



CAM VE CAM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

***BU RAPOR KAYNAKÇADA BELİRTİLEN GÖSTERGELERDEN VE YAYINLARDAN DERLENMİŞTİR.**

İÇİNDEKİLER

CAM VE CAM ÜRÜNLERİ SEKTÖR RAPORU

1.SEKTÖRÜN GENEL DURUMU

- 1.1.Sektörün Dünya Ekonomisi ve AB Ülkelerindeki Durumu**
- 1.2.Sektörün Türkiye’deki Genel Durumu**
- 1.3. Sektördeki Üretim Eğilimleri ve Üretilen Başlıca Ürünler**
- 1.4. Sektörün Alt Sektörleri ve Etkileşim Halinde Olduğu Diğer Sektörler**
- 1.5. Sektörün Bölgesel Yapısı ve Kümelenmeler**
- 1.6. Sektörün Kapasite Kullanımı**
- 1.7. Sektörün İşyeri Sayısı ve İstihdamı**
- 1.8. Sektörün Üretim Değeri**
- 1.9. Sektörün Ciro**
- 1.10. Sektörün Katma Değeri**
- 1.11. Sektörün Ar-Ge Faaliyeti**
- 1.12. Sektörün Dış Ticareti**
- 1.13. Sektörün Maliyet Bileşenleri**
- 1.14. Sektörün 2013-2023 Projeksiyonu**

2. SEKTÖRÜN İLK ALTI AYLIK DEĞERLENDİRMESİ

- 2.1. Son Dönemdeki Sektöre İlişkin Türkiye ve Dünyadaki Gelişmeler**
- 2.2. Sektörün Üretim Endeksi Değerlendirmesi**
- 2.3. Sektörün Kapasite Kullanım Oranı Değerlendirmesi**
- 2.4. Sektörün İhracat ve İthalat Değerlendirmesi**
- 2.5. Hedef Pazarlar**

3. SEKTÖR SWOT ANALİZİ

- 3.1.Türkiye Cam Sektörünün Güçlü Yönleri**
- 3.2. Türkiye Cam Sektörünün Zayıf Yönleri**
- 3.3. Türkiye Cam Sektörünün Önündeki Fırsatlar**
- 3.4. Türkiye Cam Sektörünün Önündeki Tehditler**

4. SEKTÖR 2023 HEDEFLERİ

CAM VE CAM ÜRÜNLERİ

Türkiye cam sektörü yaklaşık 2,3 milyar ABD Doları düzeyindeki üretim değeri ve yaklaşık 20 bin civarında çalışan sayısı ile üretim girdilerinin tamamına yakını yurtiçinde sağlayan, sermaye ve enerji yoğun, aynı zamanda da yüksek kapasite ile çalışma zorunluluğu olan bir sektördür.

2013 yılı ilk altı aylık cam ve cam ürünleri ihracatı 490 milyon ABD Doları, ithalatı ise 394 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

Cam ve cam ürünleri sanayi sektörü;

- Türkiye'nin en büyük 1000 Sanayi Kuruluşu listesindeki 10 kuruluş,
 - Türkiye'nin en büyük 500 şirketi listesindeki 4 şirket,
- temsil ediyor.

Cam ve cam ürünleri sanayi sektörü 2013 yılında;

- 972 milyon \$ ihracat,
- 752 milyon \$ ithalat yaptı.

Cam ve cam ürünleri sanayi sektörün Türkiye'deki toplam ihracatı 2013 yılında % 0,7 ithalatı % 0,3'tür.

