccarlardan veya ithalat yoluyla tedarik edilmektedir (Yılmaz, 2013: 63). Mobilya sektöründe üretim aşamasında belirleyici unsur olan hammaddenin yeterli miktarda ve istenilen kalitede olmaması sektörün rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

Mesleki Eğitim: Mobilya sektörü, Türkiye’de ağırlıklı olarak geleneksel zanaatın sürdürüldüğü emek yoğun bir sektördür (MÜSİAD, 2013: 51). Türkiye’de mobilya sektöründe yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin çoğunluğunun gerek teknolojik açıdan gerekse kalifiye teknik eleman yetersizliği açısından sorun yaşadığı görülmektedir. Sektörde uzun dönemli personel çalıştırılmamakta ve personel devir hızı oldukça yüksek seyretmektedir. Bu durum üretilen ürünün kalitesini düşürürken, diğer yandan dış piyasaların ihtiyaçlarının karşılanmasında sorun doğurmaktadır.

Sektöre kalifiye işgücü sağlaması beklenen, mobilya eğitimi veren mevcut okulların nitelik ve nicelik yönünden sektörün beklentilerini karşılamakta yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu nedenle ülkemizde mobilya ve dekorasyon eğitimi veren okullarda teknoloji eğitimin kalitesinin artırılması gerekmektedir. Mobilya meslek eğitimi cazip hale getirilmelidir. Bu durum sektörün sorunlarının çözülmesine ve sektöre katkıda önemli bir rol oynayacaktır (TOBB, 2013: 24).

Tasarım ve Ar-Ge: Dünya pazarında ülkelerin rekabet gücünde en önemli unsur modern tasarıma verilen önemdir. Tasarım birçok sektöre göre mobilya sektöründe daha önemli ve rekabet gücü üzerindeki etkisi daha yüksektir. İyi bir tasarım beraberinde müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygun olmakla birlikte, firmanın ürettiği ürünü karlı satma fırsatı sunarak firmanın piyasadaki imajına olumlu katkıda bulunmaktadır (İnal ve Toksarı, 2006: 207). Ancak ülkemizde tasarım konusunda mobilya sektöründe taklitçiliğin çok yaygın olduğu görülmektedir (Yılmaz, 2013: 157). Türkiye’de mobilya sektörünün de diğer ülke pazarlarından pay alabilmesi için tasarıma önem vermesi gerekmektedir. Sektörde tasarımın geliştirilmesi için, üniversiteler düzeyinde mobilya tasarımı ön plana çıkarılmalı ve tasarım yönetiminin önemi artırılmalıdır. Firmaların özgün tasarım çalışmalarına yönlendirilmesi amacıyla bilgilendirme çalışmalarının yapılması, ayrıca firmaların tasarımcılarla ya da tasarım ofisleri ile çalışmalarının desteklenmesi gerekmektedir. Diğer yandan tasarım konusunda fikri mülkiyet haklarının etkin korumu ve ihlallerin cezalandırıldığı sistemin yerleştirilmesi gerekmektedir.

Mobilya sektöründe üretimde kullanılan ahşap levhaların geliştirilmesi, incelenmesi ve alternatif malzemelerin üretilebilmesi Ar-Ge faaliyetleri ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle işletmelerin Ar-Ge faaliyetlerine yönelmelerini özendirmek amacıyla ilgili kuruluşlar tarafından bilgilendirme çalışmaları yapılarak desteklerin artırılması gerekmektedir (Yılmaz, 2013: 156).

Markalaşma: Her ülke sahip olduğu markalar kadar güçlü ve rekabetçidir. Sektörün öne çıkan üreticilerinin marka olgusuna verdiği önemi ve yaptıkları yatırımı orta ve küçük ölçekli firmaların da yapmaları gerekmektedir. Bu nedenle ülkemizde mobilya marka ve ürünlerinin olgunlaşmasını sağlamak ve dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar ile rekabetçi fiyatlara sahip olan mobilya kimliğinin oluşturulması gerekmektedir.

Maliyet Unsuru: Mobilya ürünlerinin büyük hacimli olmaları nedeniyle gerek yurt içi satışlarda gerekse yurt dışı nakliye bedelleri önemli bir maliyet ögesi olmaktadır. Ayrıca sektörde maliyetleri yükselten vergi ve SSK primleri de maliyeti artırmaktadır. Girdi maliyetlerinin düşürülmesi sektörün dünya piyasalarındaki rekabet gücünü artıracığı açıktır.

