www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

ANKARA SCIENCE UNIVERSITY

eISSN: 2667-5625

Research Article / Araştırma Makalesi

Ege Bölgesi'ndeki Mobilya Firmalarının Misyon ve Vizyon Analizi

Mission and Vision Analysis of Furniture Companies in The Aegean Region

Davut Çiftçi[*] - Tahsin Çetin[**] - Aslı Kaya[***]

Abstract: This study aims to analyze the mission and vision statements of furniture companies operating in the Aegean Region of Turkey in order to reveal their entrepreneurial characteristics through these statements. The Aegean Region is an important commercial centre for Turkey in terms of industry and trade, and in this context, the furniture sector also contributes significantly to the region's economic dynamics. Additionally, the research examines how the core values emphasized in these declarations are reflected in the sector's strategic orientations. In the study, the dimensions of entrepreneurship were first discussed from a theoretical perspective. Then, the mission and vision statements of SMEs and large-scale furniture companies in the Aegean Region were evaluated through content analysis based on this theoretical framework. The analysis revealed that some companies strongly reflect entrepreneurial characteristics in their mission and vision statements, while others display these features to a more limited extent. Core values such as quality, aesthetics, sustainability, innovation, and customer orientation were found to be prominently emphasized. Furthermore, themes like environmentally friendly production, R&D, support for local labor, and engagement in social responsibility projects were identified as key components in many companies' mission statements. The findings suggest that the entrepreneurial orientation of furniture companies in the Aegean Region varies across firms and sectors. Some entrepreneurial elements appear to play a more dominant role in specific industries. Mission and vision statements are not only indicative of corporate identity but also reflect competitive approaches and innovative strategies within the sector.

Structured Abstract: In today's business world, where global competition is intensifying, organisations' ability to achieve sustainable success has become dependent on their innovative and entrepreneurial structure. In this context, one of the elements that most clearly reflects businesses' strategic orientation and future goals is their mission and vision statements. Mission and vision statements not only explain the raison d'être and

[*] Bağımsız Araştırmacı
Independent Researcher
ORCID 0009-0000-3756-8079
davutciftci@posta.mu.edu.tr
[**] Sorumlu Yazar: Arş. Gör. Dr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği
Corresponding Author: Res. Asst. Dr. Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Technology, Woodworking Industrial Engineering
ORCID 0000-0002-7886-981X
tahsincetin@mu.edu.tr
[***] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü
Asst. Prof. Dr., Istanbul Gelişim University, Faculty of Health Sciences, Department of Health Management
ORCID 0009-0009-3648-6608
aslkaya@gelisim.edu.tr

Cite as/ Atıf: Çiftçi, D., Çetin, T. & Kaya, A. (2025). Ege bölgesi'ndeki mobilya firmalarının misyon ve vizyon analizi. *Turkish Studies – Economics, Finance, Politics "Alev Alatlı Özel Sayısı"*, *20*(Ö1), 199-215. https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.86927
Received/Geliş: 19 August/Ağustos 2025
Accepted/Kabul: 20 October/Ekim 2025
Published/Yayın: 25 October/Ekim 2025
Checked by plagiarism software

CC BY NC

objectives of organisations, but also reveal their organisational culture, strategic management approach and entrepreneurial capacity.

This study aims to analyse the mission and vision statements of furniture companies operating in the Aegean Region, one of Turkey's important production centres, and to reveal the entrepreneurial characteristics contained in these statements. The study also evaluates how the core values highlighted in the companies' missions and visions relate to sectoral strategies and competitive advantages. The main research question is formulated as follows: 'To what extent are entrepreneurial elements present in the mission and vision statements of furniture companies in the Aegean Region, and how are these elements reflected in the companies' strategic orientations?' In this respect, the research aims not only to make a sectoral assessment but also to contribute to the literature by examining how organizational entrepreneurship is reflected in corporate identity texts.

When evaluated from the perspective of the furniture sector, mission and vision statements provide important clues about companies' design approach, production strategy, level of innovation, and environmental awareness. In this context, the study concretely demonstrates the relationship between organisational entrepreneurship and corporate identity statements, using the example of the furniture sector in the Aegean Region.

The research was conducted using the content analysis technique, one of the qualitative research methods. Content analysis is a method that allows for the systematic analysis of explicit and implicit meanings in texts. In this study, the mission and vision statements found on the official websites of furniture companies were determined as the unit of analysis. The population consisted of furniture manufacturers operating in the Aegean Region, and the sample was limited to 21 large-scale furniture factories. Purposeful sampling was used in the sample selection, taking into account production capacity, brand awareness, and levels of innovation.

During the analysis process, the fundamental entrepreneurship themes identified based on the literature – quality, aesthetics, sustainability, environmentally friendly production, customer focus, innovation, and inventiveness – were used as coding categories. Coding was performed by two independent researchers, and cross-checking was carried out to ensure reliability. The data obtained were evaluated in terms of common themes and differences reflecting the entrepreneurial tendencies of the companies.

The analysis results show that the themes of innovation, quality and customer focus feature prominently in the mission and vision statements of furniture companies in the Aegean Region. Companies state that they closely follow technological developments in order to compete in the global market, adopt sustainable production processes and view customer satisfaction as a strategic priority.

For example, Bykepi emphasises its aim to 'set industry trends with innovative designs,' while Konfor Mobilya highlights its production approach centred on quality and durability. Yonga Mobilya focuses on environmentally friendly production policies, and Themore Concept concentrates on automation technologies and modern design. This diversity demonstrates that companies in the sector have developed different entrepreneurial strategies. Quality focus across the sector is evident not only in production processes but also in customer relations, after-sales service, and continuous improvement policies. In addition, it has been determined that an environmentally friendly production approach and contribution to the local economy are emphasised in the mission statements of many companies.

At the regional level, the Aegean Region stands out as one of Turkey's leading production centres for the furniture sector, thanks to its design diversity, skilled workforce, and sustainable production infrastructure. However, the level of entrepreneurial tendencies varies among companies: SMEs place greater emphasis on innovation and flexibility, while large-scale companies pursue a strategy focused on quality and institutionalisation.

Research findings indicate that entrepreneurial elements feature significantly in the mission and vision statements of furniture companies in the Aegean Region. The themes of innovation, quality, sustainability and customer focus stand out as key components of competitive advantage in the sector. These elements play a decisive role not only in companies' production and design processes, but also in their corporate identity and brand positioning. The study reveals that entrepreneurial characteristics directly contribute to the long-term performance of organisations and that mission and vision statements are strategic indicators of this process.

Companies that invest in innovative production technologies, adopt environmentally conscious production models, and focus on customer satisfaction have achieved more sustainable success in the sector.

Based on the research findings, the following recommendations can be developed: Companies should view mission and vision statements not as static texts but as dynamic management tools according to changing market conditions. To institutionalise the entrepreneurial culture, R&D, digital transformation, and sustainability elements should be given more prominence in mission and vision texts. Regional collaborations and design-focused innovation centres should be encouraged to strengthen sectoral competition at local and national levels.

In conclusion, the furniture sector in the Aegean Region contributes significantly to Turkey's competitive strength through innovative designs, an environmentally friendly production approach, and customer-focused strategies. Developing mission and vision statements in line with entrepreneurial orientations will be a critical factor in the sector's sustainable success in the international market.

Keywords: Furniture, Mission, Vision, Entrepreneurship, Aegean Region.

