

Sayı: 17812098-TİM.AKİB.GSK.SAN.2026/398-2787
Konu: ABD Mobilya Ülke Raporu

Mersin, 30/06/2026

Sayın Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Üyemiz,

Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri sektöründe faaliyet gösteren Birliğimiz üyelerinin uluslararası piyasalardaki rekabetçiliklerinin artırılmasını sağlamak amacıyla, Genel Sekreterliğimizce hazırlanmış olan “**ABD Mobilya Ülke Raporu**” konu başlıklı raporumuz ilişikte tarafınıza sunulmaktadır.

Bilgilerini rica ederim.

H. Okan ŞENEL
Genel Sekreter Yrd.

Ek: ABD Mobilya Sektör Raporu (11 sayfa)





ABD MOBİLYA SEKTÖR RAPORU

Aybüke Dokudur
Sanayi Sektörleri Şubesi

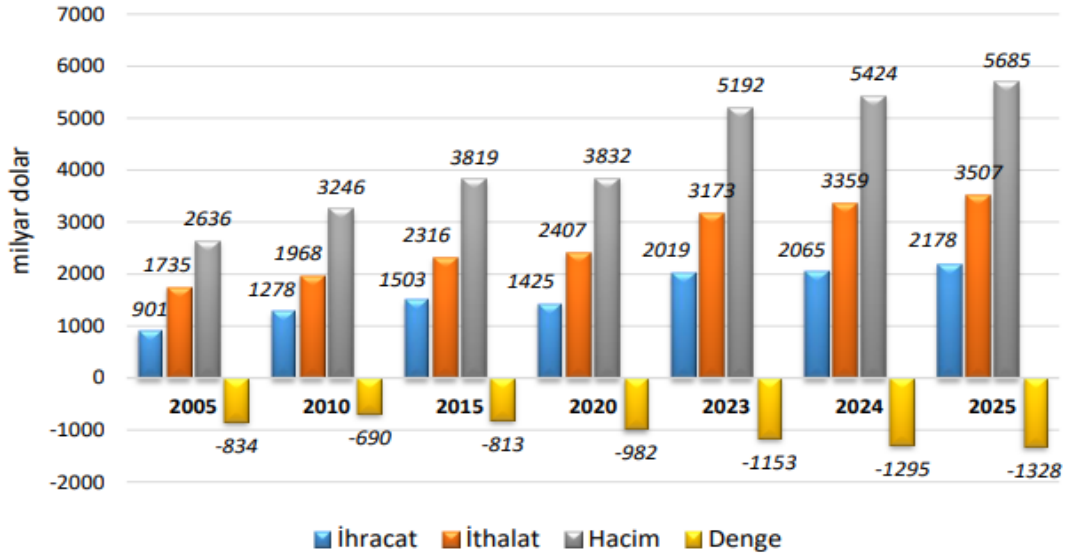
İçindekiler Tablosu

1. Ülkenin Dış Ticareti.....	2
1.1. Ürünler İtibari ile Dış Ticaret Verileri (İhracat)	3
1.2. Ürünler İtibari ile Dış Ticaret Verileri (İthalat).....	3
2. Türkiye ile Ticaret.....	4
2.1. Türkiye'nin ABD'ye İhracatında Başlıca Ürünler.....	4
3. ABD Mobilya İthalat Verileri.....	6
3.1. ABD'nin Mobilya İthalatı Verileri Ülkeler Bazında (GTIP 94).....	6
3.2. ABD'nin Mobilya İthalatı Verileri Ürünler Bazında (GTIP 94).....	6
3.3. ABD – Türkiye Dış Ticaret Göstergesi (GTIP 94).....	7
4. ABD Mobilya Sektörü Pazar Analizi.....	7
4.1. Malzemeye Göre.....	7
4.2. Fiyat Aralığına Göre.....	8
4.3. Dağıtım Kanalına Göre.....	8
4.4. Coğrafya'ya Göre.....	8
5. ABD Mobilya Pazarının Büyümesini Tetikleyen Temel Faktörler.....	9
5.1. Artan Ev Yenileme ve Tadilat Faaliyetleri.....	9
5.2. E-Ticaret ve Dijital Perakendeciliğin Büyümesi.....	9
5.3. Sürdürülebilir ve Kişiselleştirilebilir Mobilyalara Artan Talep.....	9
6. ABD Mobilya Pazarındaki Zorluklar.....	10
6.1. Dalgalanan Hammadde Fiyatları ve Tedarik Zinciri Kısıtlamaları.....	10
6.2. Yoğun Piyasa Rekabeti ve Fiyat Duyarlılığı.....	10
7. Sonuç.....	10

