

## **Mobilya Endüstrisi: Türkiye'nin Küresel Piyasadaki Karşılaştırmalı Üstünlüğü**

**Güçgeldi Bashimov®**

Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

### **ÖZET**

Mobilya endüstrisi Türk ekonomisinin önemli bir bileşenini oluşturmaktadır. Mobilya sanayisi istihdam ve ihracat bakımından önemli bir sanayi sektörüdür. Bugün mobilya Türkiye'nin önemli bir ihraç kalemini oluşturmaktadır. Türkiye'nin mobilya ihracatı son 15 yıllık dönemde 12 kattan fazla bir artış göstererek 177 milyon dolardan 2,3 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye'de mobilya ihracatı toplam ihracatın %1,5'ini oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı Tür mobilya endüstrisinin karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemektir. Çalışmada Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi ile birlikte Ticaret Dengesi İndeksi kullanılmıştır. Bu araştırmada 2000-2014 dönemi için Birleşmiş Milletler COMTRADE istatistiki verilerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye'nin mobilya endüstrisinde karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu belirlenmiştir. Türkiye'nin küresel mobilya ticaretindeki rekabet gücünün artırılması için üretimde kalite ve tasarıma önem verilmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** *İhracat, Karşılaştırmalı Üstünlük, Mobilya, Türkiye.*

**JEL Kodları:** F1, F10

### **1. GİRİŞ**

1970'lerden sonra sanayileşmeye başlayan mobilya sektörü, yapı sektörünün gelişmesi ve mobilyanın kullanım alanının artması ile hızla büyüyerek, özellikle gelişmiş ülkelerde hem tüketim hem de üretimde önemli bir hacme ulaşmıştır (Çelik, 2012: 224). Mobilya, dünyada belli başlı ekonomik sektörlerden biridir. Son yıllarda artan rekabet karşısında ekonomik ölçekte ve dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuş ve bayilik teşkilatlarıyla mobilyacılık sektörü, bütün ülkelerin dış ticaretinde önemli kalem olan büyük bir sektör konumuna gelmiştir (Anonim, 2014: 1).

Mobilya sektörü yarattığı katma değer ve yüksek istihdam potansiyeli ile Türkiye ekonomisi için de stratejik bir öneme sahiptir (Çelik, 2012: 224). Mobilyacılık sektörü, Türkiye'nin en eski ve en gelişen sektörlerinden birisidir. Türk mobilya endüstrisi, çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir. Son yıllarda küreselleşmenin getirdiği rekabet baskısı ile geleneksel üretim anlayışının bilgi, sermaye ve tasarım ağırlıklı bir üretim yaklaşımına doğru dönüşmektedir. Bu dönüşüm sonucunda, dünya standartlarında üretim yapan orta ve büyük ölçekli işletmelerin de sayısı artmaya başlamıştır (Çoban, 2005: 74; İnal ve Toksarı, 2006: 106; Malkoçoğlu vd., 2015: 748).

Bu çalışmada Türk mobilya endüstrisinin karşılaştırmalı üstünlüğü belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle dünyada ve Türkiye'de mobilya ticaretinin mevcut durumu ele alınmıştır. Daha sonra ise açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı esas alınarak Türk mobilya endüstrisinin karşılaştırmalı üstünlüğü ölçülmüştür. Türk imalat sanayiinin karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemek için bugüne kadar pek çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bunlardan bazıları ise; Çoban ve Kök, 2005; Erlat ve Erlat, 2005; Eroğlu ve Özdamar, 2006; Gürpınar ve Barca, 2007; Altay ve Gürpınar, 2008; Özdamar ve Albeni, 2011; Şahin, 2015 şeklinde sıralanabilir.