Deneyim eksikliği : Türkiye’de mobilya sektörü, uluslararası piyasalarda istenilen yeri henüz elde etmemiştir. Atölye tipi faaliyetlerden ve KOBİ’lerden oluşan uluslararası rekabete girme konusunda gerek teknolojik altyapı gerekse sermaye birikimi açısından yetersiz kalmakta ve bu nedenle iç pazara yönelik üretim yapmayı tercih etmektedirler. Bu nedenle deneyim eksikliği ortaya çıkmakta bu durum da sektörde kümelenme faaliyetine önem

kazandırmaktadır. Ayrıca işletmelere dış pazarlara ait bilgi ulaştırılması, bu pazarların tanıtılması, uluslararası sergi ve fuarlara katılımının teşvik edilmesi gerekmektedir.

Pazarlama: Mobilya sektörünün tüketici ile buluşma aşamasında pazarlamanın önemli bir işlevi bulunmaktadır. Türkiye’de mobilya sektöründe pazarlama konusunda eksiklikler bulunmaktadır. Sektörün ağırlıklı olarak KOBİ’lerden oluşması nedeniyle yürütülen pazarlama faaliyetleri dış piyasalarda yetersiz kalmaktadır. Ülkemizde modern pazarlama anlayışını oluşturan konularda yeterli gelişmenin kaydedilememiş olması üretici firmaların rekabet şanslarını azaltmaktadır.

Bu nedenle sektördeki firmaların, pazarlama ve tanıtımlarını geliştirebileceği eğitim ve bilgilendirme çalışmaları artırılarak pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesi gerekmektedir (TOBB, 2013: 28). Diğer yandan ürün ve üretim tekniği alanlarında sektördeki uluslararası gelişmeleri ve eğilimleri izleyebilmek ve yeni bağlantılar kurabilmek amacıyla dünyada mobilya sektörü için belirleyici olan uluslararası fuarlara katılımın sağlanması oldukça önemlidir. Ayrıca mobilya sanayinde öncü olan ülkelerde farklı nitelikteki üretim alanları, kümeler ya da sektörel örgütlere ziyaretler gerçekleştirilerek işbirliği sağlanacak alanlar ve tecrübelerin paylaşımı için fırsatların araştırılması gerekmektedir.

Enerji Fiyatları: Türkiye’de enerji fiyatları rakip ülkelere göre yüksek düzeydedir. Üretimi ve ihracatı teşvik etmek amacıyla enerji fiyatlarıyla ilgili yapılacak düzenlemeler sektörün rekabet gücünün artmasına yardımcı olacaktır.

Sermaye Yetersizliği: Ülkemizde mobilya sektörünün büyük kısmı KOBİ’lerden oluşmaktadır. Sektörün temel sorunları arasında sermaye yetersizliği ve kredi maliyetlerinin yüksekliği gelmektedir. İşletmeler, ticari bankalardan uygun koşullarda kredi temininde zorlandıklarından dolayı faaliyetlerini genellikle öz kaynaklarından finanse etmektedirler. KOBİ’lere kaynak sağlayan yeni finans kuruluşları ile kredi miktarının artırılması sektöre önemli katkıda bulunacaktır.

Fiziki Yetersizlik: Şehir içinde düzensiz, uygun olmayan mekânlarda imalat yapan firmalar bu açıdan sıkıntı yaşamaktadırlar. Uygun fiziki şartların sağlanması için planlı proje ve altyapısı tamamlanmış küçük sanayi siteleri ve organize sanayi bölgeleri oluşturulması sektörün gelişimine katkıda bulunacaktır. Ayrıca bu faaliyetlerin yaygınlaştırılması mobilya üreticilerin bilgi alışverişi sağlamasını kolaylaştıracaktır.

Fason İmalat: Kısa vadede gelişmiş ülke üretim metotları, tecrübeleri ve teknoloji transferi, tecrübe kazanma ve kaliteyi yükseltme açısından fason üretim yararlı olabilir. Ancak sektörün dünya mobilya pazarına kendi markalarıyla girmesi, kendi üretim stratejilerini oluşturabilmesinde fason imalatın uzun vadede yararı olmadığı ortaya çıkmaktadır.

