



Tüketicilerin Mobilya Stillere İlişkin Tercihleri ve Seçiminde Etkili Olan Faktörler

Abdi ATILGAN¹, Hatice ULUSOY^{2,*}, Necmi KAHRAMAN³, Hüseyin PEKER⁴

¹Afyon Kocatepe Üniversitesi Afyon MYO Malzeme ve Malz. İşl. Teknolojileri Bölümü, Afyonkarahisar

²Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Köyceğiz MYO Ormanlık Bölümü, Muğla

³Afyon Kocatepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Afyonkarahisar

⁴Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Artvin

Öz

Bu çalışma, tüketicilerin mobilya stillerine ilişkin tercihlerinin incelenmesini kapsamaktadır. Örneklem kapsamında Afyonkarahisar şehrinin şehrsel yerleşimini kapsayan sosyol ve ekonomik düzeylere sahip 392 bireyin konutlarında tercih ettikleri mobilya stilleri(klasik/modern) ve tercih sebeplerini araştırılmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde sosyal iletişim araçları kullanılarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket uygulamasında mobilya kullanıcılarının farklı demografik özellikleri ve mobilya seçiminde etkili olan faktörlerini de saptamaya yönelik sorular yer almıştır. Çalışma sonunda mobilya stili tercihinde öne çıkan unsurların belirlenmesi ve yorumlanması, yüzde frekans dağılım tekniği kullanılarak yapılmıştır.

Sonuçlara göre; tüketicilerin % 76,3 modern mobilya stilini tercih ederken % 23,7'i klasik mobilya stilini tercih etmiştir. Tüketicinin mobilya seçiminde etkili olan faktörlerde de; mobilyanın ucuz, uzun ömürlü, deformasyona karşı dayanıklı, konforlu, taşıma kolaylığı, temizliğinin kolay, ödeme kolaylığı, demonte özellikte, işlevsel-kullanışlı, moda uyumlu, evdeki diğer eşyalarla uyumlu, estetik ve lüks görünümlü olmasının yanı sıra sosyal statülerine uygun olması sorularına çoğunluğun kesinlikle katılmaktayken, mobilyanın pahalı olması ve satıcı, eş-dost akraba tavsiyesi tercih sebeplerini kısmen etkilemektedir. Netice olarak, Türkiye'de tasarlanıp üretilen modern ve klasik mobilya kullanım oranlarını saptamaya yönelik müşteri profili ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mobilya, mobilya stilleri, tüketici tercihleri, klasik mobilya, modern mobilya.

Consumers' Preferences for Furniture Styles and Factors that Effect in Choosing

Abstract

This study includes examining consumers' preferences for furniture styles. Within the scope of the sample, furniture styles (classic / modern) and preference reasons preferred by residents of 392 individuals with different socio-economic (Lower / Middle / Upper) levels constituting the urban residential area of Afyonkarahisar province were researched. Survey data were obtained using survey tools using social communication tools. In the questionnaire, there were questions about determining the demographic characteristics of furniture users and the factors that are effective in furniture selection. At the end of the study, determining and interpreting the prominent elements of the furniture style preference was made by using the percentage frequency distribution technique.

According to the results; While 76.3% of consumers prefer modern furniture style, 23.7% preferred classical furniture style. Factors influencing the choice of furniture for the consumer are; most of the questions about furniture are cheap, durable, resistant to deformation, comfortable, easy to carry, easy to clean, easy to pay, demountable, functional-usable, fashionable, compatible with other household items, aesthetic and luxurious as well as social status While attending, the furniture is expensive and the seller is partially influencing the reasons for the preference of a friendly relative. As a result, a customer profile has been uncovered to determine the modern and classic furniture usage rates designed and manufactured in Turkey.

Keywords: Furniture, furniture styles, consumer preferences, classic furniture, modern furniture.