## **2. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER**

Karşılaştırmalı üstünlük kavramı, dış ticaret yapısının açıklanması bakımından uluslararası ticaret teorileri arasında önemli bir kavramı oluşturmaktadır. Karşılaştırmalı üstünlük kavramı ilk kez David Ricardo tarafından ortaya atılmıştır. Ricardo'ya göre uluslararası ticaretin temelini karşılaştırmalı üstünlükler oluşturur (Seyidoğlu, 2013: 8). Ricardiyan teoriye göre, ülkeler karşılaştırmalı olarak üstünlüğe sahip oldukları ürünlerin üretiminde uzmanlaşmalı ve bu ürünleri ihraç etmelidir. Böylece ülkeler uluslararası ticarete rekabet üstünlüğü elde edebileceklerdir. Teoriye göre, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağını maliyetler ve teknolojik farklılıklar oluşturmaktadır (Sinanan ve Hosein, 2012: 16).

Karşılaştırmalı Üstünlük kavramına bir ilave de 1919'da E. Heckscher ve 1930'da B. Ohlin tarafından yapılmış ve Faktör Donatımı Teorisi olarak adlandırılmıştır. Bu teori karşılaştırmalı üstünlüklere değişik bir yorum getirmekte ve onun ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Buna göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretimi o faktöre yoğun biçimde dayanan mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder; yani onları daha ucuza üretir ve o alanlarda uzmanlaşır (Seyidoğlu, 1996). Dolayısıyla uzmanlaştığı bu malları ihraç ederken kıt sahip olduğu gerektiren malları da ithal edecektir (Bayraktutan, 2003: 178). Gerek Ricardo ve gerekse Heckscher-Ohlin modelleri uluslararası rekabetin temelini karşılaştırmalı üstünlükler kavramı ile açıklamaktadır. Ancak söz konusu modellere göre uygulamada karşılaştırmalı üstünlüklerin ölçülmesi gerçekten güçtür (Utkulu, 2005: 13).

Heckscher-Ohlin modelinde bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğü ticaret öncesi nispi fiyatlarla belirlenmektedir. Oysa otarşi durumunda ticaret öncesi nispi fiyatlar incelenemediğinden dolayı Heckscher-Ohlin teorisi bazı zorluklar içermektedir (Utkulu ve Seymen, 2004: 8). Söz konusu zorluklar nedeniyle uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüğü belirleyebilmek için birçok yeni dinamik modeller ortaya atılmıştır. Bunlardan en önemlisi de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımıdır.

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler düşüncesi ilk olarak Liesner (1958) tarafından ortaya atılmıştır. İngiltere'nin Ortak Pazar Ülkeleri ile rekabet gücünü karşılaştırmak için oluşturulmuş indeks, Balassa (1965) tarafından işlevsel hale getirilmiştir. Ülkelerin mevcut ticaret verilerinden yararlanılarak karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır (Seymen, 2009: 237; Erkekoğlu vd., 2014: 2). Günümüzde bu yöntem dış ticaretin ve karşılaştırmalı üstünlüklerin açıklanmasında ve ölçülmesinde sıkça kullanılmaktadır (Utkulu, 2005: 14; Erkan, 2012: 197).

### 3. MATERYAL ve YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini Birleşmiş Milletler COMTRADE veri tabanından elde edilen ikincil veriler oluşturmaktadır. Çalışmada SITC Rev.3 üç haneli ürün sınıflandırması kullanılmıştır. Söz konusu sınıflandırmaya göre mobilya sektörünün kod numarası SITC 821'dir. Araştırmada kullanılan veriler dolar bazında olup, 2000-2014 dönemini kapsamaktadır.

