













Türk mobilya sektörü gözünü 'ilk 5'e çevirdi

Türk mobilya sektörü küresel pazarda ilk beş üretici arasına girme yolunda emin adımlarla ilerliyor. Resmi olmayan rakamlara göre Almanya Kg'de 4.1, Japonya 3.5, Güney Kore ise 3 dolar değerinde mal satıyor. Türkiye'nin global pazara sattığı malın kilogram değeri ise 1.5 dolar.

Murat AYDIN-İshak SEVGİN

Çalışmalarını Türkiye'nin 2023 yılındaki ihracat hedeflerine göre şekillendiren mobilya sektörü, bugün itibarıyla kilogram başına ihracatta Türkiye'nin 2023 projeksiyonundaki hedeflerini yakalamış durumda. Bilindiği üzere Türkiye'nin 2023 hedeflerini yakalayabilmesi için kilogram başına ihracatta en az 3 doların yakalanması gerekiyor. Fakat bugün itibarıyla Türkiye'nin global pazara sattığı malın kilogram değeri 1.5 doları ancak buluyor. Buna karşın 2015 yılında 2.3 milyar dolarlık ihracatla, kilogram başına ihracatta 3.7 dolara ulaşan Türkiye mobilya sektörü ise 2023'te 7 doları hedefliyor. Halen 10 milyar dolarlık pazar büyüklüğü ile global pazarda da yükselen sektör, orta vadede 10 milyar dolarlık ihracatın yanı sıra 25 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşmak istiyor.

Nitelikli ürün grupları ile ilerleniyor

Hedeflerin yakalanması halinde Türkiye mobilya sektörü, küresel pazarda ilk beş üretici arasına girecek. Sektörün kilogram başına ihracatta yakaladığı başarı global pazarda katma değerli ürün grubu ile öne çıkan ülkeleri yakaladığını da gösteriyor. Resmi olmayan rakamlara göre Almanya kiloda 4.1, Japonya 3.5, Güney Kore ise 3 dolar değerinde mal satıyor. Türkiye mobilya sektörünün elde ettiği veri üzerinden yapılan okumalar ise sektörün artık nitelikli ürün grupları ile ilerleme stratejisini benimsediğini gösteriyor.

Çoğunluğu KOBİ ölçekli işletmelerin oluşturduğu sektörde ortak akıl ve birlikte



hareket etme prensibinin önemli bir etkisi var. Bugün itibarıyla yurt genelinde mobilya sektörüne yönelik imalat ve yan sanayii konularında kümelenmiş birçok üs görmek mümkün. Söz konusu üslerde tasarım, Ar-Ge, el işçiliği, mobilya yan sanayii, ofis mobilyaları ve daha birçok konuda iş geliştirme anlayışı güçlü bir pazarın doğması sonucunu da beraberinde getiriyor. Halen İstanbul, Kayseri, İnegöl ve Ankara başta olmak üzere yurt genelinde konumlanan sektörün 7 dolarlık ihracat hedefine erişmede ise Avrupa Birliği (AB) ülkelerine yapılacak ihracatın önemli rol oynayacağı ifade ediliyor.

Mobilya üsleri birçok proje yürütüyor

Türkiye'deki mobilya üslerinin aslında birçok projeyi, bir arada ilerlettiğini görmek mümkün. Ar-Ge, inovasyon, tasarım, hammadde temini, lojistik imkanların artırılması, alım heyetlerinin üslere getirilmesi, sergi alanı için yeni yapıların kurulması, nitelikli eleman yetiştirmek için açılan okullar, tasarım yarışmaları, teşviklerden yararlanma yönünde yapılan başvurular ve yan sanayi hizmetlerinin artırılması konuları bahsi geçen projelerden sadece birkaçı...

Strateji belirlemede sıkıntı yaşanıyor

Türkiye'deki sanayi yapılanması içinde faaliyet göstern birçok sektörde, ortak akıl ile hareket etme ve strateji belirleme noktasında sıkıntı yaşanıyor. Birçok alt sektörde yukarıda adı geçen konu başlıklarının birkaçının dahi bir arada yürütüldüğünü söylemek oldukça güç. Yine dış pazarlarda, kimi ülkelerde birden fazla yerli üreticinin fiyat odaklı rekabet ettiği gözlemlerimiz arasında bulunuyor. Dolayısıyla çoğu firma; önceliğin ortak akıl, fikir ve bunların sonucunda strateji belirlemekten geçtiğini unutuyor. Bu durum ise dış pazarda rekabet gücü düşük, katma değerli üretimden uzak işletmelerin sınırlı ihracata neden oluyor.

Mobilya sektöründe ise değindiğimiz üzere birçok iş aynı anda yapılıyor. Çünkü güçlü bir sektörün doğru yapılanmadan geçtiği ve bunun bir zincir olarak benimsendiği dikkatlerden kaçmıyor. Pek tabi yurt genelinde üs gibi kurulan fakat zaman içinde gerek yerel yönetimlerin sunduğu alanların yetersizliği gerekse de ilgili bölgede faaliyet gösteren firmaların stratejik hataları bölgeyi üs olmaktan uzaklaştırmış durumda. Ancak tüm sorunlara rağmen yılmayıp, yeniden gücünü toparlamak isteyen bu bölgeler, mobilya sektörünün ihracat hedeflerini yakalaması adına sektörü umutlandıran ufak bir ayrıntı olarak görülüyor.

