

Türk Seramik Sektörü

Turkish Ceramic Sector

Germiyan Saatçioğlu

[Seramik Federasyonu - Ceramics Federation](#)
germiyan@serfed.com

Seramik Sektörü, Seramik Kaplama Malzemeleri, Seramik Sağlık Gereçleri, Seramik Sofra ve Süs Eşyaları, Porselen Sofra ve Mutfak Eşyaları, Teknik Seramikler, Refrakter Harç ve Tuğlalar ile Seramik Hammaddeleri alt sektörlerinden oluşan; inşaat sektörüne önemli oranda girdi sağlayan bir sanayi dalıdır.

Büyük oranda yerli girdiler kullanan seramik sektörünün yarattığı katma değer çok yüksektir. Seramik Sektörü, yıllık 2.0 Milyar ABD Dolarlık katma değer, 800 Milyon ABD Dolarlık ihracatı ile, ülkemizin en köklü ve temel sanayi gruplarından biridir.

Seramik sektörüne hizmet veren yan sektörleri ve hammadde üretimi gerçekleştiren firmaları da içine alan bir perspektifle bakıldığında sektörün işgücünün 200.000 kişi düzeyinde olduğu söylenebilir.

Seramik Kaplama Malzemeleri Sektörü

Ülkemizde, 1950'li yıllarda, endüstriyel anlamda üretime başlayan Türk Seramik Sektörü, 1980'lerden sonra hızlı bir gelişim temposuna girmiştir. Son yirmi yılda, İnşaat sektöründeki gelişmelere paralel olarak, sektörde üretim yapan firma sayısı ve üretim de hızla artmıştır. Halen sektörde 24 üretici faaliyet göstermektedir.

The Ceramic Sector is a branch of industry comprising the sub-sectors of Ceramic Tile, Ceramic Sanitary Ware, Ceramic Table and Decorative Ware, Ceramic Table and Kitchen Ware, Technical Ceramics, Refractories, Mortar and Bricks and Ceramic Raw Materials which provide significant inputs for the construction industry.

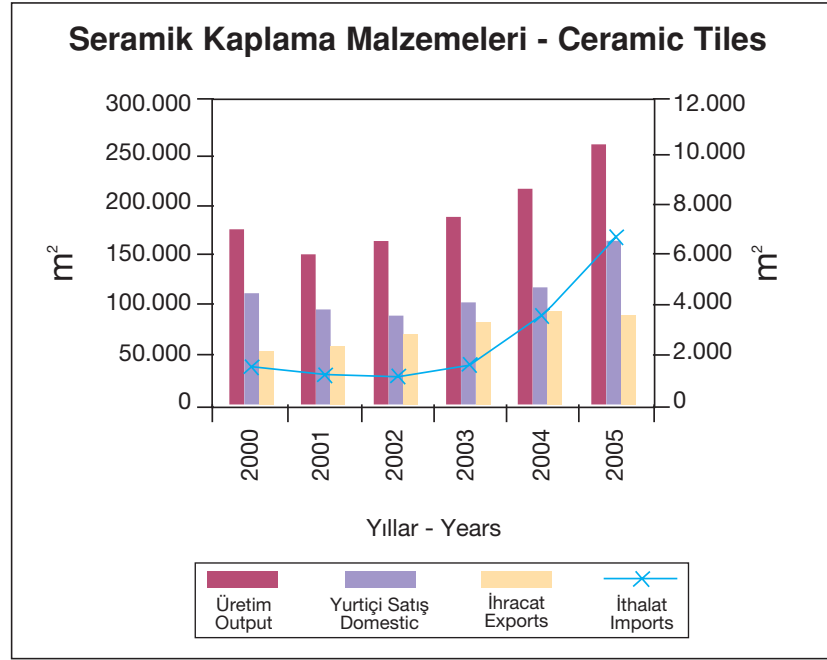
The added value created by the Ceramic Sector which uses a significant amount of domestic inputs is very high. With its USD 2.0 Billion annual added value and exports of USD 800 Million, the ceramic sector is one of the most established and basic industrial groups in our country.

Looking from a perspective including the side industries serving the ceramic sector and the firms producing raw materials, it can be stated that the manpower employed by the sector is at about 200,000 people.

Ceramic Tile Sector

The Turkish Ceramic Sector, which started production in industrial sense in 1950s, has captured a rapid progress pace since 1980s. In parallel with the advances in the construction sector; in the last two decades, the number of firms manufacturing in the sector and output have increased rapidly. Currently, 24 manufacturers are operational in the sector.

Obviously, the most significant development in



Sektördeki en önemli gelişme, sadece kapasite ve üretimin miktar olarak artması değildir kuşkusuz. Kapasite ve üretimin yanı sıra, ürün kalitesi, ürün tasarımı ve ürün yelpazesinin de büyük ölçüde artması rekabet gücümüzü artıran en önemli etkenlerdir.

Son modern teknoloji ile donatılmış üreticilerimiz, iç pazardaki talebin üzerinde 308 milyon metrekare kapasiteye sahip olduklarından dolayı, yurt dışı pazarlara da açılmışlar, ve büyük başarılar elde etmişlerdir.

Türk Seramik Sektörü bugün 5 kıtada 100'den fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. İhracat yaptığımız ülkelerin başında, kalite standartları yüksek olan Almanya, İngiltere gibi AB ülkeleri gelmektedir. Son yıllarda A.B.D.'ye yapılan ihracatımızda da önemli artışlar meydana gelmiştir. En önemli ihracat pazarlarımız İngiltere, A.B.D. İsrail, Almanya ve Kanada'dır.

2002 yılında 246 milyon \$ değerinde 72 milyon m² seramik kaplama malzemesi ihracatı yapan Türkiye, bugün dünyanın İtalya, İspanya, Çin ve Brezilya'dan sonra beşinci büyük seramik kaplama malzemeleri ihracatçısıdır. Üretimimizin her yıl % 40'ından fazlasını ihraç eden sektörün 2004 yılı ihracatı 94 milyon m² ye ulaşmıştır. 2005 yılında Türk parasının beklenilmeyen aşırı değerlenmesi ve enerji fiyatlarında ve diğer girdilerdeki ani artışlar nedeniyle ihracat 89 milyon m² 'de kalmıştır. Üreticilerin ve Hükümetin gerekli tedbirleri alması halinde 2006 yılında ihracatın 100 milyon m²'ye ulaşması ve hatta bu miktarı aşması beklenilmektedir.