Bu çalışmada Balassa tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) İndeksi ile Ticaret Dengesi İndeksi kullanılmıştır. Balassa'nın RCA indeksi, bir takım sorunları (asimetrik değer, logaritmik dönüşüm sorunu vb.) olduğuna yönelik eleştirilere rağmen; günümüzde karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmede kullanılan en yaygın ölçütlerden biridir (Saray ve Hark, 2015: 349). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi genellikle ülkelerin zayıf veya güçlü ihracatçı sektörlerini belirlemeye yönelik ampirik araştırmalarda kullanılmaktadır (Hinloopen ve Marrewijk, 2004: 1; Çoban ve Kök, 2005: 7; Fertö ve Bojnec, 2007: 7). Balassa indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_{it})/(M_{ij}/M_{it})$$

Burada,  $RCA_{ij}$  i ülkesinin j mal grubundaki Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler katsayısını;  $X_{ij}$  i ülkesinin j mal grubundaki ihracatını,  $X_{it}$  i ülkesinin toplam ihracatını,  $M_{ij}$  i ülkesinin j mal grubundaki ithalatını,  $M_{it}$  i ülkesinin toplam ithalatını göstermektedir.  $RCA_{ij} > 1$  olması ele alınan ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu,  $RCA_{ij} < 1$  olması ise karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu göstermektedir (Çoban ve Kök, 2005: 8; Özdamar ve Albeni, 2011: 199).

Analiz aşamasında kullanılan bir diğer indeks ise Ticaret Dengesi İndeksidir. Bu indeks bir ülkenin ilgili üründe net ihracatçı veya net ithalatçı olup olmadığını göstermektedir. İndeks şu şekilde formüle edilmektedir:

$$TBI_{ij} = (X_{ij} - M_{ij})/(X_{ij} + M_{ij})$$

Burada, i ülkeyi, j ürünü, X ihracatı, M ithalatı göstermektedir. TBI indeksi -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri +1 ise ülkenin net ihracatçı konumda olduğu söylenir. Buna karşın eğer indeks değeri -1 ise ülkenin net ithalatçı konumda olduğu söylenir. Eğer indeks değeri 0 ise ülkenin ihracat ve ithalat değerlerinin birbirine eşit olduğu söylenir (Shohibul Ma, 2013: 138; Altay Topçu ve Sümerli Sarıgül, 2015: 336).

## 4. BULGULAR

### 4.1. Dünyada Mobilya Ticareti

Dünya mobilya ihracatı dünya toplam mal ihracatının %0,9'unu oluşturmaktadır. 2014 yılında dünya mobilya ihracatı bir önceki yıla göre %4,6 artarak 173,6 milyar dolara ulaşmıştır. Son 15 yıllık dönem incelendiğinde dünya mobilya ihracatının önemli düzeyde artış gösterdiği görülmektedir. 2000-2014 yılları arasında dünya mobilya ihracatı %182,7 oranında artarak 61,4 milyar dolardan 173,6 milyar dolara ulaşmıştır (Tablo 4.1).

Yıllar	İhracat	İthalat	Ticaret Hacmi
2000	61,4	63,5	124,9
2005	97,6	107,3	204,9
2010	129,2	127,8	257,0
2012	156,3	142,5	298,8
2014	173,6	161,2	334,8

**Tablo 4.1.** Dünya Mobilya Ticaretindeki Gelişmeler (Milyar Dolar)

**Kaynak:** COMTRADE veri tabanı

Dünya mobilya ticaretinde önde gelen ülkeler incelendiğinde, gelişmiş ülkelerin en büyük pazar payına sahip olduğu görülmektedir. Özellikle AB ülkeleri küresel mobilya ticaretinde önemli pay almaktadırlar. Ancak son yıllarda dünya mobilya ticaretinde Çin'in önemli bir aktör olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Bugün dünya mobilya ihracatında %34,5'lik pay ile Çin başı çekmekte ve son beş yıllık süre zarfında sektöre çeşitli açılardan yön vermektedir. Bütün dünyada üretilen mobilyanın dörtte biri tek başına Çin'de üretilmektedir. Çin'in ardından sırasıyla Almanya (%7,5), İtalya (%6,8), Polonya (%6,3) ve ABD (%4,7) gelmektedir (Sakarya ve Doğan, 2014: 8). Bu beş ülkenin toplam mobilya ihracatı dünya mobilya ihracatının %59,7'sini oluşturmaktadır.

