

SERAMİK SEKTÖRÜ, ÜRETİMİNE ve TEKNOLOJİYE YAPTIĞI YATIRIMLAR



☒ Ocak 2013 tarihli Sabah Gazetesi'nin başlığı "Türk seramik sektörü dünya liderliğine hazırlanıyor." Haberin devamında ise "Seramik sektörüne önemli fırsatlar yaratan ve rotasını çizen 'Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı' yürürlüğe girdi. Devlet ve özel sektör işbirliğiyle hazırlanan 'Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı', Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün'ün açıklamasıyla uygulamaya geçti. Seramik sektörünün imajını yükseltmek ve küresel pazar payını artırmak vizyonuyla, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün'ün öncülüğünde hazırlanan eylem planı, sektörün yol haritasını ortaya koyuyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekçi,

Türkiye Seramik Federasyonu Başkanı Zeynep Bodur Okyay ve iş dünyasının önde gelen isimlerinin katıldığı tanıtım toplantısında, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün tarafından kamuoyuna duyurulan eylem planıyla, ulusal ve uluslararası pazarda etkili olmak isteyen sektörün önündeki engellerin kaldırılması hedefleniyor. Türkiye'nin çok daha büyük bir potansiyel taşıdığını vurgulayan Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün, sektörün önündeki süreci doğru yönetebilmek için bir yol haritası hazırladıklarını söyledi.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Nihat Ergün, sektörünün imajını yükseltmek ve küresel pazar payını artırmak vizyonuyla,

'Kalite ve Verimliliği Artırmak' ve 'İç ve Dış Pazarda Ticaret ve Rekabet Şartlarının Korunması ve İyileştirilmesi' başlıklarıyla iki farklı hedef için 27 eylem belirlediklerini açıkladı... Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı'nın özel sektöre ışık tuttuğunu belirten Türkiye Seramik Federasyonu Başkanı Zeynep Bodur Okyay, 'Sektörümüzün uzun yıllardır atılan en mühim adımlardan biri olarak gördüğüm bu çalışma, ülkemiz için önemli bir sürdürülebilirlik unsuru olarak gördüğümüz 'devlet ve özel sektör işbirliği' ilkesine en kayda değer örneklerden birisi oldu' dedi...

'Seramik artık sadece seramik olmaktan çıkmıştır' diyen Zeynep Bodur Okyay, uzay, savunma ve

hacvacılık sanayii, enerji üretim ve iletimi,ısıtmavesoğutma,otomotiv, yeni çevre teknolojileri, elektronik sanayigibienhızlıteknolojigeliştiren sektörlerde seramik ürünleri kullanıldığını vurguladı. İleriseramik malzemelerin dünyadaki pazarının 40 milyar dolar seviyesinde olduğunu altını çizerek Zeynep Bodur Okyay, bualana 'Neden bu pazardan pay almalıyım' diye baktıklarını söyledi... Türk seramik sektörünün karo ihracatında dünya 4'üncüsü, seramik sağlık gereçlerinde ise Avrupa'nın en büyük üreticisi ve ihracatçısı olduğunu kaydeden Zeynep Bodur Okyay, şunları söyledi: 'Türk seramik sektörü, bir zamanlar dünyanın ulaşılmaz seramik devleri olarak görülen İtalya ve İspanya ile artık sıkı bir rekabete girdi. Sektörümüz, kendisini güçlü kılan özelliklerle dünya seramik üretiminin daha da önemli bir oyuncusu olmaya namzettir... Hem kamu hem de özel sektörün üzerine düşen sorumlulukları tarif eden önemli maddelerin de bulunduğu stratejide; 'sektörün ihtiyaç duyduğu teknik standartlar', 'yenilikçi ürünlerin üretim ve satışına yönelik teşvik mekanizmaları', 'yeni ham maddelere araştırmaları', 'sektörde piyasadenetiminingüçlendirilmesi', 'ihracat kredilerinin büyütülmesi' ve 'KOBİ ortak girişimlerinin desteklenmesi' ile ilgili başlıklar öne çıkıyor" şeklinde devam ediyor.