Öz: Bu çalışma, Türkiye'nin Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren mobilya firmalarının misyon ve vizyon beyanlarını analiz ederek, bu beyanlar aracılığıyla firmaların girişimcilik özelliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ege Bölgesi, Türkiye'nin sanayi ve ticaret açısından önemli bir ticari merkezidir ve bu bağlamda mobilya sektörü de bölgedeki ekonomik dinamiklere önemli seviyede katkılar sağlamaktadır. Ayrıca, bu ifadelerde öne çıkan temel değerlerin sektörel stratejilere nasıl yansıdığı da incelenmektedir. Araştırmada öncelikle girişimcilik boyutları kuramsal olarak ele alınmış, ardından Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren KOBİ ve büyük ölçekli mobilya firmalarının misyon ve vizyon beyanları bu kuramsal çerçeveye göre içerik analizi yöntemiyle etraflıca değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, bazı firmaların misyon ve vizyon beyanlarında girişimcilik özelliklerini güçlü şekilde yansıttığı, bazılarında ise bu unsurların daha sınırlı düzeyde yer aldığı görülmüştür. Kalite, estetik, sürdürülebilirlik, yenilikçilik (İnovasyon) ve müşteri odaklılık gibi değerlerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Ayrıca, çevre dostu üretim, ar-ge, yerel iş gücüne katkı ve sosyal sorumluluk gibi temaların da birçok firmanın misyonunda vizyonunda yer aldığı saptanmıştır. Elde edilen bulgular, Ege Bölgesi'ndeki mobilya sektörünün girişimcilik yönelimlerinin farklılıklar gösterebildiğini ortaya koymaktadır. Girişimcilik unsurlarının bazı sektörlerde daha baskın rol üstlendiği ve bu farklılıkların firmaların stratejik yönelimlerine yansıdığı gözlemlenmiştir. Misyon ve vizyon beyanları, sadece kurumsal kimliği değil, aynı zamanda sektördeki rekabet anlayışını ve yenilikçi yaklaşımları da yansıtan önemli göstergeler olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mobilya, Misyon, Vizyon, Girişimcilik, Ege Bölgesi.

Giriş

Türkiye'nin Ege Bölgesi, mobilya sektörünün önemli üretim ve ticaret merkezlerinden biri olup, hem yerel hem de uluslararası pazarlarda güçlü bir konum elde etmiştir. Bu çalışmada, Ege Bölgesi'ndeki KOBİ düzeyindeki ve Büyük ölçekli mobilya firmalarının misyon-vizyon beyanları incelenerek, sektördeki firmaların değerleri, hedefleri ve stratejik yönelimleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Mobilya sektörü hem üretim kalitesi hem de estetik tasarımlarıyla tanınırken, bölgedeki firmaların misyonları genellikle kalite, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve müşteri odaklılık gibi temel unsurlar etrafında şekillenmektedir.

Bu bölgedeki mobilya firmaları, yıllardır sektördeki etkili üretim kapasitesi, inovasyon süreçleri ve kaliteli ürünleriyle dikkat çekmektedir. Mobilya sektörü, son yıllarda hızlı bir gelişim göstermiş ve özellikle modern yaşam alanları yaratma ve müşteri odaklı tasarımlar konusunda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu bağlamda, Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren firmaların misyon ve vizyonlarının analizi, bu firmaların sektördeki rekabet avantajlarını nasıl sağladıklarını ve hangi stratejilerle sürdürülebilir büyüme hedeflediklerini anlamamıza yardımcı olacaktır.

Küresel rekabetin giderek arttığı günümüz iş dünyasında, örgütlerin sürdürülebilir başarıyı yakalayabilmeleri için yenilikçi ve girişimci bir yapıya sahip olmaları kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir. Bu bağlamda, örgütlerin stratejik yönelimlerini yansıtan misyon ve vizyon ifadeleri, sadece kurumsal kimliğin değil, aynı zamanda örgütün girişimcilik kapasitesinin de önemli bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Misyon ve vizyon ifadelerinde yer alan kavramlar, örgütün yenilikçilik, inovasyon, liderlik, risk alma, yaratıcılık, esneklik ve benzeri girişimcilik özelliklerine ne ölçüde önem verdiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla inovasyon, bir işletmenin ürünlerinde, hizmetlerinde, üretim süreçlerinde, organizasyonunda veya iş modelinde yaptığı geliştirmeleri yenilikleri temsil ederek, sürdürülebilirlik açısından inovasyona büyük bir önem vermeli ki inovasyon yeteneklerini geliştirerek içinde bulunduğu sektörde ayakta kalabilsin (Çetin ve Diğ. 2024, s. 29).

Literatürde girişimcilik, bireylerin ya da örgütlerin fırsatları tanıma, bu fırsatlara yönelik yenilikçi çözümler üretme ve risk alarak değer yaratma süreçlerini kapsayan çok boyutlu bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'deki işletmelerin stratejik planlarının ve resmi internet sitelerinin standart bileşenlerinden biri haline gelen misyon, vizyon ve temel değerler, aslında ilgili sektörde stratejik yönetimin birer yansımalarıdır (Bozkurt, 2021, s. 24). Bu kapsamda örgütsel girişimcilik, sadece yeni ürün veya hizmet geliştirme ile sınırlı kalmayıp, örgütün tamamına yayılan bir zihniyet dönüşümünü ve stratejik yönelimi de içermektedir. Misyon ifadeleri örgütlerin varlık sebeplerini, vizyon ifadeleri ise ulaşmak istedikleri ideal gelecek durumunu yansıtır. Bu ifadeler genellikle inovasyon, liderlik, rekabetçilik, risk alma, yaratıcılık, kalite, esneklik, güvenilirlik ve öğrenme gibi girişimcilik ile doğrudan ilişkili kavramları içermektedir. Söz konusu unsurlar, örgütlerin uzun vadeli başarısında belirleyici rol oynamaktadır. Bu çalışma, misyon ve vizyon ifadelerinin örgütlerin girişimcilik yetkinliklerini yansıtan yapılar olduğu varsayımıyla hareket etmektedir.

Bu çalışma, Türkiye'nin önemli ekonomik ve kültürel bölgelerinden biri olan Ege Bölgesi'ne odaklanarak, burada faaliyet gösteren KOBİ düzeyindeki ve büyük ölçekli işletmelerin girişimcilik özelliklerini misyon ve vizyon ifadeleri üzerinden değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ege Bölgesi, sanayi, tarım, turizm ve hizmet sektörlerinde çeşitlilik gösteren ekonomik yapısıyla dikkat çekmekte ve bu yönüyle girişimcilik potansiyelinin değerlendirilmesi açısından uygun bir örneklem sunmaktadır. Çalışmada, girişimcilik ile ilişkili kavramlar kuramsal çerçevede ele alınmakta; ardından bölgedeki lider örgütlerin misyon ve vizyon beyanları analiz edilerek, bu ifadelerin girişimcilik kapasitesini yansıtma düzeyleri değerlendirilmektedir. Çalışma, Ege Bölgesi'ndeki mobilya sektörünün küresel pazarlarda rekabet edebilirliğini artırmaya yönelik stratejik yaklaşımlarını ortaya koyarak, bölgesel kalkınma ve sektörel gelişim için temel yönelimleri sunmaktadır.