1. Ülkenin Dış Ticareti

T.C. Ticaret Bakanlığı Uluslararası Anlaşmalar ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü raporuna göre, ABD, 2024 yılında 3,3 trilyon dolarlık (%6 artan) ithalatla dünyada %14 pay ile 1. sırada olup, 2 trilyon dolarlık (%2 artan) ihracatla dünyada %8,6 pay ile 2. sıradadır. Hizmetler ticaretinde dünyanın en büyük ihracatçısı ve ithalatçısı olan ABD, toplam ihracat ve ithalatta da (hizmetler ve mal ticareti toplamı) lider konumdadır. 2025 yılı için ABD'nin ihracatı % 5,5 artış ile 2 178 milyar dolar, ithalatı % 4,4 artış ile 3 507 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

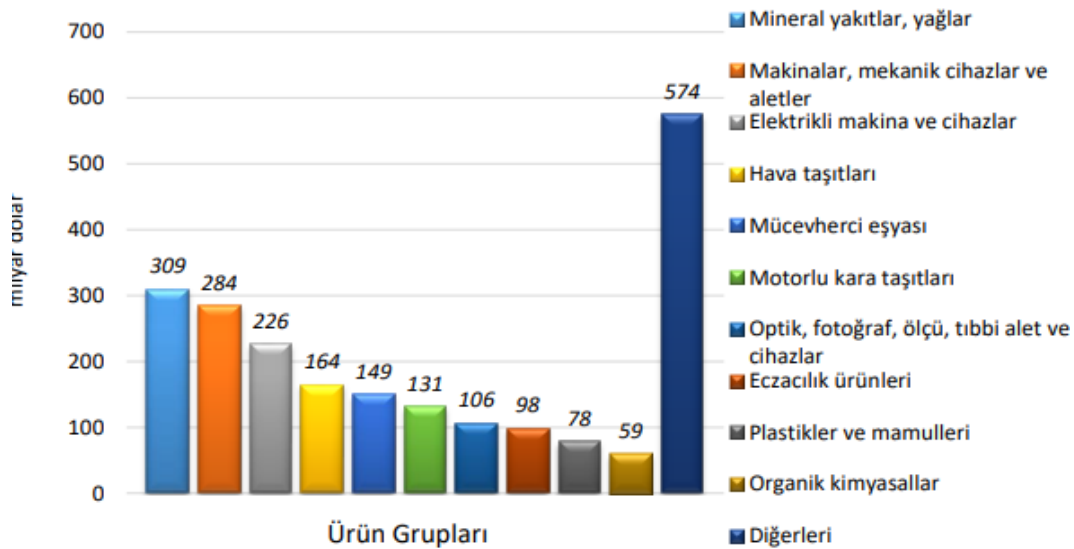
ABD'nin Dış Ticaret Göstergeleri (milyar dolar)



Kaynak: Trademap

1.1. Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret Verileri (İhracat)

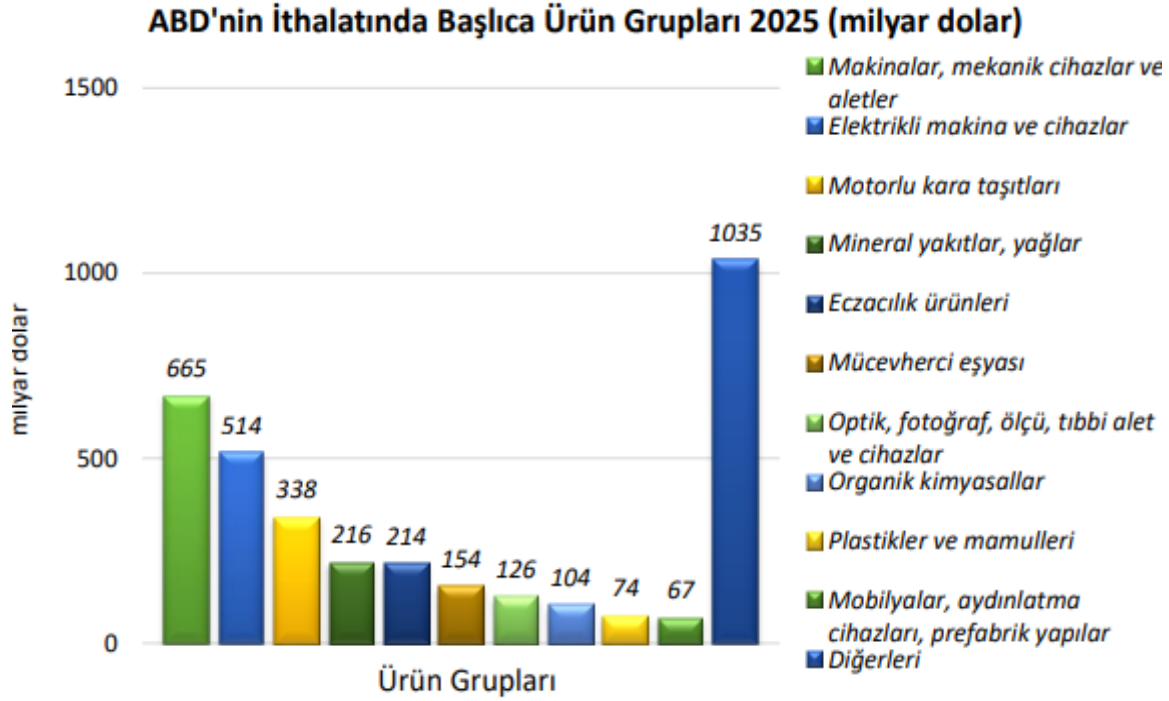
ABD'nin İhracatında Başlıca Ürün Grupları 2025 (milyar dolar)