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Hatice ULUSOY (Dr.); Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Köyceğiz MYO Ormanlık Bölümü, Muğla, Türkiye. Tel: 0 (252) 211 3249, Fax: +90 (252) 211 5041, E-mail: hatice.tirasulusoy@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0960-3388

Geliş (Received) : 04.03.2018
Kabul (Accepted) : 22.04.2018
Basım (Published) : 15.08.2018

1. Giriş

Mobilya, insanların günlük yaşamında kullanılması gereken dayanıklı tüketim mallarındandır. Günümüzde zaruri ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir. İnsan yaşamı boyunca bulunduğu ortama göre mobilyaya gereksinim duyar. Mekanların kullanım amacına göre işlevleri de değişmektedir. Okul mobilyası, hastane mobilyası, konut mobilyaları, kent mobilyaları vb. ticari ve özel bir çok mekanın sosyal statüsüne göre farklı tasarımlar geliştirilmiştir. Aynı zamanda mekanda kullanılan mobilyaların stilleri de, tüketici sınıfının kimliğini sembolize eder.

Çeşitli toplumlarda kullanılan mobilya göçebe topluluklarda sandık, divan, masa olarak altına belirli bir taşıyıcı (kasnak) kullanılan tepsi, kamışlardan yapılan ve sökülebilir yatak v.b gibi göç kolaylığına uygun şekilde kullanılmaktayken yerleşik yaşamda yer değiştirmiş ve dolap, koltuk, masa, kitaplık gibi sabit mobilyalar halini almıştır (Kalınkara, 2008:224; Tuğcuoğlu, 2008). Günümüzde konut tipi özel yaşam alanlarında kullanılan mobilyalarda daha çok zaman geçirilmektedir. Bu nedenle, konutlarda kullanılan mobilya stilleri de tüketicilerin ve üreticilerin tercihleri açısından önem kazanmıştır.

Tüketiciler satın alma tercihlerinde ve satın alma kararına ulaşmada; ürünün nitelikleri, işlevsel oranı, önem dereceleri ve markaya ait inanç durumlarını gözden geçirirler. Tüketicilerin satın alma davranışları; bilgisayar, mobilya gibi beğenmeli mallarda farklı iken kolayda mallarda daha farklıdır (Karaosmanoğlu ve Kızılgın, 2009).

Tüketicilerin mobilyaya ilişkin tercihlerinin incelendiği araştırmalarda mobilyanın fiyatının, kalitesinin, kalite belgesinin, markasının, servis ve garanti koşullarının, ödeme koşullarının, kullanışlı olmasının ve satış sonrası hizmetlerinin önemli olduğu görülmektedir (Burdurlu vd., 2004; Öztürk, 2006; Andaç, 2008; MOSDER, 2009; Türedi, 2010; Dülgeroğlu, 2011). Scholz ve Decker (2007)'in mobilya üretim malzemesi olarak kullanılan ağaç türünün tüketicilerin tercihlerine etkisini inceledikleri çalışmada ise kalite ve tasarım faktörlerinde ağaç türünün tüketici tercihlerinde etkili olduğu bulunmuştur.

Bilgin (1986), Farklı sosyo-ekonomik düzey ailelerin kullandıkları eşya ve insan/eşya ilişkileri incelemiş, grupların sosyo-ekonomik düzeylerine göre eşyalarının değiştiği ve kullanıcıların yaşam tarzı ile eşyalarının arasında belli bir uyumun olduğu belirtmiştir.

Bu çalışmadaki amaç; Hedef kitle kitle olarak Türkiye’de farklı illerde kentsel yerleşim alanını oluşturan farklı sosyo-ekonomik (Alt/Orta/Üst) düzeylere sahip bireylerin konutlarında tercih ettikleri mobilya stilleri(klasik/modern) ve tercih sebeplerini belirlemektir. Tüketicilerin gereksinme ve olanaklarının doğru saptanması, üreticilerin doğru ürünü en uygun ergonomi ve estetikte üretmesini sağlayacaktır. Tüketicilerin, mobilya stilleri ve mobilya özelliklerine ilişkin bilgi sahibi olması tercihlerini en uygun şekilde yapabilmesine yardımcı olacaktır.

Bu nedenden dolayı araştırmada kullanılan anketin bilinçli olarak yanıtlanması için, ekte klasik mobilya ve modern mobilyaya ait örnek resim sunulmuştur. Anket, Türkiye genelinde konut sahibi veya kiracı olan mobilya tüketicilerini kapsamaktadır. Örneklem kapsamında Afyonkarahisar şehrinin şehrsel yerleşimini kapsayan sosyal ve ekonomik düzeylere sahip 392 bireyin konutlarında tercih ettikleri mobilya stilleri(klasik/modern) ve tercih sebepleri araştırılmıştır.

