

Citation: DALGAKIRAN, A. B., & ÖZTÜRKOĞLU, Y. (2017). TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK ÖLÇEK VE İLİŞKİ ANALİZİ, *bmi*, (2017), 5(1): 147-161, doi:<http://dx.doi.org/10.15295/bmi.v5i1.103>

TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK ÖLÇEK VE İLİŞKİ ANALİZİ

A. Bahattin DALGAKIRAN¹
Yücel ÖZTÜRKOĞLU²

Received (Başvuru Tarihi): 27/01/2017
Accepted (Kabul Tarihi): 31/03/2017

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, ülkemizde mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için bir ölçek çalışması yapılarak, elde edilen faktörlerin tedarik zinciri yönetimi bakış açısıyla analiz etmektir. Çalışmada ilk olarak, literatür araştırması yapılarak mobilya sektöründe kullanılan rekabet unsurları tespit edilmiştir. Belirlenen bu unsurlar, Delpi tekniği kullanılarak güncellenmiş ve anket formu oluşturulmuştur. Sektör yetkililerince verilen cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler ile faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucu 16 unsur; tedarik zinciri yönetimi, çevresel faktörler ve yenilikçi faktörler olarak 3 ana faktör başlığı altında toplanmıştır. Daha sonra bu üç faktörün kendi aralarında ki ilişkilerini detaylandırmak için regresyon analizleri çözümlenmiştir. Tedarik zinciri yönetimi anlayışının %64'ü çevresel unsurlar, %23'ü ise yenilikçi unsurlar tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca, analiz sonucu geliştirilen hipotezlerin hepsinin kabul edildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri Yönetimi; Mobilya Sektörü; Faktör Analizi; Ölçek Geliştirme

Jel Kodları: M11, M31

SCALE AND RELATIONSHIP ANALYSIS FOR TURKISH FURNITURE SECTOR

ABSTRACT

The aim of this study is to develop a scale for the existing problems in the furniture industry and to analyze the relevance of the developed scale factors within the framework of supply chain management. In the study, literature research was done and the competition elements used in the furniture sector were determined. These identified elements were updated by using Delphi technique and a questionnaire form was prepared. Factor analysis was performed with the data obtained in response to the responses given to the sector authorities. 16 elements were analyzed under three main factors; supply chain management, environment factor and innovative factor. Then, regression analysis was carried out to elaborate the relations among these three factors. 64% of supply chain management is explained by environmental elements and 23% by innovative elements. All of the hypotheses developed in the study were accepted.

Keywords: Supply Chain Management; Furniture Industry; Factor Analysis; Scale Development

Jel Codes: M11, M31

¹ Yaşar Üniversitesi, a.bahattin.dalgakiran@gmail.com

² Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi, yucel.ozturkoglu@yasar.edu.tr

1. GİRİŞ

Met Mobilya dünyanın farklı coğrafya kültürlerinde oturma, depolama ve sergileme gibi temel fonksiyonları yerine getirmesiyle ve yüksek tasarım girdisiyle uluslararası ticaretin gereklerine doğal olarak uyum sağlayan küresel bir ürün olarak tanımlanmaktadır (Aksayar, 2006). Mobilya sektörü Türkiye'nin en eski ve en çok gelişen sektörlerinden biridir. Özellikle Türkiye'de son yıllarda hızlı nüfus artışı, kentleşme ve gelir seviyesinin artmasıyla konut-mekân ihtiyacı hızla artmış ve buna paralel olarak mobilya talebi de gözle görülür bir ivme kazanmıştır (Çelik, 2012). Son yıllarda dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuş, bayilik teşkilatlarıyla ülke sathına ve dünyaya ürün satar bir konuma ulaşılmıştır. Sektör her yıl ürünlerini geliştirmekte ve çeşitliliğini artırmaktadır. 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. Sektörün ülke coğrafyasındaki konumlanışı ise; başta İstanbul ve Kayseri olmak üzere İzmir, Bursa, Ankara, Adana, Gaziantep gibi illerde yoğunlaşmaktadır. Kayseri ili, özellikle mobilya sektörü istihdamı konusunda ülke ortalamasının üzerine çıkarak bu konudaki liderliğini sürdürmektedir (Mobilya Sektör Raporu, 2016).