Bu çok pozitif yaklaşım, biraz hedef değiştirirse de, Ekim 2013 tarihli Kütahya Gazetesi'nde yayınlanan "Seramik sektörü alternatif ülkelere yöneldi" başlıklı haberde de devam ediyor. Habere göre, NG Kütahya Seramik Porselen Turizm Sanayi A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Güral, dünya seramik sektörünün en büyük üreticisinin Çin olduğunu, bu ülkeyi, İtalya, İspanya, Türkiye, Brezilya ve Portekiz'in takip ettiğini dile getirmiş. Avrupa'da seramik üretiminde Türkiye'nin 3. sırada yer aldığını anlatan Güral, "Ülkemiz, Avrupa'nın birçok ülkesine seramik

ihrac ediyor. Son dönemde Avrupa'daki pazarlarda yaşanan ekonomik daralma Türk seramik sektörünü alternatif ülkelere yönlendirmiştir. Kütahya seramik olarak ağırlıklı Türkiye piyasasında çalışmalar yapıyoruz. Mevcut yatırım çalışmalarının yanı sıra ihracatı artırmak için de planlamalar yapıyoruz" demiş.

Bu haberi destekleyen ve Anadolu Ajansı'nın Kasım 2013 tarihli haberine göre; Türk seramik sektörü, Türkiye'nin 2023 vizyonu kapsamında hedeflediği 3,5 milyar dolar ihracata ulaşmak için yeni pazar arayışına girmiş. Türkiye Seramik Federasyonu (TSF), yeni hedef pazar olarak Sahra Altı Afrika ülkelerini mercek altına almış. Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB) Genel Sekreterliği'nde önceki gün düzenlenen "Sahra Altı Afrika Ülkeleri Semineri"nde, söz konusu pazarlara ilişkin yol haritasını belirlemek amacıyla bölgenin seramik sektöründeki mevcut durumu ile genel ekonomik görünüm ve bankacılık sektörü değerlendirilmiş.

Sahra Altı Afrika'daki fırsatların ele alındığı seminerde konuşan Türkiye Seramik Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet T. Yamaner,

son global krizden sonra gittikçe daralan gelişmiş ülke pazarlarına alternatif olarak yeni pazarlara açılmak gerektiğini söylemiş. Yamaner, "Kriz sonrası en büyük pazarımız olan Avrupa Birliği'ne olan ihracatta, Polonya gibi ülkeler bizi zorlamaya başladı. Türk ihracat ürünleri karayolu ile bir haftada Almanya'ya ulaşırken, Polonya 5-6 saatte aynı pazara teslimat yapıyor. Katma değeri yüksek bir sektör olan seramikte ürün kalitesi ve pazarlama tecrübesi ile yeni pazarlardaki fırsatları değerlendirmemiz ve ihracatta doğabilecek olası riskleri ortadan kaldırmamız gerekiyor" diye konuşmuş.

Seramik Sektörü'nü iyi bir pozisyonda konumlandıran bu üç haberinde çıkış nedeni, aynı zamanda. Bu neden bizce, Ocak 2013'te yürürlüğe giren "Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı". Bu plan, sektörün bugününe ilişkin en son durum değerlendirmesiyle birlikte, sektörün kısa vadeli geleceğini de resmediyor çünkü. O zaman, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın "Türkiye Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı / 2012-2016"ya bakalım.

Planın Giriş bölümünde şöyle deniliyor: "Küresel ekonomideki





belirsizliklerin yoğun biçimde yaşandığı, koşulların hızla değiştiği günümüzde; Türkiye ekonomisinin yeniden büyümesürecinegirmesini sağlamak ve bu büyümeyi sürdürülebilir kılmak, temel politika belgeleri ile sektör strateji belgelerinin ortak hedefidir. Türkiye Sanayi Stratejisinin uzun dönemli vizyonu, 'Orta ve yüksek teknoloji ürünlerde, Avrasya'nın üretim üssü olmak'olarakbelirlenmişve Türkiye Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı', bu stratejiye paralel olarak hazırlanmıştır. Seramik sektörünün göze çarpan en önemli özelliği, bu sektörün ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olmasıdır. Dolayısıyla, bu sektörü ileriye taşıyacakadımlar, ekonomiiçin ayrı bir önem taşımaktadır.

Ülkemizde seramiğin endüstriyel bir boyut kazanması, çok yakın bir zamana, 20. yüzyılın ortalarına denk gelmektedir. Seramiğin genç bir sektör olması, bu sektörde dengelerin henüz oturmadığını, parametrelerin değişmeye devam edeceğini göstermektedir.

