

İnşaat malzemeleri sektörü büyüme bekliyor...

Türkiye İnşaat Malzemeler Sektör Görünüm Raporu'nun açıklandığı toplantıda konuşan TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıkıoğlu, inşaat sektörünün **2010 yılının ilk dokuz ayında % 18,4 büyüyerek lokomotif görevi** üstlendiğini, Doğu Avrupa, Türk Cumhuriyetleri, Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde inşaat alanında yeni pazarlar açıldığını vurgulayarak, "Buralardaki pazar potansiyelini en iyi kullanabilecek ülkeyiz. Diğer bir ifadeyle, Türkiye ve çevre ülkeler şantiye halinde olacak" dedi.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ile sektörel derneklerin uluslararası denetim ve danışmanlık firması Deloitte Türkiye'ye hazırlattığı Türkiye İnşaat Malzemeleri Sektör Görünüm Raporu, 16 Şubat 2011 tarihinde düzenlenen bir basın toplantısı ile kamuoyuna açıklandı. Sektörün önümüzdeki 5 yıllık geleceğinin kapsamlı bir şekilde analiz edildiği raporun tanıtım toplantısına TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıkıoğlu, Türkiye Seramik Federasyonu (SERFED) Başkanı Zeynep Bodur Okyay, İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (İMSAD) Başkanı Hüseyin Bilmaç, Tesisat İnşaat Malzemecileri Federasyonu (TİMFED) Başkanı Serdar Dönmez ve Deloitte Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi ve ortağı M. Sait Gözüm konuşmacı olarak katıldı. Toplantıda inşaat sektöründe faaliyet gösteren derneklerin başkanları ve firma yöneticileri de hazır bulundu.

ifade eden TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıkıoğlu, Doğu Avrupa, Türk Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde inşaat alanında yeni pazarlar açıldığını belirterek, "Buralardaki pazar potansiyelini en iyi kullanabilecek ülkeyiz. Diğer bir ifadeyle, Türkiye ve çevre ülkeler şantiye halinde olacak" dedi. Küresel krizin etkilerini bertaraf etme noktasında inşaat sektörünün büyük payı olduğunu söyleyen Hisarcıkıoğlu şöyle konuştu:

"TOBB olarak 2009 yılında yapı malzemeleri sektörünün tüm dernekleri, önde

TÜRKİYE VE ÇEVRE ÜLKELER ŞANTIYE OLACAK

TOBB olarak inşaat sektörünü hem bugünleri, hem de yarınları için önemsediklerini



gelen 100 firması ve 15 bin bayiinin katıldığı 'Evini Yenile Türkiye' kampanyasıyla reel sektörü, mali sektörü ve tüketicileri buluşturmuştuk. O zaman bir iddiamız vardı; Türkiye, yurt içi tüketim gücünü kullanarak küresel krizin etkilerini azaltabilirdi. Gerçekten de öyle oldu. 2010'un ilk 9 ayındaki % 8,9'luk ekonomik büyümenin itici gücü iç tüketim oldu."

Bu dönemde inşaat sektörünün % 18,4 büyüterek lokomotif görevi üstlendiğini, inşaat sektöründeki tüm harcamaların toplamının 68 milyar liraya ulaştığını, 2010 tahmininin 90 milyar lira olduğunu vurgulayan Hisarcıklıoğlu, "Şimdi ikinci hedefimize odaklanıyoruz; daha güçlü bir ekonomik gelecek için inşaat sektörümüzü hazırlamak istiyoruz. Bu rapor, inşaat malzemeleri sektörümüz için bir yol haritası olacaktır" dedi. İnşaat sektörünün önünde iki fırsat kapısı aralandığını, birinci fırsat kapısının yurt içinde olduğuna dikkat çeken Hisarcıklıoğlu, konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Türkiye'nin önümüzdeki 3 yılda ortalama % 5 büyümesi tahmin edilirken, inşaat sektöründeki büyümenin % 8'in üzerinde olmasını bekliyoruz. Asya-Pasifik bölgesinden sonra inşaat sektörünün en hızlı büyümesinin beklendiği ülke Türkiye'dir. Türkiye'de ar-