Dünya mobilya ithalatında ise %25,7'lik pay ile ABD ilk sırada gelmektedir. ABD'yi takip eden Almanya (%9,9), İngiltere (%5,5), Fransa (%5,1) ve Japonya (%4,3) mobilya ithal eden en büyük ülkeler arasında yer almaktadır. Söz konusu beş ülke dünya mobilya ithalatının %50'sini oluşturmaktadır.

	2000	2005	2010	2012	2014
<b>İhracatçı Ülkeler</b>					
<b>Çin</b>	4,5	16,5	38,9	56,1	59,9
<b>Almanya</b>	4,7	8,2	10,7	12,1	13,0
<b>İtalya</b>	8,4	10,6	10,5	10,7	11,8
<b>Polonya</b>	2,1	5,5	7,7	8,5	10,9
<b>ABD</b>	5,2	5,1	5,8	7,1	8,1
<b>İthalatçı Ülkeler</b>					
<b>ABD</b>	20,6	34,0	34,1	38,6	41,4
<b>Almanya</b>	6,2	9,9	12,3	13,2	15,8
<b>İngiltere</b>	3,6	7,4	7,8	7,4	8,7
<b>Fransa</b>	3,6	6,5	8,3	8,4	8,2
<b>Japonya</b>	3,7	4,9	5,5	6,9	6,8

**Tablo 4.2.** Dünya Mobilya Ticaretinde Önde Gelen Ülkeler (Milyar Dolar)

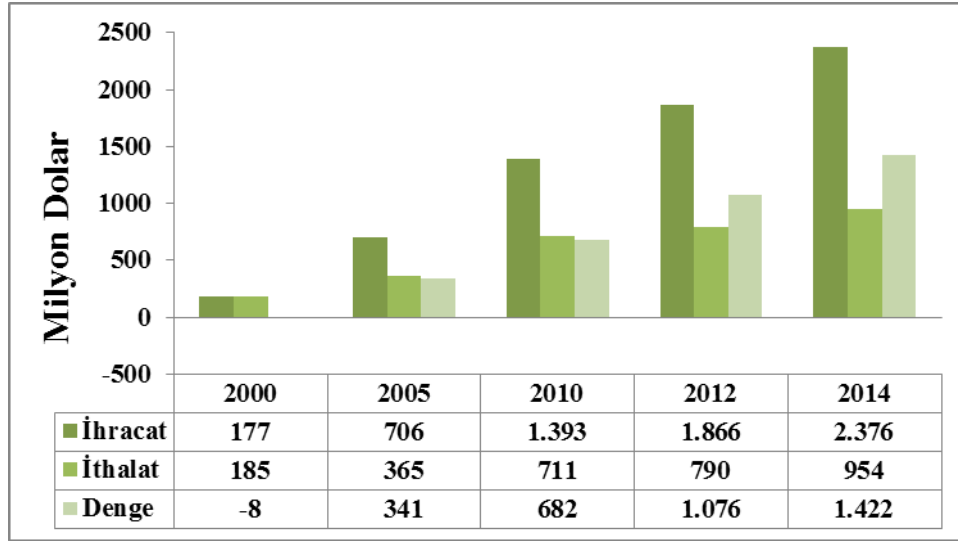
**Kaynak:** COMTRADE veri tabanı

Mobilya sektörünün yoğun emek isteyen bir sektör olması ve hammadde kaynaklarının azalması, işçilik ve enerji maliyetlerinin artması sonucu birçok gelişmiş ülkeler yatırımlarını düşük maliyetli ülkelere yapmaktadırlar (Çelik, 2012: 224). Bu gelişmeler sonucunda mobilya üretim merkezinin batıdan doğuya doğru kaydığı görülmektedir. Günümüzde Çin, Vietnam ve Malezya gibi Asya ülkeleri dünya mobilya piyasasında büyük rol oynamaktadırlar. Söz konusu ülkelerde düşük iş gücü maliyetlerinin yanı sıra sanayiye sağlanan teşviklerle mobilya sektöründe büyük gelişmeler kaydedilmiştir.