7. SONUÇ

Mobilya sektörü emek yoğun yapısı, birçok sektörle olan bağlantısı ve son dönemlerde bilgi ve teknoloji kullanımı ile imalat sanayi içinde önemli bir sektör haline gelmiştir. Dünyada mobilya üretimi ve tüketimi büyüyen dünya ekonomisi ve mobilya değiştirme sıklığının artmasıyla birlikte her geçen yıl artmaktadır. Mobilya sanayinin üretimi ülkemizde her ne kadar eskiye dayansa da mobilya sektörü Türkiye’de özellikle 1970’li yıllardan itibaren hızlı bir ivme kazanmaya başlamıştır. Gerek istihdam, gerekse dış ticaret ve katma değer açısından mobilya sektörü ülkemiz için son derecede önemli sektörden biridir.

Türkiye’nin mobilya sektörünün dış ticaret yapısının ele alındığı bu çalışmada iki uygulama yapılmıştır. İlk olarak mobilya sektöründe gerçekleştirilen endüstri-içi ticaret ölçülmüştür. Daha sonra sektörün rekabet yapısına bakılmıştır. Endüstri-içi ticaretin ölçümünde Grubel-Lloyd Endeksi ve Abd-el Rahman’ın birim değer yöntemi kullanılmıştır.

Sonuç olarak, mobilya sektöründe gerçekleşen ticaretin endüstri-içi ticaret şeklinde olduğu görülmüştür. Ayrıca sektörde düşük kaliteli dikey endüstri-içi ticaretin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sektörün rekabet gücü ölçümünde ise, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılmıştır. Rekabet gücü ölçümünde ise; Türkiye'nin uluslararası arenada yüksek olmayan bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmüştür. Ancak her geçen yıl bir önceki yıla göre küresel rekabettin artışı görülmektedir. Bu başarı ulusal pazarda artan talep ve talebin giderek daha karmaşık olması, nitelikli işgücü ve firmaların ihracata önem vermeleri ve yüksek teknolojiyi kullanmaları sayesinde gerçekleşmiştir.

Sektörde rekabet gücünü geliştirmek ve rekabeti kalıcı kırmak için; mobilya ve dekorasyon eğitimi veren okullarda teknoloji eğitimi kalitesi artırılarak mobilya eğitimi cazip hale getirilmelidir. Mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların Ar-Ge faaliyetlerine yönelmelerini özendirmek amacıyla ilgili kuruluşlar tarafından bilgilendirme çalışmaları yapılarak desteklerin artırılması gerekmektedir. Yine, firmaların özgün tasarım çalışmalarına yönlendirilmesi amacıyla bilgilendirme çalışmalarının yapılması, ayrıca firmaların tasarımcılarla ya da tasarım ofisleri ile çalışmalarının desteklenmesi gerekmektedir. Sektörde maliyetleri yükselten vergi ve SSK primlerin düşürülmesi sektörün dünya piyasalarındaki rekabet gücünü artıracaktır.

KAYNAKÇA

- AKSAYAR, F., 2006, *Türkiye Mobilya Sanayisinin Avrupa Birliği Ölçeğinde Rekabet Gücü*. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- ALTINTAŞ, N., AKPOLAT, A., 2013, Tekstil Sektöründe Avrupa Birliği ile Türkiye Arasındaki Rekabet Analizi, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(6): 33-42.
- ARIÇ, H., 2012, Ulusal ve Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesinde Kümeleme Politikası : Kayseri Mobilya Sektöründe Bir Uygulama, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33: 133-157.
- ATIŞ, A., 2014, Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Karşılaştırmalı Rekabet Analizi, *Ege Akademik Bakış*, 14(2): 315-334.
- ÇAKMAK, Ö., 2005, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama, *Ege Akademik Bakış*, 5(1): 65-76.
- DEMİRCİ, S., 2005, Türk Mobilya Endüstrisinin Sorunları ve Çözüm Önerileri, *Politeknik Dergisi*, 8(4): 369-379.
- DEVİREN, N., KARATAŞ, M., 2007, Türkiye İle Çin Halk Cumhuriyeti Arasındaki Endüstri-içi Ticaret, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 22: 16-31.
- ERKAN, B., 2012, Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15):196-218.
- ERKEKOĞLU, H., KILIÇARSLAN, Z., GÖKNAR, H., 2014, Kayseri İlinin Mobilya Sektörü Rekabet Gücü: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44: 1-22.
- GRUBEL, H., LLOYD, P., 1975, *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products* London: MacMillanPres.
- GÜRPINAR, K., BARCA, M., 2007, Türk Mobilya Sektörü Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2): 41-61.
- İNAL, M., TOKSARI, M., 2006, Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Bu Sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4): 105-121.
- İSO., 2011, AB'ye Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri: Mobilya Sanayi, 1-52. http://www.aia-istanbul.org/files/mobilya_sanayi.pdf. (Erişim Tarihi 01.03.2016).
- KÜÇÜKASLAN, A., 2010, Mobilya Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 1-20.