Seramik kaplama malzemeleri sektörünün 2000 – 2005 yılları arasındaki performansı; kurulu kapasite, üretim, iç piyasa satış, ihracat ve ithalat rakamları yukarıdaki tabloda ve grafikte gösterilmiştir.

the sector is not just the increase in capacity and production volume-wise. In addition to capacity and output, the enhancements in product quality, product design and product range are the most significant factors increasing our competitive power.

Our manufacturers, equipped with state of the art technology have set sail on international markets too as they have a capacity of 308 million squaremeters, well above the domestic demand, achieving major success.

Turkish ceramic sector currently exports to more than 100 countries in 5 continents. EU countries like Germany and UK with high quality standards lead the countries we export to. Significant increase has occurred in our exports to USA in recent years as well. Our most significant export markets are UK, USA, Israel, Germany and Canada.

Turkey, which has exported 72 million m² ceramic tile worth \$ 246 million in 2002, is currently the fifth largest ceramic tile exporter in the world after Italy, Spain, China and Brazil. Year 2004 exports of the sector which exports more than 40 % of its output have reached 94 million m² In 2005, exports have remained at 89 million m² due to the unexpected overvaluation of Turkish currency and the sudden increases in energy prices and other inputs. It is expected that if manufacturers and the government take the necessary steps, exports will reach and perhaps surpass 100 million m² in 2006.

Performance, installed capacity, production, domestic sales, export and import figures for the ceramic tile sector for years 2000-2005 are provided in the table and chart below.

Seramik Kaplama Malzemeleri Sektörü - Ceramic Tile Sector

Yıllar Years	Kapasite m ² Capacity m ²	Üretim m ² Output m ²	Yurtiçi Satış m ² Domestic Sales m ²	İhracat- Exports		İthalat-Imports	
				m ²	\$	m ²	\$
2000	226.650	175.000	112.000	52.574	194.770	1.559	13.835
2001	234.700	150.500	93.100	57.100	196.700	1.198	9.358
2002	255.100	162.500	89.000	72.370	246.265	1.115	9.441
2003	258.500	188.500	102.350	84.481	313.630	1.552	11.736
2004	275.000	216.000	120.000	94.173	389.522	3.530	28.444
2005	308.000	261.000	165.000	88.500	407.000	6.704	58.853

Seramik Sağlık Gereçleri Sektörü

Seramik sağlık gereçleri sektörü, ülke ekonomisinde etkin ve önemli bir yeri olan seramik sektöründe, kaplama malzemeleri alt-sektöründen sonra ikinci büyük alt-sektör konumundadır. Ayrıca seramik sağlık gereçleri sektörü inşaat sektörüne girdi sağlayan büyük bir sanayi dalıdır.

1960 yılına kadar Türkiye seramik sağlık gereçleri ihtiyacının tamamını ithalat yoluyla karşılamıştır. 1950'li yıllarda ülkede başlatılan sanayileşme çalışmaları sonucunda, ilk seramik sağlık gereçleri fabrikası 1960 yılında İstanbul'da faaliyete başlamıştır.

Seramik sağlık gereçleri üretiminde kullanılan hammadde, yardımcı madde ve diğer işletme malzemelerinin dış girdi oranı çok düşük seviyededir. Türkiye, seramik mamullerinin üretimi aşamasında kullanılan hammaddeler açısından zengin bir ülke konumundadır. Türk seramik sektörü, bu hammaddeleri işleyerek katma değeri yüksek ürünlere dönüştürmekte ve ülke ekonomisine büyük katkılarda bulunmaktadır.

Türk seramik sektörü geçen

süre içerisinde gösterdiği gelişme ile bugün rekabetin yoğun olduğu sektörde dünyanın en büyük üretici ülkelerinden biri olmuştur. Sektörün 2005 yılı kapasitesi 22.000.000 adettir.

Bugün seramik sağlık gereçleri alt sektöründe üretim gerçekleştirilen 9 adet büyük ölçekli

firma bulunmaktadır. Ancak büyük üretici firmaların yanı sıra, 1980'li yılların ikinci yarısından sonra, çeşitli bölgelerde 30 kadar orta ve küçük ölçekli işletme üretime başlamıştır.

Türk seramik sağlık gereçleri sektöründe mevcut üretim kapasitesinin sürekli artmasına

Ceramic Sanitary Ware Sector

Ceramic sanitary ware sector is the second largest sub-sector after the tile sub-sector in the ceramic sector which has an effective and significant place in the country's economy. Ceramic sanitary ware sector is also a branch of industry providing inputs to the construction sector.

Until 1960, Turkey has met the entirety of its ceramic sanitary ware demand through imports. As a result of the industrialization efforts initiated in the country in 1950s, the first ceramic sanitary ware plant started operations in Istanbul in 1960.

The external input ratio of the raw materials, auxiliary materials and other operational supplies used in the manufacturing of ceramic sanitary ware is at a very low level. Turkey is

a country rich in raw materials used in the production stage of ceramic products. The Turkish ceramic sector transforms these materials into products with high added value through processing, making great contributions to the economy of the country.

With the progress it has achieved during the elapsing time period, the Turkish ceramic sector has become one of the largest producer countries in the world in this industry where competition is fierce. Year 2005 capacity of the sector is 22,000,000 units.

Today, there are 9 large size firms producing in the sanitary ware sub-sector. However, alongside of major manufacturers; starting from the second half of 1980s, about 30 medium and small size undertakings have started productions in various regions.

rağmen, yurtiçi tüketimin yeterli ölçülerde artış göstermemesi, seramik sağlık gereçleri üretiminin ihracata yönlendirilmesine neden olmaktadır.

Seramik sektörü içinde en yüksek ihracat/üretim oranı bu ürün grubundadır. Bugün seramik sağlık gereçleri sektörü üretiminin yaklaşık %60'ını ihraç etmektedir. Türkiye bu sektörde Avrupa'da en fazla ihracat yapan ülkedir. Türkiye 2006 yılında 178,8 milyon Dolar değerinde 119,6 bin ton karşılığı 8.5 milyon parça seramik sağlık gereci ihraç etmiştir. İhracat bakımından seramik kaplama malzemelerinden sonra ikinci önemli sektör olan seramik sağlık gereçleri alt sektörünün dünya pazarlarındaki rekabet gücü artmaktadır.