tan kentsel dönüşüm projeleri, kalitenin öne çıkması, altyapı inşaatlarındaki büyüme, harcanabilir gelir seviyesinin yükselmesi, büyüyen ekonomiye ve yabancı yatırımlara bağlı olarak artan ofis ve üretim tesisi talebi ve enerji yatırımları iç pazarı büyütecektir. Mevcut konut stokumuzun % 48'inin 30 yaş ve üzerinde olduğu da düşünüldüğünde, hem depreme karşı dayanıklı hem de günümüz şartlarına uygun daha kaliteli konut talebi artmaya devam edecektir. İkinci fırsat kapısı çevre coğrafyalarda açılıyor. Doğu Avrupa, Türk Cumhuriyetleri, Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgelerinde inşaat alanında yeni pazarlar açılıyor. Bu inşaatların yaşam kalitesinin anahtarı Türk inşaat malzemeleri üreticilerindedir. Buralardaki pazar potansiyelini en iyi kullanabilecek ülkeyiz. Diğer bir ifadeyle, Türkiye ve çevre ülkeler şantiye halinde olacak. TOBB olarak bu süreci önceden de gözlemliyorduk. Ortaya konan rapor bizi teyit etti."

İnşaat malzemeleri sektörlerinin dış ticarete fazla verdiğini, yani cari açık sorununa çare olabildiğini, yurt içi üretimlerinin önemli bir kısmını ihraç ettiğini, çimento sektöründeki üretimin % 28'inin, uzun demir üretiminin yüzde 57'sinin ihraç edildiğini anlatan TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu, "Sadece ticarete değil, üretimde de önemli bir kapasiteye sahibiz. Çimento üretiminde dünyada yedinci, bu coğrafyada ise birinciyiz. Seramikte Avrupa'da üçüncü, bu coğrafyada ikinciyiz. Yine bu coğrafyada dekoratif boyada ikinciyiz, demir-çelik üre-

>> Türkiye İnşaat Malzemeleri Sektör Görünüm Raporu'nun açıklandığı toplantıya TİM FED Başkanı Serdar Dönmez, SERFED Başkanı Zeynep Bodur Okyay, TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, İMSAD Başkanı Hüseyin Bilmaç ile Deloitte Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi ve ortağı M. Sait Gözüm katıldı.

Rapor için özel anketler yapıldı

Toplantıda, Türkiye İnşaat Malzemeleri Sektör Görünüm Raporu'nun detayları hakkında bilgi veren Deloitte Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi ve ortağı M. Sait Gözüm, inşaat ve inşaat malzemeleri sektöründe çok sayıda firma ve kuruluşla hizmet verdiklerini ve sektörün gelişimini yakından takip ettiklerini ifade etti. Sektördeki tüm paydaşların

beraber gelişimine yönelik önerilere ağırlık verdiklerini vurgulayan Gözüm, araştırma yöntemi hakkında şu bilgiyi verdi:

- 16 alt sektörde temsilci dernekler ile yüz yüze ve anket vasıtası ile çalıştık.
- Satış ve dağıtım kanalında, yapı marketler ve bayi distribütör kanalında temsilciler ile görüştük.
- Önde gelen firmaların üst düzey

yöneticileri ile de ek görüşmeler gerçekleştirdik.

- Sektörün değer zincirinde önemli yeri olan, müteahhlik, mimarlık ve müşavirlik kollarında dernek ve firmalar ile görüşmeler gerçekleştirdik.

- Ayrıca, gayrimenkul yatırım şirketleri ve son tüketici eğilimlerine yönelik olarak Deloitte ve Deloitte dışı kaynaklardan yararlandık.

Hüseyin Bilmaç
İMSAD



Malzeme Sektör Görüşmeleri 2011



>>TOBB olarak inşaat sektörünü önemsediklerini ifade eden TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, önümüzdeki üç yılda sektörün % 8'in üzerinde büyümesinin beklendiğini belirtti.

timinde üçüncüyüz" dedi.