Tasarım gücü öne çıkıyor

Mobilya üslerinden yapılan imalat hem iç hem de dış pazara dağılıyor. Güçlü bir iç pazar için de ithal markalarla rekabet halinde olan sektörde özellikle son yıllarda tasarım gücü ile öne çıkan, özellikli kumaşlara sahip mobilya türleri talep görüyor. Yine iç ve dış pazarda, hedef kitlenin kültürel yapısını gözeterek imal edilen ürün grupları, sektörün etkili bir şekilde ilerlemesi sonucunu beraberinde getiriyor. Buna ilave iç pazarda farklı bölgelerde konumlanan ve mobilya AVM gibi çalışan oluşumlar da iç pazarın kazanılmasını sağlıyor.

Bugün itibarıyla mobilyanın yaşam alanlarının önemli bir parçası olarak kabul görmesi ve tüketicinin mobilyayı değişken bir ürün olarak benimsemesi, beraberinde tasarım odaklı üretim yapan bir sektörün doğması sonucunu getiriyor. Artık mobilyada koca bir sezonu bir ya da iki serilik mobilyalar ile geçirmenin mümkün olmadığına dikkat çeken uzmanlar, her yıl en az dört ya da beş koleksiyonun piyasada yer alması gerektiğini bildiriyor. Yine firmaların müşteri ihtiyaç ve şikayetlerini gözeterek, ele aldığı mobilya uygulamalarının da beraberinde üretici-bayi-pazarlamacı-tüketici ekseninde geniş bir fikir alış verişini getirdiği tespitini yapan uzmanlar, Türkiye mobilya sektöründeki bu interaktif yapının firmalara artı değer kattığını ileri sürüyor.

Üslerin AB ülkelerine yönelmesi katma değeri de yükseltecek

Sektörün tasarım noktasında ise durağan bir yapıdan uzaklaşarak, sürekli dinamizm halinde olması gerektiğine dikkat çeken uzmanlar, genç tasarımcıların önünü açan ve teşvik eden yarışmaların söz konusu dinamizmi beraberinde getirdiğini iletiyor. Uzmanlar, bugüne kadar daha çok Ortadoğu ve yakın coğrafyaya sattığı ürün grupları ile altyapısını iyileştiren ve söz konusu coğrafyalarda ihracat kabiliyetini geliştiren mobilya üslerinin AB ülkelerine mal satabilecek bir yapıya bürünmesini olumlu buluyor. Dolayısıyla tasarım ve Ar-Ge kabiliyetini geliştiren tüm bölgelerin katma değerli ürün grupları ile AB pazarında etkin olabileceği görüşü tüm sektör tarafından kabul görüyor. Buna ilave sektörün kiloda 7 dolarlık ihracat hedefi belirlemesi de mobilya üslerinin AB pazarına odaklanmasını sağladı. Sektör temsilcileri; ergonomik, modern çizgilere sahip, dinamik ve özellikli ürünlerin hedef pazarda tercih edilirliğinin yüksek olduğunu, bu durumun da üslerde katma değerli üretimi artıracağını iletiyor.

Sektörün sorunları noktasında ise navlun desteği, KDV indirimi, kalifiye elaman yetersizliği ve hammadde kaynaklarının orta vadede kısıtlı kalma ihtimalini saymak mümkün. Tüm bu sorunların ihracatta rekabet gücünü düşürdüğüne dikkat çeken sektör temsilcileri, Türkiye pazarına rahat bir şekilde giren ve bugün itibarıyla 750 milyon dolarlık hacme ulaşan ithal ürünlerde de bir denetim mekanizmasının işlemesi gerektiğine vurgu yapıyor.



KİLOGRAM DEĞERİNİ ARTIRMAK İÇİN KATMA DEĞERLİ ÜRETİM YAPILMALI

Ahmet GÜLEÇ
Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye mobilya sektörü, eski alışkanlıklarını geride bırakarak, özgün tasarımlar ortaya koyuyor. Fakat bu konuda sektörün henüz istenilen düzeye eriştiğini söyleyemeyiz. Dolayısıyla sektörün tasarım odaklı katma değerli üretime daha fazla ağırlık vermesi gerekiyor. Gerek modern teknolojilerin gerekse bu toprakları besleyen tarihsel değerlerin sentezlendiği formlar oluşturmak, bunu yaparken klişelere düşmemek tasarımcılarımızın çalışma prensibini oluşturabilir. Şayet Türk mobilyası ihracatta 2023 hedefleri olan 10 milyar dolar ve kilogram başına 7 dolara ulaşmak istiyorsa, bunun yolu tasarım ve katma değerli ürün üretiminden geçiyor. Ancak bu şekilde kişi başına düşen mobilya harcamasının en yüksek olduğu pazarlar olan ABD, Kanada ve AB'de var olabiliriz.

