

HABERLER INDUSTRIAL NEWS

Güneydoğu Asya'nın Tasarımını Dünyaya Açmayı Hedefleyen Ülke:

Singapur Mobilya Endüstrisi



Singapore, with the advantage of its strong infrastructure, good reputation and highly developed financial services, at the end of 20. Century, Singapore furniture companies had moved production facilities to cheaper locations overseas and started to sell to the global markets via their corporate babes as a re-export process.

This strategy helped these companies to stay competitive by transferring lower value-added and labor-intensive activities and keeping their headquarters in a developed country.

The strong economic infrastructure made Singapore one of the most well-connected countries in the world.

They have also excellent sea, air and telecommunications links and the port is the busiest container port in the world. Besides its strategic location and pro-business environment, highly capable entrepreneurs, strong reputation for trendsetting furniture design and their companies' excellent reputation for integrity and reliability are the strengths of Singapore. Authorities say that all of those factors can make Singapore the international furniture hub for the region.

Gerek ormanlar, gerekse de hammadde açısından herhangi bir kaynağa sahip olmayan, imalatta çalışacak işgücü ve sanayi yatırımları bulunmayan Singapur, tam bir re-export ülkesi. Mobilya alanında dünyaya açılabilme adına tasarım, tanıtım ve organizasyona ağırlık veren bir Güneydoğu Asya ülkesi olarak Singapur, bunu oldukça profesyonel bir biçimde gerçekleştiriyor.

5 milyonluk nüfusuyla diğer bölge ülkelerine nazaran oldukça gelişkin bir ekonomiye sahip olan ve bir teknoloji ve finans merkezi olma yolunda hızla ilerleyen Singapur, sadece mobilya alanında değil, birçok farklı sektörlerde düzenlediği fuarlar ile de dünya ticaretini ülkesine çekebilmektedir.

Konumu gereği dünyanın "köşe trafiği"nin ortasında bulunan ve Batı ile Doğu yarımkürenin kesişim noktasında

bulunan ülke, diğer ticaret sahalarının yanısıra mobilya sektörüne verdiği önemle tanınıyor.

Aslında, uluslararası otoriteler, batılı örneklerinde olduğu gibi bir kültürel geçmişe sahip olmayan, rönesansını yaşamamış, resim, edebiyat, heykel ve plastik sanatların tarihine teğet bile geçmemiş Uzak Asyalı bu sömürge ülkesinin nasıl olup da tasarım merkezi olmaya soyunduğunu anlamakta güçlük çektiklerini ve

bu anlamda geleceğine kuşkuyla baktıklarını çekinmeden dile getiriyorlar. Singapur'un mobilya tasarımı konusunda bu denli hevesli, planlı ve ısrarcı olmasını belki de ülkenin ekonomik ve sosyal özelliklerine bağlamak çok da yanlış olmaz.

20. yüzyılın ilk yarısında ana kıtadan göçen ucuz işgücü cenneti konumunu kısa zamanda kısıtlı doğal kaynakları nedeniyle kaybeden Singapur, bölgenin en popüler



sektörlerinden olan mobilya alanında 80'li yıllara kadar küçük atölyelerden öteye geçememiş bir ülke. Komşuları Endonezya ve Malezya, Asya'nın geniş ormanlarına, hammadde, işçi, enerji maliyetlerine sahipken yeterli girdi bulmakta zorlanan Singapur'un mobilya ve dekorasyon alanında gelişmesi de beklenemezdi.

Ancak bölgede bulunan petrolün ülke ekonomisi üzerinde yarattığı dramatik değişim sanayiden ticarete bir yönelim yaşanmasına neden olmuş ve 1990'lara gelindiğinde ülkenin çehresi tamamen değişmeye başlamıştır.

Bu dönemden itibaren üretimini tamamen yatırım, hammadde ve işletme maliyetlerini düşük olduğu bölgelere kaydıran Singapur'daki mobilya fabrikaları bir biri ardına kapanmış ve firmalar üretimlerini ülke dışından dünyaya pazarlama konusunda oldukça maharetli yönetim politikaları sergilemişlerdir. Ülkenin zaman içerisinde finansman, bilişim, turizm merkezi olması bu akışı kolaylaştırmış ve mobilyacılar sadece tasarım ve pazarlama faaliyetlerine odaklanmışlardır.