2. Materyal ve Metot

2.1. Mobilya Stilleri

2.1. 1. Modern Mobilya

XIX. yüzyılın sonundan itibaren, endüstrileşme ve makineleşme sürecine paralel olarak geliştirilen, seri üretim olarak üretilebilen ve günümüzde de çok yaygın şekilde uygulanan mobilya stiline modern mobilya denir. Modern mobilyanın temel özellikleri, günümüz mimarisine uygun, dayanıklı, keskin köşeli, sade, standart ve görkemsiz olmasıdır. Ölçülerinde standartlaşmaya gidildiğinden aynı mobilya elemanları ile değişik düzenleme ve gruplamalar yapılabilir [Aras, 1982].

Modern mobilyada süsleme tekniklerine (oyma, kakma vs.) çoğunlukla yer verilmemekte veya çok az verilmektedir. Tornalı, eğemeçli, konik ve bazende düz kare kesitli ayaklar kullanılır. Modern mobilyada metal, cam, plastik, kompozit esaslı malzemeler, ileri teknoloji üstyüzey malzemeleri ve tutkalların kullanımı artmıştır. Modern mobilyada sağlamlık, estetik, ergonomi ve minimalist düşünceler ön plandadır. Günümüzde modern mobilya kullanımı oldukça yaygındır ve ürün çeşidi çok fazladır.



Şekil 1. Modern Mobilya Örneği (URL-1).

2.1. 2. Modern Mobilya

Mobilya sanat tarihi yönünden oldukça kapsamlıdır. Klasik mobilya; her bir ürünün özenle el işçiliği ile işlenerek sanat eserine dönüştürülmesidir. Masif odun türlerine aşırı süsleme teknikleri kullanılarak (oyma, kakma, yakma, boyama gibi) elde edilirler. Gösterişi ve zerafeti temsil ederler. Klasik mobilya her devre göre farklı isim alırlar. Bu çağlara göre ortaya çıkan mobilya sanatlarının kısaca kronolojileri şu şekildedir;

- İlk Çağ Mobilya (Antik dönem) Sanatı: MÖ. 4000-MS450
- Orta Çağ Sanatı- Roman ve Gotik Dönemi(MS. 476-1550)
- Rönesans Mobilya Sanatı- Rönesans Dönemi (MS. 1500-1600)
- Yeni Çağ(Neoklasik) Mobilya Sanatı (MS. 1770-1850)
- Yakın ÇağMobilya Sanatı-Yenileşme Dönemi (MS. 1789-1900)
- Çağımız Mobilya Sanatı-Modern Dönem (1900- Halen)

Klasik mobilya diye adlandırılan mobilyalar zengin görünümlü, lüks, gelir seviyesi yüksek bireylerin ve gösterişli mekanların sosyal statüsüne temsil eden mobilyalardır. Fakat günümüzde gösterişli olduklarından, çok sayıda alıcı bulmakta ise de, bu mobilyaların eski stillere göre üretim tekniğiyle hiçbir ilişkisi yoktur [Malkoçoğlu, 2008]. Günümüzde Avangart olarak adlandırılan klasik mobilyalar, eski dönem mobilya stillerini anımsatmaktadırlar. Üretim tekniği ve kullanılan malzeme olarak eski mobilya stillerine benzemeyen bu mobilyalar daha çok görünüm olarak klasik mobilyayı anımsatmaktadırlar. Yani net olarak diyebiliriz ki; Klasik mobilyanın günümüze uyarlanan modellerine ve trendlerini yansıtan yüzüne “Avangart” mobilya denir. Avangart mobilyalarda oyma yerine, kalıplara poliüretan veya polyester dökme yöntemi uygulanarak iskelet elde edilmektedir. Oymaların az olması, kumaşlardaki değişiklik, desen farkları ve renk farkları gerçek klasik mobilya ile avangart mobilya arasındaki temel farklardır. Klasik mobilya ile modern mobilyanın harmanlanarak yeniden yorumlanması da denilebilir [URL-3].



Şekil 2. Klasik Mobilya Örneği (URL-2).