Kaynak: Trademap

Trademap'ten alınan 2025 verilerine göre, ABD'nin 2025 yılında ihraç ettiği başlıca ürünler; mineral yakıtlar ve yağlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, elektrikli makine ve cihazlar ile hava taşıtlarıdır.

1.2. Ürünler İtibarı ile Dış Ticaret Verileri (İthalat)



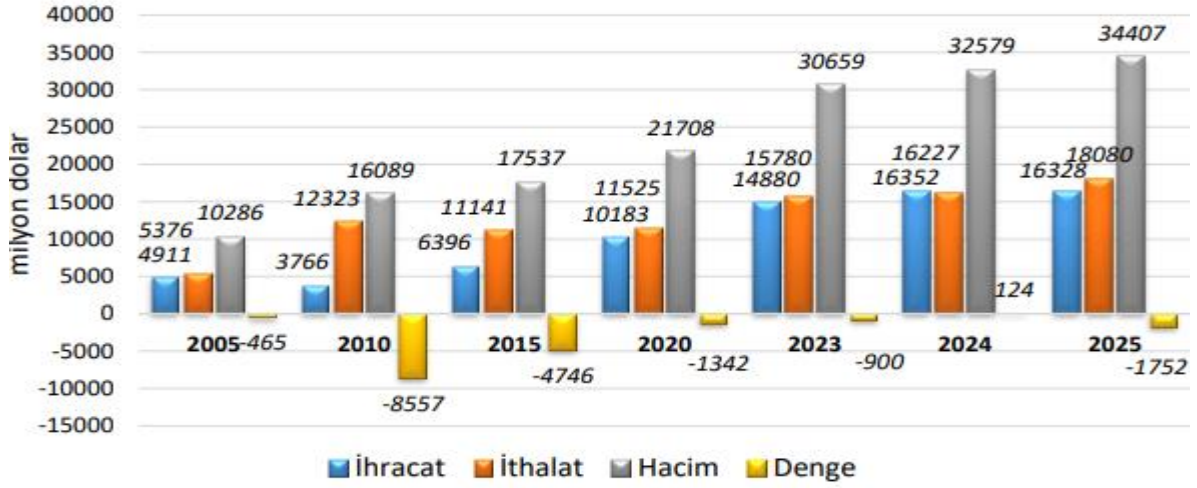
Kaynak: Trademap

Trademap'ten alınan 2025 verilerine göre, ABD'nin 2025 yılında en fazla ithalat yaptığı ürün grupları makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, elektrikli makine ve cihazlar ile motorlu kara taşıtlarıdır. Mobilyalar ise ABD ithalatında 10. sırada yer almaktadır.

2. Türkiye ile Ticaret

T.C. Ticaret Bakanlığı Uluslararası Anlaşmalar ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü raporuna göre, 2025 yılında ABD'ye ihracatımız bir önceki yıla göre %0,1 azalış 16 328 milyon dolar ve ithalatımız bir önceki yıla göre %11,4 artış ile 18 080 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2025 yılında ABD ile ticarette Türkiye'nin 1 milyar 752 milyon dolar dış ticaret açığı verdiği gözlenmektedir.

Türkiye'nin ABD ile Ticareti (milyon dolar)



Kaynak: Trademap

2.1. Türkiye'nin ABD'ye İhracatında Başlıca Ürünler

Trademap verilerine ve T.C. Ticaret Bakanlığı Uluslararası Anlaşmalar ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü raporuna göre, 2025 yılında ABD'ye ihracatımızda başlıca ürün grupları; Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri, Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallere veya kıymetli metallerle kaplama metallere), Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları, Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar, Çimento, Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç), mozaik için küp şeklinde taşlar, granüller, Elektrik devresi teçhizatı, Meyve ve sebze suları, Elektrik transformatörleridir.