2005 yılı verilerine göre, Türkiye'nin diğer önemli sağlık gereçleri ihraç ülkeleri ise sırasıyla İngiltere, Almanya, ABD, İspanya ve Fransa'dır.

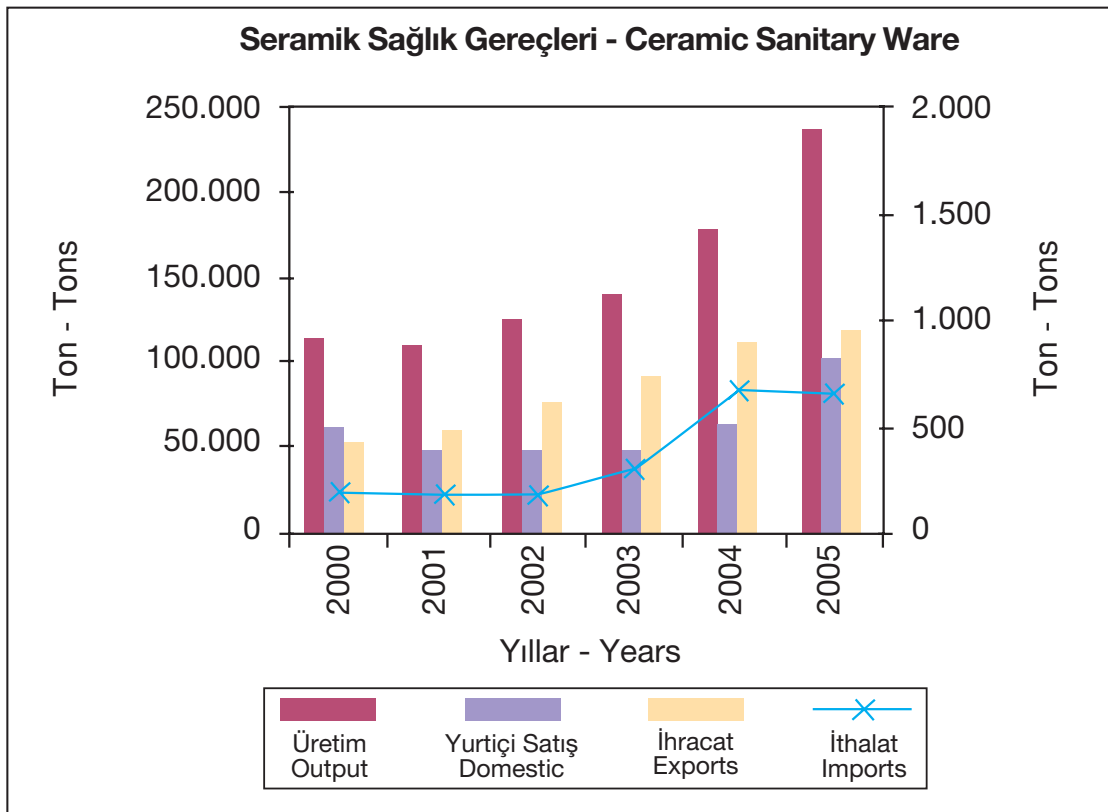
Seramik sağlık gereçleri sektörünün 2000 - 2005 yılları arasındaki performansı; kurulu kapasite, üretim, iç piyasa satış, ihracat ve ithalat rakamları aşağıdaki tabloda ve grafikte gösterilmiştir.

Despite the continuous increase in the production capacity of the Turkish ceramic sanitary ware sector, failure of domestic production to increase in the same scale causes the ceramic sanitary ware production to be directed towards exports.

The highest import/export ratio within the ceramic sector is in this product group. Currently, the ceramic sanitary ware sector exports approximately 60 % of its output. In this industry, Turkey is the country with the highest volume of exports in Europe. Turkey has exported 8.5 million pieces of ceramic sanitary ware, representing 119,600,000 tons worth USD 178,800,000. The competitive power in world markets of the ceramic sanitary ware sub-sector which is the second major sector following ceramic tile in terms of exports is growing.

According to year 2005 data, other major export destination countries of Turkey for ceramic sanitary ware are UK, Germany, USA, Spain and France.

Performance, installed capacity, production, domestic sales, export and import figures for the ceramic sanitary ware sector for years 2000-2005 are provided in the table and chart below.



Seramik Sağlık Gereçleri Sektörü - Ceramic Sanitary Ware Sector

Yıllar Years	Kapasite Ton Capacity Tons	Üretim Ton Output Tons	Yurtiçi Satış Ton Domestic Sales Tons	İhracat		İthalat	
				Exports	\$	Imports	\$
2000	185.300	114.175	61.225	52.950	58.900	194	1.196
2001	191.500	109.280	48.480	60.800	77.659	182	906
2002	194.500	123.980	48.100	75.880	91.268	171	1.016
2003	204.850	140.530	49.150	91.524	122.315	295	1.767
2004	253.800	176.870	64.400	112.470	161.737	666	3.061
2005	308.000	236.400	103.300	119.560	178.800	655	3.727

Kim Ne Kadar Tüketiyor

Bugün seramik ürünler çevremizde en çok Akdeniz bölgesindeki ülkelerde tüketilmektedir. Kişi başına tüketim miktarlarına baktığımızda, İspanya'nın 7.3 m², Portekiz'in 6 m², İtalya'nın 3.4 m², Yunanistan'ın 3.5 m², Almanya'nın 2.2 m² düzeyinde bir tüketimi olduğu görülmektedir.

Türkiye'de kişi başı tüketim miktarı ise 1,8 m² seviyesindedir. Miktar olarak seramik kaplama malzemeleri tüketiminde Türkiye Dünya üzerinde; Çin, Brezilya, İspanya, A.B.D., Hindistan, İtalya, Meksika, Endonezya, Almanya, Fransa ve Rusya'dan sonra 12. ülke konumundadır. Ancak, son yıllarda durgun seyreden inşaat piyasasının geçen yıl başından itibaren canlanması, enflasyondaki iniş eğilimi, banka konut kredilerindeki düşme, mortgage yasağı hazırlıkları ve seramik ürünlerin diğer ürünlere olan avantajlarının öğrenilmesinden dolayı tüketimin Türkiye'de de artması beklenmektedir.