Zamanla depolama ve montaj faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde olduğu fabrika binaları da işlevlerini değiştirerek birer tasarım, ticaret ve şov merkezi

haline gelmiş ve tüm dünya profesyonellerini buraya çekmenin yollarını geliştirmeye başlamışlardır. Ülkenin çok sağlam bir finans ve teknoloji altyapısına sahip olması sayesinde sermaye birikimini artıran Singapurlular, bu çabalarının karşılığını alabilmek için dünya pazarlarında daha etkin olmak zorunda olduklarını anlamış ve bunu nasıl yapacakları üzerine daha fazla kafa yormaya başlamışlardır.

Modern dünya tamamen bir iletişim dünyası olup, bunun kurallarını çoktan oluşturmuş ve uygularken, sömürge geçmişleri nedeniyle oldukça geç kalan Uzakdoğulular, işin sırnı öğrenebilmek adına batıyı yakın takibe almışlar, fuarları ziyaret etmişler, üretim alanlarını incelemişler, yönetim biçimlerini araştırmışlar ve pazarlama yöntemlerini öğrenmeye başlamışlardır. Aslında Amerika'yı yeniden keşfetmek zorunda kalmamaları ve günümüz global ticaretinin hazır modellerini uyarlamaları yeterliydi ve Singapurlular da öyle yaptılar.

Öncelikle batıda söz sahibi olabilmek ve yeni pazarlara açılabilmesi için farklı şeyler bulmak gerekiyordu ki, burada tasarım ve Ar-Ge devreye girdi. Akademiler açtılar, tasarım ve yöneticiler yetiştirdiler, ya-

rışma ve ödül mekanizmaları sayesinde gençliği de teşvik ederek daha yaratıcı olmalarının yolunu açtılar.

Bundan sonra dünya mobilya pazarlarının karar verici figürlerini ürünlerinden haberdar etmek için onları büyük paralar harcıyarak ülkelerine davet edip ağırlamak ve tasarımlarını göstermek gerekiyordu. Bunun için gerekli olan gelişmiş havayolu, otel ve fuarcılık altyapısına sahip Singapur için gereğini yerine getirmek pek de zor olmadı doğrusu. Her yıl düzenlenen IFFS/AFS ve benzeri birkaç etkinlik, Singapur tasarımlarının uluslararası pazarların temsilcilerine tanıtılmasında oldukça önemli rol oynamaya başladı. Düzenlenen konferanslar, paneller, yarışmalar, organizasyonlar hep yabancıları ülkeye çekmek için di ve bunu başardılar.

Ancak dünya pazarlarında rekabet çok yoğun ve bu kıyasıyla rekabet ortamında sadece en ilgili olanları kendi ülkelerine çekmek değil, daha geniş kitlelere ulaşabilmek adına onların ayağına gitmek gerekiyordu. İşte son dönemde Singapur'un izlediği politika bu. Fransa Meuble Paris, İngiltere Birmingham Show, Alman Köln Mobilya Fuarı ve İtalyan Milano I-Saloni etkinliklerinde yavaş yavaş Singapur

malları boy göstermeye başladı. Hem de öyle tek tek firmalar olarak değil, yoğun bir milli katılım hareketi sonucunda oluşturulmuş görkemli ülke pavilyonları aracılığıyla batı pazarlarına girmeyi hedefliyorlar. Tanıtım ve reklam faaliyetleriyle desteklenen bu çabaları uluslararası yayınlarda gerçekleştirdikleri işbirlikleri ve çözüm ortaklıkları sayesinde en etkin ve en uygun biçimde yapmanın yollarını deniyorlar.

Singapur Ticareti Geliştirme Merkezi IE tarafından verilen bilgiye göre, günümüzde Singapur mobilya endüstrisinde üretim, tasarım, toptan ve perakende satış branşları da dahil olmak üzere toplam 2.200 firma faaliyet göstermekte ve çoğu eğitilmiş yaklaşık 15.000 kişi istihdam etmektedir. Geçtiğimiz yıl Singapur'un toplam mobilya ticareti 2 milyar Euro'ya yaklaşmış olup, yarıdan fazlasını ihracat oluşturmaktadır.

Singapur'un ana ihracat pazarları arasında başta AB ülkeleri, İngiltere ve ABD gibi batılı ülkeler olmak üzere bunu sırasıyla Malezya, Çin, Hindistan, Tayland, Tayvan, Hong Kong, Japonya ve Avustralya gibi diğer Asya ülkeleri takip etmektedir.