Ar-Ge Yasası, sektörel düzeyde detaylandırılmalı

Sektörde tasarım adına yapılan çalışmalar bulunuyor. Bu çalışmaların önümüzdeki yıllarda meyvesini vermesini bekliyoruz. Bugün itibarıyla Türkiye'de mobilya tasarım liselerinin sayısı artarken, mobilya kentleri de öğrencilere destek sunuyor ve teşvik veriyor. Üniversitelerde endüstriyel tasarım bölümlerinin mezunları, mobilya sektörüne daha çok entegre olmaya başladı. En son İMOB'da 20 üniversitenin endüstriyel tasarım bölümlerinden öğrencilerin katıldığı 'rahat oturma' konseptli büyük bir sergi düzenlendi. Sektörün katma değerli ürün grubunda yükselmesi için firmaların üniversitelerle daha fazla işbirliği içinde olması gerekiyor. Bu işe kamudan da destek bekliyoruz. Özellikle hükümetin tasarım merkezlerini de içeren bir Ar-Ge Yasası çıkarmasını beklemiştik. Bu oldu fakat mevzuatın sektörel düzeyde detaylanması ve işlev kazanması da önem arz ediyor.

İhracatın kilogram değeri kısmen de olsa yükseldi

Küresel mobilya pazarındaki gelişmeler üstünden Türkiye'nin konumuna bakacak olursak, 2015 yılında Çin, Almanya, İtalya, Polonya, Vietnam, ABD, Meksika, Kanada, İngiltere, Fransa ve Malezya en çok ihracat yapan ilk 10 ülkeyi meydana getirdi. Türkiye ise kendine 12'nci sıradan yer buldu. Söz konusu dönemde sektör ihracatı yüzde 3.5 düşerek, 2.3 milyar doları gördü. Yine, 204 noktaya ihracat yaptık. Halen ihracatçı 10 bin firmamız var. Sektörde 1 milyon doların üzerinde ihracat yapan firma sayısı ise 570'i buldu.

Ayrıca, 2014'te kilogram başına 3.56 doları bulan mobilyanın değeri, 2015 yılında 3.69 dolara yükseldi. Libya, Irak ve Rusya pazarlarındaki düşüşleri Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri pazarlarındaki yükselişlerle telafi ettik. Sektörün sürekli ilgi duyduğu pazarlar arasında Cezayir, Körfez ülkeleri, Türk cumhuriyetleri ve ambargodan sonra kayda değer fırsatlar yaratabilecek İran var. Ancak sektörün daha ileriye gitmesi için rakiplerimizin ihracat yaptığı pazarlar olan ABD, İngiltere, Fransa, Kanada, Almanya gibi pazarlarda daha etkin olması gerekiyor.

Sektörün ithalatının ihracatından çok daha düşük seyrediyor. Her zaman dile getirdiğimiz gibi dış ticaret veren ve bunu her yıl artıran nadir sektörlerden birisiyiz. Geçen yıl uygulamaya konan ithalata ek vergi ile ilgili olarak ise Türkiye'ye katma değersiz, harcı alem ürünlerin gelmesini engellemesi açısından olumlu buluyoruz. Ancak, Türkiye mobilya pazarı büyüyor, gelişiyor. Bu sebeple, dünyaca tanınmış ve özellikle katma değerli ürünlerin yurda gelmesi hem sektörümüzün büyümesine olumlu katkı sağlayacak hem de genel anlamda katma değerli üretim açısından bir bilgi transferinin de önünü açabilecek. Bu ayrıma dikkat edilmesi gerekiyor.

Sonuç olarak biz ithalata karşı değiliz ancak katma değerli ve rekabete olumlu etki sağlayacak ürünlerin ithal edilmesini destekleriz. Sektör uzun zamandır dış ticaret fazlası veriyor. Dolayısıyla stratejik bir sektör olduğumuzu düşünüyorum.



İHRACATINI BEŞ KAT ARTIRAN SEKTÖR KÜRESEL ÖLÇEKTE ÇITAYI YÜKSELTTİ

İsmail DOĞAN
Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER) Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye mobilya sektörü ihracatında son 10 yılda yaklaşık beş kat artırdı. Söz konusu artışla küresel mobilya ihracatının yaklaşık yüzde 1.5'lik kısmını karşılayan Türkiye, bugün itibarıyla en büyük 12'nci mobilya ihracatçısı ülke konumunda bulunuyor. Her platformda açıkladığımız gibi Türk mobilya sanayisi 2023 yılında ise 10 milyar dolarlık ihracat hedefliyor. Orta vadede Türkiye'yi dünyada ilk 10 ihracatçı ülke içinde görmek istiyoruz. Sektörün gelişimini sürdürebilmesi için özellikle 'navlun' desteğinin verilmesi gerekli. Çünkü mobilya yer kaplayan, havaleli bir ürün. Bu nedenle uzak coğrafyalara ihracat yapılabilmesi için özel bir navlun desteğinin verilmesi sektörün dış pazarda daha rekabetçi bir yapıya gelmesini sağlar.