A.B.D.'nin seramik karo tüketimi ise, kişi başına 1.2 m² düzeyindedir. Milli geliri Akdeniz ülkelerinden çok daha fazla olan bu ülkede, seramik tüketiminin bu kadar düşük olması, alışkanlıklarla ilgilidir. ABD'de halı ve plastik esaslı kaplama malzemelerinin tüketimi çok fazladır. Ancak son yıllarda, seramik ürünlerin avantajlarının anlaşılması ile, seramiğe doğru hızlı bir kayış başlamıştır. İtalyan ve İspanyol seramik üreticilerinin bu pazarın genişlemesine çok önemli katkıları olmaktadır.

Seramik Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri

Ülkemizin zaman içerisinde maruz kaldığı ekonomik krizlerin en derin ve yıkıcı etkisinin reel kesim üzerinde olduğu açıktır. Daralan ekonomi içerisindeki tahribatın izleri ekonomimizdeki bariz iyileşme ile birlikte silinmiş, üretim tesislerinde modernizasyon ve yeni yatırımlar yapılmıştır. Varolan belirsizlik ortamının kalkmasıyla

Who Consumes How Much

Today, ceramic products are mostly consumed in the countries in the Mediterranean region around us. Looking at the per capita consumption figures, it is observed that there is consumption at the level of 7.3 m² in Spain, 6 m² in Portugal, 3.4 m² in Italy, 3.5 m² in Greece and 2.2 m² in Germany.

The per capita consumption in Turkey is at about 1.8 m². In the consumption of ceramic tiles by volume, Turkey ranks 12th in the world after China, Brazil, Spain, USA, India, Italy, Mexico, Indonesia, Germany, France and Russia. However, it is expected that consumption increases further in Turkey due to the vitalization in the construction market which has been stagnant in recent years, starting from early last year; the downward trend in inflation, the drop in bank housing loan rates, the preparations for the Mortgage Act and the increase in the awareness of the advantages of ceramic products over others.

The per capita ceramic tile consumption in USA on the other hand is 1.2 m². That ceramic consumption is so low in such a country with a much higher national income than the Mediterranean countries is attributable to habits. In USA, the consumption of carpets and plastic based covering materials is very high. Yet, a swift shift has begun towards ceramic as people are becoming aware of the advantages of ceramic ware. Italian and Spanish ceramic manufacturers are making quite significant contributions in the expansion of this market.

Problems Of The Ceramic Sector and Proposed Solutions

It is clear that the deepest and most destructive impact of the economic crises our country undergoes from time to time is on the real sector. The traces of this destruction in the constricting economy has been eliminated by

üretimimiz, satışlarımız ve ihracatımız artmıştır.

Üretimimizi artıramazsak, dünyayla rekabet edebilecek maliyetlerle ve verimlilikle üretmeyi başaramazsak yaşamamız mümkün değildir. İç piyasanın yetersiz olduğu zamanlarda bunun da ancak ihracatla mümkün olduğu açıktır. Üretimin ve ihracatın artırılması için gerekli önlemlerin başında kamu denetiminde bulunan üretim girdilerinin rekabet edilebilir seviyelerde sağlanması gelmektedir.

Seramik sektörünün Dünya üzerindeki rekabet gücünü sürdürebilmesi, kaplama malzemeleri ve sağlık gereçleri konusunda yurt içindeki pazar payını koruyabilmesi ve artırabilmesi ve dünya pazarlarından almış olduğu payı artırabilmesi için sektörün sorunlarının acilen

çözülmesi gerekmektedir.

Enerji

İhracata dönük olarak çalışan sektörümüzün talebi, en önemli girdilerden biri olan enerjiyi, uluslararası rakipler ile eşit koşullarda kullanmaktır. Bunun yolu da özellikle Devlet denetiminde bulunan elektrik ve doğalgaz fiyatlarının rekabet edilebilir seviyelerde tutulmasından geçmektedir.

Türkiye’de doğalgaz dağıtım ağı pek çok bölgeye ulaşmamıştır. Bu nedenle süratle doğalgaz yatırımları tamamlanmalı ve henüz doğalgaza kavuşmamış üretim tesislerinin bir an evvel bu yakıtı kullanabilir duruma gelmesi gerekmektedir.

Doğalgazın varlığı yanında fiyatı da çok önemlidir. Yurdumuzda sanayide tüketilen doğalgazın %20’si seramik sektörü tarafından harcanmaktadır.

Enerjiyi yoğun olarak kullanan sektörümüzde doğalgazın fiyatı Avrupa ülkelerinin bir çoğundan daha pahalıdır. 2005/2006 Mart ayları arasındaki bir yıllık dönemde döviz bazında elektrik enerjisine %10, doğalgaza %37 zam yapılmıştır. KDV hariç olmak üzere doğalgazda kilovat saat cinsinden 2.24 Euro cent ve elektrik enerjisinde 6.82 Euro cent olan satın alma maliyetlerimiz Avrupa’daki rakip ülkelerinkinden %15-35 oranında daha pahalıdır. Sektörümüz Avrupa ülkelerindeki maliyet yapısına yetismeye çalışırken, bu ülkelerdeki enerji fiyatlarından çok daha ucuza enerji kullandıran ve seramik dalında iddialı olan Hindistan, İran gibi üçüncü ülkeler ortaya çıkmıştır. Hükümetimizin elektrik enerjisi naklinde yaşanan kayıpları asgariye indirmesi, kaçakları önlemesi ve bunların bedelini elektrik enerjisi kullananlara

the obvious improvement in our economy with modernization and new investments taking place in production facilities. As the existing uncertain environment disappeared; our production, sales and exports increased.

It is not possible for us to survive if we cannot increase our production and achieve producing at costs and productivities which can compete globally. Obviously, when the domestic market is inadequate, this can only happen through exports. For production and exports to grow, the major required step to be taken is to ensure that production inputs under government control are supplied at competitive levels.

For the ceramic sector to maintain its competitive power in the world, for it to preserve and increase its domestic market share in the area of

tiles and sanitary ware, and increase its share it has captured in world markets, the problems of the sector must be solved urgently.

Energy

What our export-oriented sector wants is to use energy which is one of its most important inputs under equal terms with international rivals. The way to do this is to hold the electricity and natural gas prices which are government controlled at competitive levels.

The natural gas distribution network in Turkey has not yet reached all regions. Therefore, natural gas investments must be completed swiftly and production facilities, which do not yet have natural gas, must be able to use this fuel as soon as possible.

