

SERAMİK SEKTÖRÜNÜN KRİTİK ORANI

DIŞ TİCARET FAZLASI VEREN AZ SAYIDAKİ SEKTÖRLERDEN BİRİ OLAN SERAMİKTE DÜNYANIN FARKLI COĞRAFYALARINDA 100'Ü AŞKIN ÜLKEYE 1.5 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT YAPILIYOR. SEKTÖRÜN 2024 HEDEFİ DE BU RAKAMI 2 MİLYAR DOLARA ULAŞTIRMAK. SEKTÖRÜN LİDER KURULUŞLARININ YÖNETİCİLERİ, İŞÇİLİK VE ENERJİYE DAYALI SEKTÖRÜN KRİTİK GÖSTERGELERİNİ PAYLAŞTI...



%20

"Seramik sektörü enerji yoğun çalışan bir sektör olduğundan, enerji maliyetlerinin toplam giderler içerisindeki payı çok büyük bir önem taşır. Sektör olarak, enerji maliyetlerinin rakip üretici ülkelerden daha yüksek olmaması gerekiyor. Özellikle BAE, Mısır ve Kuzey Afrika ülkeleri mevcut rakip Hindistan'a ilave oldu. Rekor seviyede yüksek yerli katma değer yaratarak net döviz kazandıran seramik sektörünün enerji fiyat politikasının diğer sektörlerden ayrı ele alınarak, rakip ülkelere karşı gücünü kaybetmemesi sağlanmalıdır. Sektör olarak, enerji maliyetlerinin toplam giderler içindeki payının yüzde 20'yi geçmemesi gerekiyor."

ERDEM ÇENESİZ
İsva/Ece Holding YKB

%35-40

"Seramik kaplama malzemeleri sektörü için kritik göstergelerden birisi, ihracatın, iç tüketimde kullanılan üretim kapasitesine oranıdır. Şöyle ki; Türkiye seramik sektöründe 40'a yakın tesisle kurulu olup, etkin üretim kapasitesi 650 milyon metrekareye ulaşmıştır. Yurtiçi tüketim için kullanılan kapasite yüzde 35-40 seviyesindedir. Geriye kalan yüzde 55-60 oranındaki üretim kapasitesini ihracatta kullanabiliyoruz. Maalesef ihracatımız kurulu kapasitemizin yüzde 15-20'si oranında seyir etmektedir. Üretim kapasitesinin yüzde 35-40'ı için talep yaratamadığımız için, kullanılan kapasite ve atıl mamul stokuna neden olmaktadır. Kullanılmayan üretim kapasitesi ve atıl duruma düşmüş mamul stokları, yurtiçi ve ihracat pazarlarında üreticilerin fiyata dayalı rekabete girmesine ve katma değer yaratamaz hale gelmesine yol açmaktadır. İhracat pazarlarında diğer üretici ülkelere (İtalya, İspanya, Hindistan, vb.) rekabet gücümüzü arttırmamız gerekmektedir."

SİAMAK JALILI
Ege Seramik ve Ege Vitrifiye YKÜ

4.39 DOLAR

"Günümüzde, pazardaki birçok işletme arasından farklılaşarak öne çıkmak oldukça önem kazandı. Katma değerli ürünleri ve/veya hizmetleri pazara sunmak farklılaşabilme için kullanılan araçlardan biri oldu. Porselen sektörü açısından da kritik oran ihracatın kg değeridir. Bize göre ihracatta en önemli konu, katma değeri yüksek ürün üretme becerimizi korumamızdır. Burada üzerinde durmamız gereken nokta katma değeri yüksek olan ürünlerin üretimini ve ihracatını gerçekleştirmektir. İhracattaki kalıcı ve sürdürülebilir kazanımlar, temelde fiyat rekabetçiliğinden ziyade, katma değeri yüksek ve teknolojik ürün çeşitlendirmesiyle sağlanabilir. 2023 yılı, porselenden sofraya ve mutfak eşyası ithalatının kilogram fiyatı 3,77 USD olarak gerçekleşirken, ihracat kilogram fiyatı 4,39 USD olarak gerçekleşti."

HARİKA GÜRAL
Güral Porselen YK Başkan Yardımcısı



34 EURO

"Sektör için 'kritik oran' diye bir şey söylemek çok zor. Bugün enerji (elektrik +gaz) yüzde 20 altında olsun diye talep ederiz, işçilik artar ve dolar bazında alınan malzemelerin payı artar ve enerji oranı aşağıya gelir. Gas'ın maliyetinin Mwh başına 20 Dolar altında olması arzumuz denilebilir. Şu anda yanılsam 34 Euro civarında ve Avrupa'da 25 Euro civarında idi. Dolayısıyla en kritik gündemler: Enerji maliyetlerinde rekabetçi bir ülke değiliz ve ülkemizde hidrojen tedarikinin yakın bir gelecekte olmaması bizi çok düşündürüyor. Avrupa'nın en büyük ihracat pazarı olması nedeniyle de 'green deal' (yeşil dönüşüm) en önemli konumuz. Ağır bir malzeme olması nedeniyle lojistik merkezi ve tren yolu ulaşımının da kritik bir gündem olduğunu söyleyebiliriz."