Üretim sektörü altında değerlendirdiğimiz mobilya sanayi, diğer sanayi kollarında olduğu gibi sanayileşmenin ve teknolojik gelişmelerin etkisi ile günbegün gelişen ve ülkemizin de aralarında olduğu gelişmekte olan ülkeler için iyi bir kalkınma kalemidir. Mobilya sektörü, birçok sektörle bağlantısı olan, farklı uzmanlıklarda kişilere istihdam sağlayan emek, bilgi ve teknolojinin yoğunlaştığı bir sektördür (Malkoçoğlu, 2015). Mobilya sanayi üretim aşamasından başlayan ve satış sonrası hizmetlerde dâhil olmak üzere hem istihdama katkı sağlamakta hem de ülke ekonomisine katma değer yaratmaktadır. Bu sayede de ülkelerin ekonomik ve sosyal refah düzeylerine katkı sağlamaktadır.

Rekabet koşullarının yoğun olduğu ve bu rekabetin kıyasıya devam ettiği mobilya sanayinde firmalar varlıklarını devam ettirebilmek, rakiplerin arasından sıyrılıp farklılaşabilmek için yoğun arayışlar içerisindeyler. Yeni ürün tasarım ve sunumuyla başlayan farklılık yaratma çabaları, zaman içinde düşük maliyetli üretim, toplam kalite yönetimi uygulamaları sürecinden geçerek müşteri hizmetleri ve müşteri ilişkilerine doğru bir gelişim göstermiştir. Bu süreç sonucunda müşteri tatminini gerçekleştirmeye yönelik çalışmalar tıpkı diğer sanayi kollarında olduğu gibi mobilya sanayinde de tedarik zinciri yönetiminin (TZY) önemini ortaya çıkarmıştır.

TZY çeşitli iş birimleri (tedarikçiler, imalatçılar, dağıtıcılar, üçüncü parti lojistik sağlayıcılar ve perakendeciler gibi) arasındaki bilgi alışverişini kolaylaştırmak amacıyla bir dizi farklı sürecin birbiriyle uyumunu sağlayan bütünleşik bir sistem olarak tanımlanabilir (Paksoy ve Altıparmak, 2003). Tedarik zinciri yönetiminin firma performansını artırdığı bilinen bir gerçektir (Çalışkan vd. 2016) Üretim yapılan diğer sektörlerde olduğu gibi tedarik zinciri yönetimi anlayışının firmalar tarafından tam olarak benimsenmemesinden kaynaklanan bazı önemli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Mobilya üreticilerinin en belirgin sorunlarının başında yer alan maliyet sorunu başta kullanılan hammaddeden olmak üzere ayrıca üretilen ürünlerin genellikle büyük hacimlere sahip olması; hem yurt içi satışlarda hem de ihracatta karşılaşılan nakliye bedellerini de kapsamaktadır (Cındık vd., 2003). Mobilya üreticileri TSE ve ISO gibi kuruluşlarca belirlenen ölçülebilir teknik kalite özelliklerini tespit etmekte, firmalar ise tüketicinin istek ve ihtiyaçlarına uygun şekilde bu belirlenen özellikte ve kalitede ürün üreterek kalite sorununu ortadan kaldırmakla yükümlüdürler (İnal ve Toksarı, 2006). Türkiye mobilya sanayinin ağırlıklı geleneksel yöntemler ile çalışan atölye tipi (sipariş) çalışan ve ağırlıklı küçük ve orta ölçekli işletmelerin olduğu bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Son yıllarda teknolojik gelişmelerin artması ve tüm dünyanın bir pazar konumuna gelmesinin etkisiyle fabrikasyon (kütle üretim) tipi çalışan işletmelerin sayısında da giderek artışlar görülmektedir. Her iki üretim tipinin kendi için artı ve eksileri ile üretim sorununu tedarik zinciri yönetimi anlayışı ile mümkün olduğunca en aza indirmek firmaların en temel hedefleri arasında yer almaktadır.

Sektörde faaliyet gösteren büyük, küçük ve orta boy işletmelerin birbirine entegreli bir şekilde stratejilerini belirlemek ve uluslararası pazarda Türk mobilyasının pazar payını arttıracak adımlar atmak, mobilyada yeni tasarımlar ile yeni ürünler geliştirmek ve bu hedefler doğrultusunda dünya pazarına açılmak en büyük amaç olmalıdır. Bu sayede hem ülke ekonomisine katkı sağlanacak hem de dünya mobilya pazarında çok daha büyük paya sahip olmak kaçınılmaz olacaktır.

Literatürde, Türkiye mobilya sektörü üzerine yapılmış çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları (Uygun 2000; Demirci 2005; Kutlu 2005; Aksayar 2006; Gürpınar ve Barca 2007; Altay ve Gürpınar 2008; Adıgüzel 2013; Erkekoğlu vd. 2014) sektörü yurt içi ve yurt dışı rekabet avantajı açısından ele alarak çeşitli karşılaştırmalı üstünlük endeksleri kullanarak sektörün rekabet gücünü analiz etmişlerdir.