2. 2. Araştırma Alanı

Örneklem kapsamında, Afyonkarahisar ilinin kentsel yerleşim alanını oluşturan farklı sosyo-ekonomik (Alt/Orta/Üst) düzeylere sahip 412 bireyin konutlarında tercih ettikleri mobilya stilleri(klasik/modern) ve tercih sebeplerini araştırılmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde sosyal iletişim araçları kullanılarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Sosyal iletişim araçlarını kullanarak elde edilen anketler %95 güven seviyesi ve %3 kabul edilebilir hata payı ile birlikte 392 adet anket uygulaması değerlendirmeye alınmıştır. Anket uygulamasında mobilya kullanıcılarının farklı demografik özellikleri ve mobilya seçiminde etkili olan faktörlerini de saptamaya yönelik sorular yer almıştır. Çalışma sonunda mobilya stili tercihinde öne çıkan unsurların belirlenmesi ve yorumlanması için faktör analizi tekniği kullanılmıştır.

2. 2. 1. Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi

Örneklem büyüklüğü aşağıdaki formüle göre hesaplanmıştır (Gürleyen, 2005).

Örnek büyüklüğü (n); $n = (Z^2NPQ) / (ND^2 + Z^2PQ)$

Z = Güven katsayısı (%95 için 1.96 alınmıştır), P = Ölçmek istediğimiz özelliğin toplumda bulunma ihtimali (%97 olarak alınmıştır), Q = 1-P (ölçmek istenilen özelliğin ana kütlede bulunmama ihtimali), N = Ana kütle büyüklüğü, D = Kabul edilen örnekleme hatası (Çalışma için %3 lik örnekleme hatası öngörülmüştür).

2. 3. Araştırmanın Yöntemi

Afyonkarahisar ilinin kentsel yerleşim alanını oluşturan farklı sosyo-ekonomik (Alt/Orta/Üst) düzeylere sahip 412 bireyin konutlarında tercih ettikleri mobilya stillerini(klasik/modern), yığını en iyi temsil edebileceği düşünülerek örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü 392 kişi olarak bulundu. Fakat daha fazla hedef kitleye ulaşabilmek için araştırma metodu olarak; Google arama motorunun Google Drive web ara yüzünde bulunan formlar kısmından “online form” oluşturulmuştur. Oluşturulan formun erişim adresini sosyal medya iletişim araçlarına (e-mail, facebook, twitter, instagram) göndermek ve paylaşmak suretiyle anket verileri toplanmıştır. Uygulanan anketlerden %95’i araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Anket formunda tüketicilere; demografik karakteristiklerin yanı sıra tüketicinin mobilya seçiminde etkili olan faktörlerden de, konut genişliği, ürünün ekonomik olması, kaliteli olması, dayanıklı olması, moda uyumlu olması, ergonomik olması, taşınmasının kolay olması, ortama uyumlu olması, pazarlama veya tavsiyelere göre alınıp alınmadığı, temizliğinin kolay olması, kullanım ömrünün uzun olması, gösterişli olması, estetik olması, sosyal statüye uygun olması, kullanışlı olması ve fiziksel etkilere karşı dayanıklı olması gibi sorular yöneltilmiştir. Anket sorularının yanıtı için likert ölçeği (bir uçtan diğerine) kullanılmış olup tüketicilerin değişen yanıt seçenekleri kullanılarak tutum ve davranışları ölçen yöntem kullanılmıştır.

2. 4. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen verilerin anlaşılabilirliği ve aynı yöntemlerle elde edilmiş verilerle karşılaştırılabilirliği için çeşitli istatistikî teknikler kullanılmıştır. Bu amaçla yapılan anket çalışması sonuçları, google driver hafızasından alınarak SPSS programı yardımıyla yüzde frekans dağılımları ile betimsel istatistikler belirlenmiş olup, elde edilen verilerin analizleri; bulgular ve tartışma kısmında yorumlanmıştır.

3. Bulgular

Bu çalışma, tüketicilerin mobilya stillerine ilişkin tercihlerinin incelenmesini kapsamaktadır. Bunun içinde öncelikle, konut sakinlerinin aylık gelirlerini ve daire büyüklükleri belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda yapılan anket sonuçları neticesinde elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır. Bu değerlendirme ile ortaya çıkan sayısal dağılımlar aşağıda hazırlanan tablo ve grafiklerde gösterilmiştir.