In addition to its availability,

the price of natural gas is also important. In our country, 20 % of the natural gas consumed in the industry is used by the ceramic sector. For our sector, which uses energy intensely, the price of natural gas is much more expensive than in most European countries. In the one year period from March 2005 to 2006, 10 % rate increase has occurred on electricity and 37 % on natural gas in foreign currency terms. Our purchasing cost, which is 2.24 Euro cent per kilowatt hour for natural gas and 6.82 Euro cent for electrical power excluding VAT is about 15-35 % higher than the competitor countries in Europe. While, on the one hand our sector is striving to get the cost structure in European countries, third countries like India and Iran, which makes power available for much cheaper prices than the energy prices in European countries and which are con-

yüklememesi gerekmektedir. Buna ilaveten üretim maliyeti düşük kaynaklardan elektrik enerjisi üretmesini, hidrolik enerjiye ağırlık vermesini, çevreyi kirletmeyecek tedbirleri almak suretiyle milli kömür kaynaklarımızdan daha fazla yararlanmasını ve rüzgar enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynaklarına öncelik vermesini beklemekteyiz.

İşçilik

Ülkemizde işçilik Avrupa ülkelerine göre daha düşüktür. Ancak işçilik üzerindeki vergi yükleri bu ülkelerde olandan kat ve kat fazladır. İşçiye verilen paranın işverene maliyeti katlanarak geri dönmektedir. Diğer tarafta iş gücü verimi de göz önüne alınırsa ülkemizin işçilik konusundaki avantajı ortadan kalkmıştır. Kaldı ki, bugün Çin ve benzeri Uzak Doğu ve bazı Orta Doğu ülkelerindeki aşırı düşük ücretler ile rekabet ede-

bilmemiz mümkün değildir. İş gücü üzerindeki vergi yükleri hafifletilerek çalışanların eline geçen para azalmadan işçilik maliyeti normal bir düzeye getirilmelidir. Verginin tabana yayılması ve yeni vergi mükelleflerinin yaratılması ile toplanan vergi tutarında kayba uğramadan Hükümetimizin vergi politikalarını yeniden yapılandırması ve iş gücü üzerindeki ağır vergileri hafifletmesini beklemekteyiz.

Nakliye

Seramik sektöründe taşımacılık maliyetleri, seramik ürünlerin niteliğinden dolayı toplam maliyet içinde çok önemli bir yer tutmaktadır. Sektörün yıllık yük kapasitesi 10 milyon ton düzeyindedir.

Ülkede ulaşım ağının karayolu ağırlıklı olması, deniz ve demiryolu bağlantılarının yetersiz kalması sektörün hem iç pazarda hem de ihracatta

taşımacılık maliyetlerinin yüksek olmasına neden olmaktadır.

Bu nedenle sanayiinin yoğunlaştığı bölgelere fabrika - demiryolu bağlantıları, istasyonlar ve yükleme boşaltma tesisleri bir an önce kurulmalı, yetersiz olanlar ıslah edilmelidir. Bunun dışında liman sayısı ve kapasiteleri artırılmalıdır. Yüklerimiz limanlarda yetersiz stok sahaları ve yetersiz sayıdaki rıhtımlar dolayısıyla haftalarca bekletilmekte, bu yüzden taşımacı deniz yolu şirketlerine yüklü tıkanıklık primi ödemek ile karşı karşıya bırakılmaktayız. Mevcut deniz-yolu sistemi, taşımacılık sorununun çözümüne olanak verecek şekilde iyileştirilmelidir.

Finansman

Seramik sektörü dış rekabet gücü olan üretiminin önemli bir oranını ihraç eden bir sektördür. Bu nedenle ülkemize

tentious in the area of ceramics, have appeared. Our government has to minimize the losses occurring in transmission of electrical power, must prevent contraband use and must not charge the cost of these to those consuming electrical power. In addition, we expect the government to produce electrical power from sources with low generation cost, to emphasize hydraulic power, to make more use of our national coal resources by adopting none polluting measures and to give priority to renewable energy sources like wind energy.

Labor Coast

In our country, labor cost is lower than in European countries. However, the tax burden on labor cost is much higher than those in these countries. The cost of the wages paid to workers reverts back to the employer, increas-

ing many folds. On the other hand, the advantage of our country in respect of labor cost has disappeared if one also considers labor productivity. Furthermore, it is not possible for us to compete with the extremely low wages in Far Eastern countries like China and certain Middle Eastern countries. The tax load on labor must be mitigated and the labor cost must be brought down to a normal level without decreasing the money the workers receive. We expect our government to restructure tax policies and mitigate the high taxes on labor cost by spreading taxes over the base and creating new taxpayers without incurring losses in respect of the total tax collected.

Transportation

Transportation is a very important part of the total cost in the ceramic sector due to

the nature of ceramic products. The total cargo capacity of the sector per year is about 10 million tons.

The predominance of land transportation in the transportation system of the country, the inadequate sea and railway connections bring high transportation costs both domestically and also for exports for the sector.

Therefore, plant-railway connections, stations and loading-unloading facilities must be installed as soon as possible to areas where industry is concentrated and inadequate ones must be rehabilitated. Furthermore, the number of ports and their capacities must be increased. Our cargoes are kept for weeks at ports due to inadequate stocking areas and inadequate quays, causing us to pay high congestion premiums to carrier maritime companies. The

yüksek miktarda döviz kazandıran ihracatçı firmalarımızın KDV alacaklarının ödemelerinin hızlandırılması gerekmektedir.

İhracata dönük olarak çalışan sektörümüzün bir diğer talebi, Eximbank kredilerinin vadelerinin uzatılması ve faiz oranlarının düşürülmesidir. Ayrıca Eximbank kaynaklı ihracat kredileri artırılarak, ihracat değerinin en az %50 seviyesine kadar çıkartılmalıdır.

Yukarıda sayılan bu sıkıntılar giderildiği ve gerekli önlemler alındığı takdirde, ihracat potansiyeli yüksek olan seramik sektörü dış pazarlarda, rekabetin daha da artmasına rağmen ihracatını artıracaktır. Çünkü Türkiye, dünyanın en fazla seramik ürün tüketicisi olan Avrupa Kıtası'na yakınlığı, diğer

rakilere göre fiyatların ucuzluğu, kaliteli ürün ve tasarımdaki çeşitliliği sayesinde dünya seramik pazarından önemli oranda bir pay alabilecektir.

