

Termal Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Oğuzman;

“Beklentimiz, büyüme trendine paralel olarak uluslararası platformda global bir oyuncu olmak.”

Termal Seramik Chairman of Board of Directors Mehmet Oğuzman;
“Our expectation is to become a global player in the international platform in parallel with the growth trend.”

Ebrar Gündoğdu: Öncelikle bize ticari geçmişinizden bahsedermisiniz?

Mehmet Oğuzman: Ben elektrik mühendisiyim. Üniversiteyi bitirdikten sonra serbest çalışmaya karar verdim ve 1975 senesinde Termal Elektronik'i kurdum. Daha sonra Big Star Tekstil A.Ş.'yi kurdum ve jean üretmeye başladım. 1994 senesinde ise Termal Seramik'i kurduk. Bugün grupta 1500 kişi çalışıyor. Aktif olarak 10 tane şirketimiz var.

E.G: Kurulduğunuz yıldan bugüne yurtdışına açılma ve ihracatı artırma hedefi olan bir kuruluşsunuz. Bu hedefinizin ne kadarını gerçekleştirdiniz? Gelecekle ilgili beklentileriniz neler?

M.O: Elektronik şirketimiz Avrupa'nın önemli firmalarından. Üretimimizin %100'ünü ihraç ediyoruz. 30 yıldır elektronik şirketimizle, uluslararası bir iş kültüründe çalışıyoruz. Termal Seramik'i kurarken de üretimimizi

Ebrar Gündoğdu: Could you first tell us about your business background?

Mehmet Oğuzman: I am an electrical engineer. After I graduated from the University, I decided to go into business on my own and founded Termal Elektronik in 1975. Then I founded Big Star Tekstil A.Ş. and started to make jeans. In 1994, we founded Termal Seramik. Today, 1500 people work for the group. We are 10 active companies.

E.G: You are an organization with the target of opening to abroad and increasing exports since the day of your inception. What portion of this objective could you achieve? What are your expectations for the future?

M.O: Our electronics company is one of the major firms in Europe. We export 100 % of our production. We have been working in an international business environment with our electronics firm for 30 years.

tamamen uluslararası pazarda satacağımız diye yola çıktık. Hiçbir zaman iç pazar demedik ama yok da saymadık. Ancak dış pazarda daha yetenekliyiz. Seramik sektöründe ilk yıllar %70 ihracat hedefledik ve şu an o hedefe ulaştık. Hatta mal yetiştirme konusunda sıkıntımız olduğu için ikinci yatırımımızı yaptık. Bu yatırım tamamen ihracata yönelik. Dünyanın trendleri belli. Dünyada artık global kültür konuşuluyor. Dünyanın neresinde kaliteli, ucuz mal varsa herkes oradan mal alabiliyor. Siz de ürettiğiniz malı dünyanın her yerine satabiliyorsunuz. Biz şu an üretim olarak 14 milyon metrekaredeyiz. Bu rakam 24 milyon metrekare olacak. 24 milyon metrekarelik bir seramik firması küçük bir firma değildir. 80 milyon dolar civarında bir ihracat hedefliyoruz. Beklentimiz ise büyüme trendine paralel olarak uluslararası platformda global bir oyuncu olmak. Şu an Japonya, Avustralya, İsrail, Kuzey Amerika, Avrupa, Rusya'ya ihracat yapıyoruz. Dünyanın ticaret hacminin olduğu bölgeler de zaten buralar. Bu bölgelerden talep var ve bu talebi karşılamak için yatırım yapmak zorundasınız, organizasyonu iyi yapmak zorundasınız ve firmanızın kültürünü oraya taşımak zorundasınız. Alt yapımız bunun için müsait.

E.G: İç pazarla ilgili hedefleriniz var mı?

M.O: Daha önce miktar az olduğu için hareket kabiliyetimiz yoktu. Ancak rakam arttıkça iç pazarla da ilgili marketing çalışmalarına başladık. Ciddi anlamda bayi ağı oluşturarak yayılacağız.

E.G: Üretime ve kapasiteye yatırım yapan bir üretici olarak Türkiye'de sektörün geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?