Mobilya Firmalarının Misyon Beyanlarının Temel Bileşenleri

Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmalarının misyon beyanları, aşağıdaki temel unsurlarla tanımlanabilir:

a. Kalite ve Estetik Odaklılık

Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren mobilya firmaları, genellikle yüksek kalite standartları ve estetik açıdan çekici tasarımlar sunmayı hedeflemektedir. Bu firmalar, ürünlerinin dayanıklılığını ve estetik açıdan tatmin ediciliğini ön planda tutarak, müşteri memnuniyetini sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir (Yıldırım, 2020). Ege'nin geleneksel zanaatkârlık anlayışı, modern üretim teknikleriyle birleşerek, yüksek kaliteli ve estetik açıdan zarif mobilyaların ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

b. Sürdürülebilirlik ve Çevre Dostu Üretim

Ege Bölgesi, doğal kaynaklar açısından zengin bir bölge olup, mobilya üreticileri çevre dostu üretim tekniklerine yönelmektedir. Sürdürülebilir malzemeler kullanımı ve çevreye duyarlı üretim

süreçleri, bölgedeki birçok firmanın misyon beyanında vurgulanan temel unsurlar arasında yer almaktadır (Balkan, 2021). Bu anlayış hem çevresel sorumluluk hem de yerel halkın desteği açısından önemli bir faktördür.

c. Yenilikçilik ve Tasarım

Ege Bölgesi'ndeki mobilya üreticileri, yenilikçi tasarımlar ve fonksiyonel çözümler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Yenilikçi üretim teknikleri ve tasarım anlayışları, sektördeki firmaların rekabet avantajlarını artırmalarına olanak tanımaktadır. Bu tür yenilikçi yaklaşımlar, firmaların hedef pazarlarında farklılaşmalarını sağlayan önemli bir strateji olarak öne çıkmaktadır (Çetin, 2020).

d. Yerel Ekonomiye Katkı ve Bölgesel Kalkınma

Ege Bölgesi'nin mobilya sektöründeki firmalar, yerel ekonomiyi desteklemeyi ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamayı misyonlarının bir parçası olarak görmektedir. Bölgedeki mobilya üreticileri, yerel iş gücünü istihdam etmekte ve yerel hammadde kaynaklarını kullanarak üretim yapmaktadır (Öztürk & Yalçın, 2022). Bu bağlamda, firmalar yalnızca ticari başarıyı değil, aynı zamanda bölgesel ekonomik kalkınmayı da hedeflemektedir.



Resim 1: Mobilya Sanayi Bölgesi Örneği (Ege)

e. Müşteri Odaklılık

Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmalarının misyonlarında, müşteri memnuniyeti en üst düzeyde tutulmaktadır. Firmalar, müşterilerinin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş çözümler sunmayı, onların yaşam alanlarını estetik ve fonksiyonellik açısından iyileştirmeyi amaçlamaktadır (Bahar, 2020). Müşteri odaklılık, firmaların uzun vadeli başarılarını sürdürebilmeleri için kritik bir unsurdur.

2.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik, ekonomik ve toplumsal dönüşümlerin temel itici güçlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Genel anlamda girişimcilik, bireylerin ya da örgütlerin fırsatları tanıma, bu fırsatlara yönelik yenilikçi çözümler üretme, risk alma ve değer yaratma süreçlerini kapsayan çok boyutlu bir kavramdır (Schumpeter, 1934). Girişimciler, mevcut pazarlarda değişim yaratarak rekabet ortamını yeniden şekillendirme potansiyeline sahiptir. Bu yönüyle girişimcilik sadece yeni iş kurma süreci olarak değil, aynı zamanda bir zihniyet, tutum ve davranış biçimi olarak da ele alınmaktadır (Hisrich, Peters & Shepherd, 2017).

Girişimcilik faaliyetlerinin temelinde inovasyon, yaratıcılık, fırsat yönelimi ve risk alma gibi unsurlar yer almaktadır. Özellikle Schumpeter'in "yaratıcı yıkım" kavramı, girişimciliğin sadece

mevcut yapıları sürdürmekle kalmayıp onları dönüştürme işlevi taşıdığını ortaya koyar. Girişimcilik, ekonomik büyüme, istihdam artışı ve toplumsal refah gibi birçok makro düzeyde çıktıyı da beraberinde getirmektedir (Drucker, 1985).

Günümüzde girişimcilik sadece bireysel düzeyde değil, kurumsal yapılarda da stratejik bir yönelim haline gelmiştir. Örgütler, rekabet üstünlüğü sağlamak ve sürdürülebilir başarı elde etmek amacıyla girişimcilik odaklı stratejiler geliştirmektedir. Bu bağlamda kurumsal girişimcilik, örgüt içinde yeni fikirlerin geliştirilmesi, yenilikçi projelerin desteklenmesi ve iç girişimciliğin teşvik edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Zahra, 1991).

Dolayısıyla girişimcilik, hem bireysel hem de örgütsel düzeyde rekabetçilik, esneklik ve yenilikçilik gibi stratejik avantajlar sağlayan temel bir dinamiktir. Bu çalışmada ele alınan girişimcilik kavramı da yalnızca bireysel inisiyatifle sınırlı olmayıp, örgütlerin stratejik ifadeleri olan misyon ve vizyon beyanlarıyla da doğrudan ilişkilidir.

2.2. Misyon ve Vizyonun Stratejik Önemi

Örgütlerin stratejik yönetim süreçlerinde misyon ve vizyon ifadeleri temel bir rol oynamaktadır. Misyon, bir örgütün var oluş nedenini, temel değerlerini ve topluma sağladığı katkıyı ifade ederken; vizyon, örgütün uzun vadede ulaşmayı hedeflediği ideal durumu yansıtmaktadır. Bu iki kavram, örgütün stratejik yönünü belirlemenin yanı sıra çalışanlara rehberlik etmekte, paydaşlarla iletişimi güçlendirmekte ve karar alma süreçlerine yön vermektedir (David, 2007; Dinçer, 2018).

Misyon ve vizyon ifadeleri, örgütün geleceğe yönelik stratejik niyetlerini ve amaçlarını simgelemesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu ifadeler aracılığıyla örgüt, yalnızca mevcut durumunu değil, aynı zamanda dönüşüm potansiyelini ve gelecekteki yönelimlerini de dışa vurur. Bu bağlamda, özellikle rekabetin yoğunlaştığı ve belirsizliklerin arttığı günümüz iş dünyasında, güçlü ve anlamlı misyon-vizyon beyanları, örgütlerin farklılaşmasında kritik bir unsur haline gelmektedir (Pearce & David, 1987). Misyon, vizyon ve diğer değerlerin kendi içlerindeki ilişkiye bakıldığında ise bu ilişkinin farklı boyutlarına değinen çalışmalara kolaylıkla rastlanabilmektedir. Kılıç (2010), çalışmasında, misyon ve vizyon kavramlarının arasındaki ilişkiye odaklanırken, çok önemli bir nokta olarak, bunların aynı sektörlerdeki örgütlerde genel olarak birbirleriyle karıştırıldıklarının ve ikame olarak kullanıldıklarının altını çizmektedir. Benzer bir bakış açısıyla Bozkurt (2021), daha detaylı bir şekilde misyona odaklanarak, misyonun stratejik sektör yönetimi için önemi, başarılı bir misyonun gereklilikleri daha detaylı ele almaktadır. Kocabaş ve Alpaydın (2018) ise çalışmalarında, üniversite-sanayi işbirliklerine dayanan sanayi geliştirme bölgelerinde misyon ve vizyon bildirimlerinde, ifadelerinin kopyalanarak birbirlerinin yerine karışık bir şekilde kullanıldığını vurgulamaktadır. Belli ve diğerlerinin (2018) büyükşehir belediyelerinin misyon ve vizyonları üzerine yaptıkları analizde, genel olarak bu tanımların oluşturulmasında sektörel yenilik yaklaşımlarından etkilendiğinin altı çizilmektedir.