Sıra	GTİP	ÜRÜNLER (İlk 15)	2023	2024	2025	Pay (%, 2025)	Değişim (%, 2024- 2025)
TOPLAM İHRACAT (Diğerleriyle)			14 879 654	16 351 880	16 327 645	100	-0,1
1.	8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	511 278	742 294	939 648	5,8	26,6
2.	7113	Mücevherci eşyası ve aksamı (kıymetli metallerden veya kıymetli metallerle kaplama metallerden)	948 438	1 057 110	896 770	5,5	-15,2
3.	5702	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları	715 022	706 907	661 313	4,1	-6,4
4.	8708	Karayolu taşıtları için aksam ve parçalar	528 186	619 754	640 869	3,9	3,4
5.	2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	123 602	875 566	526 531	3,2	-39,9
6.	2523	Çimento	510 728	429 790	469 974	2,9	9,3
7.	6802	Yontulmaya veya inşaata elverişli işlenmiş taşlar (kayagan taşı hariç), mozaik için küp şeklinde taşlar, granüller	374 352	417 823	450 151	2,8	7,7
8.	8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı (anahtarlar, röleler, sigortalar, fişler, kutular vb)	70 608	168 161	406 718	2,5	141,9
9.	2009	Meyve ve sebze suları	305 549	395 137	380 316	2,3	-3,8
10.	8504	Elektrik transformatörleri, statik konvertörler (örneğin; redresörler) ve endüktörler	83 674	180 470	311 390	1,9	72,5
11.	8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları	157 518	219 834	246 065	1,5	11,9
12.	1806	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	62 945	48 357	243 882	1,5	404,3
13.	8409	Sadece veya esas itibarıyla 84.07 veya 84.08 pozisyonlarındaki motorların aksam ve parçaları	125 309	169 832	229 575	1,4	35,2
14.	6204	Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb.(yüzme kıyafetleri hariç)	203 274	222 224	215 549	1,3	-3
15.	6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri	204 401	198 527	197 727	1,2	-0,4

Kaynak: Trademap

3. ABD Mobilya İthalat Verileri

3.1. ABD'nin Mobilya İthalatı Verileri Ülkeler Bazında (GTIP 94)

GTIP 94- "Mobilya; yatak takımları, şilteler, şilte destekleri, yastıklar ve benzeri doldurulmuş mobilyalar"

Sıra	İhracatçılar	İth. Değ. 2022	İth. Değ. 2023	İth. Değ. 2024	İth. Değ. 2025	Değişim 24/25
1	Viet Nam	15788592	11968278	15000554	15698177	4,4
2	Çin	29666363	20285544	20935587	14532797	- 44,1
3	Meksika	13192176	13359687	12821667	12304683	- 4,2
4	Kanada	5855045	5809056	5540293	5086242	- 8,9
5	İtalya	2414620	2055772	2094946	2071526	- 1,1
6	Malezya	2552097	1595121	1775893	1944300	8,7
7	Endonezya	2420579	1588155	1644486	1687446	2,5
8	Hindistan	1821799	1406284	1399713	1348673	- 3,8
9	Taipei (Çin)	1885076	1387213	1322296	1115201	- 18,6
10	Kamboçya	1344368	1162397	1450993	1770440	18,0
20	Türkiye	339557	287311	303792	297091	- 2,3

Kaynak: Trademap - www.trademap.com

ABD'nin mobilya sektörü ithalat verileri ülkeler bazında incelendiğinde; GTIP 94-"Mobilya; yatak takımları, şilteler, şilte destekleri, yastıklar ve benzeri doldurulmuş mobilyalar" ürün grubunda Vietnam bir önceki yıla oranla %4,4 artışla ve 15 milyar 698 milyon dolar ile ilk sırada yer alırken, Çin bir önceki yıla göre %44,1 azalış ve 14 milyar 532 milyon dolar ihracatla ikinci sırada ve Meksika %4,2 azalış ve 12 milyar 304 milyon dolar ihracatla 3. sırada yer almaktadır. Türkiye ise bir önceki yıla oranla %2,3 değer kaybıyla ve 297 milyon dolar ihracatla 20. sırada yer almaktadır.

3.2. ABD'nin Mobilya İthalatı Verileri Ürünler Bazında (GTIP 94)

GTIP 94- "Mobilya; yatak takımları, şilteler, şilte destekleri, yastıklar ve benzeri doldurulmuş mobilyalar"

GTIP	Ürün	İth. Değ. 2022	İth. Değ. 2023	İth. Değ. 2024	İth. Değ. 2025	Değişim 24/25
'9403	Mobilya ve bunların parçaları, başka yerde sınıflandırılmamış olanlar (koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ekipmanları hariç)	36139352	27143452	28962861	26473405	- 9,4
'9401	Yatağa dönüştürülebilir olsun veya olmasın koltuklar ve bunların parçaları, başka yerde belirtilmemiş olanlar (tıbbi, cerrahi vb. hariç)...	31012417	26000798	27314159	25387644	- 7,6
'9405	Aydınlatma armatürleri ve cihazları (arama ve odaklama ışıkları dahil) ve bunların aksam ve parçaları (başka bir yerde sınıflandırılmamış);	11800827	9290313	9690829	8859440	- 9,4
'9404	Aydınlatma armatürleri ve aydınlatma ekipmanları, projektörler ve spot ışıkları dahil olmak üzere, ve bunların parçaları, başka yerde belirtilmemiş olanlar;	5664180	4629963	4458174	3780331	- 17,9
'9402	Tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik mobilyaları, örneğin ameliyat masaları, muayene masaları,	1427075	1187893	1361217	1331132	- 2,3
'9406	İster tamamlanmış ister monte edilmiş olsun, prefabrik binalar.	692764	754341	848262	783718	- 8,2