Çelik (2012) ise geliştirdiği model ile sektörün gelişimine katkı sağlayacak farklı stratejiler belirlemiştir. Sönmez ve Arslan (2010) yaptıkları çalışma ile mobilya sektörünün en

önemli sorunlarının başında üretim giderlerinin yüksekliği, hammaddenin zamanında teslim edilmemesi ve nitelikli iş gücü temini olarak belirlemişlerdir. Üstüner (2010) ise temel sorunları; hammadde yetersizliği, standartların olmaması, teknolojik yeniliklere ulaşamama, taklit edilme, üretim planlamasının yapılamaması, yaratıcı ve üretken elemanların eksikliği ve yetersizliği, etkili tanıtımı için kaynak ayrılamaması ve kriz ortamına bağlı mali açıdan karşılaşılan sorunlar olarak açıklanmıştır. Malkoçoğlu vd. (2015) ise kalifiye eleman yetersizliği, enerji maliyetlerinin yüksek olması, ekonomik sıkıntılar ile yasa ve yönetmeliklerin eksikliklerini tespit etmişlerdir.

Bu çalışma da mobilya sektörün de daha önce hiç bahsedilmeyen tedarik zinciri yönetimin hangi unsurlardan nasıl etkilendiğini analiz etmek için bir ölçek çalışması yapılmıştır. Bundan sonra ki bölüm de ölçeğin geliştirilme aşamaları ile elde edilen ölçeğin tedarik zinciri yönetimi ile bağlantısının test edildiği Uygulama Bölümü gelmektedir. 3. ve 4. Bölümlerde uygulanan analiz yöntemler yer almaktadır. Son bölüm olan 5. Bölüm de ise elde edilen sonuçların yorumlanması, literatüre katkılarından ve gelecek çalışmalar için önerilerden bahsedilmektedir.

2. METODOLOJİ

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma konusunun uygulama yöntemi, katılımcıların demografik özellikleri ile istatistiksel analizlere yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmamızın bu bölümünde, ülkemizde mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için bir ölçek çalışması yapılarak, tespit edilen faktörlerin tedarik zinciri yönetimi üzerine etkileri araştırılacaktır. Detaylı bir literatür çalışması sonucu mobilya sektörünün rekabet unsurları sıralanmıştır. Daha sonra, bu unsurlar sektör çalışanları tarafından değerlendirilmesi için Delfi tekniğine başvurulmuştur. Bu teknik, bir sorunun analizinde konu ile yakından ilgisi olan kişilerin değerlendirmelerinin alındığı bir yöntemdir (Öztürkoğlu ve Çalışkan 2016). Delfi yöntemi ile görüşleri alınan 18 katılımcı, mobilya sektöründe en az 10 yıldır faaliyet gösteren ve üst düzey yönetici konumunda çalışan kişilerden oluşmaktadır. Bu gruba daha önce tespit ettiğimiz unsurların yanında açık uçlu sorular da vererek mobilya sektöründe rekabetin tedarikçi ilişkileri açısından değerlendirmeleri istenmiştir. Delfi Tekniğinin iki turu tamamlandıktan sonra 18 kişinin ortak görüş birliği ile 16 unsur tespit edilerek anket formu oluşturulmuştur.

Oluşturulan unsurlar; tedarikçiler ile uzun ilişki içinde olmak; tedarikçi seçiminde referansın önemi; firmanın, tedarikçisi ile ortak hedeflerinin olması; tedarikçilere verilen sipariş işlemleri için talimatname; pazar araştırmasına açık; talepteki dalgalanmalara karşı esnek; satış sonrası hizmet desteği; AR-GE; üründe farklılık; tedarikçi ile kültür benzerliği; teşvik; nitelikli eleman; markalaşma; siyasi ve ekonomik istikrar; fuarlar; geri dönüşler olarak sıralanmıştır.

Anket formunda ayrıca 4 soru da katılımcıların demografik özelliklerinin tespiti için kullanılmıştır. Ölçek üzerinde her bir unsurun değerlendirilmesi için 5’li Likert ölçeği kullanılmış ve ölçekte yer alan “1” hiç katılmıyorum, “5” ise kesinlikle katılıyorum düşüncesini ifade etmektedir.

Ankette veri toplama tekniği olarak, yüz yüze görüşme, mail ve Google Drive üzerinden oluşturulan e-anket kullanılmıştır. Toplamda 200 anket elektronik ortamda firmalara açıklayıcı ön bir yazı ile iletilmiştir. 144 anket firmalar tarafından yine elektronik ortamda eksiksiz olarak cevaplanmıştır. 11 anket ise yüz yüze görüşmeler sonucu firma yetkileri tarafından doldurulmuştur. Bursa-İnegöl ve çevresinde mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerden 98, İzmir ve çevresinde faaliyet gösteren işletmelerden ise 57 anket formu olmak üzere toplamda 155 anket elde edilmiştir.