Girişimcilik perspektifinden bakıldığında ise misyon ve vizyon ifadeleri, örgütün yenilikçiliğe, risk almaya, proaktif davranışlara ve değişim yönetimine ne derece açık olduğunu gösteren birer araç olarak değerlendirilebilir. Bu ifadelerde yer alan anahtar kavramlar, örgütün girişimcilik kapasitesi hakkında ipuçları sunar. Örneğin, "yaratıcılık", "sürdürülebilirlik", "değer yaratma", "yenilik", "liderlik" gibi terimlerin misyon ve vizyonda sıkça kullanılması, girişimci bir yönelime işaret etmektedir (Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003; Aktan & Bulut, 2008). Stratejik yönetimin yansımaları olarak misyon, işletmelerin var olma sebebini, temel amaç ve fonksiyonunu, yekti ve sorumluklarını, vizyon ise geleceğe ilişkin önceliklerinin ana eksinini belirtir. İşletmelerin benimsedikleri değerler ise mevcut yapı, işleyiş ve gelecek yönelimlerini etkileyen değerleri yansıtmasının yanında, bulunduğu sektörün etkilendiği yaklaşımları hakkında ipuçları verir (Göçoğlu, 2024, s. 67).

Sonuç olarak, misyon ve vizyon ifadeleri yalnızca kurumsal iletişim aracı olmakla kalmaz, aynı zamanda örgütlerin girişimcilik düzeylerini ve stratejik yönelimlerini değerlendirmede önemli bir gösterge niteliği taşır. Bu yönüyle söz konusu ifadelerin içeriklerinin analiz edilmesi, örgütsel girişimciliğin anlaşılmasına katkı sunmaktadır (Akgemci, 2001).

3. Ege Bölgesi Mobilya Firmalarının Genel Hedefleri

Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmalarının misyon beyanları, genel olarak aşağıdaki hedeflere odaklanmaktadır:

İhracat ve Uluslararası Pazarlar: Ege Bölgesi hem lojistik hem de üretim kapasitesi açısından mobilya ihracatında önemli bir yer tutmaktadır. Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmaları, yerel pazarlarda olduğu kadar uluslararası pazarlarda da kendilerine yer edinmeyi hedeflemektedir.

İnovasyon ve Teknoloji: Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmaları, üretim süreçlerinde modern teknolojiler kullanarak daha verimli ve kaliteli üretim yapmayı amaçlamaktadır. Dijitalleşme, otomasyon ve yenilikçi üretim teknikleri, bu firmaların gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır.

Sosyal Sorumluluk: Mobilya firmaları, sosyal sorumluluk projeleri ve çevreye duyarlı üretim süreçleri ile topluma katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çevresel etkileri en aza indirgemek ve toplumun kalkınmasına yardımcı olmak, firmaların stratejik öncelikleri arasındadır.

Buradan hareketle, firmaların genel hedeflerini etkileyebilecek faktörler olarak; vizyonu misyonu, pazar ortamı ve rekabeti, işletme içi-dışı faktörler, Toplam Kalite Yönetimi uygulamaları, işletmenin stratejik durumu, faaliyette bulunduğu sektör, organizasyon uygulamaları, örgütün kültürel özellikleri, örgütsel sermaye, çevreci olması, sosyal sermaye, işletmenin ekonomik gücü, ekonomik büyüme, eğitim düzeyi, iş gücü, rekabet gücü, örgütsel yetenek ve davranışlar, teknolojik yetenek ve kaynaklar, Ar-Ge yatırımları, Ar-Ge'ye verilen önem, pazar araştırmaları, kalifiye iş gücü, inovasyon ortamı ve kültürü, tedarikçilerle iş birliği, müşteri odaklılık, müşteri beklentilerini dikkate alma, işletme büyüklüğü ve sürdürülebilirlik olarak karşımıza çıkmaktadır. (Çetin ve Diğ. 2024, s. 38). Yapılan her bir çalışma kendi bulunduğu sektör, örneklem kütlesi ve bulunduğu ülke bazında değerlendirilerek dikkate alınmalıdır ki yaptığımız bu çalışmanın içerik analiz sonuçları da bu kapsamda değerlendirilerek faydaya dönüştürülmelidir.

4. Yöntem

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'nin Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren KOBİ ve büyük ölçekli mobilya fabrikalarının girişimcilik özelliklerini misyon ve vizyon ifadeleri üzerinden analiz etmektir. Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden içerik analizi kullanılmıştır. Bu yöntemin seçilme nedeni, içerik analizinin, her türlü iletişim biçimine uygulanabilen, doğrudan metnin içeriğine odaklanmayı sağlayan esnek bir araştırma aracı olmasıdır. Burada metin, bir kitap ya da gazete, meclis tutanağı veya kanun metni gibi dokümanlar ile sınırlı değildir; bir poster, sinema filmi ve hatta sosyal medya profil resmi dahi olabilmektedir. İnsan eliyle oluşturulmuş her şeyin içerik analizini yapmak mümkündür. Örneğin, havanın içerik analizi yapılamaz; ancak gazetedeki bir hava durumu raporunun ya da televizyondaki hava durumu programının içerik analizini yapmak mümkündür. Bununla birlikte içerik analizi, analiz edilecek metnin içerisindeki kelimelerin tek tek sayılması değildir. Metnin yoğun bir şekilde taranması ve kategorize edilmesidir. Anlam birimini oluşturan kategorizasyon, belirgin bir iletişimi de çıkarsama gerektiren örtülü içeriği de temsil edebilir. Daha açık bir ifadeyle kodlama, fikir, tema ya da anahtar kelime gibi birimlerden oluşabilir (Gökçe, 2019, ss.32-46; Kızıltepe, 2017, ss. 253-256).



Resim 2: Örnek bir mobilya üretim fabrikası

4.1. Araştırma Tasarımı

Araştırmada içerik analizinde kullanılacak anlam birimi, doküman analizi tekniği kullanılarak tasarlanmıştır. Doküman analizi, yazılı materyallerin sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayan bir nitel araştırma yöntemidir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Bu çalışmada, 2024 yılında Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren KOBİ düzeyindeki işletmeler arasından basit tesadüfi yöntemle seçilen firmaların misyon ve vizyon ifadeleri, içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sürecinde kalite, estetik, tasarım, çevre dostu üretim, sürdürülebilirlik, müşteri odaklılık, yenilikçilik, inovasyon ve tanıtım/reklam odaklılık gibi anahtar temalar esas alınmıştır. Öte yandan bu kavramlar, girişimcilik literatüründe örgütlerin stratejik yönelimlerini ve girişimcilik kapasitelerini yansıtan yaygın göstergeler arasında yer almakta olup, içerik analizi de bu çerçevede geliştirilmiştir.