Sektörün 2015 yılındaki dış ticaret performansını irdelemeden önce söz konusu dönemin tüm sektörlerde olduğu gibi mobilya sektöründe de zor bir yıl olarak anılacağını söyleyebilirim. Sektörün 2015'teki ihracatı, bir önceki yıla göre yüzde 3.5'luk daralma ile yaklaşık 2.3 milyar dolara indi. Son iki yıldır artışını devam ettiren mobilya ihracatının bu dönem düşüşe geçmesinin nedenleri arasında komşu ülkelerdeki gerginlikler ile son dönemde yaşanan ekonomik sorunlar başı çekti. Öte yandan, sektörün ithalatında da hatırı sayılır bir düşüş yaşandı. 2015'te bir önceki yıla göre yüzde 11'lik gerileme kaydeden ithalat 774 milyon dolara indi. Dolayısıyla sektörün 1.5 milyar dolarlık dış ticaret fazlası vermesi Türkiye ekonomisinin istikrarı açısından da önemli bir gösterge olarak ele alınmalı.

Türkiye mobilya sektörü sadece ihracat performansı ile değil yurtiçinde istihdama getirdiği hareketle de dikkat çekiyor. Türkiye'de mobilya sanayiinde bugün itibarıyla 50 bin firma faaliyet gösteriyor. Bu kadar yüksek miktarda mobilya firmasının (üretici/satıcı) olması istihdama da yansımış durumda. Türkiye'de direkt olarak 260 bin, yan sanayi ile birlikte de yaklaşık 500 bin kişi mobilya sektöründen ekmek yiyor. Yıllık üretim rakamı yaklaşık 6.25 milyar doları bulan sektörde satış rakamlarına baktığımızda ise yaklaşık 9.5 milyar dolarlık ticaret hacminden bahsetmek mümkün.

Navlun desteği verilmeli

Sektörün yarattığı katma değeri ele aldıktan sonra potansiyeli kullanmak için yapılması gerekenleri de sıralamak gerekiyor. Öncelikle sektörümüzün uzak coğrafyalara ihracat yaparak, Türkiye'nin 2023 yılı ihracat hedefine doğrudan destek vermesini önemsiyoruz. Dolayısıyla uzak coğrafyalara ihracat yapamama sorununu çözmek adına devletin vermesini umduğumuz navlun desteğine dikkat çekmek istiyorum.

Giderek büyüyen mobilya ihracatında, ihracatçıları zorlayan en önemli konu navlun ücretleri. Sektörün ihracatını ilk etapta ikiye katlaması için önündeki en büyük engeli navlun maliyetleri oluşturuyor. Özellikle birçok uzak pazara gönderilen konteynerin içindeki ürün maliyeti ile konteynerin navlun maliyeti baş başa gelmekte ve ürün bedelini yükseltmektedir. Bu da fiyatların rekabetçi olmasını engelliyor. Mobilya, havaleli bir ürün olduğu için çok yer kaplıyor. Eğer devlet navlun teşviki verirse ihracatımızı bir anda iki katına çıkabilir ve birçok yeni ve uzak ülkeye rahatlıkla mobilyalarımızı ihraç edebiliriz.

Sektörün diğer bir sorunu da sigorta işlemleri. Bazı sigorta firmaları risk yüksek diye sigorta yapmak istemiyor. Bunun bir yasal düzenlemeye geçmesini ve geçtiğimiz dönemlerde Hazine Müsteşarlığı'nın hayata geçirdiği Olağandışı Riskler Yönetim Merkezi'nin bu soruna son noktayı koyarak, sigorta yaptırmak isteyen her firmanın riski baz alınmadan sigortasının yapılmasına öncülük etmeli.



ULUSLARARASI TİCARETE KONU OLAN MOBİLYA SATIŞLARINDA YÜKSELME VAR

Barış GÖRGÜÇ
Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD) Genel Sekreteri

Türkiye mobilya sektörünün gelişimine bakmadan önce bu alanda uluslararası ticarete konu olan ürünlerin satış performansını incelemekte yarar görüyorum. Çünkü, dış ticarete konu olan mobilyalarda hatırı sayılır bir performans artışı gözleniyor. Küresel ölçekte mobilya üretim, ihracat ve ithalatı 2015 yılı sonu itibarıyla 470 milyar dolarlık ekonomik değeri temsil ediyor. Yine 2016 yılı tahminlerine göre 137 milyar dolarlık ürün grubunun ithalat-ihracat bağlamında uluslararası ticarete konu olması öngörülüyor. Söz konusu rakam 2009 yılında 94, 2003 yılında ise sadece 65 milyar dolardı. Dolayısıyla son 11 yılda uluslararası ticarette konu olan mobilya grubunda yüzde 107'lik artıştan söz edebiliriz. Dolayısıyla mobilya sektörünün küresel vizyonunun her yıl biraz daha arttığını söylemek de yanlış olmaz.