HASAN PEHLİVAN
Vitra Genel Müdürü



900 TL

"Seramik sektörü açısından en güncel, kritik sorun hammaddeye ulaşım, tedarik ve fiyatlarındaki hızlı yükseliştir. Mevcut hammadde üretimi sektöre yetmiyor. Fakat yeni ocak ve var olan ocakların kapasite artışına da izin verilmiyor. Dolayısıyla sektörün temel girdilerinden biri olan hammadde fiyatları, arz yetersizliğinden dolayı geçen yıla göre iki katından daha fazla yükseliş gösterdi. Örneğin, geçen yıl bize tonu 400 TL olan fiyat, bu yıl 900 TL'ye geldi. Üstelik daha önce 150 güne kadar vade uygulanırken, bu yıl vadeler 60-90 güne çekilmiş durumda."

NİHAT ÖZYURT
Anka Seramik YKÜ



%5

"Hitit Seramik, üretim süreçlerini gözden geçirerek enerji verimliliğini artırmak, yenilenebilir enerji kaynaklarına geçmek, atık yönetimini optimize etmek ve yeşil tedarik zincirleri oluşturmak gibi adımlarla karbon ayak izini azaltma yönünde çalışıyor. Ayrıca, ürünlerin tasarım aşamasından başlayarak sürdürülebilirlik ilkesini benimsemek ve çevresel etkileri minimize etmek için çaba harcıyor. Bu durum, sadece çevresel etkileri azaltmakla kalmıyor, aynı zamanda rekabet avantajı da sağlıyor. Çünkü sürdürülebilirlik odaklı üretim, özellikle Avrupa'da tüketicilerin çevreye duyarlı üretilmiş ürünlere olan talebini artırıyor ve şirketlerin marka itibarını güçlendiriyor. Üretim süreçlerini maksimum verimlilikte çalıştırarak, atıl malzeme miktarını en az seviyeye düşürmek temel çevre misyonlarımızdandır. Aynı zamanda açığa çıkan atıkların, geri dönüşüm ve geri kazanım süreçlerini optimize ederek atık miktarını azaltılmaktadır. 2015 yılında başlattığımız 'Hard Rock Ceramic' projesi ile üretimin doğasından gelen, standart dışı ürünleri işleyerek tekrar kullanıma kazandırıyoruz. Böylece atık yüzdemiz yüzde 5 kritik sınırı ile çalışmaktadır."

ÜLKER YAZICI
Hitit Seramik YK Başkan Vekili

%50

"Türkiye'nin lider, Avrupa'nın 5'inci, dünyanın da 17'nci en büyük seramik kaplama malzeme üreticisiyiz. Yüzde 22,6'lık pazar payı ile Türkiye karo pazarında lideri konumdayız. Yurt dışında ise 98 perakendeci ve 66 distribütör ile 86 ülkeye ihracat yapıyoruz. Sektör açısından en kritik oran; ülkesel olarak genel bir bakış açısıyla bakarsak, Türkiye'nin seramikteki ihracat oranı diyebiliriz. Kaleseramik açısından ise sürdürülebilirlik, inovasyon, yatırımlar, ihracat, pazar payı, kârlılık, yeni ürünler, yeni pazarlara ve yeni müşterilere erişimi kritik oranlarımız arasında sayabiliriz. 2022 sonu itibarıyla toplam ciromuzun yüzde 34,2'si yurt dışı satışlarından oluştu. Kaleseramik yurt dışı satışları ile Türkiye'nin seramik kaplama malzemeleri ihracatının yüzde 8,6'sını gerçekleştiriyor. Kaleseramik olarak bizim altın oranımız; ihracatımızın ciro içindeki payını yüzde 50 ve üzerine taşımak."

TİMUR KARAOĞLU
Kaleseramik Genel Müdürü



%82

"Seramik sektörü, işçilik ve enerjiye dayalı bir sektördür. Bu iki parametre, maliyetler açısından son derece önemlidir. Diğer taraftan ihracatçı bir sektör olarak Türkiye'de en yüksek 'İhracat Katkı Endeksi'ne sahiptir. Diğer yandan, yerli katkı oranı da yüzde 82'dir. Bu kriterlere göre baktığımızda, sektör için en kritik 2 oranı şu şekilde söyleyebiliriz: 1-İhracat Fiyatı (\$/kg veya \$/m2): İhracata dayalı bir sektör olduğumuz için, birim fiyatlar dünyadaki rekabet açısından son derece önemlidir. 2-Enerjinin maliyetteki oranı: Enerji global bir emtia olup, sektörümüzde maliyet içinde oldukça önemli bir orana sahiptir. Diğer ülkelerle rekabetimizde, enerji fiyatları son derece önemlidir. Dolayısıyla enerjinin üretim içindeki oranı, global düzeydeki rekabet gücünü gösterir."

İLKER YURTBAY
Seramik Federasyonu YKB