4.2. Örneklem

Araştırmanın örneklemini, Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve sektörde lider konumda bulunan 21 büyük ölçekli mobilya fabrikası oluşturmaktadır. Bu firmalar, üretim kapasiteleri, sektördeki pazar payları ve bölgesel etki açısından seçilmiştir. Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu sayede Ege Bölgesi'ndeki mobilya sektöründe reklam ve temsil gücü yüksek, yenilikçi girişimcilik özelliklerini yansıtabilecek firmalar seçilmiştir.

4.3. Veri Analizi

Toplanan veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Daha önce de aktarıldığı üzere içerik analizi, metinlerdeki açık ve/veya örtülü içeriği kavramayı, anlamlandırmayı mümkün kılan bir tekniktir (Krippendorff, 2004). Bu doğrultuda, mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadeleri önceden belirlenen girişimcilik temalarına (kalite, estetik, tasarım, çevre dostu üretim, sürdürülebilirlik, müşteri odaklılık, yenilikçilik, inovasyon) göre kodlanmış ve analiz edilmiştir. Kodlama süreci, iki bağımsız araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve güvenilirlik için çapraz kontrol yapılmıştır. Araştırmacılar aynı mânâlı kesitleri elde etmiştir. Bunlar, aşağıda tartışıldığı gibidir.

5. Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde, Türkiye'nin Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren Kobi ve büyük ölçekli mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerinin içerik analizi sonuçları sunulmakta ve bu ifadelerdeki girişimcilik özellikleri tartışılmaktadır. Veriler, yenilikçilik, kalite, esneklik ve müşteri odaklılık gibi temalar etrafında sınıflandırılmıştır.

5.1. Girişimcilik Temalarına Yönelik Bulgular

Yapılan analiz sonucunda, Ege Bölgesi'ndeki mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerinde sıklıkla vurgulanan girişimcilik temaları yenilikçilik, kalite, esneklik ve müşteri odaklılık olmuştur. Bu temalar, fabrikaların sektördeki rekabet avantajlarını sürdürebilmek için gerekli olan stratejik yönelimleri ve girişimcilik kapasitelerini yansıtmaktadır.

5.1.1. Yenilikçilik

Ege Bölgesi'ndeki mobilya fabrikalarının birçoğu, misyon ve vizyon ifadelerinde yenilikçiliğe büyük bir önem atfetmektedir. Bu fabrikaların çoğu, üretim süreçlerinde teknolojik gelişmeleri takip ettiklerini ve sürdürülebilir tasarımlar geliştirdiklerini vurgulamaktadır. Örneğin, İzmir'de faaliyet gösteren Bykepi, "Yenilikçi tasarımlarımızla her yıl sektördeki trendleri belirliyoruz" şeklinde bir açıklama yaparak, sektördeki gelişmelere yön verme amacını açıkça ifade etmektedir. Bu, yalnızca ürün tasarımıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda üretim süreçlerinin optimizasyonu ve çevresel sürdürülebilirlik önlemleri gibi konuları da kapsamaktadır. Bir diğer muğla firması naswood ise; Kalite yönetim sistemimizin ISO 9001 standardının gereklerini yerine getirecek şekilde uygulanması ve sürekli iyileştirilmesi, Toplam Kalite felsefesini esas alarak, ekip içerisinde şirket ve bağlı birimlerin hedeflerine ulaşması, Ürün ve hizmetlerimizin sürekli iyileştirme yaklaşımı ile uluslararası düzeyde rekabet edebilecek seviyeye yükseltilmesi, Sağlıklı ürün ve insan sağlığına tavizsiz önem vermek, görev, taahhüt ve politikamızdır diyerek farklı bir bakış açısı getirmiştir.

Buna ek olarak, konfor mobilya firması, üretim süreçlerinde kullanılan teknolojiyi her yıl güncelleyerek, müşteri taleplerine hızla cevap verebilmek için Ar-Ge yatırımlarına büyük önem verdiklerini belirtmektedir. Bu örnekler, yenilikçiliğin sadece ürün değil, süreçler ve iş yapma biçimleri açısından da kritik bir girişimcilik unsuru olduğunu göstermektedir.

5.1.2. Kalite

Kalite, Ege Bölgesi'ndeki mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerinde sıkça yer alan bir diğer önemli temadır. Bu fabrikalar, yüksek kaliteli üretim süreçlerini benimsemekte ve markalarını bu özellikleri etrafında konumlandırmaktadır. Kale Mobilya, vizyonunda "Müşterilerimize en kaliteli mobilyaları sunmayı hedefliyoruz" diyerek kaliteye olan bağlılıklarını belirtmektedir. Bu firmalar, genellikle kaliteyi sadece ürünlerin dayanıklılığı ve estetiğiyle sınırlı tutmazlar; aynı zamanda müşteri memnuniyeti, satış sonrası hizmetler ve sürekli iyileştirme süreçlerini de kalite anlayışının bir parçası olarak görmektedirler.

Örneğin, Bu Mobilya firmasının misyon ifadesinde, "Her ürünümüz, müşteri beklentilerinin üzerinde kalite standartlarına sahip olarak üretilmektedir" ifadesi yer almaktadır. Bu ifade, firmanın yalnızca üretim değil, aynı zamanda müşteri ilişkilerindeki kaliteyi de vurguladığını gösteriyor. Kaliteyi bu kadar geniş bir perspektifte ele almak, sektörde uzun vadeli başarıyı sağlayan kritik bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

5.1.3. Esneklik ve Müşteri Odaklılık

Esneklik ve müşteri odaklılık, Ege Bölgesi'ndeki mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerinde en çok vurgulanan bir diğer girişimcilik özelliğidir. Firmalar, hızlı değişen piyasa koşullarına uyum sağlamak için esnek üretim süreçleri ve müşteri taleplerine hızlı yanıt verme

yeteneği geliştirmektedir. Bykepi firması, misyonunda "Müşteri taleplerine esnek bir şekilde cevap vererek, kişiye özel çözümler üretiyoruz" diyerek, müşteri odaklı stratejilerini vurgulamaktadır.

Bunun bir örneği olarak Mobilya Dünyası firması, "Üretim süreçlerimizi sürekli olarak iyileştiriyor ve her müşterimizin özel ihtiyaçlarına uygun çözümler sunuyoruz" şeklinde bir ifade kullanmaktadır. Müşteri odaklılık, sadece satış öncesi değil, satış sonrası hizmetlerde de kendini göstermektedir. Bu durum, markaların müşteri sadakatini artırma ve uzun vadeli ilişkiler kurma konusunda önemli bir rol oynamaktadır.

5.1.4. Yenilikçi Ürün Çeşitleri ve Çevre Duyarlılığı

Bazı firmalar, ürün çeşitliliği ve çevre dostu üretim anlayışını vurgulamaktadır. Örneğin, Mondi Mobilya, vizyonunda "Doğal kaynakları koruyarak, yenilikçi ve çevre dostu ürünler tasarlamayı hedefliyoruz" diyerek, çevre duyarlılığına ne kadar önem verdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Çevre dostu malzemelerin kullanımı ve sürdürülebilir üretim süreçleri, günümüz tüketicisinin artan çevre bilinciyle paralel bir strateji olarak giderek daha fazla ön plana çıkmaktadır.