Türkiye mobilya sektörünün son 10 yıldaki performansı ise bizim ancak ilk 15 ülke arasına girmemizi sağladı. Bundan 10 yıl öncesine kadar 400 milyon dolarlık ihracat yapan Türkiye mobilya sektörü, bugün itibarıyla söz konusu rakamı yaklaşık 2.3 milyar dolara çıkardı.

İlk 15 ülke arasına henüz katıldık

Sektörün anılan dönemde muazzam bir aritmetik büyümeye ulaştığını söyleyebiliriz fakat küresel ölçekte 'potansiyeli güçlü ve büyüyen ülke' sınıfını aşamayarak, ilk 15 ülke arasına henüz katıldık.

Sektörün üretim ve ihracatta ortaya koyduğu başarılı performans firma ve çalışanların da uluslararası standartlarda iş yapması sürecini beraberinde getirdi. Başta İstanbul olmak üzere İnegöl, Kayseri, İzmir, Ankara gibi bölgelerde başarı ile üretilen mobilyada artık Türkiye'nin kimlik kazandığını söyleyebiliriz. Uzun yıllar boyu özellikle İtalyan tarzı ile Alman, İngiliz ve Fransız ekollerini takip eden Türk mobilyacısı bir süredir kendi Ar-Ge süreçlerine yoğunlaştı. Neticesinde ise tasarım anlamında global pazarda kendine yer bulmaya başlayan, bu sayede trend belirleyen ülkelerden biri olarak temayüz eder olduk. Öte yandan, uzun süredir kırmaya çalıştığımız "Çinli'den iyi, İtalyan'dan ucuz" klişesi yavaş yavaş yerini "Tasarım üreten, yüksek katma değerli mobilya da dünyanın en iyilerinden biri" söylemine bıraktı.

Kısa vadede 3 milyar dolarlık ihracat hedefi

Son 10 yılda, (sadece 2008 yılını ve kriz koşullarındaki küresel küçülmeyi saymazsak) üretimi, ihracatı, istihdamı ve imajı gelişen nadir sektörlerden biri olan mobilya sektörünün dış ticaret gerçekleşmeleri de olumlu yönde seyrediyor. 2003 yılında 430 milyon doları gören ihracat 2015 yıl sonu itibarıyla yaklaşık 2.2 milyar doları buldu. Bu yıl ise 2.5 milyar doların üstünde ihracat hedefleyen sektör, 2017'de rakamı 3 milyar doların üstüne çıkarmak istiyor. Sektörün 2015 yılındaki ihracatında ilk sıraları Irak, Suudi Arabistan, Almanya, Libya, Azerbaycan, Türkmenistan, Fransa, BAE alıyor. Bir başka not olarak belirtecek olursak Türkiye, küresel mobilya ihracat sıralamasında 12'nci sırada bulunuyor. İthalatta ise 32'ncilik söz konusu.

Dış açık verdirmeyen hatta ihracatı ithalatını ikiye katlamış bir sektör olarak mobilyanın orta vadede karşısına çıkabilecek engellerin başında Türkiye'deki orman kaynağının yetersiz kalabilme ihtimali geliyor. 2023 yılında en az 10 milyar dolarlık ihracat hedefleyen sektörün istihdam yapısı da sorunların çözüme kavuşturulması gerçeğini ortaya koyuyor.

Orman kaynağının yanı sıra 2023'te ihracatta dahil 25 milyar dolarlık bir ekonomik değer üretmek isteyen sektörün önünde duran sorunlardan birini de ara eleman sıkıntısı oluşturuyor. Yetişmiş ara eleman sorunu gittikçe büyürken önlemlerin alınması için gecikilmemesi gerekiyor.

SEKTÖRÜMÜZ GLOBAL ÇAPTA ARANAN BİR PAZAR HALİNE GELDİ

Ofis mobilyaları sektörü dünyada ve Türkiye'de yaşanan sıkıntılara rağmen son 10 yıldır dış açık vermeden büyüyor. Özellikle son yıllarda Ar-Ge ve tasarıma verilen önemle birlikte ürünlerimiz küresel pazarda kabul görmeye başlarken Türkiye ofis mobilyaları sektörü aranan bir pazar haline geldi. TÜİK'in dış ticaret verilerine göre Türkiye ofis mobilyaları sektörü, 2015 yılında 280 milyon dolarlık ihracatın yanı sıra 101 milyon dolar tutarında ithalat gerçekleştirdi. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2013 yılı verilerine göre işyeri sayısı 4 bin 255 olan ofis mobilyaları sektöründe 46 bin kişi istihdam ediliyor. Ar-Ge ve tasarım konusunda da kayda değer gelişmelerin yaşandığı sektörde, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2013 yılı verilerine göre 176 firma tasarım, 313 firma ise marka başvurusunda bulundu.