Kaynak: Trademap - www.trademap.com

ABD'nin mobilya sektörü ithalat verileri ürünler bazında *GTIP 94-"Mobilya; yatak takımları, şilteler, şilte destekleri, yastıklar ve benzeri doldurulmuş mobilyalar"* incelendiğinde; 26 milyar 473 milyon dolarlık ithalat ve %9,4 azalış ile *"GTIP 9403 Mobilya ve bunların parçaları..."* ilk sırada yer alırken, %7,6 azalış ve 25 milyar 387 milyon dolar ithalat ile *"GTIP 9401 Yatak haline dönüştürülebilir olsun veya olmasın koltuklar ve bunların parçaları"* ikinci sırada yer almaktadır. *"GTIP 9405 Aydınlatma armatürleri ve armatürler"* 8 milyar 859 milyon dolarlık ithalat ve %9,4 azalış ile 3. sırada yer almaktadır.

3.3. ABD – Türkiye Dış Ticaret Göstergesi (GTIP 94)

GTIP 94-" Mobilya; yatak takımları, şilteler, şilte destekleri, yastıklar ve benzeri doldurulmuş mobilyalar"

GTIP	Ürün	ABD'nin Türkiye'den İthalatı			Türkiye'nin Dünyaya İthalatı			ABD'nin Dünyadan İthalatı		
		Değer 2023	Değer 2024	Değer 2025	Değer 2023	Değer 2024	Değer 2025	Değer 2023	Değer 2024	Değer 2025
'9403	Mobilya ve bunların parçaları, başka yerde sınıflandırılmamış olanlar (koltuklar ve tıbbi, cerrahi, dişçilik veya veterinerlik ekipmanları hariç)...	131554	137258	119291	2378690	2306602	2321292	27143452	28962861	26473405
'9401	Yatak haline dönüştürülebilir veya dönüştürülemez koltuklar ve bunların parçaları, başka yerde sınıflandırılmamış (tıbbi, cerrahi vb. hariç)...	117894	121298	114037	1693089	1719929	1774690	26000798	27314159	25387644
'9404	Yatak destekleri (koltuklar için yaylı iç kısımlar hariç); yatak takımları ve benzeri mobilyalar, ...	23560	26513	45605	373348	367980	387184	4629963	4458174	3780331
'9406	Önceden üretilmiş binalar, ister tamamlanmış ister monte edilmiş olsun...	4864	8508	8545	301742	279321	264675	754341	848262	783718
'9405	Aydınlatma armatürleri ve aydınlatma ekipmanları, projektörler ve spot ışıkları dahil, ve bunların parçaları, başka yerde sınıflandırılmamış; ...	8532	9255	7848	307875	292325	320691	9290313	9690829	8859440
'9402	Tıbbi, cerrahi, diş veya veterinerlik mobilyaları, örneğin ameliyat masaları, muayene masaları, ...	906	960	1765	93814	106028	100643	1187893	1361217	1331132

Kaynak: Trademap - www.trademmap.com

Türkiye ile ABD dış ticaret göstergesinin yer aldığı tabloda iki ülke arası ithalat ve ihracat dengesini *GTIP 94 "Mobilya; yatak takımları, şilteler, şilte destekleri, yastıklar ve benzeri doldurulmuş mobilyalar"* ürün özelinde görmekteyiz. İki ülke arası ticaret göstergesinde ilk sırada 119 milyon 291 bin dolarlık ihracatımızla *GTIP 9403"Mobilya ve bunların parçaları (başka yerde sınıflandırılmamış)"* ürün grubu yer almaktadır. İkinci sırada ise 114 milyon 037 bin dolarlık ihracatımızla *GTIP 9401"Yatak haline dönüştürülebilir olsun veya olmasın koltuklar ve bunların parçaları"* ürün grubu yer almaktadır.