5.2. Sektörel Farklılıklar

Bulgular, mobilya sektöründe faaliyet gösteren fabrikaların girişimcilik özelliklerini geliştirme düzeylerinin sektörel farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Özellikle tasarım ve üretim odaklı fabrikalar, yenilikçilik ve kaliteye daha fazla vurgu yaparken, büyük ölçekli fabrikalar, esneklik ve müşteri odaklılık gibi unsurlara daha fazla önem vermektedir. Bu durum, her fabrikanın faaliyet gösterdiği pazarın taleplerine ve müşteri kitlesine bağlı olarak stratejilerini belirlediğini göstermektedir. Ağaçişleri endüstrisi baz alındığında da tüm farklı sektörlerle ilişki içinde olmaları gerekmekte ki değişime kolayca ayak uydurabilme fırsatını kaçırmmaış olsun sürdürebilirlik bakımından.

5.3. Bölgesel Değerlendirme

Ege Bölgesi, Türkiye'nin önemli sanayi bölgelerinden biri olup, mobilya üretiminde de önemli bir yer tutmaktadır. Ege Bölgesi'ndeki mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadeleri, bölgenin rekabetçi yapısını ve sektörün hızlı büyüme potansiyelini yansıtmaktadır. Bu bağlamda, birçok firma küresel pazarda rekabet edebilmek için inovasyon ve kaliteyi ön planda tutmaktadır.

5.4. Girişimcilik Özelliklerinin Etkisi

Misyon ve vizyon ifadelerindeki girişimcilik özelliklerinin, firmaların uzun vadeli başarısını nasıl etkilediği de bu çalışma kapsamında analiz edilmiştir. Yenilikçilik, kalite ve esneklik gibi girişimcilik öğelerinin yoğun olduğu firmaların, sektörde daha yüksek büyüme oranlarına ve pazar paylarına sahip oldukları gözlemlenmiştir. Örneğin, konfor mobilya yenilikçi tasarımlar ve müşteri odaklı hizmet anlayışıyla son yıllarda pazar payını önemli oranda artırmış olması, bu da misyon ve vizyon ifadelerinin girişimcilik stratejilerindeki etkisini göstermektedir. Bu bulgular, misyon ve vizyon ifadelerinin bir organizasyonun girişimcilik stratejileri ile ne kadar doğrudan ilişkili olduğunu ve bu ifadelerin firma performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

5.5. Misyon ve Vizyon Uygunluk Analizi

Tablo 1: Misyon ve Vizyon Uygunluk Analizi

Hedefler			Uygunluk Analizi			
Firma	**Misyon**	**Vizyon**	**Stratejik Uyum**	**İş Modeli ve Ürün Yönelimi**	**Pazar ve Hedef Kitle**	**Gelişim ve Yenilik**
Bykepi	Müşteriye "mobilya terzisi" yaklaşımıyla kişiye özel, yüksek kaliteli ürünler sunmak. Bu, kişiselleştirilmiş tasarımlar ve kaliteye odaklanan bir stratejiyi gösterir.	Belirtilmemiş, ancak misyon ile uyumlu olarak, kişiselleştirilmiş hizmet ve üstün kaliteyle tanınan bir marka olmayı hedefliyor.	Marka, müşteriye özel ve kalite odaklı bir yaklaşım benimsediği için, Türkiye'deki ve global pazardaki trendlerle uyum sağlıyor. Kişiselleştirilmiş ürün taleplerinin arttığı günümüzde, bu yaklaşım çok uygun.	Özelleştirilmiş tasarımlar ve yüksek kalite, müşteri memnuniyetini artırır ve sadakat sağlar. Bu, markanın pazarda güçlü konumlanması açısından uygun.	Lüks ve kişisel tercihlere önem veren müşteri segmentleriyle uyumlu. Ancak, fiyatlandırma ve üretim maliyetleri nedeniyle geniş kitlelere ulaşmakta güçlük yaşanabilir.	Vizyonun net olmaması, marka için fırsat olsa da, hedeflerini daha belirgin hale getirerek uzun vadeli stratejilere daha uygun hale getirilebilir.
Yonga Mobilya	Çevreci yaklaşımlar ve geri dönüşüm sistemleri, sürdürülebilirlik odaklı olmak.	Şirketin sürdürülebilirlik, kalite ve çevre bilinci gibi temel değerlerle uyum sağlamak.	Ahşap kullanımı ve FSC sertifikası, çevresel sorumluluk vizyonunu destekliyor. Yarım asırlık tecrübe ve Türkiye'nin önde gelen üreticilerinden olması, yerel pazar ve marka itibarı ile uyum sağlıyor.	Yarım asırlık tecrübeyle Türkiye'nin en büyük doğal ahşap mobilya üreticilerinden biri olmanın gururunu yaşarken, geleceğe de aynı heyecan ve kararlılıkla ilerlemesidir. Kaliteli ve sürdürülebilir ürünler üreterek, mobilya sektörünün öncüsü olmak.	Yenilikçilik ve dijitalleşme gibi alanlarda stratejilerin vurgulanması, güncel pazar trendleriyle uyumu artırabilir.	Misyon ve vizyon ifadelerinin net ve açık olması; firma hedefleri ve değerleri daha somut şekilde tanımlanabilir. Müşteri memnuniyetine dayalı kalite anlayışı, firmanın uzun vadeli hedefleriyle örtüşüyor olmasıdır.
Themore Concept	Modern otomasyon teknolojilerini ve CNC makinelerini kullanarak, mutfak ve dekorasyon sektöründe lider konumda olmak.Geniş bir müşteri portföyüne ulaşmak ve sektör standartlarını belirleyen bir firma haline gelmek.	Mutfağın ve yaşam alanlarının estetik ve fonksiyonel çözümlerle donatılmasını sağlayarak, sektöre yön vermek.	Modern teknolojilere odaklanmak, vizyon ve misyonun uygulamadaki somut adımlarını destekliyor.	Mutfağın ve yaşam alanlarının estetik ve fonksiyonel çözümlerle donatılmasını sağlayarak, sektöre yön vermek.	Yenilikçilik, kalite, müşteri odaklılık ve teknolojik gelişime önem vererek; güvenilirlik ve kalite ön planda tutularak, sektörde fark yaratma Pazar oluşturmak.	Kaliteli, modern mutfak, banyo ve dekorasyon alanında hizmet sunmak, anahtar teslim çözümler sağlamak.

Konfor Mobilya	Müşterilere kaliteli, dayanıklı ve şık mobilyalar sunmak. Ev ve yaşam alanlarını daha konforlu hale getirmek. Uygun fiyatlı ve çeşitli ürün seçenekleriyle müşteri memnuniyetini sağlamak.	Türkiye'de tanınan ve tercih edilen lider mobilya markalarından biri olmak.	Müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, sektöründe güvenilir ve yenilikçi olmak.	Müşteri beklentilerini aşan ürün ve hizmetler sunmak.	Yenilikçi tasarımlar ve yüksek kaliteyle sektörde öne çıkmak.	Konfor koleksiyonlarını, Konfor Park'ta en yeni, yapay zekâ ve robotik teknolojilerini kullanarak üretmek. Malzeme seçiminden başlayarak her aşamada, doğaya ve insana saygı ilkesiyle hareket etmek.

5.6. Genel Değerlendirme

Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmalarının misyon ve vizyonları genel olarak stratejik kararları ve uygulamalarıyla uyumlu görünmektedir. Firmalar, belirledikleri misyon ve vizyonlarına paralel olarak hem yerel pazarda hem de küresel pazarda etkin olabilmek için uygun stratejiler geliştirmiştir.

Bykepi, globalleşme hedeflerine uygun olarak yurtdışındaki pazarını genişletme stratejisini izlemektedir ve çevre dostu üretim süreçleri ile modern yaşam alanları yaratma misyonunu başarıyla gerçekleştirmektedir.