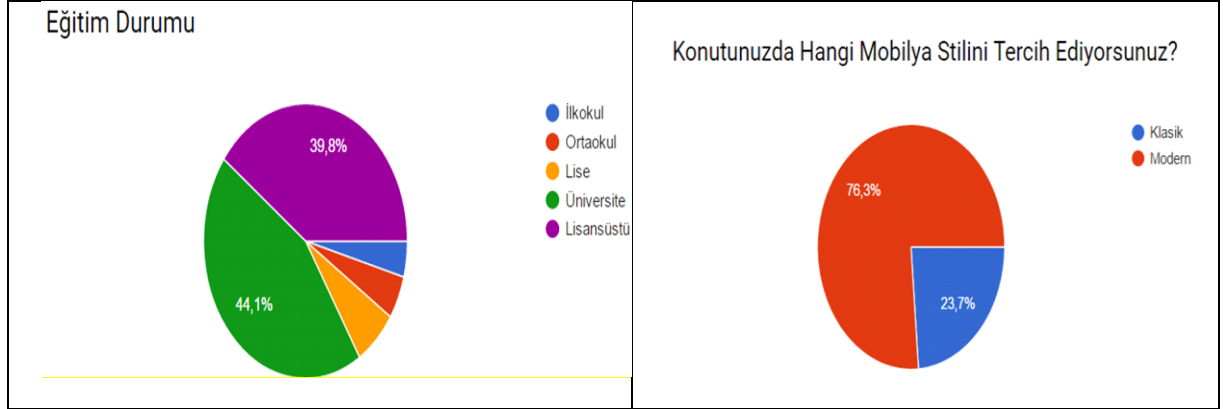
Tablo 1. Tüketicilerin Gelir Düzeyi ve Konut Genişliği Durumları

	Aylık Gelir			Konut Genişliği	
	n	%		n	%
1300-2000	86	22	1+1	30	7,6
2000-3000	97	24,6	2+1	80	20,3
3000-5000	159	40,7	3+1	232	59,3
5000 ve üstü	50	12,7	4+1	50	12,7
Standart Sapması:	9.061		Standart Sapması:	5.7523	

Tablo 2. Tüketicilerin Bazı Demografik Karakteristikleri

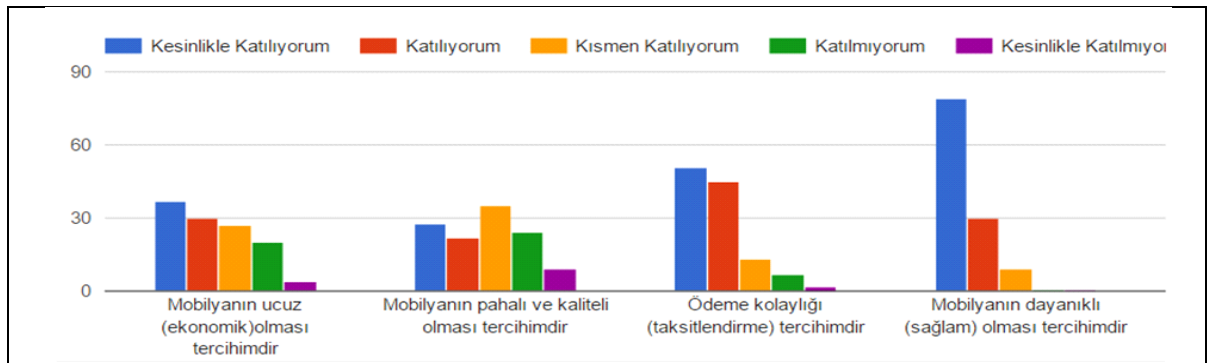
	Cinsiyet		Medeni Durum		
	n	%	n	%	
Bayan	133	33,9	Bekar	156	39,8
Bay	259	66,1	Evli	236	60,2
Standart Sapması:	9.061		Standart Sapması:	5.7523	

Tablo 1 ve Tablo 2’de görüldüğü üzere ankete katılan kullanıcıların büyük çoğunluğu (% 40,7’si) 3000TL ve daha fazla gelire sahiptir. Konut genişliği olarak değerlendirdiğimizde ise % 59,3’ü 3+1 konutlarda oturmaktadırlar. Bu gösteriyor ki Afyonkarahisar nüfusunun çoğunluğu geniş konutlarda oturmaktadır. Araştırmaya katılanların çoğunluğu erkek (%66,1) ve evli(%60,2) bireylerdir.