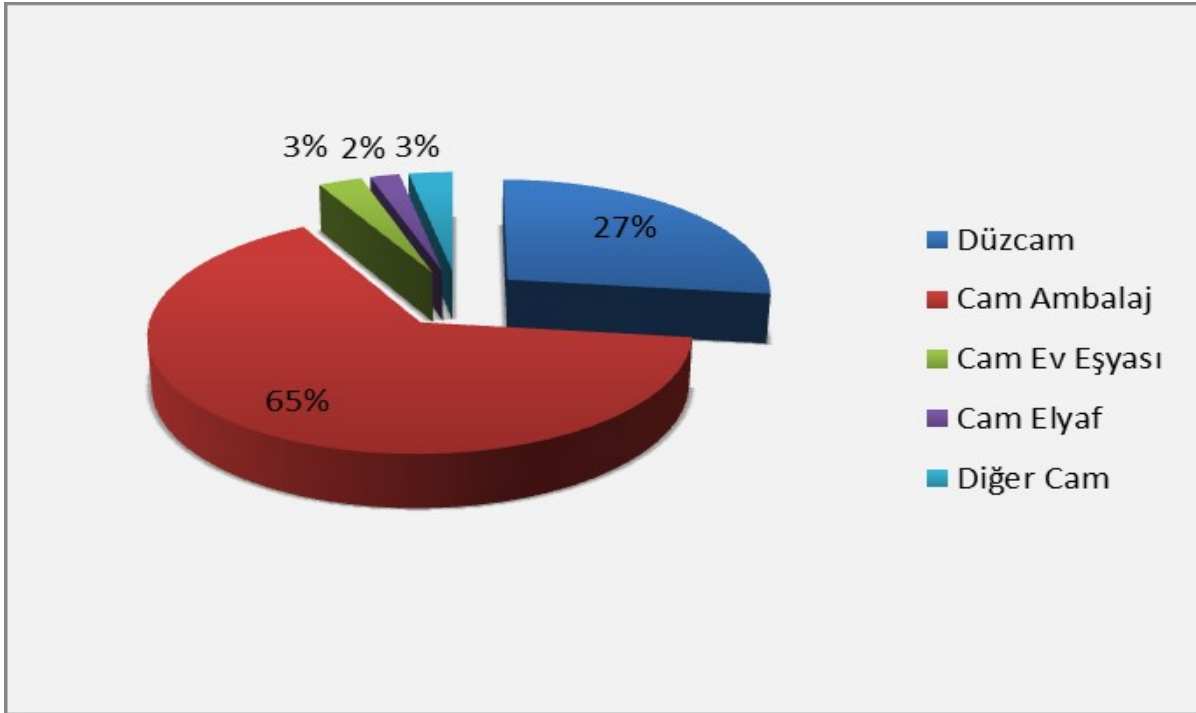
1.SEKTÖRÜN GENEL DURUMU

1.1.Sektörün Dünya Ekonomisi ve AB Ülkelerindeki Durumu

Dünya cam sektörü global ekonomiye paralel bir gelişmeyle yılda ortalama % 2-4 düzeyinde büyümektedir. Dünya cam üretiminin yaklaşık 120 milyon ton düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Bu üretimin % 45'ini cam ambalaj, % 37'sini düz cam, % 4'ünü cam ev eşyası, % 3'ünü cam elyaf ve % 10'unu diğer camlar oluşturmaktadır. Toplam üretimin % 30'u Avrupa, % 34'ü Asya, % 29'u ABD ve % 7'si diğer bölgelerde gerçekleştirilmektedir.

28 üyeli Avrupa Birliği, dünya cam üretiminde % 30 düzeyinde bir paya sahip olup, 2012 yılında toplam AB üye ülkelerinin üretiminin % 65'ini cam ambalaj, % 27'sini düz cam, % 3'ünü cam ev eşyası, % 2'sini cam elyaf ve % 3'ünü diğer camlar oluşturmuştur.

AB Üyesi Ülkelerin Cam Üretim Dağılımı (2012)¹



AB Üyesi Ülkelerin Yıllar İtibariyle Cam Üretimi (1.000 Ton)

Yıllar	Düzcam	Cam Ambalaj	Cam Ev Eşyası	Cam Elyaf	Diğer Cam	Toplam
2006	9.981	20.967	1.526	796	1.162	34.432
2007	10.119	21.621	1.547	821	1.214	35.322
2008	9.865	21.270	1.440	823	966	34.364
2009	8.965	19.366	1.041	476	946	30.794
2010	9.405	19.957	1.016	713	1.005	32.096
2011	9.514	20.920	1.090	831	1.031	33.386
2012	8.633	20.321	1.006	634	887	31.481

Kaynak: CPIV (Standing Committee of the European Glass Industries) web sitesi

AB üyesi ülkelerin düzcam üretimi 9-10 milyon ton düzeyindedir. Üretim seviyesinde büyüme gözlenmeyen, doyuma ulaşmış bir yapıya sahip olan Avrupa pazarının büyüklüğü de yaklaşık 9 milyon tondur. Pazarda otomotiv camı, kaplamalı cam ve lamine cam gibi işlenmiş ürünlerin payı oldukça yüksektir.