Türkiye ofis mobilyaları sektörü global çapta ihracat bakımından 11'inci, ithalatta ise 31'inci sırada yer alıyor. CSIL dünya ofis mobilya sektör raporu ve TÜİK verilerine göre, 2014 yılında Türkiye'de üretilen ofis mobilyalarının yüzde 21'i, 2015 yılında ise yüzde 20'si ihraç edildi. 2015 yılında Irak, İran, Suudi Arabistan, Libya, Azerbaycan, Nijerya, Rusya, Gana, Hindistan, Çin, Fas, Cezayir gibi ülkelere ihracat yapan sektörün 2016 yılı hedef pazarları arasında Hindistan, Çin, Katar, Yemen, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Amerika ve Avrupa yer alıyor. Sektör olarak bu pazarlarda etkin bir şekilde yer almak için her türlü kanaldan çalışmalarımız sürüyor. Sektör olarak beklentimiz, KOBİ'leri Ar-Ge ve tasarıma yönlendirmek amacıyla yeniden düzenlenip yayımlanan Reform Paketi'ne ait ikincil mevzuatın biran önce çıkarılması. İkincil mevzuatın yayımlanmasıyla firmaların özgün modelleri ile marka değerlerinin artacağı kanısındayız. Kamudan diğer bir beklentimiz ise küresel pazarda rekabet edebilir düzeydeki ürünlerinin üretiminde uygun olmayan aksesuarların ithalatına getirilen yüzde 25 ilave gümrük vergisinin kaldırılması.



Ercan ATA
Ofis Mobilyaları Sanayi ve İş Adamları Derneği (OMSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı

OTEL PROJESİYLE MASKO'NUN İMAJINI YÜKSELTECEĞİZ



Selahattin ERDOĞAN
MASKO Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'nin mobilya ihtiyacının yüzde 45'ini tek başına karşılayan İstanbul Mobilya ve Ahşap Eşya İmalatçıları Site İşletme Kooperatifi'ni (MASKO) yeni projeler ile daha güçlü bir yapıya kavuşturacağız. Bölgemize global ölçekte prestij kazandıracak projeler üzerinde duruyoruz. Bu kapsamda MASKO yönetim binasının içinde yer alan alış veriş merkezinde önemli çalışmalara imza attık. Hatırlanacağı üzere 27 bin metrekarelik bir alanın bulunan AVM, daha önce atıl vaziyetteydi ve yaptığımız çalışmalarla burasını iki yılda önemli bir ticari potansiyele erişti. Bu projenin ardında yönetim binamızı da buraya taşıdık. Eski yönetim binamızın olduğu alanda da ihracatımızı artırmak, yurtdışından gelen müşterilerimize avantajlı bir konaklama imkanı sunmak için 17 katlı ve 22 bin metrekare kapalı alana sahip bir otel yapmayı düşünüyoruz. Altyapı çalışmalarına başladığımız projenin takribi 75 milyon liraya mal olmasını bekliyoruz. Bu projeyle global çapta MASKO'nun imajını yükseltmenin yanı sıra MASKO'yu içinde sosyal tesislerin, düğün salonlarının, gelinlikçilerin, kuyumcuların yer aldığı ve saat 22.00'a kadar açık kalmasını sağlamayı hedefliyoruz.

KİŞİYE ÖZEL TASARIM YÖNÜ MODOKO'YU FARKLI KILIYOR



İ. Etem ÖZÇELİK
Modoko Yönetim Kurulu Başkanı

Modoko bünyesinde hizmet veren mağazalar hem konsept hem de isteğe özel tasarım mobilya hizmeti veriyor. Mağazalarımızın yüzde 82'si mimari danışmanlık hizmeti sunuyor. Dolayısıyla müşterilerin mobilya ihtiyacı duydukları mekana keşif yaptırmaları, kişiye özel mobilya tasarımı için yeterli olabiliyor. Farklı bir ifadeyle kişiye özel tasarım yönü Modoko'yu farklı kılıyor.

Halen 150 bin metrekarelik bir alanda faaliyet gösteren Modoko'da bulunan markalar sadece mobilya mağazalarıyla satışa yönelik hizmet veriyor. Üretim ise Modoko dışında bulunan imalathane ve atölyelerde gerçekleştiriliyor. Bugün itibarıyla Modoko'da 350 mağaza bulunuyor. Söz konusu mağazaların satış tarafında 5 bin, imalathane ve atölye tarafında ise 35 bin kişilik istihdamı bulunuyor. Öte yandan, 2015-2016 yılları arasında 15 yeni marka bünyemize katıldı. Bugün itibarıyla Modoko, Türkiye'nin mobilya hacminin yüzde 10'unu karşılıyor. Bu yıl ise söz konusu oranı yüzde 15'e çıkarmayı hedefliyoruz.