2.2. Veri Toplama Aracının Güvenilirliği ve Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmamıza katılan işletme yetkililerini tanıtan ve bu bilgilerin sektördeki görev süresi, işletme içindeki görevinin frekanslara göre dağılımını belirten değerler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Personelin Deneyim ve Departman Frekans Dağılımı

Yaş	Frekans	%	Departman	Frekans	%	Deneyim Süresi (yıl)	Frekans	%
20-30	37	23,8	Firma sahibi	19	12,3	1-5	33	21,3
31-40	58	37,5	Müdür	15	9,6	6-10	46	29,7
41-50	60	38,7	İhracat	12	7,7	11-15	38	24,5
Toplam	155	100	İthalat	5	3,2	16-20	26	16,8
			Üretim	18	11,7	21-30	12	7,7
Cinsiyet			Pazarlama	21	13,6	Toplam	155	100
Bayan	10	6,4	Satın alma	29	18,7			
Bay	145	93,6	Lojistik	15	9,7			
Toplam	155	100	Satış	8	5,1			
			Planlama/Ar-Ge	5	3,2			
			Kalite kontrol	6	3,8			
			İnsan kaynak.	2	1,3			
			Toplam	155	100			

Araştırmada kullanılan ölçeği oluşturan ifadelerle ilişkin tanımlayıcı istatistiklerden aritmetik ortalama, standart sapma, varyans, çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Ölçeğe İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyans	Skewness (Çarpıklık)		Kurtosis (Basıklık)	
Uzun İlişki	155	3,6909	,99764	,995	-,959	,322	,637	,634
Referans	155	4,3091	,50452	,255	,394	,322	-,821	,634
Hedef	155	3,4545	1,11916	1,253	-,334	,322	-,784	,634
Talimat	155	3,8000	,82552	,681	-,631	,322	,181	,634
Pazar Arş.	155	4,4364	,63139	,399	-1,126	,322	1,446	,634
Esnek	155	3,8000	,86923	,756	-,822	,322	,257	,634
Satış Snr.	155	4,5818	,56735	,322	-,965	,322	-,030	,634
Ar-Ge	155	4,1273	,88306	,780	-,926	,322	,358	,634
Farklılık	155	3,9273	1,05153	1,106	-,842	,322	-,004	,634
Kültür	155	3,9091	,90825	,825	-1,047	,322	1,325	,634
Teşvik	155	3,2727	1,20883	1,461	-,290	,322	-,804	,634
Personel	155	4,2364	,96155	,925	-1,062	,322	1,233	,634
Markalaşma	155	3,0727	1,08619	1,180	,121	,322	-1,039	,634
Siyasi Ekon.	155	4,4364	,63139	,399	-,668	,322	-,480	,634
Fuar Tanıtım	155	3,4909	1,01603	1,032	-,799	,322	-,167	,634
Fuar Geri D.	155	3,8545	,77980	,608	-1,100	,322	1,383	,634

Çalışmada, Keşifsel Faktör Analizi ve Regresyon Analizi yöntemleri kullanılacağından verilerin normal dağılım varsayımı karşılama durumunu incelemek adına çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılması gerekmektedir (Hair vd. 1998: 604). Skewness yani basıklık değerinin 1,5 ile +1,5 arasında olması (Tabachnick ve Fidell, 2013) ve Kurtosis yani çarpıklık değerinin -2 ile +2 arasında olması (George ve Mallery, 2010) verilerin normal dağıldığını göstermektedir. Tablo 2’de belirtilen tüm değerler bu aralıklara uygundur. Dolayısıyla verilerimizin normal dağıldığını ve faktör analizi ile regresyon analizine uygun olduğunu

belirtebiliriz. Araştırmanın istatistiksel iç tutarlılığı Cronbach's Alpha katsayısı kullanılarak hesaplanmıştır. Alpha değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0.7 olması gerekir. Ancak inceleme türü çalışmalarda bu değer 0.5'e kadar makul kabul edilebileceği de bazı araştırmacılarca öngörülmektedir (Altunışık, vd. 2010: 122-124). Araştırmada Cronbach's Alpha değeri 0,784 olarak bulunmuş ve ölçek ifadelerinin iç tutarlılığı sağladığı görülmüştür.