4. ABD Mobilya Sektörü Pazar Analizi

4.1. Malzemeye Göre

Ahşap, algılanan kalitesi ve onarılabilirliği nedeniyle ABD mobilya pazar payının %56,23'ünü elinde tutmaktadır. Bununla birlikte, plastik ve polimer parçalar, hafif çerçeveler ve kolayca geri dönüştürülebilir reçine karışımları kullanımları artmaktadır. Metal çerçeveler dış mekan ortamlarında ve endüstriyel loft dekorasyonunda hakimken, mühendislik ürünü kompozitler raflarda mukavemet-ağırlık avantajları sağlamaktadır. Sürdürülebilir kaynak kullanımları, biyoplastik-ahşap hibritleriyle yankı bulmakta ve yeşil kategorideki tüketicilere hitap eden karbon negatif taleplerini

mümkün kılmaktadır. Ev Mobilyaları içindeki karışık malzeme, estetik sıcaklık için ahşaba yönelirken, daha alt segmentler dayanıklılık için yüksek basınçlı laminanta yönelmektedir.

4.2. Fiyat Aralığına Göre

Orta segmentteki ürünler, 2024 yılında ABD mobilya pazarının %43,14'ünü oluştururken, ilerleyen yıllarda tüketiciler "hızlı mobilya" yerine miras niteliğinde parçalar tercih ettikçe, premium ürün talepleri pazarda artmaktadır. Ekonomik markalar, zaten az olan kar marjlarını azaltan nakliye ve işçilik ücretleriyle mücadele ederek ürün çeşitliliğini rasyonelleştirmeye yönelmektedir. ABD mobilya pazarında, fiyat tabakalaşması giderek kanal tercihleriyle uyumlu hale gelmektedir. Büyük perakendeciler çevrimiçi platformlar aracılığıyla giriş seviyesi paketler sunmaya odaklanırken, butik stüdyolar müşterileri çekmek için deneyimsel showroom'lara ağırlık vermektedir.

4.3. Dağıtım Kanalına Göre

Dijital Perakendecilik Amerika Birleşik Devletleri mobilya pazarında %69,1'ini oluşturmakta ve 2030'a kadar daha da artması beklenmektedir. Büyük evler için özel marka zincirleri tasarım danışmanlığı sunarken çevrimiçi satış yapan perakendeciler ürün çeşitliliği konusunda tüketicilere fırsat sunmaktadır. Müşterilerin mağazada ürünleri test edip, uygun tasarım için çevrimiçi olarak işlem yapmalarıyla "tıkla ve al" hizmeti artmaktadır. ABD mobilya pazarındaki lider firmalar, müşteri taleplerine boyut olarak doğru modeller üretebilmek için yapay zeka (AR) uygulamalarını kullanarak iade oranlarını ve nakliye giderlerini önemli ölçüde azaltmayı hedeflemektedir. Operasyonel tarafta ise API bağlantılı envanter sistemleri, teşhir salonlarını dağıtım merkezleriyle senkronize ederek stok tükenme risklerini en aza indirmekte ve tedarik zinciri verimliliğini artırmaktadır. Sonuç olarak, bu önlemler pazarın dağıtım kanalı performansını ve genel rekabet gücünü artırmaktadır.

4.4. Coğrafya'ya Göre

ABD'nin güneydoğusu, gelen göç ve daha büyük alana sahip ortalama ev büyüklükleri ile ABD mobilya pazarının %29,21'ini kontrol etmektedir. Savannah ve Charleston'daki liman erişimi ithalat akışını kolaylaştırırken, demiryolu darboğazları bazen iç bölgelere yapılan teslimatları geciktirmektedir. Kuzey Carolina'nın geleneksel zevkleri ahşap kaplamalara yönelmekte ve bu da bölgesel arzı destekleyen üretim tabanını güçlendirmektedir. Atlanta'dan Tampa'ya kadar uzanan kiralık konut projeleri, mobilya paketlerini standartlaştırarak orta ölçekli tedarikçiler için öngörülebilir hacimler yaratmaktadır. Batı eyaletleri, açık havada yaşam kültürünün bahçe takımları ve modüler akıllı depolama sistemlerine olan talebi artırmasıyla 2030 yılına kadar %4,28'lik bir bileşik yıllık büyüme oranı (CAGR) kaydetmektedir. Kaliforniya'nın katı emisyon kuralları, formaldehit içermeyen levhaların üretimini teşvik ederek pazar genelinde malzeme inovasyonunu artırmaktadır. LA-Long Beach limanlarındaki kapasite kısıtlamaları, gelen trafiğin bir kısmını Pasifik Kuzeybatı giriş noktalarına yönlendirmekte; bu da iç nakliye mesafelerini uzatmaktadır. Tasarım hizmetlerine olan talebin yüksek olduğu San Francisco ve Seattle gibi büyükşehirlerde, üst düzey doğrudan tüketiciye satış yapan markalar gelişmektedir. ABD'nin kuzeydoğusu, eskiyen konutlar nedeni ile istikrarlı bir tadilat faaliyeti kaydetmekte ve bu da inşaat hızını dengelemektedir. Amerika'nın Orta Batı'daki fabrikalar döşeme üretimini ülke içinde tutmak için otomasyon hibelerine öncelik vermektedir.