Türkiye'nin, bu bölgede pek çok inşaat alt sektöründeki üretim kapasitesiyle üretim üssü olma özelliği taşıdığını ifade eden Hisarcıklıoğlu, şöyle devam etti:

"Avrupa'da krizin etkileri ve kaybedilen rekabet gücü sonucu bölgedeki üretimin bir bölümü diğer coğrafyalara kayarken, Türkiye yerini daha da sağlamlaştırma fırsatı ile karşı karşıyadır. Doğru stratejilerle halen 19 milyar dolar civarında olan inşaat malzeme sektörlerindeki toplam ihracat hacmimizi 3 yıl içinde ikiye katlayıp 40 milyar dolara çıkartabiliriz. Mesela hemen yanımızdaki Ortadoğu pazarındaki payımız bile halen ancak % 13,3 seviyesindedir."

ENERJİ VERİMLİLİĞİ SEFERBERLİĞİ

Enerjide dışa bağımlı ülkelerden biri olan Türkiye'de inşaat sektörü merkezli enerji verimliliği seferberliğinin başlatılmasının kritik önemde olduğunu ifade eden İMSAD Başkanı Hüseyin Bilmaç ise, sanayide ve binalarda enerji verimliliğine yoğunlaşılması gerektiğini kaydetti. Enerji verimliliğinin finansmanı için dernek olarak üyelerle yoğun çalışmalar yaptıklarını belirten Bilmaç, "Raporda da önemle vurgulandığı gibi; hem binalarda hem de sanayide enerji verimliliğinin finansmanı ile ilgili mevzuat ve kurumsal yapılanma konusunda bu noktada ciddi mesafe katetmiş diğer ülkelerde uygulanan mali destekler, vergi muafiyeti veya indirimi, hızlandırılmış amortisman, imtiyazlı krediler, üçüncü şahıs finansmanı, tüm binalarda enerji verimliliği için sübvansiyon ve hibeler gibi yöntemler de değerlendirilerek Türkiye koşullarına en uygun yaratıcı çözümlerin geliştirilmesine ihtiyaç vardır" diye konuştu.

Raporun önemli tespitlerden birinin Türk inşaat malzemeleri sanayiinde sektörel işbirliklerinin yeterli düzeyde olmadığı ve geliştirilmesini talep eden Bilmaç, Enerji Ajansı ve Enerji Verimliliği Merkezi kurulmasını önerdi. Bilmaç, yetenekli insan gücünün sektöre çekilmesi gerektiğini kaydederek şu tespitlerde bulundu: "İnşaat sektörü, Türkiye'nin en büyük istihdam sağlayan iş kolu özelliğini taşımaktadır. Bununla birlikte; çalışma koşulları ve şirketlerin kurumsallık seviyeleri dikkate alındığında, sektörün tüm değer zinciri boyunca yetenekli ve kalifiye iş gücünü çekmekte yetersiz kaldığı göze çarpmaktadır."

ÜRETİM ODAKLILIKTAN TEKNOLOJİ ODAKLILIĞA GEÇİŞ ŞART

Raporla ilgili basın toplantısında söz alan Türkiye Seramik Federasyonu Başkanı (SERFED) Başkanı Zeynep Bodur Okyay, Türkiye'nin inşaat malzemeleri sektörünün sürdürülebilir rekabet gücüne ulaşması için üretim odaklılıktan, teknoloji odaklılığa geçiş yapmasının şart olduğunu söyledi. Okyay, "Türkiye'nin inovasyon kabiliyetinin artırılması için iki önemli adımın atılması gerekmektedir. Birincisi alanında öncü küresel firmaların Ar-Ge merkezlerini Türkiye'ye kaydırmaları ve Türkiye'yi bir Ar-Ge üssü olarak kullanmaları sağlanmalıdır. İkincisi Türkiye'de inovasyon kültürünün yerleşmesi için, üreticilerin pazar odaklı yapıya geçmeleri önemlidir. Bu üretim ve satış odaklı firmalar için uzun soluklu bir değişimin zorunlu olduğu anlamına gelmektedir" dedi.