3. KEŞİFSEL FAKTÖR ANALİZİ

Keşifsel faktör analizi aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak ölçmeyi az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni faktör ile açıklamaya çalışan bir istatistiksel tekniktir (Arslantürk, 2006: 123). Bir başka tanımda ise keşifsel faktör analizi kavramsal yapıyı oluşturan boyutların sayısını tespit etmede kullanılan çok değişkenli analiz yöntemidir. Keşifsel faktör analizi, önerilen modelde yer alan boyut sayısı hakkında bilgi verirken, boyutların geçerliliği ve güvenilirliği hakkında bilgi verememektedir. Modelde yer alan boyutların geçerliliğini ve güvenilirliğini, doğrulayıcı faktör analizi ile tespit etmek mümkündür (Avcılar, 2008: 19). Bu çalışmada kullanılan faktör analizinin her bir aşaması, Ozturkoglu vd. (2016) da verilen yol haritasına göre yapılmıştır.

Faktör analizi, elde edilen tüm veriler için uygun olmayabilir. Bu nedenle veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının tespiti için KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçlarının incelenmesi gerekmektedir.

KMO testi var olan örneklemin analiz için yeterli olup olmadığını açıklar. KMO 0 ile 1 arasında değer alır 1'e ne kadar yakınsa örneklem o kadar faktör analizine uygundur, ayrıca örneklemin faktör analizine uygun olması için KMO değerinin 0,50 den de büyük olması gerekir. Bartlett testi ise, veri matrisinin birim matris olup olmadığına, değişkenler arasındaki korelasyonun yeterli olup olmadığına karar verir.

Araştırma sonucunda elde ettiğimiz verilerin faktör analize uygunluğunu ölçmek amacıyla KMO ve Bartlett's testi uygulanmış, elde ettiğimiz değerler Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,786
	Ki kare	1668,206
Bartlett's Test of Sphericity	sd	210
	Sig.	0,000

Verilerin KMO testi ile ölçülmesi sonucunda KMO katsayısının 1'e yakın olması ve küresellik testi sonucu anlamlılık düzeyinin $p < 0,05$ tespit edilmesi nedeniyle veri seti faktör analizine uygundur.

Tablo 4: Keşifsel Faktör Analizi Sonuçları

	Bileşenler		
	1	2	3
Uzun ilişki	,831		
Referans	,753		
Hedef	,673		
Talimat	,715		
Pazar Araştırması	,609		
Esnek	,571		
Ar-Ge			,627
Farklılık			,585
Kültür		,840	
Teşvik		,788	
Markalaşma		,626	
Fuar Tanıtım		,617	
Personel		,758	
Siyasi Ekonomi		,845	

Analiz sonucunda meydana gelen 3 faktör toplam varyansın %78,774'ünü açıklayabilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda *satış sonrası hizmetler mobilya sektörünün en önemli hizmetlerindedir* (0,385) ile *mobilya fuarlarının işletmemize olan geri dönüşümü olumludur* (0,472) ifadeleri faktörleşmemiştir. Dolayısıyla faktörleşmemiş olan iki adet ifadenin çıkarılması ile birlikte analizimize dâhil olacak ifade sayısı 14'e düşmüştür. Diğer ifadelerin, faktör yüklerinin bir araya geldiği bileşenlere baktığımızda;

1.faktörün tedarikçilerle olan ilişkiler, satın alma işlemlerinde pazar araştırması, işletmelerin ekonomik dalgalanmalara karşı hazır olmaları, sipariş ve talep yönetimi içeren ifadelerden oluştuğunu görürüz.

2.faktörün firmanın daha çok piyasadaki başarısı ve rekabet etme noktalarındaki başarılarına etki eden ekonomik- siyasi olaylar, fuar hizmetlerinin etkisi, pazar yeri seçimlerinde kültürün etkisi, sektördeki personel durumları, işletme içi ve dışı çevresel faktörlerden oluştuğunu görmekteyiz.

3. faktörün ise sadece farklılık ve Ar-ge ifadelerini içerdiğini görürüz. Analiz sonrası oluşan faktörlere verilen isimler ve içerdikleri ifadeler aşağıda Tablo 5 'de sıralanmıştır.