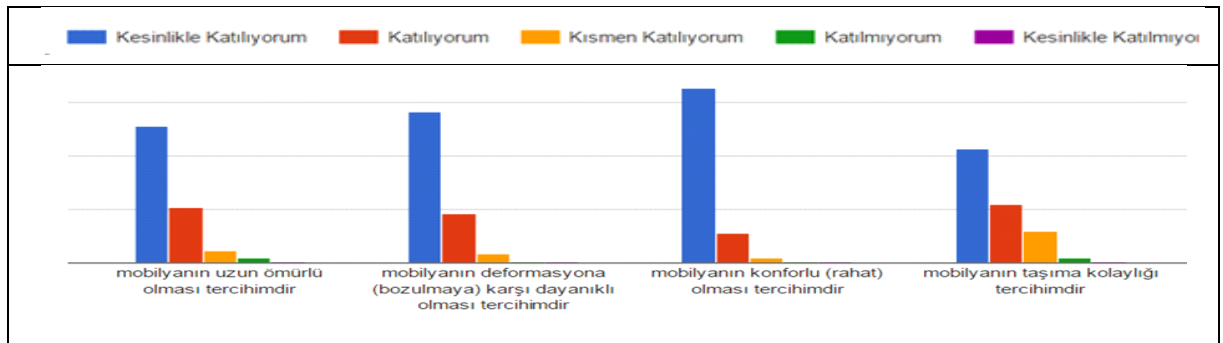


Şekil 3. Ankete katılan tüketicilerin eğitim durumu ve mobilya stili tercihleri

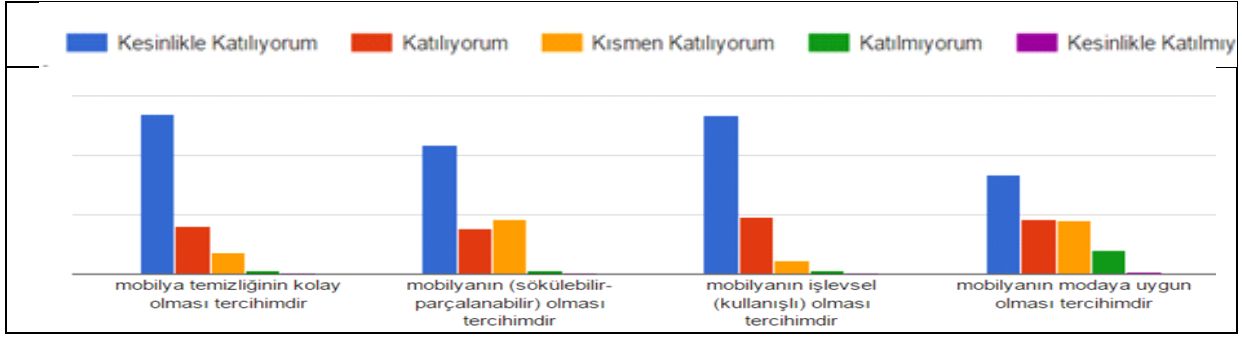
Ankete katılanların eğitim durumlarına bakıldığında (Şekil 3) % 44,1’i üniversite mezunu iken % 39,8’i yüksek lisans veya doktora mezunudur. Bunun grafiksel gösterimi ise Şekil 3’de verilmiştir. Şekil 4’de grafiksel gösterimi verilen tüketicilerin tercih ettiği mobilya stillerinde ise % 76,3’ü modern mobilya stilini tercih etmişlerdir. Bu da gösteriyor ki, tüketicilerin büyük bir çoğunluğu daha yenilikçi ürünleri tercih etmektedir.