AB üyesi ülkeler düzcam ve cam ambalajda ağırlıklı ihracatçı, cam ev eşyası, cam elyaf ve diğer cam çeşitlerinde ithalatçı konumdadır.

¹ <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/cimento-sektor-raporu-201-16042013164544.pdf>

Dünya Cam İthalatı (1.000 ABD Doları)

İTHALATÇI ÜLKELER	2008	2009	2010	2011	2012
ÇİN	3.420.011	3.028.610	4.871.474	6.267.282	7.278.023
ABD	5.970.370	4.641.642	5.733.046	6.106.342	6.378.336
ALMANYA	5.225.533	4.662.327	5.198.539	5.845.345	5.352.446
GÜNEY KORE	2.559.946	2.454.535	3.289.666	3.734.719	3.839.899
FRANSA	4.072.771	3.250.827	3.474.403	3.694.168	3.385.196
TAYVAN	2.053.832	1.692.026	2.667.044	2.583.689	2.608.914
JAPONYA	2.521.468	1.918.551	2.358.905	2.671.306	2.566.407
KANADA	2.093.446	1.873.332	2.152.811	2.306.885	2.393.175

Kaynak: International Trade Center, Trade Map

Dünya cam ve cam mamulleri ithalatında 2012 yılı verilerine göre Çin, ABD, Almanya, ilk üç ülkeyi oluştururken; ihracatta ise yine aynı dönemde ilk üç ülkeyi Çin, Almanya ve Japonya oluşturmaktadır.

Dünya Cam İhracatı (1.000 ABD Doları)

İHRACATÇILAR	2008	2009	2010	2011	2012
ÇİN	9.069.697	7.597.086	10.325.404	12.603.526	14.902.514
ALMANYA	6.891.341	5.866.712	6.106.644	6.734.102	6.302.664
JAPONYA	4.683.044	4.503.737	6.527.258	6.687.061	6.195.428
ABD	5.088.109	4.144.818	4.983.824	5.325.142	5.292.172
FRANSA	4.281.094	3.265.211	3.459.162	3.681.417	3.362.354
İTALYA	3.254.421	2.517.278	2.744.309	3.072.885	2.772.492
TAYVAN	1.164.742	1.128.797	1.591.808	2.186.223	2.529.134
BELÇİKA	3.488.591	2.603.216	2.641.887	2.859.749	2.409.144