Themore Consept, her bütçeye uygun kaliteli ürünler sunma amacını başarıyla sürdürmekte ve iç pazarda lider olma yolunda ilerlemektedir. Ancak, yurtdışındaki marka bilinirliğini artırmaya yönelik adımlar atması gerekmektedir.

Yonga Mobilya, müşteri odaklı yenilikçi tasarımlarla konforlu yaşam alanları yaratma misyonunu gerçekleştirmekte ve dijitalleşme sürecini hızlandırarak global pazarda büyüme hedeflerini gerçekleştirmeye çalışmaktadır.

Konfor mobilya, ergonomik ve estetik tasarımlar ile konforlu yaşam alanları sunma misyonunu başarıyla yerine getirirken, çevre dostu üretim ve sürdürülebilirlik stratejileri ile de gelecekteki büyümesine önemli katkılar sağlamaktadır.

Çizelge 1: Örnek firmaların misyon ve vizyonlarının özeti

Firma Adı	Merkez Şehir	Misyon Özeti	Vizyon Özeti	Girişimcilik Temaları
1. Alfemo	İzmir	Estetik ve fonksiyonel mobilyalar sunmak	Global pazarda lider marka olmak	Estetik, Fonksiyonellik
2. ABC Mobilya	Manisa	Her kesime hitap eden ekonomik ürünler sunmak	Türkiye'nin dört bir yanında erişilebilir olmak	Uygun Fiyat, Erişilebilirlik
3. Adore Mobilya	İzmir	Kolay kurulabilir mobilya çözümleri sunmak	Fonksiyonel ürünlerle pazar payını artırmak	Pratiklik, Fonksiyonellik
4. Armis	Aydın	Sağlıklı ve konforlu uyku ürünleri sunmak	Uluslararası pazarda marka bilinirliğini artırmak	Konfor, Sürdürülebilirlik
5. Asortie	İzmir	Klasik ve lüks mobilyalar üretmek	El işçiliğiyle global pazarda fark yaratmak	Lüks, El Sanatları

Firma Adı	Merkez Şehir	Misyon Özeti	Vizyon Özeti	Girişimcilik Temaları
6. Bykepi	İzmir	Kaliteli şık tasarımlar sunmak	Globalde farklı olmak	Kalite, Uzmanlaşma
7. Berke Mobilya	Uşak	Doğal malzeme kullanımıyla sağlıklı mobilyalar üretmek	Çevreci ve yenilikçi bir marka olmak	Doğallık, Sürdürülebilirlik
8. Bodrum Mutfak Mobilya	Muğla	Doğal ahşap malzemeli özel mutfaklar üretmek	Estetik ve fonksiyonel mutfaklar sunmak	Mekan ve kullanıcı ihtiyaçlarıyla uyumluluk
9. Çetmen	İzmir	Uygun fiyatlı ve kaliteli mobilya sunmak	Türkiye genelinde yaygın ve güvenilir marka olmak	Uygun Fiyat, Kalite
10. Doğrucan Mobilya	İzmir	Uygun fiyatlı modern mobilyalar sunmak	Türkiye genelinde yaygın satış ağı kurmak	Uygun Fiyat, Modern Tasarım
11. Evgör	İzmir	Her zevke uygun mobilya tasarımları sunmak	Uluslararası pazarda bilinen tasarım markası olmak	Tasarım, Müşteri Odaklılık
12. Konfor Mobilya	Manisa	Konforlu ve estetik yaşam alanları sunmak	Türkiye'nin lider ev mobilyası markası olmak	Konfor, Kalite
13. Meltem Mobilya	İzmir	Mutfak ve banyo mobilyasında kaliteli çözümler üretmek	Yenilikçi çözümlerle global pazarda yer almak	Uzmanlaşma, Yenilikçilik
14. Naswood	Muğla	Ahşap evler ve masif mobilya üretmek	Dünya'da alanında tek ahşap ev markası ve lideri olmak	Kaliteli ürün ve yenilikçi uygulamalar
15. Şapcı Mobilya	Afyon	Geleneksel işçilikle özgün tasarımlar üretmek	Kültürel mirası yaşatan marka olmak	El Sanatları, Kültürel Sürdürülebilirlik
16. Teleset	İzmir	Fonksiyonel çözümlerle yaşam alanları tasarlamak	Türkiye'de kaliteyle özdeşleşmiş marka olmak	Fonksiyonellik, Kalite
17. Tuna Ofis	İzmir	Yenilikçi ofis mobilyaları üretmek	Uluslararası pazarda ofis çözümlerinde lider olmak	Yenilikçilik, Uzmanlaşma
18. Yatsan	İzmir	Sektörel sinerji yaratarak üretimi desteklemek	Bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak	İşbirliği, Yenilikçilik
19. Yonga Mobilya	Denizli	Dijital platformlarda kaliteli mobilya sunmak	Online mobilya pazarında lider olmak	Dijitalleşme, Kalite
20. Themore Consept	Aydın	Fonksiyonel ofis çözümleri geliştirmek	Ergonomide öncü ofis mobilya markası olmak	Ergonomi, Fonksiyonellik
21. Weltew Home	Denizli	Şık ve fonksiyonel mobilya üretmek	Avrupa'da tanınan mobilya markası olmak	Estetik, Fonksiyonellik

6. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışma, Ege Bölgesi'ndeki büyük ölçekli mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerini analiz ederek, bu ifadelerin girişimcilik özellikleri ile nasıl ilişkilendiğini incelemiştir. İçerik analizinin genel değerlendirmesinde, firmaların misyon ve vizyon beyanlarında en sık vurgulanan girişimcilik temalarının yenilikçilik, kalite ve müşteri odaklılık olduğu görülmüştür. Yenilikçilik, kalite ve esneklik, firmaların sektörün zorlukları ve fırsatlarına uyum sağlama kapasitesini artırmakta, müşteri odaklılık ise uzun vadeli müşteri sadakati ve pazar payı artırma açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Ege Bölgesi'ndeki mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerinde, bölgesel farklar ve sektörel farklılıklar gözlemlenmiştir. Tasarım ve üretim odaklı firmalar, yenilikçi çözümler geliştirmeye daha fazla odaklanırken, büyük ölçekli fabrikalar esnek üretim süreçleri ve müşteri odaklı hizmet anlayışını benimsemektedirler. Bu farklı stratejiler, her fabrikanın faaliyet gösterdiği pazarın taleplerine göre şekillenmektedir.

Çalışma, girişimcilik özelliklerinin, mobilya fabrikalarının uzun vadeli başarısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Yenilikçi tasarımlar ve yüksek kaliteye odaklanmak, firmaların rekabet avantajlarını sürdürmelerini sağlamaktadır. Ayrıca, müşteri odaklı stratejilerin ve esnek üretim sistemlerinin, firmaların değişen piyasa koşullarına hızla adapte olmalarına yardımcı olduğu görülmüştür.

Modern kurumlar misyon ve vizyon metinleriyle bir yandan yöntem ve amaçlarını açıklarken aynı zamanda varlığa bakış açıları, yönetim anlayışları, ideolojileri, aidiyetleri ve bağlı oldukları paradigmal çerçeveyi ortaya koymaktadır. Bu yanıyla misyon ve vizyon metinleri kurumların işletmelerin kimliğidir (Altıntop ve Altıntop, 2024, s. 20). Mobilya sektöründe faaliyet gösteren KOBİ ve Büyük ölçekli firmalar; markalaşmaya vizyona misyona yatırım yaptığında pazarda rekabet edebileceği ve mobilya ürünlerine yönelik inovasyon yapma ve kaliteli ürünler üretme konusunda sıkıntı yaşamayacağı önerilerimiz arasındadır (Çetin ve Diğ., 2024, s. 28).