## 4.2. Türkiye'nin Mobilya Dış Ticareti

Türkiye'de 1980 yılından itibaren ihracata yönelik sanayileşme politikaları uygulanmaktadır. Bu bağlamda, ihracata dayalı büyüme temel felsefe haline gelmiş, ihracat miktarında önemli artışlar sağlanmıştır (Erkan, 2012: 205). Türkiye'nin mobilya ihracatı da 1980 yılından sonra çok önemli gelişmeler göstermiştir. Son 20 yıllık dönemde Türkiye'nin mobilya ihracatı 31 kattan fazla bir artış göstermiştir. 1995 yılında 74 milyon dolar olan Türkiye'nin mobilya ihracatı 2014 yılında 2,3 milyar doları aşmıştır. Mobilya sektörü ihracat performansı ile Türkiye'nin önemli sektörlerinden birisi konumuna yükselmiştir. Mobilya sektörü son beş yılda %85'in üzerinde ihracat artışı göstererek hızla büyümeye devam etmektedir. Türkiye, dünyadaki toplam mobilya ihracatının % 1,2'sine sahiptir ve potansiyel olarak bu oranın üzerine çıkma eğilimindedir (Anonim, 2014: 24-25).

Türkiye'nin mobilya dış ticaret dengesi incelendiğinde 2000 yılına kadar ithalat, ihracatı aşmıştır. Bunun sebepleri arasında mobilya sektörünün dış pazara yeterince açılmamış olması ve 1997 yılında yaşanan Asya Finans Krizi ile 1999 Kasım'ında yaşanan reel sektör krizleri yer almaktadır. 2001 yılında yaşanan kriz sonucunda TL'nin yabancı paralar karşısında değer kaybetmesi, mobilya ihracatında artışa sebep olmuştur. İhracattaki bu artış günümüze kadar ülke lehine bir durum sergilemiştir (Altay ve Gürpınar, 2008: 262). Şekil 1'de Türkiye'nin mobilya dış ticaretinde dış ticaret fazlası olduğu ve bunun her yıl daha da arttığı görülmektedir.



Şekil 1. Türkiye'nin Mobilya Dış Ticareti (Kaynak: COMTRADE)

Türkiye'nin mobilya ihracatında Orta Asya ve Ortadoğu ülkeleri önemli pazarları oluşturmaktadır. Türkiye'nin; Irak, İran ve Libya gibi Ortadoğu ülkelerine yaptığı ihracat oranı 2009-2010 yıllarından itibaren artma eğilimine girmiştir. Özellikle Irak mobilyacılık sektöründe en büyük pazarı oluşturmaktadır. Bugün mobilya ihracatının %20'si Irak'a gerçekleştirilmektedir. Mobilya ihracatında ikinci sırada ise Libya gelmektedir. Son yıllarda Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'ne yönelik mobilyacılık sektörü ihracatında da önemli artışlar yaşanmaya başlamıştır (Anonim, 2014: 16-17).

Türkiye mobilya sektörü ihracatı ithalatından yüksek olan nadir sektörlerden biridir. Bu özelliği itibarıyla bakıldığında; katma değeri yüksek olan mobilya sektörünün ithalatı 1995 yılında 68 milyon dolar iken, 2014 yılında 954 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin en fazla mobilya ithal ettiği ülkeler arasında Çin, İtalya, Almanya, Polonya, İspanya ve Fransa yer almaktadır (Sakarya ve Doğan, 2014: 16).

