

2013 senesinde tonaj olarak Türkiye'nin yaklaşık 3,5 katı malzeme sevk etmiş fakat ciro olarak ancak 2,5 katı gelir elde edebilmiştir.

Bu, bize Çin'in hakim olduğu pazarlarda ürünlerini bizden yaklaşık kiloda 1 dolar ucuza satmak yolu ile müşteri bulabildiğini göstermektedir. Bunun yanında Türkiye'nin merkezi konumu, 3 saatlik uçuş mesafesinde bulunan yarım milyar nüfusa da hızlı hizmet verebilmesi, çok büyük bir avantajdır. Bu noktada biz, nicelikten ziyade nitelikli ürünler ile fiyattan ziyade iyi servisimiz ile pazarlara girerek Çin tehdidini devre dışı bırakmayı başarabilmekteyiz.

Ekleme istedikleriniz

Alüminyum sektörü konusunda konuşulması gerek mevzu gerçekten çok fazla.

- 1) Hammadde güvenliği ve çeşitliliği sağlanmalıdır.
- 2) Nitelikli, üzerinde ar-ge ve ür-ge çalışmaları yapılmış, yüksek katma değerli ürünler üretilmeli. Bu noktada yönetim kurulunda da bulunduğum GALSİAD derneğinin Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi işbirliği ile hayata geçirdiği Alüminyum Eğitim ve Araştırma Merkezi (ALUTEAM) firmalara teknik destek vermekte, ücretsiz teknik eğitimler tertip ederek, firmalara kendi bünyelerinde bulundurmaları çok maliyetli olan birçok hizmet sunmaktadır. İlgi gösterenlerin, bu konuda detaylı bilgileri derneğimizden almaları mümkündür.
- 3) Sektörümüzde son senelerde tabi tutulduğu tev-



kifatlı fatura uygulamasında iyileştirilmeler yapılmalıdır.

- 4) 2023'te 500 milyar ihracat hedefi doğrultusunda, ülkenin ulaşamamış dış pazarlara gidilmesi noktasında çalışmalar yapılarak, ihracatımızın zayıf olduğu bölgelere ihracat miktarlarımızın artırılması gerekmektedir. Bu konuda ekonomi bakanlığımızın başlattığı URGE projesini hem firma hem dernek olarak desteklediğimizi ifade etmekteyiz.

Bu maddeler en önemli konuların başında gelmesine rağmen liste ne yazık ki çok uzun. Firmaların bireysel olarak bilinçlenmesi ile çözümlenebilecek maddeler olduğu kadar; firma, demek, oda, birlik ve bakanlık koordinasyonuna muhtaç olan maddeler de çoktur. Bu şartlarda bütün firmaların üzerlerine düşen görevlere sosyal sorumluluk bilinci ile yaklaşmaları gerektiğini tekrar hatırlatmak isterim.

Burak Alüminyum Satış ve Pazarlama Müdürü Arif Özer:

“Yatırımları yaptık yüzde 20 artışı sağladık”



Burak Alüminyum Satış ve Pazarlama Müdürü Arif Özer, “Kırklareli, Büyük Karıştıran’daki yeni tesislerimize geçmemiz ve üretim kapasitemizdeki artış, senenin ilk 6 ayındaki satışlarımızı, geçen senenin aynı dönemine göre %20 yükseltmiştir. Bu artışın içerisinde %50 oranında artış ile ihracat en büyük payı aldı” dedi. Özer, firmaları ve alüminyum sektör ile ilgili sorularımızı yanıtladı.

Firmanız ve ürünleriniz hakkında bilgi verirsiniz? Ürün veya hizmet çeşitliliği düşünüyor musunuz?

Burak Alüminyum, katma değerli profil üretiminin yanı sıra, profilden mamul yapı sistemleri de üreten bir alüminyum ekstrüzyon kuruluşudur. Burak Alüminyum’un iki ana iş kolu vardır; bunlar; Burak Alüminyum Profil ve Alu-line Mimari Sistemlerdir.

Burak Alüminyum Profil; Türkiye'nin önde gelen alüminyum profil üreticilerinden birisidir. Değişik sektörlerde kullanılmak üzere alüminyum profil dizaynı ve üretimi yapmaktayız. Burak Alüminyum, dizaynlarıyla bir çok sektöre alternatif üretirken, firmamız, müşterilerinin ihtiyaçları dahilinde alternatifler, çözümler üretir, maliyetlerini

düşürmelerine yardımcı olur. Bunu yaparken (salt profil üretiminin yanı sıra), CNC destekli mekanik işlem parkurunda her türlü delme, kesme, kertme, uygulamalarını milimetrik hassasiyetle gerçekleştirir.

Alu-line Mimari Sistemler; Alüminyum profilden mamul yapı sistemleri dizayn eder ve üretiriz. Ürün yelpazesi, ticari, konut ve endüstriyel yapılarda kullanılan pencere, kapı, cephe ve çatı sistemlerini kapsar. İnşaat ve uygulama firmalarının bina projelerine teknik destek sağlayarak, binaların daha performanslı, daha modern, daha ekonomik ve daha kullanışlı yapılar haline gelmesini sağlarız.