Sonuç olarak, Ege Bölgesi'ndeki büyük ölçekli mobilya fabrikalarının misyon ve vizyon ifadelerindeki girişimcilik unsurlarının, sektörün gelişimine ve firmaların rekabetçi konumlarını güçlendirmelerine katkı sağladığı söylenebilir. Gelecekte yapılacak benzer çalışmalar, bu tür ifadelerin firma performansı ve sektörel başarıyla olan ilişkisini daha derinlemesine inceleyebilir. Günümüz mobilya firmaları vizyon misyonun yanında devamlılık için yenilikçi tüm uygulamalarıda yakından takip edip bunları sürdürülebilir uygulamaya dönüştürüp rekabet konumunda olan her şeyle başa çıkabilmelidirler (Çetin ve Diğ., 2024, s. 28).

Ege Bölgesi'ndeki mobilya firmalarının misyonları, kalite, estetik, yenilikçilik, sürdürülebilirlik ve müşteri odaklılık gibi temel unsurlara dayanmaktadır. Ayrıca, bölgesel kalkınma ve yerel ekonomiyi destekleme gibi unsurlar da bu firmaların misyonlarında sıkça vurgulanan konulardır. Firmalar, sadece yerel pazarda değil, aynı zamanda uluslararası pazarlarda da başarıyı hedefleyerek, sektördeki rekabet avantajlarını artırmaya çalışmaktadır. Ege Bölgesi'ndeki mobilya sektörü, yerel üretim kapasitesinin yanı sıra, yenilikçi tasarımlar ve çevre dostu üretim yöntemleri ile sektördeki gelişimini sürdürebilecektir. Ayrıca bu çalışmanın farklı sektörlerde uygulanması gelecek çalışmalara alternatif olması yön verebilmesi adına önem arz edeceğidir.

Yazar Katkıları

Davut Çiftçi: Kavramsallaştırma (araştırma fikri ve amaçlarının geliştirilmesi), Metodolojinin belirlenmesi, Araştırmanın yapılması, Analizlerin yapılması, Veri iyileştirme, Kaynaklar, Denetleme, Doğrulama, %33.33

Tahsin Çetin: Kavramsallaştırma (araştırma fikri ve amaçlarının geliştirilmesi), Metodolojinin belirlenmesi, Görselleştirme, Makale Taslak oluşturma, Makale Yazma, inceleme ve düzenleme, Veri iyileştirme, Kaynaklar, Doğrulama, %33.33

Aslı Kaya: Metodolojinin belirlenmesi, Görselleştirme, Makale Taslak oluşturma, Makale Yazma, inceleme ve düzenleme, Veri iyileştirme, Kaynaklar. %33.33

Finansal destek beyanı

Finansal destek alınmamıştır. / No financial support has been received.

Çıkar çatışması

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır. / There is no conflict of interest among the authors.

Kaynakça

Akgemci, T. (2001). *Stratejik yönetim*. Gazi Kitabevi.

Aktan, C. C., & Bulut, C. (2008). Girişimcilik: Yeni girişimler, girişimciler ve girişimcilik kültürü. *TİSK Akademi*, 3(5), 1–20.

Altıntop, M., & Altıntop, M. (2024). İletişim fakültelerinin misyon ve vizyon metinlerinin içerik analizi. *Sinerji Uluslararası Alan Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 20-53. https://doi.org/10.54971/synergy.1482659

Bahar, H. (2020). *Mobilya sektöründe müşteri odaklılık ve rekabet avantajı.* İleri Yayıncılık.

Balkan, B. (2021). *Sürdürülebilir üretim ve çevre dostu tasarımlar.* Akademik Yayıncılık.

Belli, A., Karakaya, E., & Ataş, Y.Ö. (2018). Yeni kamu yönetimi ve yönetişim kavramlarının büyükşehir belediyeleri vizyon ve misyonlarındaki yeri ve önemi üzerine bir içerik analizi. *Yönetim, çalışma hayatı ve sendikacılık araştırmaları* içinde Editör: Mustafa Talas ve K. Hakan Derin, İKSAD Yayınları

Bozkurt, P. (2021). Misyon bileşenleri açısından Türk kamu yönetiminde misyon bildirimleri: bakanlıklar örneğinde bir değerlendirme. *Denetişim*, (23), 41-59.

Çetin, A. (2020). *Mobilya sektöründe inovasyon ve rekabet gücü: Ege Bölgesi örneği*. Ege Üniversitesi Yayınları.

Çetin, T., Duran, C., & Çolak, M. (2024). Intermediary variable effect of total quality management applications on product quality and ınnovation. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 13*(2), 28-54.

David, F. R. (2007). *Strategic management: Concepts and cases* (11th ed.). Pearson Education.

Dinçer, Ö. (2018). *Stratejik yönetim ve işletme politikası* (15. baskı). Beta Yayınları.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.

Göçoğlu, V. (2025). Türkiye'de stratejik kamu yönetiminde misyon, vizyon ve temel değerler: kamu yönetimi yaklaşımları odağında bir analiz. *Ombudsman Akademik* (*21*), 67-99. https://doi.org/10.32002/ombudsmanakademik.1489526

Gökçe, O. (2019). *Klasik ve nitel içerik analizi: felsefe, yöntem ve uygulama.* Çizgi Kitabevi.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, *29*(6), 963–989. https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00086-2

Kılıç, M. (2010). Stratejik yönetim sürecinde değerler, vizyon ve misyon kavramları arasındaki ilişki. *Sosyoekonomi, 13*(13), 81-98.

Kızıltepe, Z. (2017). İçerik analizi. *Nitel araştırma: yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* (Ed.), Seggie, F. N. ve Bayyurt, Y. içinde, (253-266). Anı Yayıncılık.

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, Sage Publications.

Koçabaş, C., & Alpaydın, Y. (2018). Üniversite-sanayi işbirliği bağlamında teknoloji geliştirme bölgelerinin misyon ve vizyonlarının incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (2), 368-377.

Öztürk, A., & Yalçın, B. (2022). *Yerel ekonomik kalkınma ve mobilya sektörü: Ege Bölgesi örneği*. Ege Üniversitesi Yayınları.

Pearce, J. A., & David, F. (1987). Corporate mission statements: The bottom line. Academy of *Management Executive, 1*(2), 109–116.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (R. Opie, Trans.). Harvard University Press.

Yalçın, H., & Karabacak, İ. (2018). Mobilya üretim süreçlerinde inovasyon: Türkiye mobilya sektörü ve Ege Bölgesi üzerine bir araştırma. *İşletme İnovasyonu Dergisi*, *6*(1), 24–37.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, B. (2020). *Ege Bölgesi mobilya sektöründe kalite ve estetik unsurların önemi*. Celal Bayar Üniversitesi Yayınları.

Yıldırım, S. (2020). *Ege Bölgesi'nde mobilya firmalarının pazarlama stratejileri ve ihracat potansiyeli.* İleri Yayıncılık.

Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, *6*(4), 259–285. https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90019-A