Geride kalan süreçte, Türk firmaları çok önemli bir aşama kaydetmiş ve seramik sektörü, ülkemizin en hızlı yükselen sektörlerinden biri

olmayı başarmıştır. Bugün 60 ülkeye ürünlerini ulaştırıran seramik sektörü, üretim kapasitesi, modern teknoloji yatırımları ve yüksek kalite avantajları sayesinde, rekabet gücünü artırmaya devam etmekte olup; budoğrultuda sektörde, bilime, Ar-Ge'ye ve teknolojiye önem verilmesi, özellikle üniversite-sanayi işbirliğinin daha üst aşamaya taşınması gerekmektedir...

Seramik sanayi, yarattığı katma değer ile her ülkede olduğu gibi, ülkemizde de stratejik bir önem taşımaktadır. 1950'li yıllarda üretime başlayan Türk Seramik Sektörü, kısa sayılabilecek busüreçindedünyanın en büyük seramik üreticilerinden biri konumuna gelmiştir

Türk Seramik Karo Sektörü, özellikle 1990 yılından sonra yaptığı yatırımlar ile, bugün dünya seramik karo üretiminde söz sahibi olmayı başarmıştır. Türk firmaları 60 ülkeye ihracat yaparak, üretim kapasitesi, modern teknoloji yatırımları ve yüksek kalite avantajları sayesinde, Türk Seramik Sektörünün dünya pazarlarındaki rekabet gücünü artırmaktadır. Bu fırsatın değerlendirilerek, ön plana çıkabilmesi için; 'Türkiye Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı', Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Stratejik Planı'nda

belirtilen 'Girişimcilige, yenilikçiliğe ve yüksek katma değerli teknoloji üretimine dayalı ekonomiyapısıyla, Avrasya'nın mal ve hizmet üretim üssü haline gelen ve dünyanın en gelişmiş on ülkesi içinde yer alan bir Türkiye'nin oluşumunda öncü olmak' vizyonunu ışığında, 'Türkiye'nin küresel rekabete edebilirliğinin en üst seviyeye çıkarılmasına ve sanayi ve ticaret alanlarında yapısal dönüşümün sağlanmasına yönelik olarak ulusal politikalar doğrultusunda, kamu kuruluşları, üniversiteler ve özel sektörle işbirliği içinde politikalar ve strateji oluşturmak, uygulanmasını sağlamak, izlemek, değerlendirmek' stratejik amacı doğrultusunda hazırlanmıştır."



Bu giriş açıklamalarının ardından, Küresel Seramik Sektörünün Değerlendirmesi bölümünden sonra, Türk Seramik Sektörünün Değerlendirmesi'ne geçiliyor. Raporla göre; 8000 yıl öncesine dayanan Anadolu topraklarındaki seramik sanatı, 1950'li yılların başlarından itibaren Türkiye'de seramik sanayi haline dönüşmeye başlamıştır. Bugün ülkemiz, sahip olduğu kaliteli ve zengin seramik hammaddeleri, seramik konusunda çökiye eğitim görmüş bilim adamları ve teknisyenleri ile inovasyona ve müşteri memnuniyetine öncelik veren firmaları sayesinde, dünya seramik üretiminde 9'uncu sırada bulunmaktadır.

Seramik sektörü, Türkiye'nin en eski ve en hızlı ilerleyen sektörlerinden biridir. Sektör, her

geçen yıl ürünlerini geliştirmekte ve ürünlerinin çeşitliliğini artırmaktadır. Seramik sektörü, katma değer açısından da ülkemizin önde gelen sektörlerindedir. Ülkemizin, seramik karo ve sağlık gereci pazarlarına coğrafi yakınlığı, firmalarımızın uluslararası pazarlara açılmasına imkân sağlamaktadır. Seramik sektörünün, ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olarak Türk ekonomisine katkısı oldukça önemlidir. Sanayianlamında 1950'li yıllarda üretime başlayan Türk Seramik Sektörü, 1980'li yıllardan itibaren hızlı bir gelişme içerisine girmiştir. Dünyadaki kullanılan yeni üretim teknolojileri ve en modern seramik üretim hatları ülkemize kurulmuştur...