Firmanız ve alüminyum sektörü açısından yılın ilk bölümünü değerlendirir misiniz?

Firmamız yaklaşık son 3 senedir yatırım yapmakta. Kırklareli, Büyük Karıştıran’daki yeni tesislerimize geçmemiz ve üretim kapasitemizdeki artış, senenin ilk 6 ayındaki satışlarımızı, geçen senenin aynı dönemine göre %20 yükseltmiştir. Bu artışın içerisinde %50 oranında artış ile ihracat en büyük payı aldı.

Yurtiçi-yurtdışı piyasalarda ne gibi gelişmeler yaşanıyor? Talepte ve piyasalarda canlılık söz konusu diyebilir misiniz?

Bilindiği üzere ülkemizde seçim dönemi öncesinde hareketli günler yaşandı. Bu, ekonomide, faiz oranlarında ve döviz kurlarında keskin hareketler ile sonuçlandı. Bunun piyasalara etkisi olurken, reel sektöre de bir miktar yansımaları oldu. Fakat onca olumsuz gelişmeye rağmen, Türkiye ekonomisi ve sanayisi bence rüştünü ispat etti. Alüminyum profil, aklınıza gelebilecek her sektörde kullanılan bir malzeme olduğundan, belki de alüminyum üreticilerinden Türkiye'nin üretim fotoğrafını çekebilirsiniz. Hem yapı sektöründe, hem otomotivde, hem de enerjide hareketlilik devam etmekte.

Yurt dışında ise, geçtiğimiz senenin sonu itibarı ile artan döviz kurlarının itici gücü ile 2014’e hızlı girdik. 2008 krizinin Avrupa’daki etkileri ancak 6 sene sonra etkilerini azaltmaya başladı. Özellikle enerji ve inşaat sektöründe uzun zamandır bekleyen projeler yeniden hayata geçirildi. Bu dönemde her ne kadar genel kanı Irak ve Libya pazarlarında hareketlilik olması yönünde ise de, bu pazarlarda

kalite bilincinin zayıf olmasından dolayı eşit olmayan üreticiler arasında dengesiz bir rekabet gerçekleşmekte. Bu sebepten dolayı ürünlerimizi, hak ettiği değerinde satamadığımız bu pazarlardan ziyade, daha nitelikli işlerin olduğu Batı Avrupa ülkelerine, satmayı tercih ediyoruz.

Döviz kurlarındaki artış ve değişkenlik alüminyum sektörüne nasıl yansıyor? Hammadde fiyatlarını ve karlılığı nasıl etkiliyor?

Döviz kurlarındaki hareketler Türkiye’deki hemen hemen tüm sanayi kollarını etkilemekte. İki tarafı keskin bir bıçak gibi. Bir yandan yüksek kur ihracatların artmasına imkan verse de, hammadde tedarikinde yurt dışı bağımlılığı ve dövizle ithalat yapılması şu an bütün sanayicilerin en büyük sorunudur. Türkiye geçen sene İMMİB rakamlarına göre 2,4 milyar dolar alüminyum ihraç etmiş, bunun karşılığında ise 3,3 milyar dolarlık alüminyum ithalatı yapmıştır. Geçen senenin aynı dönemdeki döviz kurları ile hesap yaptığımızda kurdan sebep ithalata ödediğimiz fazla para 250 milyon liradır. Bunun yanında hammadde konusunda da Türkiye’nin dünya çapında sözü geçen birkaç tedarikçi dışında başka bir hammadde kaynağı olmaması, iç üretimin genel ihtiyacın %5’ini bile karşılamaması, Türkiye alüminyum sektörünün önündeki en büyük tehlikedir. 2,5 milyar dolara dayanmış bir ihracat gücü olan sektörün, hammadde güvenliğini sağlamış olduğunu söyleyebilmek ne yazık ki mümkün değildir. Hammadde çeşitliliği meselesi, sanayicimiz için döviz kuru tehlikesinin çok üstünde bir sıkıntı olarak gözükmektedir.

Pek çok sektörde üretim ve rekabette Çin, temel belirleyici ülke konumunda... Alüminyum sektöründe Çin’in uluslararası piyasalardaki konumu nedir? Çin, Türkiyeliler için alüminyumcular için bir tehdit midir?

Çin, dünyanın en büyük alüminyum ithalatçısı ve ihracatçısı... Bu bakımdan dünyada Çin’in etkisinin olmadığı bir pazardan bahsetme imkanı yok. Özellikle Latin Amerika, Kuzey Amerika, Afrika geneli, Türki Cumhuriyetler ve hatta Avrupa pazarlarında Çin’den ithalat yapan büyük firmalar kendi ülkelerinde fiyat belirleyici pozisyonu elde etmiş durumda.

Alüminyum profili konuşmak gerekirse, Çin