5. ABD Mobilya Pazarının Büyümesini Tetikleyen Temel Faktörler

5.1. Artan Ev Yenileme ve Tadilat Faaliyetleri

Amerika Birleşik Devletleri genelinde artan ev geliştirme projeleri trendi, mobilya talebini önemli ölçüde artırmaktadır. Tüketiciler, konforu ve estetiği artırmak için ev iç mekanlarını yükseltmeye giderek daha fazla yatırım yapmaktadır. Konut inşaatının genişlemesi, iç tasarım programlarının ve sosyal medya ilhamının popülaritesiyle birleşince, hem geleneksel hem de modern mobilya alımlarını artırmaktadır.

Ayrıca, ev sahipliğinin artması ve uzaktan çalışma ortamlarına geçiş, ergonomik ve çok fonksiyonlu mobilyalara olan talebi artırırken, perakendeciler, tüketicileri çekmek için özelleştirilebilir tasarımlar, dayanıklı malzemeler ve esnek finansman seçenekleri sunmaktadır. Kişiselleştirme ve tasarım yeniliğine odaklanma, mobilya sektörünü ev tadilatı trendinin önemli bir faydalanıcısı haline getirmektedir.

5.2. E-Ticaret ve Dijital Perakendeciliğin Büyümesi

E-ticaretin genişlemesi, ABD mobilya pazarını dönüştürerek tüketicilere kolaylık, çeşitlilik ve rekabetçi fiyatlandırma sunmaktadır. Çevrimiçi mobilya perakendecileri, alışveriş deneyimini geliştirmek için artırılmış gerçeklik ve 3 boyutlu görselleştirme araçlarından yararlanarak müşterilerin satın almadan önce ürünleri gerçekçi ev ortamlarında görüntülerini sağlamaktadır.

Dijital ödeme sistemlerinin ve lojistik ağların yükselişi, çevrimiçi işlemleri ve teslimat süreçlerini daha da kolaylaştırmaktadır. Büyük markalar, mağaza içi deneyimleri dijital etkileşimle harmanlayan çok kanallı stratejilere giderek daha fazla yatırım yapmaktadır. Abonelik tabanlı ve kiralık mobilya modelleri de esneklik arayan genç tüketiciler arasında popülerlik kazanmaktadır. Çevrimiçi platformların sürekli büyümesi, küçük ve orta ölçekli işletmeler için fırsatlar yaratırken, rekabeti yoğunlaştırmakta ve mobilyayı ülke genelinde daha erişilebilir hale getirmektedir.

5.3. Sürdürülebilir ve Kişiselleştirilebilir Mobilyalara Artan Talep

Sürdürülebilirlik, ABD mobilya pazarında tüketici satın alma kararlarında belirleyici bir faktör haline gelmiştir. Çevre bilincine sahip alıcılar, sorumlu bir şekilde tedarik edilen ahşap, geri dönüştürülmüş malzemeler ve toksik olmayan kaplamalardan yapılmış ürünleri tercih etmektedir. Üreticiler, karbon nötr üretim, çevre dostu ambalajlama ve tedarik zinciri şeffaflığı gibi sürdürülebilir uygulamaları benimsemektedir.

Ayrıca, kişiselleştirmenin yükselen trendi, tüketicilerin tercihlerine göre tasarlanmış, renkli ve malzemeli mobilyalar seçmelerine olanak tanıyan sipariş üzerine üretilen mobilyalar için fırsatlar yaratmaktadır. Kişiselleştirme, yalnızca müşteri memnuniyetini artırmakla kalmaz, aynı zamanda markaların rekabetçi bir ortamda kendilerini farklılaştırmalarını da sağlar. Sürdürülebilir ve

kişiselleştirilebilir mobilyaların artan çekiciliği, hem çevresel sorumluluğa hem de bireysel ifadeye değer veren Amerikalı tüketicilerin gelişen zihniyetini yansıtmaktadır.

6. ABD Mobilya Pazarındaki Zorluklar

6.1. Dalgalanan Hammadde Fiyatları ve Tedarik Zinciri Kısıtlamaları

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mobilya sektörü, değişken hammadde fiyatları ve tedarik zinciri aksamaları nedeniyle önemli zorluklarla karşı karşıyadır. Ahşap, metal ve döşeme malzemelerinin maliyetindeki dalgalanmalar, üretim giderlerini ve kar marjlarını doğrudan etkilemektedir.

Küresel ticaret belirsizlikleri ve ulaşım darboğazları da hammadde tedarikinde ve ürün teslimatında gecikmelere yol açmaktadır. Birçok üretici, bu sorunları yakın kaynak kullanımı stratejileri, yerel tedarik ve gelişmiş envanter yönetim sistemlerinin benimsenmesi yoluyla ele almaktadır. Bununla birlikte, üretim verimliliğini malzeme sürdürülebilirliği ve maliyet kontrolüyle dengelemek oldukça güçtür. ABD mobilya pazarının uzun vadeli istikrarı, dış riskleri azaltmak için etkili tedarik zinciri optimizasyonuna ve kaynak çeşitlendirmesine bağlıdır.