Sektörün rekabet gücünü artırmak için kritik konulardan birisinin de markalaşma olduğunu belirten Okyay, şu bilgiyi verdi: "Marka yaratmak uzun soluklu bir mücadeledir. Marka yaratmak kadar, yaratılmış güçlü markaların değerini korumanın da sürekli yatırım yapmayı gerektirdiğini bir sanayici olarak deneyimlerimize dayanarak söyleyebilirim. Biz de Kale olarak yapı sektöründeki güçlü markalarımızı değerini korumak için kendimizi müşterimizin yerine koyup, işimize onların gözünden bakmaya odaklanıyoruz. Tasarımdan, üretime, satıştan uygulamaya kadar tüm iş süreçlerimizi buna göre yapılandırıyoruz."

Sektörün rekabet gücünü artırmak için kritik konulardan birisinin de markalaşma olduğunu belirten Okyay, şu bilgiyi verdi: "Marka yaratmak uzun soluklu bir mücadeledir. Marka yaratmak kadar, yaratılmış güçlü markaların değerini korumanın da sürekli yatırım yapmayı gerektirdiğini bir sanayici olarak deneyimlerimize dayanarak söyleyebilirim. Biz de Kale olarak yapı sektöründeki güçlü markalarımızı değerini korumak için kendimizi müşterimizin yerine koyup, işimize onların gözünden bakmaya odaklanıyoruz. Tasarımdan, üretime, satıştan uygulamaya kadar tüm iş süreçlerimizi buna göre yapılandırıyoruz."

Sektörün rekabet gücünü artırmak için kritik konulardan birisinin de markalaşma olduğunu belirten Okyay, şu bilgiyi verdi: "Marka yaratmak uzun soluklu bir mücadeledir. Marka yaratmak kadar, yaratılmış güçlü markaların değerini korumanın da sürekli yatırım yapmayı gerektirdiğini bir sanayici olarak deneyimlerimize dayanarak söyleyebilirim. Biz de Kale olarak yapı sektöründeki güçlü markalarımızı değerini korumak için kendimizi müşterimizin yerine koyup, işimize onların gözünden bakmaya odaklanıyoruz. Tasarımdan, üretime, satıştan uygulamaya kadar tüm iş süreçlerimizi buna göre yapılandırıyoruz."

SATIŞ VE DAĞITIM KANALINDA DEĞİŞİM

Raporun satış ve dağıtım kanalları bölümünün verilerini basınla paylaşan Tesistat İnşaat Malzemecileri Federasyonu (TİMFED) Başkanı Serdar Dönmez, gelecek beş yılda sektöre yön verecek dinamiklerin inşaat malzemeleri üreticilerinde olduğu kadar satış ve dağıtım kanallarında da değişimi zorunlu kıldığını söyledi. Bayilerin sundukları ürün kategorilerinde uzman hale gelmeleri ve ürünü hizmetle birlikte sunmalarının önemini vurgulayan Dönmez, büyüyen yapı market kanalı ve güçlü üreticiler karşısında birkaç bayinin bir araya gelerek daha güçlü bayilik yapıları oluşturmalarının kaçınılmaz hale geleceğini ifade etti. Dönmez, TİMFED olarak satış ve dağıtım kanallarında pazarlama, marka yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, insan kaynakları yönetimi gibi konularda eğitim faaliyetleri yaptıklarını anlattı.

İnşaat malzemeleri alt sektör profilleri

Sektörler	Sektörlerin Üretiminde İhracatın Payı (2009)	Sektörün Küresel İhracattan Aldığı Pay
Altyapı ile İlgili Sektörler		
Çimento	% 28	% 13
Demir-Çelik (Uzun demir)	% 57	% 28
Üstü yapı ile İlgili Sektörler		
Alçı	% 20	% 8
Boya (Dekoratif)	% 20	% 1
Cam (Düz cam)	% 30	% 1
Doğal taş-Mermer	% 40	% 8
İklimlendirme, Klima, Soğutma	% 30	% 3
Seramik Kaplama Malzemeleri	% 33	% 3
Seramik Sağlık Gereçleri	% 44	% 4