Kaynak: International Trade Center, Trade Map

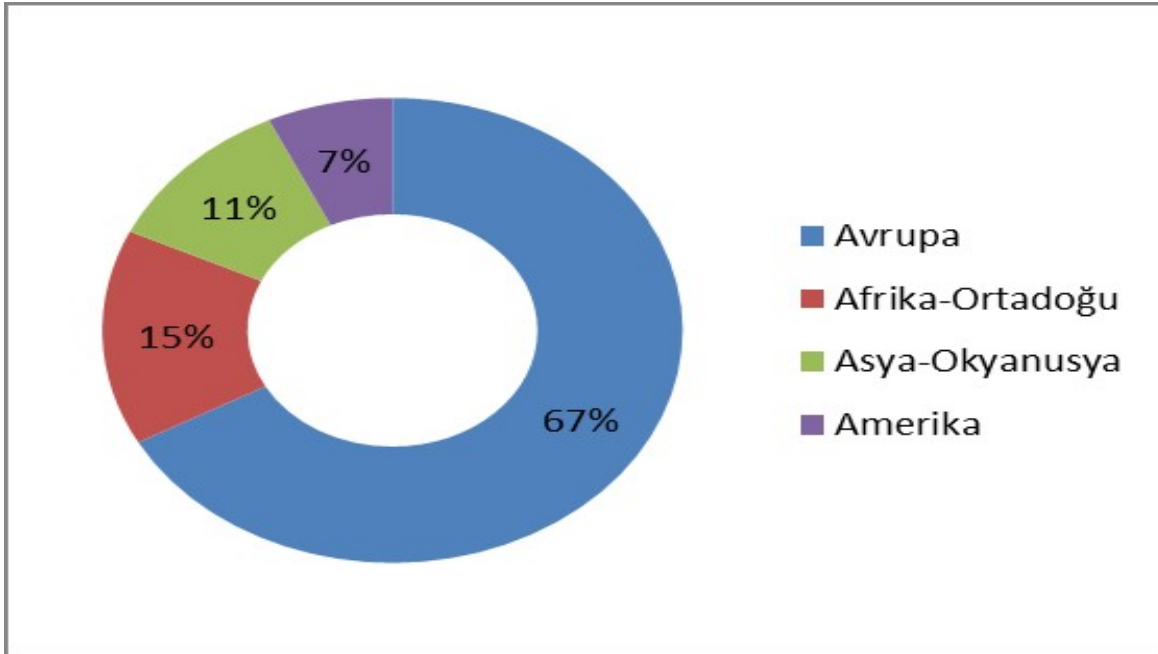
1.2.Sektörün Türkiye’deki Genel Durumu

Cam üretiminde kullanılan en önemli girdiler, kum, soda, dolomit, kuvarz maddeleridir. Ülkemizin bu kaynaklar açısından zengin olması nedeniyle, Türk cam sanayi % 98 oranında yerli hammadde kullanmaktadır.

Ülkemiz cam sanayinin üretim kapasitesi yaklaşık 3,5 milyon tondur. Ülkemiz üretim kapasitesinin % 90’ı Şişecam tarafından karşılanmaktadır. Şişecam’ın yurtiçi ve yurtdışı toplam üretim kapasitesi 4,7 milyon tona yaklaşmaktadır. Düzcam, cam ev eşyası, cam ambalaj, cam elyaf gibi ana üretim alanlarındaki yurtiçi mevcut kapasitesi 3,0 milyon tondur. Yurtiçi üretim kapasitesinin % 50’si düzcam, % 32’si cam ambalaj, % 16’sı cam ev eşyası,

kalan yaklaşık % 2'lik kesim de cam elyafı kapasitesinden oluşmaktadır. Sektörde en büyük üretici olan Şişecam 150 ülkeye ihracat yapmaktadır.

Uluslararası Satışların Bölgesel Dağılımı



Kaynak: Şişecam Faaliyet Raporu, 2012

1.3. Sektördeki Üretim Eğilimleri ve Üretilen Başlıca Ürünler

Cam sektörü temel olarak Gümrük Giriş Tarife Cetveli, Pozisyon 70'de yer alan cam ürünlerinden oluşmakta olup, ana üretim alanlarına göre şu şekilde sınıflandırılmaktadır:

- Düzcamlar
- Düzcam (Float cam+Buzlu cam)
- Cam İşleme (Düzcamın girdi olarak kullanıldığı, ek işlemlere tabi tutularak üretilen otomotiv camları (temperli, lamine, kurşuna dayanıklı), ayna, lamine camlar, kaplamalı camlar, beyaz eşya, enerji ve dekorasyona yönelik temperli camlar)
- Cam Ev Eşyası
- Cam Ambalaj
- Cam Elyafı (cam yünü, cam keçe, fitil, iplik, kırılmış demet vb.)
- Diğer (cam kırığı, cam bilya, cam ampuller, elektrik lambaları, katot ışın tüpleri, camdan iç gövdeler, sinyalizasyon camları ve camdan optik elemanlar, saat ve gözlük camları, cam tuğla, karo, kiremit, mozaik, camdan laboratuvar ve eczane eşyası, cam boncuk vb.)

Sektörde üretim eğilimleri günümüz koşullarına ve etkileşim halinde olduğu sektörlerin gösterdiği gelişmelere paralel seyretmektedir.

Yapı sektöründe camla ilgili gelişmeler, çevre koruma ve enerjinin verimli kullanımı bağlamında özellikle kaplamalı camlar alanında yoğunlaşmaktadır. Bu eğilimler performansı yüksek kaplamalı yalıtım camı üniteleri ve Tentesol ve Tentesol T gibi kaplamalı güneş kontrol camları ön plana çıkarmakta olup, tüketiciye daha fazla enerji tasarrufu sağlayan çevre dostu ürünler sunmaktadır.