Haksız Rekabet

Sektör bireyleri uyum içerisinde çalışmaya gayret etmekte ve birbirleri arasında haksız rekabetlerin yaşanmasına çalışmaktadır. Ara sıra ortaya çıkan sorunlu konulara da Federasyonumuz üyeleri ile görüşerek tüzüğü ve görevleri gereği aracılık yapmakta, hal çaresi aramaktadır. Ancak ithalat yoluyla yapılan haksız rekabet sektörümüzü yıldırılmaktadır.

Özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nden ithal edilmekte olan porselen

seramik karolar ile sektörümüzdeki üreticilerin rekabet etmeleri mümkün değildir. Bir serbest pazar ekonomisi olmayan Çin'deki enerji ve işçilik fiyatları, Çin parasındaki yapay değer ve Çin Devleti tarafından üreticilere tanınan teşvikler ve bağışlar işi ekonomi kuralları dışına taşımaktadır.

2004 yılında Çin'den ithal edilen karolar 3.5 milyon metrekare iken bu miktar 2005 yılında 5 milyon metrekareyi aşmıştır. Türk üreticilerinin girdi maliyetlerini karşılamayan Çin malındaki CIF fiyatlar karşısında Federasyonumuz Türk sanayiinin korunması için Dış Ticaret Müsteşarlığı'na müracaatta bulunmuş ve Korunma Önlemleri talep etmiştir. Çin'den yapılan ithalata 2004 yılı Temmuz ayında

existing seaway system must be improved in such a way to allow the transportation problem to be solved.

Financing

The ceramic sector is internationally competitive and exports a significant portion of its output. Therefore, the payments of VAT receivables of our exporting firms which bring a significant amount of foreign currency to our country must be expedited.

Another request of our sector which operates oriented to exporting is the extension of Eximbank loan facilities and decreasing the interest rate of such loans. Furthermore, Eximbank export loans must be increased up to minimum 50 % of the cost of the export.

If these listed problems are eliminated and required steps are taken, the ceramic sector with high export potential will increase its exports even if competition increases further in international markets

because Turkey will be able to get a significant share of the global ceramic market with its proximity to the European continent which has the highest number of ceramic ware consumers in the world, its comparatively cheaper prices and its diversity in terms of quality products and design.

Unfair Competition

Sector individuals are trying to operate in harmony and prevent any unfair competition among themselves. When any infrequent problems arise, our Federation discusses the matter with its members and mediates as required by its by-law and duties, seeking a solution. However, the unfair competition through imports is making our sector wary.

It is not possible for the manufacturers in our sector to compete with the porcelain ceramic tiles imported especially from People's Republic of China. The energy and labor prices in China, which is not a free market economy, the arti-

ficial value of Chinese currency and the subsidies and donations allowed to manufacturers by Chinese government are carrying the matter beyond economic rules.

Whilst tiles imported from China in 2004 were 3.5 million square meters, this quantity has surpassed 5 million square meters in 2005. Our Federation has applied to the Undersecretariat of International Trade for protection of Turkish industry against the CIF prices of Chinese goods which do not cover the input costs of Turkish manufacturers, seeking safeguard measures. Since the surveillance practice, which was initiated in July 2004 on imports from China was inadequate; we requested quota implementation in 2005. The matter is under review by the esteemed Undersecretariat.

Incentives For Ceramic Consumption

Ceramic tile has an important

başlayan Gözetim Uygulaması yetersiz kaldığı için 2005 yılında kota uygulanması konusunda talebimiz olmuştur. Halen Sayın Müsteşarlık'ta inceleme safhasında bulunmaktadır.

Seramik Kullanımının Özendirilmesi

Seramik kaplama malzemeleri diğer yer ve duvar kaplama malzemeleri pazarı içerisinde önemli bir yere sahiptir. Ancak, bu pazardaki yerini sağlamlaştırılmalı ve pazar payını büyütülmelidir.

Diğer kaplama malzemeleriyle mukayese edildiğinde seramik dayanıklıdır, uzun ömürlüdür, sağlıklıdır, hijyeniktir, kolay temizlenir, kolay uygulanır, ucuzdur ve bakımı kolay ve masrafsızdır.

Bu durumda halı, ahşap parke, plastik ve vinil malzemeler, mermer ve tabii taşlar gibi

alternatif malzemelere oranla daha fazla ve daha geniş bir alanda kullanılmalıdır. Keza, seramik sağlık gereçlerinin alternatifi pek az olup bu husus toplum tarafından kabul edilmiştir. Bu konuda tüketiciyi eğitme ve bilinçlendirme çalışmaları Seramik Federasyonu ve çatısı altındaki dernekler tarafından konferanslar tertipleme ve broşürler bastırarak dağıtma gibi yöntemlerle yoğun olarak yapılmaktadır.

İnşaat Sektörünün İçinde Bulunduğu Durum ve Sektörün Geleceği

Ekonomi içerisinde inşaat sektörünün payı çok fazladır. Lokomotif sektör olarak inşaat sektörü, ağacın ormandan kesilip kapı, mobilya haline getirilmesine, çakılın taşınması, kumun cam haline getirilmesine kadar ekonominin 148 alanını ilgilendirmektedir.

Ekonomiye bu kadar katma değer katan ve istihdam yaratan sektörün bir şekilde desteklenmesi gerekmektedir. Bu sektör, bütün dünyada, uygun mevzuat, kredi ve teşviklerle desteklenmektedir.

Ekonomisini geliştirmek isteyen hükümetlerin inşaat önem vermesi, inşaat sektörünü teşvik etmesi, bu sektöre imkan yaratması gerekir. Birçok ülkede ekonomik daralma görüldüğünde, inşaat politikaları gözden geçirilerek ekonominin akılcı tedbirlerle canlandırılması konuşulur ve uygulanır.

Ağustos 1999 yılında meydana gelen deprem sonrası emlak piyasasında yaşanan güven bunalımı, belediyeler tarafından inşaat ruhsatları verilmesinin durdurulması ve sağlam konuta çare olarak bulunan Yapı Denetimi Mevzuatı'nın bir türlü uygulamaya sokulamaması,

place within the floor and wall covering materials market. However, it has to strengthen its place in this market, increasing its market share.

Compared to other covering materials, ceramic is strong, lasts long, is hygienic, easy to clean, easy to apply, cheap and easy and inexpensive to maintain.

Therefore, it should be used more and in a larger area compared to alternative materials like hardwood, plastic and vinyl materials, marble and natural stones. Also, there is very little alternative for ceramic sanitary ware as accepted by society. Ceramic Federation and its affiliated associations are organizing conferences, publishing and distributing brochures in an intense effort for educating and increasing the awareness of the consumer on this subject.