When we founded Termal Seramik, we started saying that we would sell our production fully in the international market. We never said domestic market but we didn't disregard it either. However, we are more capable in the international market. In the ceramic sector, the first years we targeted 70 % exports and presently we achieved that objective. In fact, since we had problems in keeping up with the demand, we went into our second investment project. This project is totally export-oriented. The global trends are known. The world now talks about a global culture. Wherever there is high quality, cheap goods, everyone can get merchandise from there. You, on the other hand, can sell the product you manufacture to all over the world. Right now, our production is 14 million square meters. This figure will go up to 24 million square meters. A ceramic firm of 24 million square meters is not a small firm. We are aiming for exports of about 80 million Dollars. Our expectation

is to become a global player in the international platform in parallel with the growth trend. Presently, we export to Japan, Australia, Israel, North America, Europe and Russia. The regions where the world's trade volume is created are these places. There is demand from these regions and you have to make investments to meet this demand; you have to do the organization well and you have to carry the culture of your firm there. Our infrastructure allows this.

E.G: Do you have targets for the domestic market?

M.O: Previously, we had no mobility because the quantity was small. However, we started marketing studies regarding the domestic market too as the volume increased. We will spread by forming a serious dealer network.

E.G: How do you evaluate the future of the industry in Turkey as a manufacturer investing in production and capacity?

Röportaj - Interview:
Ebrar Gündoğdu
ebrar@serfed.com



M.O: Seramik sektörü geleceği parlak bir sektör. Çünkü Türkiye şanslı. Dünyanın ihracat hacmini oluşturan ana ülkeler Avrupa kıtasında İtalya ve İspanya. Üçüncü Türkiye. İspanya ve İtalya'da hammadde bitti, işçilik ücretleri çok yükseldiği için üretim pahalı bu yüzden üretim daha ucuz ülkelere kaydı. Türkiye'nin hammaddesi var, yetişmiş insan gücü var, alt yapısı var. Türkiye'yi seramik sektöründe çok parlak görüyorum. Ama dünyada Çin realitesi var ve çok büyük bir kapasiteye sahip. Yani başımızda İran 300 milyon metrekare yatırım yaptı. Türkiye bunlardan etkilenmemeli ve yatırıma devam etmeli.

E.G: Türkiye'de 49 ilde teşvik verildi. Verilen teşviklerin haksız rekabet yarattığına inanıyor musunuz?

“Dünyanın ticaret hacminin olduğu bölgeler belli. Bu bölgelerden talep var ve bu talebi karşılamak için yatırım yapmak zorundasınız, organizasyonu iyi yapmak zorundasınız ve firmanızın kültürünü oraya taşımak zorundasınız. Alt yapımız bunun için müsait.”

M.O: Verilen teşvikler kesinlikle haksız rekabet yarattı. Aralarında 70-100 km. olan fabrikaların maliyetleri arasında önemli farklar oluştu. Sektöre teşvik, rekabet yaratarak verilmemeli. 3 Ekim'de Avrupa Birliği ile müzakere süreci başladı. Avrupa birliğinde global teşvik yok, sektörel teşvik var. Seramik sektörüne sektörel teşvik verilmeli. Çünkü seramik sektörü %10'la ithalat ikamesi en düşük sektör, katma değer

%90. Yüz sene yetecek kadar hammaddeye sahip. İstihdamı yüksek. 250 milyon metrekare kapasitesi var. Bunu milli ekonomi olarak ele alıp düzgün bir teşvik sistemiyle bu sektörü teşvik etmek lazım. Türkiye seramik sektöründen çok ciddi para kazanır. Sektörel teşvikle ülkemize ilk önce senede 2 milyar dolar daha sonraki yıllarda 5 milyar, dolar döviz getirebiliriz.

“The regions where the trade volume of the world is created are known. There is demand from these regions and you have to make investments to meet this demand; you have to do the organization well and you have to carry the culture of your firm there. Our infrastructure allows this.”

M.O: The ceramic sector is an industry with a bright future. Because Turkey is lucky. The principal countries creating the export volume of the world are Italy and Spain in the European continent. Third comes Turkey. There is no raw material left in Spain or Italy; production is expensive since labor costs went up too much. Therefore, production shifted to cheaper countries. Turkey has raw material, it has skilled manpower and infrastructure. I see Turkey

very bright in the ceramic industry. But the Chinese reality exists in the world and it has a very big capacity. Just next to us, Iran made investments for 300 million square meters. Turkey must not be affected by these and must continue investing.

E.G: Subsidies were given in 49 provinces in Turkey. Do you believe that the given subsidies create unfair competition?