6.2. Yoğun Piyasa Rekabeti ve Fiyat Duyarlılığı

ABD mobilya pazarı, çok sayıda yerli ve uluslararası oyuncunun geniş bir ürün yelpazesi sunduğu, fiyat segmentlerinde oldukça rekabetçi bir pazardır. Tüketicilerin uygun fiyatlı ancak yüksek kaliteli mobilyalara olan artan tercihi, yerleşik markalar için fiyat baskısı yaratmaktadır. Doğrudan tüketiciye satış (D2C) markalarının ve çevrimiçi pazar yerlerinin yükselişi, rekabeti daha da yoğunlaştırarak geleneksel perakendecileri tasarım ve hizmet kalitesi yoluyla yenilik yapmaya ve farklılaşmaya zorlamaktadır.

Ayrıca, dalgalanan tüketici harcamaları ve enflasyonist baskılar, isteğe bağlı satın alımları etkileyebilir. Şirketler, pazar paylarını korumak için değer odaklı ürünler, esnek ödeme seçenekleri ve üstün müşteri deneyimleri sunarak sürekli olarak uyum sağlamalıdır. Sektörün rekabetçi yapısı, marka itibarı, inovasyon ve operasyonel verimliliğin önemini vurgulamaktadır.

7. Sonuç

Amerika Birleşik Devletleri mobilya pazarının, değişen tüketici yaşam tarzları, artan konut gelişimi, iç tasarım ve ev geliştirme trendlerine artan odaklanma ile desteklenen istikrarlı bir büyüme göstermesi öngörülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri mobilya endüstrisi, konut, ofis ve ticari segmentleri kapsayan, tüketim malları pazarındaki en dinamik ve çeşitlendirilmiş sektörlerden birini temsil etmektedir. Değişen yaşam tarzı tercihleri, tasarım trendleri ve teknolojik gelişmelerle yönlendirilen pazar, istikrarlı bir büyüme göstermeye devam etmektedir. Tüketiciler giderek konfor, işlevsellik ve estetiğe öncelik verirken; bu da yenilikçi ve çok fonksiyonlu mobilya ürünlerine olan talebi artırmaktadır. Ayrıca, artan gayrimenkul geliştirme ve ev yenileme faaliyetleri pazar fırsatlarını

güçlendirmektedir. Üreticiler ve perakendeciler, hem fiziksel mağazalar hem de dijital platformlar aracılığıyla daha geniş bir kitleye ulaşmak için çok kanallı stratejiler benimsemekte, böylece müşteri etkileşimini ve kolaylığını artırmaktadır.

Sürdürülebilirlik ve kişiselleştirme, ABD mobilya pazarını etkileyen önemli trendler olarak ortaya çıkmaktadır. Çevre dostu malzemeler, geri dönüştürülebilir ürünler ve yerel olarak üretilen mallar, tüketicilerin çevre bilincinin artmasıyla popülerlik kazanmaktadır. Ayrıca, otomasyon ve 3D tasarım dahil olmak üzere üretim teknolojilerindeki gelişmeler, üretimde daha fazla hassasiyet ve maliyet verimliliği sağlamaktadır. Gelişmiş konfor ve kullanılabilirlik için IoT özelliklerini içeren akıllı mobilyaların entegrasyonu, pazarın dijital yaşam çözümlerine geçişini yansıtmaktadır. E-ticaret platformları da satın alma davranışını yeniden şekillendirmiş, çevrimiçi kişiselleştirme araçları ve sanal showrooomlar ile müşterilere tasarım esnekliği ve erişilebilirliği birleştiren kusursuz bir alışveriş deneyimi sunmuştur.

Pazarın güçlü büyüme eğilimine rağmen, hammadde maliyetleri, küresel tedarik zinciri aksamaları ve dalgalanan ekonomik koşullar dahil olmak üzere çeşitli faktörler rekabet ortamını etkilemektedir. Bununla birlikte, önde gelen şirketler ürün çeşitlendirmesi, stratejik ortaklıklar ve marka konumlandırması yoluyla pazar varlıklarını güçlendirmeye devam etmektedir. Kiralık mobilya sektörünün genişlemesi ve kentsel evlerde kompakt, yerden tasarruf sağlayan çözümlere olan talep de sektör dinamiklerini yeniden şekillendirmektedir. ABD mobilya pazarı gelişmeye devam ederken, konut ve ticari segmentlerde büyüme stratejilerinin ön saflarında inovasyon, sürdürülebilirlik ve kişiselleştirmenin yer alması beklenmektedir.