TOBB'un sektör değerlendirme raporuna göre mobilya sektörü marka olma yolunda hızlanıyor

Hazırlayan: Gülder DEMİR - gulder.demir@dunya.com

1980'li yıllardan itibaren gücünü hissettiren küreselleşme süreci, tüketici profilinde, talebin yapısında ve ölçeğinde yarattığı değişimle, mobilya sektörünü güncelleştirdi ve iletişim imkânlarının artmasıyla birlikte yurtdışı rekabetin de içinde olduğu bir ivme getirdi.

Geçen yıl altı milyar dolar büyüklüğe ulaşan ve atölye tipi küçük işletmelerin ağırlıkta olduğu mobilya sektöründe değişim rüzgârları esiyor. Rekabetin giderek keskinleştiği globalleşen dünyada marka yatırımı yapan şirketlerin uzun soluklu olacağı ve varlıklarını sürdüreceğini kavrayan firmalar, marka yatırımına ağırlık veriyor. Devamlılığı olmayan, yaptığı ürünün arkasında yer almayan, faturasız çalışan firmaların ayakta kalmasının giderek zorlaştığı mobilya sektöründe, tüketici bilincinin artması ile birlikte bu tür firmaların da azalacağı düşüncesi hakim



İHRACAT BİR MİLYAR DOLARI AŞTI

Sektörün ihracatında ki artış da dikkat çekiyor. Yaklaşık 170 ülkeye ihracat gerçekleştirilen sektörde 2006 yılında ihracat bir milyar doları aştı. Bu yıl ise hedefler daha da büyük.

Önde gelen ihraç pazarlarımız Avrupa Birliği ülkeleri ve Ortadoğu başta olmak üzere yakın çevreden Amerika ve Avustralya kıtasına kadar uzanmakta. İhracatın yoğun olarak gerçekleştirildiği ülkelerin başında ise Almanya, Hollanda, Yunanistan, Amerika, İngiltere, Danimarka, Finlandiya, İsveç, Norveç, Fransa, İsrail, İran ve Irak geliyor.

TASARIMA VERİLEN ÖNEM DİKKAT ÇEKİYOR

Mobilya pazarında genel eğilim, yalnızca tek bir amaca hizmet etmeyip, pek çok işlevi birden yerine getirebilen mobilyalara doğru kayıyor. Örneğin, bir kanepeden bugün hem sandık, hem de yatak olması bekleniyor. İnsanların satın alım güçleri arttıkça, daha farklı kendi zevklerine hitap edecek, güzel görünümlü, onları heyecanlandıran ürünleri tercih ediyor. Artık ekonomistlerin ürün estetiği üzerinde kitaplar yazdığına şahit oluyoruz. Mobilyadan insanların kültürel değerlerine, zevklerine, yaşam tarzlarına uyması ve onlara arkadaşları ve dostları arasında kendilerine statü kazandırması talep ediliyor. Dolayısıyla mobilya sektöründe tasarım da önemle üzerinde durulan konulardan biri. Sektörün söz sahibi bütün büyük firmaları bünyelerinde ar-ge çalışmalarına yer verilmekte.

SEKTÖRDE MAĞAZACILIKTA YENİ DÖNEM

Sektörde yaşanan bir değişim de mağazacılık konusunda. Sektörde yer alan birçok firma mağazalarını yeniden yapılandırıyor. İnsanların evleri için alışveriş yaparken ihtiyaçlarını tek bir yerden karşılama isteği mağazacılıkta yeni bir dönemin başlamasına da neden oldu.

Örneğin, evine mobilya alan bir kişi ev tekstili ürünlerini, mutfak ürünlerini de aynı mağazadan almak istiyor. Tüketicilerin bu talebinin farkına varan firmalar da mağazalarını yeniliyor. Yeni dönem, müşteri merkezli bir dönem olacağı için geleneksel mağazacılık anlayışında ciddi değişimlerin kaçınılmaz olduğu bir gerçek.



EN ÖNEMLİ SORUN MASTER PLAN ÇALIŞMASI OLMAMASI

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin bir çalışmasına konu edilerek, mobilya sektörünün zaafları, bugünkü sorunları ve geleceğe yönelik olarak alınması gereken tedbirler konusuna ışık tutuyor. Türkiye'de mobilya sektörü her ile ve ilçeye dağılmış yaklaşık 65 bin üretim ve satış noktasından oluşuyor. Bu yapılanma ciddi bir istihdam kaynağı aynı zamanda. Ancak mobilya sektörü endüstriyel üretim tipine 1970'li yıllarda başladı. Ancak bugün için 2,5-3 milyar