İNEGÖL, KATMA DEĞERLİ İHRACAT İÇİN YENİ ÜLKELERE ODAKLANDI



Sanayileşmeye 1980'li yıllardan itibaren başlayan İnegöl, bugün itibarıyla 1 milyar doları aşan dış ticaret hacmi, 250 bine yaklaşan nüfusuyla hem Bursa'nın hem de Türkiye'nin yaşadığı değişim ve dönüşümlere olumlu katkı sağlayan bir ilçe konumunda bulunuyor. 700'ü aşkın ihracatçı firmasıyla, pek çok ili geride bırakan ticaret hacmiyle İnegöl, Türkiye için model ekonomi şehri görünümünde. Bünyesindeki üç OSB ile Türkiye'nin önemli üretim merkezlerinden biri olan İnegöl, her yıl verdiği dış ticaret fazlasıyla pek çok ili geride bırakıyor.

2015 yılında, 1 milyar 58 milyon dolarlık dış ticaret gerçekleştiren ve 520 milyon dolar dış ticaret fazlası veren İnegöl'de 700 firma, 789 milyon dolar ihracat, 33 firma da 269 milyon dolarlık ithalat yaptı. Türkiye ihracatının yüzde 0,5'ini gerçekleştiren İnegöl, ihracat rakamıyla Türkiye'de iller arasında 21'nci, ithalatıyla 26'ncı, dış ticaret hacmi ile 22'nci, dış ticaret fazlası ile de iller sıralamasında altıncı sırada yer alıyor. İlçenin lokomotif sektörü ise mobilya. İnegöl'ün toplam ihracatında yüzde 41 ile en büyük paya sahip olan sektör, 2015'te 325 milyon dolarlık ihracat yaptı. İnegöl, söz konusu rakam ile Türkiye'nin mobilya ihracatının yüzde 15'ini karşıladı. Buna ilave mobilya sektörünü destekleyen orman ürünlerinde de Türkiye'nin ihracatının yüzde 6'sı İnegöl'den yapılıyor.

MOBİLİYUM, DAHA ÖNCE YER ALMADIĞI PAZARLARA YÖNELECEK



Türkiye'nin en büyük mobilya AVM'si olma hedefiyle 225 bin metrekarelik kapalı alanda, 2015 yılında faaliyetlerine başlayan Mobiliyum, yeni yönetim ve hedeflerini belirledi. Perakende satışlarda büyümek isteyen Mobiliyum, ayrıca ihracatta da daha önce yer almadığı pazarlara ağırlık verecek. Türkiye'nin mobilya üretiminin yüzde 50'sini gerçekleştiren İnegöl'de, 200'e yakın yerli mobilya üreticisinin bir araya gelmesiyle kurulan Mobiliyum AVM, yeni yönetimiyle birlikte yeni hedeflerini de belirledi. Yapılan genel kurulun ardından yeni başkan olarak göreve gelen Talha Timur Han, başlıca hedeflerinin İnegöllü mobilyacıların ihracat ayağını güçlendirmek olduğunu söyledi.

Ortadoğu, Suudi Arabistan ve İran pazarlarında İnegöllü mobilyacıların etkin olduğunu ifade eden Talha Timur Han, Mobiliyum ve İnegöllü mobilyacılar olarak etkin oldukları pazarların yanı sıra Avrupa pazarının yanı sıra Fas, Nijerya gibi Afrika ülkeleri ile Hindistan'a yönelmek istediklerinin altını çizdi.

Han, Avrupa pazarına satış yapmaları halinde, bölgenin mobilya üretimindeki kalitesini de ispatlamış olacaklarını dile getirdi.

KEYAP, DEKORASYONDA CAZİBE MERKEZİ HALİNE GELDİ



Mehmet Nuri KURİŞ
KEYAP Dekorasyon Alışveriş ve Ticaret Merkezi Yönetim Kurulu Başkanı

Anadolu Yakası Kerestecileri Kooperatifi olarak, kereste işi yapan 190 kişinin bir araya gelmesiyle 1978 yılında kurulan KEYAP, bölgenin ve çevre sanayi-iş merkezlerinin mobilya üzerine ağırlıklı çalışmasıyla ev dekorasyonu ve aksesuar alanında İstanbul Anadolu yakasının cazibe merkezi haline geldi. En az bin metrekarelik dükkanlardan oluşan KEYAP, yanında bulunan mobilyacılar sitesinin de en büyük tedarikçisi konumunda bulunuyor. Ürün yelpazesi, kalite konsepti ve dekorasyon sektörüne getirdiği yeniliklerle KEYAP'ta hizmet veren markalarımız ziyaretçi sayısını her geçen gün artırıyor. Sitemizde bulunan 2 bin 700 metrekarelik boş arsamızı iki projede kullanmak istiyoruz ve bu projeler için yaklaşık 4 milyon dolarlık bir bütçe ayırdık.

ULUSAL MARKALARI BİR ARADA TOPLAYACAĞIZ



Tamer BULUT
Bursa Mobilya ve Dekorasyoncular İşadamları ve Sanayicileri Derneği (MODSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı

Bursa'da mobilya sektörünü daha yukarı taşıma hedefiyle faaliyetlerini sürdüren MODSİAD, sektördeki ulusal markaları aynı çatı altında toplayacak olan S.S. Mobilyacılar ve Dekorasyoncular Toplu İşyeri Yapı Kooperatifi'ne ait Bursa Büyük Mobilyacılar Çarşısı'nın 5 binlik planı Bursa Büyükşehir Belediyesi'nden geçti. 6 Haziran tarihinde gerçekleşen Nilüfer İlçe Meclisi'nde de projemizin binlik planının geçmesi ile bu süreçte önemli bir adım daha atılmış oldu.