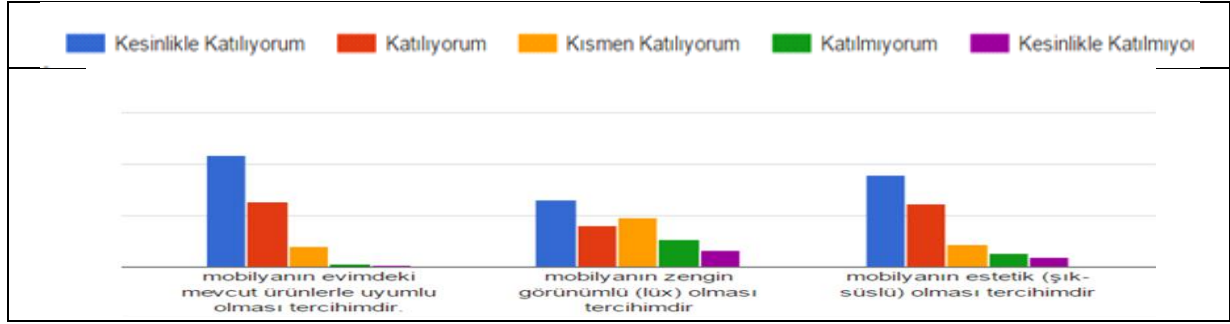
Şekil 4. Tüketicinin Mobilya Seçiminde Etkili Olan Faktörler (1. Kısım).



Şekil 5. Tüketicinin Mobilya Seçiminde Etkili Olan Faktörler (2. Kısım)



Şekil 6. Tüketicinin Mobilya Seçiminde Etkili Olan Faktörler (3. Kısım).



Şekil 7. Tüketicinin Mobilya Seçiminde Etkili Olan Faktörler (4. Kısım)

Tüketicilerin tercihinde etkili olan faktörler incelendiğinde, ankette yöneltilen soruların hemen hemen hepsi “kesinlikle katılıyorum” seçeneği yüksek çıkmıştır. Tüketicilerin genellikle satın alma kriterleri arasında; mobilyanın dayanıklı olması, ekonomik (ucuz) olması, uzun ömürlü olması, taşıma kolaylığının olması, konforlu olması, temizliğinin kolay olması ve işlevsel olması (çok amaçlı kullanım, Örn: Çekyat gibi) gibi kriterleri modern mobilya stilini tercih etmesinde etkin rol oynayan faktörlerdir. Günümüzde minimalist yaklaşımlar ve daha yenilikçi düşünceler ön plana çıktığını görmekteyiz.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın önemi, tüketicilerin mobilya stillerine ilişkin tercihleri ve seçiminde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve yorumlanması aynı zamanda bunlar arasında ki ilişkinin faktör analizi tekniği ile ortaya çıkarılması açısından önem taşımaktadır. İkinci önemli nokta ise Türkiye’de tasarlanıp üretilen modern ve klasik mobilya kullanım oranlarını ve seçiminde etkili olan faktörleri saptamaya yönelik müşteri profili ortaya çıkarılmış olmasıdır.

Sonuçlara göre; tüketicilerin % 76,7’si modern mobilya stilini tercih ederken % 23,3’ü klasik mobilya stilini tercih etmiştir. Buna göre tüketicilerin çoğunluğunun mobilyada modern stili tercih etmesi yenilikçi, modaaya uygun ve teknolojik üstünlüklerden etkilendiği söylenebilir.

Klasik mobilya, tüketiciler tarafından az tercih edilmesinin sebepleri; mobilya elamanlarının tek fonksiyonlu olması (tek amaçlı kullanım), tek parçadan oluşması ve demonte olmaması, yerini değiştirmede zorluklar yaşanması, temizliğinin zor olması, pahalı olmaması, kısıtlı mekânlarda kullanıldığından dolayı az tercih edildiği söyleyebilir. Bu çalışma, mobilya üreticisi ve pazarlamacı firmaların, üreteceği ve satabileceği mobilya gruplarının oranları ve müşterilerin alış-verişte dikkat etmesi gereken hususların belirlenmesi yönünden katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmadan beklenti olarak; Türkiye’de ki mobilya stili tercihinde öne çıkan unsurların ortaya çıkarılması, Türkiye’de tasarlanıp üretilen modern ve klasik mobilya kullanım oranları ortaya çıkarılması, Türkiye’de ki mobilya kullanıcılarının farklı demografik özellikleri ve mobilya seçiminde etkili olan faktörlerini saptanması, Türkiye’de ki modern ve klasik mobilya seçiminde etkili olan faktörleri saptanması gibi kazanımlar elde edilmiştir. Bundan sonraki bilimsel araştırmalarda tüketicilerin tercihlerinde ya da şikâyetlerinde, üreticilerin ürettikleri ürünün niteliklerinin belirlenmesine katkı sağlayacak çalışmalar yapılması tavsiye edilebilir.