dolarlık bir büyüklüğü olan ve çoğu küçük atölyelerden oluşan bu yapılanmanın tam bir envanteri çıkarılmış değil. TOBB raporu bu sorunun sektör için ciddi bir gelişme sorunu yarattığını savunuyor. Zira rapora göre kesin bir envanteri çıkarılamayan sektör, bu yüzden atıl yatırım, kapasite kullanımı, bilgi birikimi yetersizlikleri ve branşlaşmama sıkıntısı yaşıyor. Bu sorun da beraberinde maliyet ve kalite sorunları yaratıyor. Bütün bu olumsuzlara bir de yüzde 85'ler mertebesinde (fatura, mali ve çalışan açısından) kayıt dışılık eşlik ettiği için ülke ciddi bir ekonomik kayba uğrarken, yasalara uygun çalışan işletmeler de zarara uğruyor. Rapor bu yüzden sektörün kayıt dışı unsurlarına karşı acilen müeyyideler uygulanması gerektiğini dile getirirken, diğer taraftan da bir envanter ve sektörel master planı yapılması çağrısında bulunuyor. Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca yapılabilecek bu çalışmanın, Tür/Adet/Ciro bazında bilgiler ihtiva etmesi ve bu plana uygun olarak sektörel eğitimin (bilhassa ara teknik eleman) teşvik edilmesi gerektiği de raporda ayrıca belirtiliyor.

ÜRETİMDE YAN SANAYİ KULLANILMALI

TOBB raporu, Batı ülkelerinde örneklerini gördüğümüz markalaşma ve sektörel yan sanayi oluşumunun; üreticinin kaliteli, miktarlı ve hesaplı üretim yaparak toplam kaliteyi artırıp, uygun maliyetli ürün sunumuyla başarıldığına dikkat çekerek, ülkemizde ise, bu yönde ciddi sıkıntılar yaşandığı tespitini yapıyor. Yaşanan bu sıkıntının temelinde ise mobilya sanayi üreticisinin doğrudan tüketiciye ulaşmak ve nihai ürünü tümüyle kendisinin imal etmek istemesinden kaynaklandığı savunuluyor. Zira bu durum rapora göre sektör için vazgeçilmez öneme sahip yan sanayinin oluşamamasına neden oluyor.

Raporda bu savın haklılığının göstergesi olarak İtalya örneği üzerinde özellikle durulmuş. Dünyada mobilya sektörü lider konumdaki ülkelerden İtalya incelediğinde; bir iskemlenin bile parçalar halinde farklı üreticilerde üretildiği görülüyor. Markalaşma yatırımını yapmış satış ve dağıtım uzmanlığı olan firmalar ise, sadece bu üretilen parçaların montajını yapıyor ve tüketiciye sunuyor. Bu örnekten hareket eden TOBB, raporda bu konuda büyük işletmelerin (markaların) ve KOBİ'lerin (yan sanayi olarak) işbölümü ve birlikte çalışması ile yol alınacağına işaret ediyor.

Bu üretim yaklaşımının yurt içi kalitemizin yanı sıra ihracat imkânlarımızı da geliştireceğini savunan rapor, mobilya sanayicilerimizin temel misyonunun, dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar ile rekabetçi fiyatlara sahip olan "Türk mobilyası kimliği" oluşmasını sağlamak olduğunu dile getiriyor.

İHRACATIN ARTIRILMASI

Bir sektörün büyümesi ve kendini yenilemesindeki en temel dinamik, sektörün dışa açılarak rekabetçi koşullarda yarışması ve elde ettiği gelirle ülkesine ve kendi sektör ekonomisine katkıda



Sektörün yoğunlaştığı bölgeler

Kaynak: MOSDER

Şehir	Firma sayısı	Çalışan sayısı
İstanbul	**6.458**	**35.633**
Ankara	5.361	30.062
İzmir	**2.379**	**14.142**
Bursa	2.130	16.096
Kayseri	**740**	**20.280**
Diğer	12.278	42.000
Toplam	**29.346**	**158.213**
Perakende satışı	32.382	100.000
GENEL TOPLAM	**61.728**	**258.213**





bulunmasıdır. Bu anlamda rapor, mobilya sektöründe ihracata yönelik politika ve stratejilerinin geliştirilmesinin önemine işaret ediyor. Ayrıca, her ne kadar yerli hammadde standartları, kalite, fiyat ve çeşitliliğinde sorunlar olsa da, tesislerin yeni ve teknolojik açıdan gelişmiş olmasının işgücü avantajımızla da birleşince mobilya ihracatında söz sahibi olmamızı mümkün kılacağı görüşüne yer verilmiş. Raporda sektörün Avrupa ülkeleri ağırlıklı olmak üzere yakın komşularımıza yaptığı ihracatın son yıllardaki hızlı artışı örnek verilerek 2003 yılı itibariyle 400 milyon doların üzerinde mobilya ihracatı gerçekleştirilmesine atıfta bulunuluyor. İhracatın artırılması için markalaşma ve branşlaşma yatırımları devam etmekle birlikte, hükümet tarafından sürdürülmekte olan ihracata dayalı kalkınma modeli uygulamaları ve karşılıklı serbest ticaret anlaşmaları yapılmasına hız verilmesi gerektiği de raporda ayrıca vurgulanıyor.