<http://www.ceidam.com/FileUpload/bs238314/File/mobilya.pdf>. (Erişim Tarihi 01.03.2016).

MÜSİAD., 2013, Dayanıklı Tüketim ve Mobilya Sektör Raporu, 1-104. http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Mobilya_Sektör_Raporu_2013.pdf (Erişim Tarihi 11.02.2016).

SAKARYA, S., CANLI, Ş., 2011, Mobilya Sektör Raporu, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri 1-19. http://www.turkishfurniture.org/Eklenti/18,mobilya8.pdf?0&_tag1=527D7A67CC7C593525A5F8CE3996D82A8EEF72&crefer=460D85970EC0715FCD2E573A44DBCBC5D7CAE20C5AD9801AE5C6BA94B4DAB958 (Erişim Tarihi 08.04.2016).

SHAHAB,S., MAHMOOD, M., 2013, Comparative Advantage of Leather Industry in Pakistan with Selected Asian Economies. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(1): 133-139.

ŞENOĞLU, D., 2003, *Measuring Vertical And Horizontal Intra Industry Trade for Turkish Manufacturing Industry Over Time*, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.

ŞİMŞEK, N., 2005, Türkiye'nin Yatay ve Dikey Endüstri-içi Dış Ticareti, *D.E.Ü.İ.İ.B.F Dergisi*, 20(1): 43-62.

PEKER, A., 2015, Türkiye Hububat ve Baklagil Alt Sektörünün Avrupa Birliği Pazarı Karşısındaki Rekabet Gücü. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2): 1-20.

TOBB., 2013, Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu,1-59. http://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/mobilya_sektor_raporu_tr_int.pdf (Erişim Tarihi 10.04.2016).

WIDODO, T., 2009, Comparative Advantage: Theory, Empirical Measures and Case Studies, 58-81. http://www.rebs.ro/resource/REBS_4/Research%20Paper/Widodo,T_-_Comparative_Advantage_Theory_Empirical_Measures_and_Case_Studies.pdf. (Erişim Tarihi 10.02.2016).

XING, Y., 2007, Foreign Direct Investment and China's Bilateral Intra-Industry Trade with Japan and The US, *Bank of Finland BOFIT Discussion Papers*, 1-27.

YILMAZ, N., 2013, *Türkiye'de Ev Mobilyası Sektörünün Değer Zinciri Yaklaşımıyla İncelenmesi*, Kalkınma Bakanlığı Uzmanlık Tezi, 1-193.

YURDAKUL, Ü., ÇOLAK, M., ÇETİN, T., 2013, Mobilya Endüstrisinde Kullanılan Hammaddeler ve Tedarikinde Karşılaşılan Sorunlar, *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, 13 (2): 220-227.

UN Comtrade, <http://comtrade.un.org/>.

Ek 1. Türkiye’de Mobilya Sektörünün GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
1.Büyük ölçekli firmalar 2.Yüksek işgücü potansiyeli 3.Malzeme/ürün çeşitliliği 4.Mobilya üretim ağı/potansiyeli	1.Aile şirketleri 2.Organizasyon eksikliği 3.Yönlendirme/Devlet desteği yetersizliği 4.Finans yetersizliği 5.Yatırım yetersizliği 6.Kalifiye eleman yetersizliği 7.Mesleki eğitim yetersizliği 8.Tasarım eksikliği ve korunması 9.Yüksek hammadde maliyetleri 10.Yenilik yaklaşımı azlığı 11.Pazarlama/pazar 12.Uluslararası standartlar	1.Türkiye’nin stratejik konumu ve AB’ye aday ülke olması 2.Dünyadaki yeniden oluşum 3.Globalleşme 4.Yeni pazar arayışları/genişleme 5.Fason üretim arayışları 6.Avrupa’daki tüketim nüfusu 7.Bilgi teknolojisi ve elektronik ağ yapılar 8.Üretimdeki artış/gelişme 9.Tasarımın kullanımı ve artırılması	1. Üçüncü dünya ülkelerinde yapılan çok düşük maliyetli üretim 2.Çin 3. Düşük standartlar, sosyal yapı 4.Yavaş değişim ve yenilenme 5.AB’ye ihracatta yüksek/düşük maliyet 6.AB pazarındaki doyumluluk 7.Tasarım eksikliği (kopyalama) 8. Büyük ölçekli firmalar

Kaynak : Sakarya ve Canlı, 2011: 13.