#### **4.3. Türkiye Mobilya Endüstrisinin Karşılaştırmalı Üstünlüğünün Belirlenmesi**

Bu bölümde Türkiye'nin mobilya endüstrisinin karşılaştırmalı üstünlüğü belirlenmiştir. Analiz aşamasında Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) indeksi ile Ticaret Dengesi İndeksi kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4.3.1'de sunulmaktadır. Türkiye'nin mobilya endüstrisine ait RCA indeks değeri incelenen dönemde 1'in üzerinde seyretmiştir. Bu da incelenen dönemde Türkiye'nin mobilya endüstrisinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu anlamına gelmektedir. Türkiye'nin mobilya endüstrisine ait RCA indeks değeri 2000 yılında 1,89 iken 2003 yılına kadar artarak 3,89 değerine ulaşmıştır. Ancak izleyen yıllarda RCA değeri sürekli gerileyerek 2007 yılında 2,49 değerine gerilemiştir. 2008 yılından itibaren mobilya endüstrisinin RCA değeri artış trendi göstererek 2013 yılında 3,84 değerine ulaşmış ve 2014 yılında ise 3,83 olarak gerçekleşmiştir.

Ticaret Dengesi indeks sonuçlarına göre incelenen dönemde (2000 yılı hariç) Türkiye mobilya ihracatında net ihracatçı ülke konumundadır. Ticaret Dengesi İndeksine göre 2000 yılında Türkiye net ithalatçı ülke konumundadır. Ancak 2001 yılından itibaren Ticaret Dengesi İndeks değeri artı değer almış ve izleyen yıllarda da indeks değeri giderek artmıştır. 2014 yılında ise indeks değeri 0,43 değerini almıştır. Genel olarak değerlendirme yapılacak olursa RCA ve TBI indeks değerlerinin incelenen dönemde bazı dalgalanmalar göstermesine rağmen zaman içerisinde yukarı yönlü bir artış trendi çizdiği görülmektedir. Bu da Türkiye'nin mobilya ihracatında rekabet gücüne sahip olduğunu ve rekabet gücünün giderek arttığını göstermektedir.

Analiz sonucunda elde edilen bulgular daha önce yapılan çalışmalarla uyumluluk göstermektedir. Gürpınar ve Barca (2007) tarafından yapılan çalışmada 2001-2006 yılları arasında Türkiye'nin mobilya sektöründeki rekabet gücünün giderek arttığı ve Türkiye'nin bu sektörde avantajlı bir konuma sahip olduğu belirlenmiştir. Yine Altay ve Gürpınar (2008) tarafından yapılmış olan çalışmada 2001-2006 yılları arasında Türkiye'nin mobilya sektöründeki rekabet gücünün giderek artış gösterdiği tespit edilmiştir. Erkekoğlu vd., (2014) çalışmalarında 2002-2012 yılları arasında hem Kayseri ilinin hem de Türkiye'nin mobilya sektöründe rekabet gücüne sahip olduğunu belirlemiştir.

Son 20 yıllık dönemde Türk mobilya sektörü gerek ülke gerekse dünya ticaretindeki payını arttırmasına rağmen ihracatta henüz istenilen başarı yakalanamamıştır. Bunun başlıca nedenleri arasında hammadde ve sermaye kaynaklarının yetersiz olması, üretimin ağırlıklı olarak küçük ölçekli işletmelerde yapılması, modern tasarımlı mobilyaların üretilmemesi, sektörde kayıt dışılığın fazla olması ve dış piyasalar ile ilgili deneyim ve bilgi yetersizliği gelmektedir (Gürpınar ve Barca, 2007: 58; Sakarya ve Doğan, 2014: 20-22). Sektörün küresel rekabet gücünün arttırılması için mobilya sektöründe AR-GE faaliyetleri ile birlikte tasarım ve markalaşmaya önem verilmeli, sektörde etkin bir tedarik ve pazarlama zinciri geliştirilmelidir. Ayrıca sektörde kayıt dışılığın azaltılması ile birlikte finansman ve sermaye olanaklarının arttırılması sektörün gelişmesine olumlu katkılar sağlayacaktır.