İhracatta Almanya başı çekiyor (dolar) Kaynak: MOSDER

Ülke	2003	2004	2005
Almanya	**94,859,199**	**115,606,903**	**112,758,463**
İran	21.449,765	42,410,424	47,998,862
Fransa	**21,354,986**	**8,546,465**	**40,798,514**
Hollanda	31,179,355	37,637,749	38,394,848
Yunanistan	**21,031,782**	**31,696,017**	**35,280,735**
İngiltere	16,139,937	27,057,000	32,834,868
Danimarka	**5,825,791**	**7,949,488**	**24,790,371**
Amerika	19,779,358	27,822,458	23,125,937
İsrail	**20,861,937**	**18,669,883**	**15,947,965**
Irak	0,655,473	19,886,359	7,653,864
Diğer	**170,053,605**	**224,312,004**	**297,295,363**
TOPLAM	433,191,088	581,594,936	676,879,790



VERGİ VE TEŞVİK SORUNU

Raporun bu aşamasından sonra sektörün gelişiminde katkıda bulunacak uygulamalarda maliyetlerin düşürülmesine olanak sağlanması gerekliliği dile getirilerek hükümete bazı önerilerde bulunuluyor. Mobilya sektörünün emek yoğun sektör özelliğine sahip olduğunu ifade edilen raporda, sektörün maruz kaldığı yüksek vergi oranlarının makul düzeye indirilmesinin vergi gelirinde azalmanın aksine, katılım ve miktar açısından artış getireceğine dikkat çekilerek, bu yaklaşımın aynı zamanda sektörde rekabeti de önleyeceğini savunuyor. Bu anlamda dikkat çekilen bir diğer unsur da SSK primleri. Zira rapor, SSK primlerinin yüksek oluşu nedeniyle yerli sanayimizin rakip ülke ihracatçıları karşısında rekabet şanslarının azaldığını, bu yüzden de SSK primlerinin uluslararası standartlar dikkate alınarak yeniden düzenlenmesi gerektiğini vurguluyor. Rapor tüm bu düzenlemelerin ayrıca, bu konuda fuarların ve AR-GE'nin teşvik edilmesi yoluyla desteklenmesi gerektiğini de söylüyor.

FİNANSMAN

İhracatçılarımızın rakip ülke ihracatçıları ile rekabetinin sağlanabilmesi için uluslararası finansman imkanlarından yararlandırılması önemli bir gereklilik. TOBB raporu bu nedenle Eximbank'ın ülke bazında ve proje bazında kredi vermesinin sağlanması, ayrıca dış ticaretin finansmanı konusunda, uluslararası finans kuruluşları, kalkınma ve yatırım bankaları ile ortak çalışmaların yapılması gerektiğini dikkat çekiyor.

Sektörün dış ticaret hacmi (dolar) Kaynak: MOSDER

Yıllar	İhracat	İthalat
2000	**173.347.423**	**184.310.353**
2001	190.688.658	113.149.662
2002	**273.294.750**	**123.858.911**
2003	433.191.088	165.427.442
2004	**581.594.936**	**272.362.436**
2005	676.879.790 (*)	347.300.798
2006	**(**) 1 milyarı aştı**	**-**

(*) 2005 yılı ihracatı orman ürünleri ile birlikte 850 milyon dolar civarında.
(**) Tahmini

DİĞER MALİYETLER

Raporun son kısımlarında sektörün kullandığı girdilerin maliyetini düşürücü tedbirlerin gerekliliği üzerine duruluyor ve bu kapsamda sektörde yoğun olarak kullanılan enerji maliyetlerinin (özellikle rakip ülkelere oranla) yüksekliğinin rekabet gücünü azalttığı, bu yüzden enerji fiyatlandırmasının revize edilmesi gerektiği ayrıca sektörün girdi ve yan ürün olarak kullandığı (örneğin özel tasarımlı davlumbaz vb) ürünlerin ithalatındaki özel sınırlamalara sınırlamaların kaldırılmasına ihtiyaç bulunduğu dile getiriliyor.