Seramik Karo Sektörü: Türkiye, seramik karo üretiminde dünyadaki en büyük 9'uncu üretici konumundadır ve dünyadaki üretimden % 3,2 pay almaktadır. İhracattaise 4'üncü sıraya yükselerek dünya seramik ihracatında % 5,4 paya ulaşmıştır. Türkiye'de seramik sektöründe ilk yatırımlar, özel sektör tarafından gerçekleştirilmiştir. 1960 yılında ise Çanakkale Seramik tarafından Çanakkale Çan'da, yer ve duvar karo üretilen tesis faaliyete geçmiştir. 1968 yılından itibaren, seramik ürünlerin ithalatı minimum düzeylere gerilemiş ve ihracat yapılmaya başlanmıştır. Seramik karo sektörünün esas gelişimi 90'lı yıllarda yaşanmıştır. Günümüzde Türkiye, dünyanın seramik üreten sayılı ülkelerinden biri konumuna gelmiştir. TSF kayıtlarına göre, sektörde 28 adet firma yer almakta olup, toplam kurulu kapasite 406 milyon m²'dir.

Sektör, yüksek katma değerli yapıyla Türkiye'de döviz kazandıran güçlü bir endüstri haline gelmiştir. Türkiye'de seramik sektörünün lokomotif ürün grubu, karodur. 2002-2007 yılları arasında üretim ve ihracatta artan

bir ivme izleyen Türk Seramik Karo Sektörü, 2008 yılına gelindiğinde düşüş göstermeye başlamış; 2009 yılında 67 milyon m²'lik ihracatı ile 2002 yılında yakaladığı değerin altına inmiştir. 2010 yılı ihracatı ise 84 milyon m²'ye ulaşmıştır...

Seramik Sağlık Gereçleri Sektörü: Dünya ölçeğinde önemli bir konuma gelen Türk Seramik Sağlık Gereçleri Sektörü, rekabet gücü yüksek olan bir sektördür. Seramik sağlık gereçleri üretimi, ilk olarak 1958 yılında Eczacıbaşı'nın Kartal üretim tesislerini kurması ile başlamıştır. Türkiye, Avrupa'da en büyük seramik sağlık gereçleri üretimine sahip ve en fazla ihracat yapan ülke konumundadır. 1960 yılında 800 bin olan yıllık üretim kapasitesi 2008 yılı itibarıyla 21 milyon adede yükselmiştir. Sektörde 5.800 kişi istihdam edilmektedir. Seramik karo sektörünün ekonomik büyüklüğü, seramik sağlık gereçlerinden birkaç kat fazla olmasına rağmen;



istihdamda seramik sağlık gereçleri ile seramik karo sektörü birbirine yaklaşmaktadır. TSF verilerine göre sektörde, 5 tanesi yıllık bir milyonun üzerinde kapasiteye sahip olmak üzere 39 adet üretici bulunmaktadır. Merdiven altı olarak tabir edilen küçük üreticilerin eklenmesi ile rakam yükselmektedir. TÜİK

verilerine göre, Türkiye'nin seramik sağlık gereçleri ihracatı, 2011 yılında 178 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Dünyadaki büyük seramik sağlık gereçleri pazarları olan Birleşik Krallık, Almanya, ABD, Fransa ve İspanya; Türkiye'nin ihracatını yaptığı en büyük 5 pazar haline gelmiştir. Günümüzde ihracatın % 70'i, Avrupa Birliği ülkelerine yapılmaktadır.

Seramik Sofra ve Süs Eşyası Sektörü: Sektörde; üç büyük porselen firmasının yanı sıra, seramik süs eşyası üreten 15 civarında küçük ve orta büyüklükte firma bulunmaktadır. Yerli üreticiler, yüksek teknoloji ile üretim yapmakta ve Avrupa Birliği düzenlemelerinin istediği istihdam, çevre koruma, kalite, sağlık ile ilgili şartları karşılayabilmektedir. Çin menşeli ürünlerin bu standartları karşılamada yaşadığı zorluklar, yerli üreticilerin avantaj yaratmaktadır. Yerli üreticiler için en büyük tehdit, alt ürün segmentlerinde Çin menşeli

düşük kaliteli ürünlerin yaratmış olduğu haksız rekabet ve yurt içinde merdiven altı üreticilerin yaptıkları kayıt dışı üretimdir. Dünyada tek çatı altında en büyük üretim tesisleri Türkiye'dedir. Sofra ve Süs Eşyaları Sektöründe, tüm Avrupa'daki toplam üretim miktarı, Türkiye'deki üretim miktarlarının altındadır.