The Situation The Construction Sector is in and the Future of The Sector

The share of the construction sector is very high in the economy. As a driver sector, the construction sector involves 148 areas of the economy, from the cutting of the tree from the forest, being turned into furniture, transportation of gravel and transformation of sand into glass. This sector, which contributes so much added value to the economy creating employment must be supported in some way. This sector is supported by appropriate legislation, loans and subsidies in the whole world.

Governments wishing to improve their economies must emphasize construction, must encourage the construction sector, creating capabilities for it. In many countries, when there is economic contraction, construction policies are reviewed and revitalization of the economy through rational

measures is discussed and implemented.

Due to the confidence crisis undergone in the real estate market, the stoppage of construction licences by municipalities after the earthquake which occurred in August 1999 and failure to put into effect the Construction Supervision Regulations, which were deemed to be a remedy for sound housing, have actually stopped construction until 2000, almost collapsing the sector. Due to the economic crisis, 2001 was also a lost year for the construction sector. The construction sector has started to move within the improving economy in 2002 and afterwards, going through a revitalization starting from 2003.

Recently, practices carried out for encouraging housing production in advanced societies and industrialized western countries, have started to be encountered in our country as

2000 yılı sonuna kadar inşaatları resmen durdurarak, sektörü adeta çöktürmüştür. Yaşanan ekonomik kriz nedeniyle 2001 yılı da inşaat sektörü için kayıp bir yıl olmuştur. 2002 yılı ve sonrasında iyileşen ekonomi içerisinde inşaat sektörü de kırırdamış, 2003'den itibaren inşaat sektörü canlanmıştır.

Gelişmiş toplumlarda ve sanayileşmiş batı ülkelerinde konut üretimini teşvik için yapılmakta olan uygulamalara yakın zamanda yurdumuzda da rastlanılmaktadır. Konut üretimi için zaruri olan finansmanın etkin, verimli ve ucuz bir şekilde sağlanması için özel finans kurumlarının ve bankaların konut sahibi olmak isteyenlere ve konut üreticilerine düşük faizli ipotekli konut kredisi vermeleri sektörü hareketlendirmiştir. Enflasyonun da yıllık %8-10 seviyelerine düşmesi ile birlikte banka konut kredilerinin faiz

oranlarında yaşanan düşme ve bankaların konut kredilerine daha fazla fon ayırmaları konut sektörüne canlılık kazandırmıştır.

Konut sektörünün hızlanması ile birlikte seramik kullanımı artmakta ve yurt içi piyasa büyümektedir. Buna paralel olarak seramik kaplama malzemeleri ve sağlık gereçleri konusunda devamlı olarak yeni yatırımlar yapılmakta ve üretim kapasiteleri düzenli olarak artırılmaktadır.

Çok yakın bir gelecekte Türk seramik sektörü T. Seramik Federasyonu ve çatısı altındaki Dernekleriyle Avrupa Seramik ve Refrakter Üreticileri Federasyonu PRE ve Avrupa Seramik Karo Üreticileri Federasyonu CET'in birer üye kuruluşu olarak Avrupa'da bir numaralı üreticisi konumuna gelecektir.

Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletleri'ne ihracatı

Türkiye'nin seramik karo sektörü büyük bir gelişim gösteriyor. Türk imalat şirketlerinin karo kapasitesi 1990 yılında 60 milyon metrekare ile başlayarak 2005'te 300 milyon metrekareye ulaştı.

Aynı dönemde Türkiye'nin karo üretimi 52 milyon metrekare-den 220 milyon metrekareye çıktı. Aynı zamanda, 8 milyon metrekare ile başlayan Türkiye'nin karo ihracatı, 2005 yılında 88,5 milyon metrekareye ulaştı.

Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarından biri ABD'dir. Birçok Türk karo üreticisi ABD'de kendi ihracat şirketlerini kurdular ve şu anda pazardalar. Bu şirketler Coverings Fuarı'na ürünlerini sergileme ve en yeni karolarını piyasaya sürme amacıyla katılıyorlar. Bunun yanında; Türk Karo Derneği, Coverings

well. That special finance houses and banks started to extend low interest mortgage loans to those wishing to buy homes and to housing developers to allow efficient, productive and cheap financing which is a necessity for housing development have caused the sector to come to life. The housing sector has become revitalized as inflation went down to 8-10 % annually and the interest rates of bank home loans dropped and banks started to place more home loans.

With the acceleration of the housing sector, ceramic consumption is increasing and the domestic market is growing. In parallel with this, continuously new investments are being made in the ceramic tile and sanitary ware fields with production capacities increasing regularly. In not too distant future, the

Turkish ceramic sector will become the number one producer in Europe with Turkish Ceramic Federation and the Associations under its roof as member organizations of European Ceramic and Refractory Manufacturers Association PRE and European Ceramic Tile Manufacturers Association CET.

Turkey's Exports to the United States of America

Turkey's ceramic tile industry is showing a great development. Tile capacity of the Turkish manufacturing companies started in the year 1990 with 60 million square meters, reached to 300 million square meters in 2005.

During the same period, tile production of Turkey increased from 52 million square meters to 220 million

square meters. As well, tile exports of Turkey beginning with 8 million square meters, reached to 88.5 million square meters in the year 2005.

One of the most important export markets of Turkey is the U.S.A. Many Turkish tile producers established their export companies in the United States and they are in the market. They are participating in Coverings exhibition to display their products and launch their most new tiles. In addition, Turkish Tile Association is taking place at Coverings show with their booth and promoting Turkish ceramics.

Turkey's tile exports to the U.S.A. starting with 911,368 square meters totaling 4.25 million Dollars in the year 1995, reached to 11,437,211 square meters adding up 48.3 million Dollars

Fuarı'na kendi standı ile Türk seramiklerini tanıtmaya amacıyla katılıyor.

Türkiye'nin ABD'ye 1995 yılında 4.250.000 Dolara eşdeğer 911.368 metrekare ile başlayan ihracatı, 48.300.000 Dolar artışla 12 kat artarak 2005'te 11.437.211 metrekareye ulaştı.

Birim fiyat, 2000 yılından sonra bir düşüş gösterse de, 2004'te kendini toparlamaya başladı. 1995 yılında Türkiye'nin ABD'ye olan karo ihracatı Türkiye'nin toplam karo ihracatının % 3,45'i idi. Sürekli olarak büyük bir artış gösterirken, 2005 yılında % 12,93'e çıktı.