Bilgilendirme

Bu çalışma 3.Uluslararası Mühendislik Mimarlık ve Tasarım Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve özet bildiri olarak basılmıştır.

Kaynaklar

1. **Kahnkara V (2008)**. Tasarım ve Dekarasyon. Ankara: Gazi Kitabevi.
2. **Tuğcuoğlu ÇC (2008)**. Göçer Kültürlerde Mobilyalar ve Günümüze Uyarlanması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Ana Sanat Dalı.
3. **Karaosmanoğlu K ve Kızgın Y (2009)**. Tüketicilerin Satın Aldıkları Markalı Mobilya Ürünleri Tercihlerine Etki Eden Degiskenlerin Belirlenmesi. Finans, Politik&Ekonomik Yorumlar Dergisi, 46 (528), 83.
4. **Scholz SW, Decker R (2007)**. Measuring the impact of wood species on consumer preferences for wooden furniture by means of the Analytic Hierarchy Process. Forest Products Journal, 57(3), 23-28.
5. **Burdurlu E, İlçe AÇ, Ciritoğlu HH (2004)**. Mobilya Ürün Özellikleri ile ilgili Tüketicilerin Tercih Öncelikleri. H. Ü. Sosyolojik Arastirmalar e-Dergisi.
6. **Öztürk E (2006)**. *Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Kalite Belgelerinin Yeri ve Önemi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
7. **Andaç T (2008)**. *Kayseri ili Mobilya Tüketici Tercihleri Üzerinde Bir Arastırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı.
8. **Mosder (2009)**. Tüketicilerin Mobilya Tercihi ve Satın Alma Kararları. Sektör Arastırması. <http://www.mosder.org.tr/?wapp=haberdetaytr&did=377843D3-0790-4C8D-837B-FC569DB4FE1&content=basinbulteni0> adresinden (Erişim Tarihi: 23/06/2012).
9. **Türedi, H. (2010)**. Zonguldak li Mobilya Sektöründe Satis Sonrası Hizmet Üzerine Bir Arastırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı.
10. **Dülgeroğlu, K. (2011)**. Mobilya Seçiminde Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı.
11. **Bilgin N (1986)**. “Çeşitli Sosyo-Kültürel Gruplarda Eşya Sistemleri ve İnsan Eşya İlişkileri”, Doçentlik Tezi, Tekn. Matbaası, İzmir.
12. **Aras Rahmi. (1982)**. Mobilya Stilleri Kitabı, Yüksek Teknik Öğretmen Okulu Matbaası, Ankara.
13. **URL 1 (2017)**. <https://www.google.com.tr/search?biw=1366&bih=637&tbm=isch&q=modern+mobilyalar&sa=X&ved=0ahUKEwj0zmr29fXAhWld5oKHRxFDhUQhyYIJg#imgdii=k07TSfqbQBB7iM:&imgrc=mkMZ89XS-GTmM> (Erişim Tarihi: 23.11.2017).
14. **URL 2 (2017)**. https://www.google.com.tr/search?q=klasik+mobilyalar&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj0zmr29fXAhWkAJoKHWvBA14Q_AUICigB&biw=1366&bih=637#imgrc=PMS2f6rM4WPAFM (Erişim Tarihi: 23.11.2017).
15. **Malkoçoğlu A (2008)**. Mobilya Endüstrisi Ders Notu, KTÜ Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Trabzon.
16. **Gürleyen L (2005)**. Kutu Mobilya ve Masif Sandalye Üretiminde Fabrika Planlama Sorunları ve Çözüm Önerileri, Doktora Tezi, G.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, 135, Ankara.
17. **URL3: <http://www.avangardmobilyamodelleri.com>** (Erişim Tarihi: 22 05 2017).