İzmir Yolu üzerinde, otoyolun batıdaki son buluşma noktasında yükselecek olan Mobilyacılar Çarşısı'nı otoyola cepheli projelendirdik. Proje bugün itibarıyla 74 bin 453 metrekarelik net inşaat alanına kavuştu. Harita çalışmaları ve jeolojik zemin etütleri yapıldı. Çarşıda yer alacak 80 seçkin markanın ruhunu yansıtması için proje konusunda hassas davranıyoruz. 100 milyon lira bütçeli projede yer alan 80 mağaza için yaklaşık 580 markadan talep geldi. Mobilyacılar Çarşısı'na ilave olarak otel ve iş merkezi projesini de gündeme aldık. Burada başarılı olursak aynı sistemi yurdun farklı lokasyonları için düşünüyoruz. Hatta Erbil, Dubai ve Bakü'den de talep var.

POTANSİYELİMİZİ ORTAK HAREKETLE ORTAYA ÇIKARABİLİRİZ



Hüseyin TAKLACI
Ankara Mobilyacılar Lakeciler Esnaf ve Sanatkarlar Odası Başkanı

Türkiye mobilya sektörü 2010 yılından itibaren Ar-Ge ve inovasyon konusunda kayda değer bir dönüşüm sürecine girdi. Söz konusu değişim, uluslararası markaların doğması sonucunu beraberinde getirdi. Bu durum sektörün Ankara'daki gelişimini de doğrudan etkiledi. Ankara özeline baktığımızda patent sayısında dördüncü sırada bulunduğumuzu görüyoruz. Fakat bu sıra potansiyeli yansıtmıyor ve daha da artırılması gerekiyor. Ankara mobilya sektörü el işçiliği ağırlıklı çalıştığı için takip edilebilir marka konusunda sayının 100'e yaklaştığını söyleyebiliriz. Ankara, aslında Türkiye mobilya sektöründe öncü konumda bulunuyor. Buradan çıkan model ve tasarımlar, diğer iller tarafından da örnek alınıyor. Bu konuda gerçekten yetenekli ustalarımız var. Biraz iddialı olacak ama tasarım konusunda üniversitelerden gelenlerin yaptıkları ile bizim ustaların yaptıkları arasında bile kayda değer oranda fark var. Biz Türkiye'de İnegöl, Kayseri gibi illeri kendimize rakip olarak görmüyoruz, yani birbirimizle rakip değiliz. Asıl rakiplerimiz İtalya, Çin, Almanya gibi ülkeler. Olaya Türkiye açısından bakıyorum. Sektörde üretim çok fazla ve ihracata ihtiyaç var. İhracat konusunda ivme yakalansa da bölge ülkelerde yaşanan sıkıntılar, ihracata olumsuz etki ediyor.

KAYSERİLİ MOBİLYACININ ODAĞINDA İKİ STRATEJİK PROJE BULUNUYOR

Türkiye'de mobilya üretiminin yüzde 40'ını Kayseri tek başına karşılıyor. İldeki sanayi yapılanmasının yaklaşık yüzde 30'unu mobilya üreticileri oluşturuyor. Kayseri, 2015 yılı itibarıyla 384 milyon dolarlık ihracat yaptı. Bu rakam ilin toplam ihracatının yüzde 24'üne tekabül ediyor. Yurt genelinde bir günde üretilen 20 bin yatağın 10 bini, 19 bin kanepenin 12 bini, 2 bin 500 koltuk takımının bin takımı Kayseri'de üretiliyor. Panel mobilya üretiminin ise yarısı yine Kayseri'ye ait. Kent, mobilya sektöründeki parlak performansa karşın ihracatta ise henüz istenilen seviyeye gelmiş gözükmüyor. İhraç pazarları noktasında yeni dönemde atılım hazırlığı içinde olan Kayserili mobilyacıların üzerinde durduğu temel konuyu ise endüstriyel tasarım ve tanıtım oluşturuyor.

Kayserili mobilyacıların tanıtım ve tasarım noktasında gösterdiği hassasiyet kent ekonomisinin şekillenmesinde kararlar alan yöneticilerin de odağında bulunuyor. Bu noktada ortak akıl ile Mobilyakent ve Mobitek projelerini bir an önce hayata geçirmek isteyen Kayseri'de her iki proje mobilyada istenilen ihracat başarısının yakalanması sürecini de beraberinde getirecek. Mobilyakent'i bir AVM niteliğinde tasarlayarak, burada fuarlar düzenlemek isteyen sektör tasarımdaki açığı ise Mobitek'teki çalışmalarla sonlandıracak. Ayrıca burada sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel açığı da giderilecek.