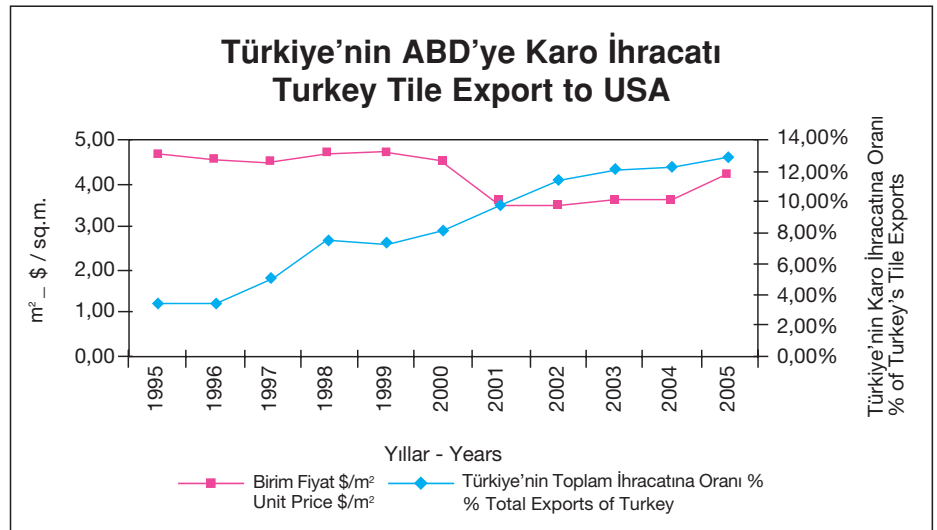
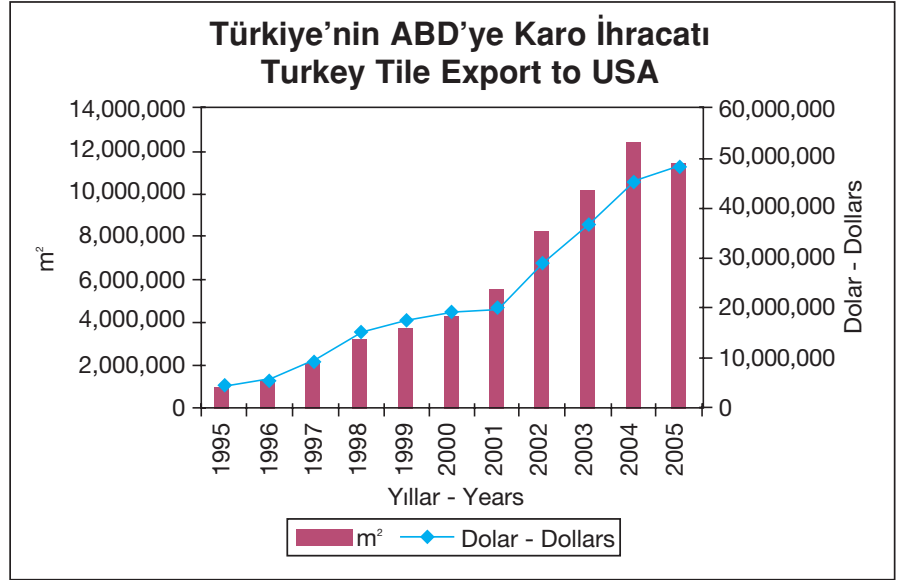
Türk para biriminin ABD Doları'na karşı aşırı değerli olması nedeniyle, imalat maliyetleri 2005 yılında artarken, ihracat geliri buna ayak uyduramadı. Azalan kar marjları, Türk karo üreticilerinin ABD'ye olan ihracatlarını hız kesici bir rol oynadı.

with an increase of 12 fold in 2005.

Unit price showed a decline after the year 2000 but it started to recover during 2004. Turkey's tile exports to the U.S.A market formerly was 3.45% of Turkey's total tile exports in 1995. It showed continuously a great increase and became 12.93% in the year 2005.

Because of the over valuation of the Turkish currency against the U.S. Dollar, manufacturing costs increased in 2005 and export revenues could not follow it. Decreasing profit margins discouraged Turkish tile manufacturers for their exports to the U.S.A.

Yıl Year	m ²	Dolar Dollars	Birim Fiyat \$/m ² Unit Price	Türkiye'nin Toplam İhracatına Oranı Total Exports of Turkey %
1995	911.368	4.254.000	4,67	% 3,45
1996	1.209.879	5.440.000	4,50	% 3,39
1997	2.050.000	9.210.000	4,49	% 5,01
1998	3.216.000	15.214.000	4,73	% 7,48
1999	3.692.905	17.442.529	4,72	% 7,30
2000	4.293.716	19.282.052	4,49	% 8,17
2001	5.573.268	19.768.254	3,55	% 9,76
2002	8.282.808	29.087.421	3,51	% 11,45
2003	10.246.607	36.606.706	3,57	% 12,13
2004	12.547.280	45.228.000	3,60	% 12,19
2005	11.437.211	48.291.461	4,22	% 12,93



DAEWOO

3 yıldır
Türkiye'nin
en çok
tercih edilen
forklifti...

Türkiye'nin forklifti Sanko'dan...

**Dizel, LPG ve Elektrikli
71 farklı
model seçeneği...**



SANKO MAKİNA PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş.

www.sankomakina.com.tr

e-posta: pazarlama@sankomakina.com.tr



İSTANBUL MERKEZ Yakacık, Hürriyet Mah. E5 Yan Yol Üzeri No: 57 Kartal Tel: 0216 453 04 00 pbx Faks: 0216 453 04 03 **ADANA** Yeni Mah. Öğretmenler Bulvarı No: 2 Seyhan
Tel: 0322 271 04 73 pbx Faks: 0322 271 04 76 **ANKARA** Koroğlu Cad. No: 14/1 Gaziosmanpaşa Tel: 0312 447 29 34-35 Faks: 0312 448 05 59 **GAZİANTEP/DAYKO** Sani Konukoğlu Bulvarı
Üzeri Tel: 0342 241 05 00 Faks: 0342 241 05 24 **İZMİR** Ankara Cad. No: 75 Bornova Tel: 0232 462 47 17-462 28 61 Faks: 0232 486 46 36

DÜET