Yıllar	RCA	TBI
2000	1,89	-0,02
2001	2,25	0,26
2002	3,28	0,39
2003	3,89	0,45
2004	3,30	0,36
2005	3,08	0,32
2006	2,50	0,21
2007	2,49	0,22
2008	2,85	0,30
2009	2,97	0,37
2010	3,19	0,32
2011	3,20	0,28
2012	3,66	0,41
2013	3,84	0,40
2014	3,83	0,43

**Tablo 4.3.1.** Türkiye Mobilya Endüstrisine Ait İndeks Değerleri  
**Kaynak:** Yazar tarafından hesaplanmıştır

## SONUÇ

Mobilyacılık sektörü son dönemlerde hızlı bir dönüşüm geçirerek eskiye oranla çok daha bilgi ve sermaye yoğun bir moda sektörü olma yolunda ilerlemektedir. Bu dönüşümün arkasında yatan en önemli unsur mobilya sanayinin hızlı bir küreselleşme süreci yaşamasıdır (Anonim, 2014: 1). Türk mobilya sektöründe son 20-25 yıllık dönemde endüstriyelleşme, markalaşma ve dışa açılma başarısı görülmüştür (Altay ve Gürpınar, 2008: 260). Türkiye'de mobilya sektörü üretim ve ihracatta önemli bir yere sahiptir. Son yıllarda Türkiye'nin mobilya ihracatı hızlı bir gelişme göstermekte ve küresel piyasadaki payı her geçen gün artmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'nin mobilya ihracatı henüz istenilen ve arzu edilen seviyeye ulaşamamıştır (Çoban, 2005: 73; Anonim, 2013: 20).

Çalışmada 2000-2014 dönemi için Türkiye'nin mobilya endüstrisindeki karşılaştırmalı üstünlüğü Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi ile Ticaret Dengesi İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır. Hesaplanan RCA indeks değerlerine göre Türkiye mobilya endüstrisinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Ticaret Dengesi İndeks değerlerine göre Türkiye mobilya ihracatında net ihracatçı ülke konumundadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular daha önce yapılmış çalışmalarla uyumlu bulunmuştur. Önceki çalışmalar da Türkiye'nin mobilya piyasasında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermiştir. Son 20 yılda Türkiye'nin mobilya üretim ve ihracatında hızlı gelişmeler yaşanmasına rağmen modern tasarımlı mobilya üretiminde yeterince ilerlemeler kaydedilmemiştir. Türk mobilya endüstrisinin küresel piyasadaki pazar payının artırılması için üretimde markalaşmaya, tasarım ve AR-GE faaliyetlerine öncelik verilmelidir. Ayrıca mobilya pazarında pazar çeşitlendirmesine gidilmelidir. Bununla birlikte sektörde etkin bir tedarik ve pazarlama sistemi oluşturulmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Altay, B. ve Gürpınar, K. 2008. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 257-274
- Altay Topçu, B. ve Sümerli Sarıgül, S. 2015. Comparative Advantage and the Products Mapping of Exporting Sectors in Turkey, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (18), 330-348
- Anonim, 2013. Türkiye Mobilya Ürünleri Meclisi Sektör Raporu, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, www.tobb.org.tr (Erişim Tarihi: 12.05.2016)
- Anonim, 2014. TR63 Bölgesi Mobilyacılık Sektör Raporu, www.dogaka.gov.tr (Erişim Tarihi: 14.05.2016)
- Bayraktutan, Y. 2003. Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 175-186
- Çelik, N. 2012. Türkiye'de Mobilya Sektörü Gelişim Planı İçin Bir Karar Modeli Önerisi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4 (1), 223-232
- Çoban, S. 2005. Kayseri Mobilya Sanayinin Dış Ticaret Yapısı ve Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma, *KMÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (5), 73-82
- Çoban, O. ve Kök, R. 2005. Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği (1989-2001), *İktisat İşletme ve Finans*, 20 (228), 68-81
- Erkan, B. 2012. Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, (15), 195-218
- Erkekoğlu, H., Kılıçarslan, Z. ve Göknaar, H. 2014. Kayseri İlinin Mobilya Sektörü Rekabet Gücü: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44, 1-22
- Erlat, G. ve Erlat, H. 2005. Do Turkish Exports Have a Comparative Advantage with Respect to the European Union Market, 1990-2000, Proceedings of the 25th Annual Meeting of Middle East Economic Association, Philadelphia, USA.
- Eroğlu, Ö. ve Özdamar, G. 2006. Türk İmalat Sanayinin Rekabet Gücü ve Beyaz Eşya Sektörü Üzerine Bir İnceleme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11), 85-104
- Fertö, I. ve Bojnec, S. 2007. Comparative Advantages in Agro-Food Trade of Hungary, Croatia and Slovenia with the European Union, IAMO Discussion Paper No. 106, Germany.
- Gürpınar, K. ve Barca, M. 2007. Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 41-61
- Hinloopen, J. ve Marrewijk, C.V. 2004. Dynamics of Chinese Comparative Advantage, Tinbergen Institute, Discussion Paper, No: TI 2004-034/2, Rotterdam.
- İnal, M.E. ve Toksarı, 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
- Malkoçoğlu, A., Yaylı, K., Yıldırım, İ. ve Ataseven, F. 2015. Türkiye Mobilya Endüstrisi Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerinin Yapısal İncelenmesi, Sorunları ve Çözüm Önerileri, *Selçuk Teknik Online Dergisi*, Özel Sayı-1, 747-764
- Özdamar, G. ve Albeni, M. 2011. Türkiye Otomotiv Sanayisi Dış Ticaret Rekabet Gücü Üzerine Bir İnceleme, *SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (13), 193-216