Tablo 5: Analiz Sonucunda Oluşan Faktörler

1.FAKTÖR: Tedarik Zinciri Yönetimi Faktörü
Tedarikçiler ile aramızdaki ilişki uzun vadelidir.(1-5 yıl)
Tedarikçi seçiminde referans bilgileri aranmalıdır.
Mobilya sektöründe faaliyet gösteren tedarikçiler ile işletmemiz arasında hedefler belirlenmelidir.
Tedarikçilere verilen sipariş işlemlerinin nasıl yapılacağını belirten talimatname yapılmalıdır.
Satın alma işlemleri gerçekleşmeden önce gerekli pazar araştırması yapılmalıdır.
Taleplerdeki dalgalanmalara karşı işletmeler esnek olmalıdır.
2.FAKTÖR: Çevresel Unsurlar Faktörü
Mobilya sanayiinde Pazar yeri seçiminde ülkenin kültürel yapısı ve tüketici davranışları önemlidir.
Mobilya sanayiine devlet tarafında gerekli teşvikler verilmektedir.
Sektörde görev alacak nitelikli ve sektöre hâkim personel konusunda eksiklikler mevcuttur.
Mobilya sektöründe gerçekleşen 'markalaşma' çalışmaları yeterlidir.
Ülkelerde var olan siyasi istikrarsızlıklar ve ekonomik dalgalanmalar mobilya sanayiinde etkilidir.
Yurtiçinde gerçekleşen mobilya fuarlarının tanıtımının yeterli düzeyde yapılmaktadır.
3.FAKTÖR: Yenilikçilik Faktörü
Ar-ge mobilya işletmeleri için olmazsa olmaz bir departmandır.
Mobilya ürünlerinde farklılık yaratacak yenilikler işletmelerin ana stratejilerinden olmalıdır.

3.1. Tedarik Zinciri Yönetimi Algısının Cinsiyet, Yaş ve Deneyim Süresine Göre Farklılık Göstermesinin Test Edilmesi

Bu bölümde üretim firmalarının, tedarik zinciri yönetimi algılarının; anketi cevaplayanın deneyim süresine, yaşına ve cinsiyetine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Cinsiyet ile ilgili t-test analizi yapılmış ve cinsiyete göre tedarik zinciri algısı farklılığını gösteren sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Cinsiyete Göre Tedarik Zinciri Algısı Farklılığının Testi

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Ortalama farkı
Erkek	145	3,311	1,144	1,501	0,013	-788
Kadın	10	4,100	0,737			

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere anketi cevaplayanların cinsiyetleri arasındaki ortalama değerleri birbirinden farklıdır ve p değeri 0,013 çıkmıştır. Bu durumda tedarik zinciri yönetimi algısı cinsiyete göre anlamlı fark göstermektedir denilebilir.

Yaş gruplarına ve deneyim sürelerine göre tedarik zinciri yönetimi algısının ortalamalarının ve bu ortalamaların karşılaştırılması için tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 7 ve Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 7: Yaş Gruplarına Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p
20-30	37	3,37	0,40	3,337	0,022
31-40	58	3,46	0,63		
41-50	60	3,72	0,66		

Varyans analizi sonuçlarına göre; tedarik zinciri yönetimi algısı yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. ($p<0,05$).

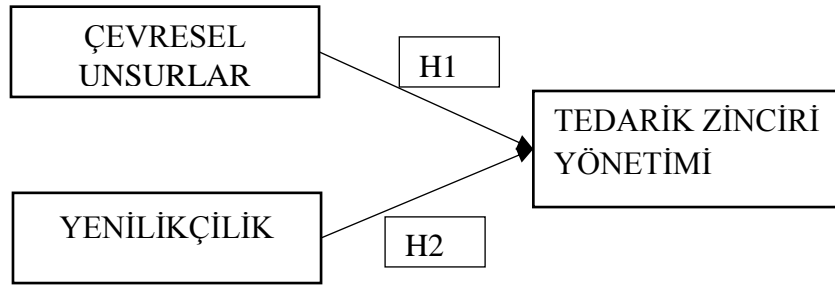
Tablo 8: Deneyim Süresine Göre tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Deneyim Süresi	N	Ortalama	Std.Sapma	F	p
1-5	33	3,37	0,66	1,756	0,015
6-10	46	4,06	0,50		
11-15	38	4,06	0,50		
16-20	26	3,97	0,61		
21-30	12	3,67	0,87		

Analiz sonucunda tedarik zinciri yönetimi algısının deneyim süresine göre anlamlı fark gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$).

4. REGRESYON ANALİZİ

Araştırmanın ana modeli ve hipotezleri Şekil 1’te gösterilmiştir. Mobilya sektör işletmelerinde tedarik zinciri yönetimi algısının çevresel unsurlar ve yenilikçilik faktörüyle olan ilişkisi çoklu regresyon metoduyla analiz edilmiştir. Çoklu regresyon analizi bağımlı değişkenlerin bağımsız değişkenler tarafından ne kadar açıklanabildiğini göstermektedir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

H1: Mobilya üretimi yapan işletmeler de tedarik zinciri yönetiminin nasıl olması gerektiğine dair algılar piyasadaki mevcut çevresel unsurlardan etkilenmektedir.