M.O: The given subsidies definitely created unfair competition. Major differences occurred

between the costs of plants with just 70-100 km. between them. The subsidy to the industry must not be given, creating competition. European Union negotiation process started on October 3. There is no global subsidy in European Union. There is sectoral subsidy. Sectoral subsidies must be given to the ceramic industry. Because the ceramic industry is the sector with the lowest import substitution ratio with 10 %. The added value is 90 %. It has raw materials to suffice for 100 years. The employment is high. It has a capacity of 250 million square meters. This should be dealt with as national economy and this industry must be subsidized through a proper subsidy system. Turkey will earn serious money from the ceramic sector. Through sector-based subsidies, we can bring 2 billion Dollars of foreign currency the first year and 5 billion Dollars in the following years, to our country.

E.G: Dünyanın en önemli üretici ve ihracatçıları arasına giren Türk seramik sektörünün dış pazarlardaki sorunlarından biri marka yaratmak. Bu konudaki düşünceleriniz neler?

M.O: Marka yaratmak Türkiye'nin sorunu. İyi bir marka olmak öncelikli bir beklenti. Dünyada İtalya bir numara ve İspanya iki numara daha sonra diğerleri geliyor. Biz diğerlerinin içindeyiz. Her şeyden önce Türkiye markasının yaratılması lazım. Daha sonra seramik sektörü olarak marka yaratabilir. Biz Termal olarak dünya platformunda markamızı geliştirmeye çalışıyoruz. ABD'de şirketimiz var. Termal Tile USA adıyla Atlanta'da faaliyet gösteriyor. Almanya Münih'te şirketimiz, Çin Foşan'da ofisimiz var. Bu vasıta ile Uzakdoğu'daki gelişmeleri takip ediyoruz. Böylece kim olduğumuzu, dünyada nelerin olduğunu, neler yapmamız gerektiğini hissederek markamızı geliştirmeye çalışıyoruz.

E.G: Rusya geleceğin en yüksek dış satım gerçekleştirilebilecek potansiyel sınır komşusu olarak görülmekte. Rusya'da ya da başka bir ülkede yatırımlarınız olacak mı?

M.O: Bugün en iyi gelişen pazar Amerika. Amerika'da pazar her sene %15 büyüyor. Amerika'nın yıllık 250 milyon metrekare tüketimi var. Kaplama malzemeleri bu tüketimin %11'ini oluşturuyor. %60'ı ise hala halı. Her sene %15 artan bir pazarda yeterli üretim yok. Pazarın %50'sinin seramik olduğunu düşünün 1 milyar metrekareye ulaşırsınız. Amerika 1 milyar metrekareyi ithal etmeye kalkarsa dünyada kim karşılayabilir? Bunu karşılayacak devlet yok. Sonsuz bir pazar. İkinci pazar ise Rusya. Bölgede nüfus çok, inşaatta patlama var. Herkes oralarda bir şeyler yapmak istiyor. Yatırım planlarımız var ancak

E.G: One of the problems in international markets of the Turkish ceramic industry, which is among the most significant manufacturers and exporters of the world, is creating brands. What are your thoughts on this?

M.O: Brand creation is Turkey's problem. To become a good brand is an expectation with priority. Italy is number one and Spain is number two in the world; then come the others. We are among the others. First of all, the brand of Turkey must be created. Later, a brand as the ceramic industry may be created. As Termal, we are trying to develop our brand in the world platform. We have a company in USA. It operates in Atlanta as Termal Tile USA. We have a company in Munich, Germany and an office in Foshan, China. We follow the developments in the Far East through that. Hence, we are trying to develop our brand by feeling who we are, what goes on in the world and what we have to do.

E.G: Russia appears to be the potential border neighbor with whom the largest exports can be achieved in the future. Will you make investments in Russia or in another country?

M.O: Today, the best developing market is America. The market grows by 15 % every year in America. America has 250 million square meters of consumption yearly. Covering materials comprise 11 % of this consumption. 60 % is still carpets. There is no sufficient production in a market growing 15 % each year. Just think that 50 % of the market is ceramic. You get 1 billion square meters. If America attempts to import 1 billion square meters, who can satisfy it? There is no state who can. It is an infinite market. The second market is Russia. There is a lot of population and there is explosion in construction in the region. Everyone wants to do something there. We have investment plans but at the moment we are in the research phase.