- Sakarya, S. ve Doğan, Ö. 2014. Mobilya Sektör Raporu, Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği.
- Saray, O. ve Hark, R. 2015. OECD Ülkelerinin İleri-Teknoloji Ürünlerindeki Rekabet Güçlerinin Değerlendirilmesi, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (1), 347-372
- Seyidoğlu, H. 1996. Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Uygulama, 11. Baskı, Güzem Yayınları, İstanbul.
- Seyidoğlu, H. 2013. Uluslararası Ticaret, 1. Baskı, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2923, Eskişehir.
- Seymen, D.A. 2009. Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Rekabet Gücü, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Shohibul Ma, A. 2013. Revealed Comparative Advantage Measure: ASEAN-China Trade Flows, *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4 (7), 136-145
- Sinanan, D. ve Hosein, R. 2012. Transition probability matrices and revealed comparative advantage persistence in a small hydrocarbon-based economy, *The West Indian Journal of Engineering*, 23 (1/2), 16-29
- Şahin, D. 2015. Türkiye ve Çin'in Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücünün Analizi, *Akademik Bakış Dergisi*, 47: 155-171
- UN Comtrade, 2016. <http://comtrade.un.org/data> (Erişim Tarihi: 14.05.2016)
- Utkulu, U. ve Seymen, D. 2004. Revealed comparative advantage and competitiveness: evidence for Turkey vis-a-vis the EU/15, European Trade Study Group 6th. Annual Conference, Nottingham.
- Utkulu, U. 2005. Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.

## **The Furniture Industry: Turkey's Comparative Advantage in the Global Market**

**Güçgeldi Bashimov**

Ömer Halisdemir University

Social Sciences Institute

### **ABSTRACT**

The furniture industry is an important part of Turkish economy. Furniture industry is an important industry in terms of employment and exports. Today, furniture is an important export item in Turkey. Turkey's exports of furniture increased more than 12 times from \$177 million to \$2.3 billion in the last 15 years. Furniture exports accounted for 1.5% of total merchandise exports in Turkey. The objective of this study is determining the comparative advantage of Turkish furniture industry. In this study, used Balassa's Revealed Comparative Advantage index and Trade Balance Index. The study used UN COMTRADE statistical data for the period 2000-2014. A study found that Turkey has a comparative advantage in furniture industry. To improve the competitiveness of Turkey in the global furniture trade should pay attention to the quality and design in furniture production.

**Keywords:** *Export, Comparative Advantage, Furniture, Turkey.*

**JEL Classifications:** F1, F10