H2: Mobilya üretimi yapan işletmeler de tedarik zinciri yönetiminin nasıl olması gerektiğine dair algılar firmanın yenilikçilik anlayışından etkilenmektedir.

4.1. Çevresel Unsurlar Bağımsız Değişkeni ile Tedarik Zinciri Yönetimi Bağımlı Değişkeni Arasındaki İlişki

Regresyon modeli $p=0,000$ anlamlılık düzeyinde ve regresyon modelinin genel anlamlılığının sınındığı F değerine (25,336) göre anlamlı çıkmıştır. Çevresel unsurlar bağımsız değişkeniyle tedarik zinciri yönetimi anlayışı bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin gösterildiği Tablo 9’de belirlilik katsayısına göre (R^2) (0,644) çevresel unsurlar tedarik zinciri yönetimi anlayışının %64,4’ünü açıklamaktadır.

Tablo 9: Tedarik Zinciri Yönetimi Anlayışına Çevresel Unsurların Etkisi

Bağımsız değişkenler	Standardized Coefficients		p
	Beta	t	
(Constant)		3,769	,000
Kültür	,210	1,360	,027
Teşvik	,161	1,192	,239
Personel	,594	1,943	,003
Markalaşma	-,280	-1,995	,052
Siyasi ekonomi	,266	1,477	,032
Fuar tanıtım	,162	-1,194	,238

İlk hipotez kabul edilmiş ancak çevresel unsurlardan kültürel yapı ve müşteri davranışları, nitelikli personel ve siyasi/ekonomik durum tedarik zinciri yönetimi anlayışını etkilerken; fuar tanıtımı, teşvik ve markalaşma çabalarının etki düzeyleri anlamlı çıkmamıştır.

4.2. Yenilikçilik Bağımsız Değişkeni ile Tedarik Zinciri Yönetimi Bağımlı Değişkeni Arasındaki İlişki

Regresyon modeli $p=0,000$ anlamlılık düzeyinde ve regresyon modelinin genel anlamlılığının sınındığı F değerine (3,149) göre anlamlı çıkmıştır. Yenilikçilik bağımsız değişkeniyle tedarik zinciri yönetimi anlayışı bağımlı değişkeni arasındaki ilişkinin gösterildiği Tablo 10’te belirlilik katsayısına göre (R^2) (0,226) yenilikçilik unsurları tedarik zinciri yönetimi anlayışının %22,6’sını açıklamaktadır.

Tablo10: Tedarik Zinciri Yönetimi Algısına Yenilikçiliğin Etkisi

Bağımsız değişkenler	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		10,479	,000
Ar-Ge	,043	,258	,797
Farklılık	,386	2,329	,024

2. hipotez kabul edilmiş ancak üretim firmasında Ar-Ge departmanı’ nın bulunuşunun firmanın tedarik zinciri yönetimi algısına herhangi bir etkisinin olmadığı ($p=0,797$) anlaşılmıştır. Farklılık yaratacak yenilikler ise üretim firmasının tedarik zinciri yönetimi algısına %38,6 oranında etki etmektedir.

5. SONUÇ

Türk mobilya sektörü ağırlıklı küçük ve orta boy işletmelerin faaliyette bulunduğu işletmelerden oluşmaktadır. Küçük ve orta ölçekli firmaların kurumsallıktan uzak olması özellikle tedarik zinciri yönetimi gibi bilimselliği kanıtlanmış sistemlerin uygulanabilirliğini son derece kısıtlamaktadır. Bu çalışmanın araştırma modeli öncelikle mobilya sektöründe bir ölçek geliştirmek ve geliştirilen ölçeğin ışığında kurulan hipotezleri test etmektir. Detaylı bir literatür taraması sonucu mobilya sektörü için tespit edilen rekabet unsurları, sektör uygulamalarını tam olarak yansıtabilmesi için sektör temsilcilerinde oluşan bir grup tarafından tekrardan gözden geçirilerek toplam da 16 unsur elde edilmiştir. Elde edilen unsurlar toplamda 155 firma tarafından yorumlanarak elde edilen veriler ile faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucu; çevresel unsurlar, yenilikçilik ve tedarik zinciri yönetimi algısını verdiğimiz üç ana faktörlerin kendi için de ki ilişkilerini incelemek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analiziyle tespit edilen birinci hipotez (üretim işletmelerinde tedarik zinciri