Fakat; yerli firmaların markagücünün sınırlı olması nedeniyle, miktarsal büyüklük tutarsal büyüklüğe dönüşmemektedir. 2009 yılında 123 milyon ABD Dolarlık ithalat yapan sektör, 2010 yılında ithalat payını 171 milyon ABD Dolarına yükseltmiştir. 2011 yılı verilerine göre ise, toplam ithalat 195 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

Refrakter Sektörü: Türkiye’de, 20 civarında refrakter ürün imalatı yapan firmamevcut olup; bu firmaların toplam 4.500 kişilik istihdam yaratmaktadır. Yıllık üretim kapasitesi 550 bin ton dolayında olup, kapasite kullanım oranları ise %43 düzeyindedir. Yerli üretimin, tüketimin yaklaşık %75’ini karşılamasının yanı sıra, bir miktarı da ihraç edilmektedir.

Türkiye’de Konya, Kütahya, Bilecik ve Eskişehir’de, bazik refrakter üretiminde kullanılan, manyezit ve dolomit cevherleri bulunmaktadır. Bununla birlikte; Çankırı, Çorum, Erzincan ve Sivas çevresinde, dolomit, manyezit ve krom cevheri bulunduğu bilinmekte, ancak taşımacılık altyapısının yetersizliğinden dolayı ilgilicevherler

değerlendirilememektedir.

2010 yılında, ihracat 60 milyon ABD Doları, ithalat ise 107 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılı verilerine göre ise, ihracat 73,9 milyon ABD Doları, ithalat ise 136,4 milyon ABD Doları seviyelerine yükselmiştir.

En büyük ihracat pazarları, yakın coğrafyalar olan Avusturya, Ukrayna, Almanya, Yunanistan, Mısır, İtalya, Makedonya ve Cezayir’dir. Türk Refrakter Sektörü ürün özellikleri, küresel firmaların ürünleri ile rekabete deebilir seviyededir. İhracat potansiyelinin değerlendirilebilmesi için, firmaların pazarlama aktiviteleri yoğunluklarının artırılması ve taşımacılık altyapısının iyileştirilmesi, önem arz etmektedir.

Teknik Seramik Sektörü: Günümüzde Türkiye’de üretilen teknik seramiklerin, yaklaşık %80’i porselen izolatör ve %15’i elektroporselen ürünlerdir. Porselen izolatörler, elektroporselen malzemeler ve ileri seramik malzemelerin üretimini içeren teknik seramik sektöründe, üretim yapan 7 firma bulunmaktadır. Sektörün izolatör üretim kapasitesi

19 bin 200 ton/yıl, elektroporselen ve teknik seramik üretim kapasitesi ise 4 bin 400 ton/yıl’dır.

Türkiye’de yetişmiş bilim adamları mevcut olmasına rağmen; sanayi gelişmemiş olduğu için, teknik seramik ürünlerinin uygulama alanı bulunmamaktadır. Türkiye’de teknik seramik sektöründe, yabancı sermayeli şirket de yer almamaktadır. Türkiye’nin teknik seramik ürünleri ihracat seviyesi oldukça düşük seyretmekle birlikte; 2010 yılında 525 bin ABD Doları olan ihracat değeri, 2011 yılında 847 bin ABD Doları seviyelerine ulaşmıştır. İhracat ürünleri, aynı zamanda iç piyasada satılan ortagerilimmesnet ve zincir izolatörleridir.

Ağırlıklı olarak ihraç edilen ülkeler, Suriye ile özellikle 2004–2005 döneminde Cezayir ve Irak olmuştur. Özellikle Japonya ve Çin’de tam otomatik çalışan fabrikalar bulunmakta iken; ülkemizde işçilik giderleri %20 seviyesinde bulunmaktadır. Artan hammadde ve enerji fiyatları, firmaların rekabetçiliğini olumsuz etkilemektedir... **E&O**