yönetiminin nasıl olması gerektiğine dair algılar piyasadaki mevcut çevresel unsurlardan etkilenmektedir) ve ikinci hipotez (üretim işletmelerinde tedarik zinciri yönetiminin nasıl olması gerektiğine dair algılar firmanın yenilikçilik anlayışından etkilenmektedir) test edilerek analiz sonucunda iki hipotezimizde kabul edilmiştir. Tedarik zinciri yönetimi anlayışının %64'ü çevresel unsurlar, %23'ü ise yenilikçi unsurlar tarafından açıklanmaktadır. Ancak birinci hipotezimizde çevresel unsurlardan kültürel yapı ve müşteri davranışları, nitelikli personel ve siyasi/ekonomik durum tedarik zinciri yönetimi anlayışını etkilerken; fuar tanıtımı, teşvik ve markalaşma çabalarının etki düzeyleri anlamlı çıkmamıştır. İkinci hipotezimizde ise üretim firmasında Ar-Ge departmanının bulunuşunun firmanın tedarik zinciri yönetimi algısına herhangi bir etkisinin olmadığı anlaşılmıştır.

Çalışmada geliştirilen ölçek, diğer sektörlerde de uygulanarak, tedarik zinciri yönetimi algısı analizleri ile literatüre farklı çalışmalar sunulabilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2013). "Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme", *Akademik Bakış Dergisi*, 37: 1-21.
- Aksayar, F.M. (2006). "Türkiye mobilya sanayisinin Avrupa Birliği Ölçeğinde Rekabet Gücü", Gazi Üniversitesi Fen bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Altay, B. ve Gürpınar, K. (2008). "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 10(1), 257-274,
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri - SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arslantürk, Z. (1997). *Sosyal Bilimler İçin Araştırma Metot ve Teknikleri*, İstanbul, Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları, No: 103 Emre Matbaası.
- Cındık, H., Akyüz, K. C., Serin, H. ve Akyüz, İ. (2003). "Mobilya Sanayisinin 1995-2000 Yılları Arasındaki İthalat- İhracat Miktar ve Değerlerinin Ülkelere Bağlı olarak Dağılımının Analizi", *Pazarlama Dünyası*, 17(2): 16-24.
- Çalışkan, A., Karacasulu, T. M. ve Öztürkoğlu, Y. (2016). "Hızlı Moda Markalarında Çevik ve Esnek Tedarik Zinciri Yönetimi", *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (4), 49-74.
- Çelik, N. (2012). "Türkiye'de Mobilya Sektörü Gelişim Planı İçin Bir Karar Modeli Önerisi", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1): 223-232.
- Demirci, S.(2005). "Türkiye Mobilya Endüstrisinin Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Politeknik Dergisi*. 8(4): 369-379.
- Erkekoğlu, H., Kılıçarslan, Z., ve Gökner, H. (2014). "Kayseri İlinin Mobilya Sektörü Rekabet Gücü: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44: 1-22.
- George, D. and Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson.
- Gürpınar, K. ve Barca, M. (2007). "Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2): 41-61.
- Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey, Prentice-Hall International Inc.,
- İnal, M.E. ve Toksarı, M. (2006). "Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Bu Sorunları Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4): 105-121.
- Kutlu, R. (2005). " Türkiye'nin İslam Ülkeleri Karşısında Rekabet Gücünün Ölçülmesi", *İslami Araştırmalar Dergisi*, 18(4), 429-436.
- 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 Dergisi*, 14(2): 747-764.
- Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, Mobilya Sektör Raporu, 2016.
- Ozturkoglu, O., Saygılı, E. and Ozturkoglu, Y. (2016). "A Manufacturing-Oriented Model for Evaluating the Satisfaction of Workers - Evidence from Turkey", *International Journal of Industrial Ergonomics*, 54: 73-82.

Öztürkoğlu, Y. ve Çalışkan, A. (2016). “Deniz Taşımacılığında Broker Seçimi Kararını Etkileyen Kriter Skorlarının Belirlenmesi”, *DEU Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 31-61.

Paksoy, T., Altıparmak, F. (2003). “Dağıtım Ağlarının Tasarımı ve Eniyilemesi Kapsamında Tedarik Zinciri ve Lojistik Yönetimine Bir Bakış: Son Gelişmeler ve Genel Durum” ,*Yıldız Teknik Üniversitesi Dergisi*, 4: 149-167.

Sönmez, A. ve Arslan, A. R. (2010). “Döşemeli Mobilya Endüstrisinin Sorunları ve Çözüm Önerileri”, *Politeknik Dergisi*, 13: 191-201.

Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*, 6th Edition, Pearson.

Uygun, M. (2000). “Türkiye Mobilya Endüstrisi ve Rekabet Düzeyi”, Hacettepe Üniversitesi Fen bilimleri Enstitüsü Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Üstüner, A. İ. (2010). “Ankara’daki Mobilya ve Dekorasyon İşletmelerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.