Sektör cam elyaf üretiminde pazara, alev dayanımlı polyester, düşük çekmeli reçineler, düşük stiren emisyonlu polyester reçine gibi yeni ürünler sunmaya ve bor madenini kullanarak otomotiv, inşaat ve altyapı, elektrik, spor-eğlence, ulaştırma nakliye ve savunma sanayi sektörlerine yönelik çalışmalar yapmaktadır.

Bunun yanında dekorasyon ve tasarım alanında görülen gelişmeler de, cam ev eşyasında özel tasarım ürünleriyle, dekor ürünlerinde cam kapıların, lavaboların ve dekorların üretimine yönlendirmektedir.

1.4. Sektörün Alt Sektörleri ve Etkileşim Halinde Olduğu Diğer Sektörler

Cam sektörü ürünleriyle inşaat, otomotiv, beyaz eşya, gıda, içki, meşrubat, ilaç, kozmetik, turizm (lokanta gibi), mobilya, boru, elektrik ve elektronik gibi birçok sektöre ve ev kesimine girdi vermektedir. Özellikle düz camda, inşaat ve otomotiv sektöründe yaşanan gelişmelerin etkisi birebir gözlenmektedir. İnşaat sektöründeki, güneş enerjisine yönelik yüksek performanslı camlar ya da otomotivde yeni girilen projeler, düz cam faaliyetlerini etkileyen unsurlardır.

Cam ambalaj alanında özellikle gıda ve kozmetik sektöründe gelişen ürün çeşitleri ve dağıtım kanallarında ambalajın önem kazanması, sektörü hareketlendirmektedir.

1.5. Sektörün Bölgesel Yapısı ve Kümelenmeler

Ülkemizde cam üretim faaliyetleri, önceleri sadece Marmara ve Akdeniz Bölgesi ile sınırlıyken, coğrafi açıdan giderek daha yaygın bir yapı kazanarak Ege ve İç Anadolu Bölgelerini de içine alacak şekilde genişlemiştir.

Gerek üretim faaliyetlerinin çeşitliliği ve sayısı gerekse üretici ve kapasite miktarı açısından en yoğun cam ve cam ürünleri üretim faaliyetlerinin yaşandığı şehir İstanbul'dur. İstanbul'u takiben Kırklareli, Mersin, Bursa, Eskişehir, Konya, Ankara, İzmir, Kayseri gibi şehirler yine üretim çeşitliliği, üretici sayısı ve üretim kapasiteleri ile göze çarpan şehirlerdir.

Türk cam sanayi gerek kapasite artışları gerekse yeni ürünlerin pazara sunulmasıyla bugüne kadar gelişimini hızla sürdürmüş olup, henüz doymamış bir pazar olma niteliği ile gelecekte de önemli bir büyüme potansiyeli taşımaktadır. Gerek taşıdığı bu pazar potansiyeli gerekse genişleyen kaliteli ürün yelpazesi ile küresel rekabete açılan Türkiye cam sektörü dış ticaret hacminde önemli bir ivme sergilemektedir.

1.6. Sektörün Kapasite Kullanımı

Türkiye cam sektörünün ortalama kapasite kullanım oranı 2011 yılında % 87, 2012 yılında ise % 77,26 olarak gerçekleşmiştir.

1.7. Sektörün İşyeri Sayısı ve İstihdamı

2008 yılı itibariyle metalik olmayan mineral ürünler sektöründeki toplam işyeri sayısının % 6,9'unu cam ve cam ürünleri imalatındaki işyeri sayısı oluşturmaktadır. Bu değer de 875 işletme sayısına karşılık gelmektedir. Türkiye cam sektöründe yaklaşık 20 bin civarında çalışan bulunmaktadır.

1.8. Sektörün Üretim Değeri

Cam sektörünün 2011 yılı üretim değeri yaklaşık olarak 2,3 milyar ABD Doları seviyesine yükselmiştir.

1.9. Sektörün Ciro

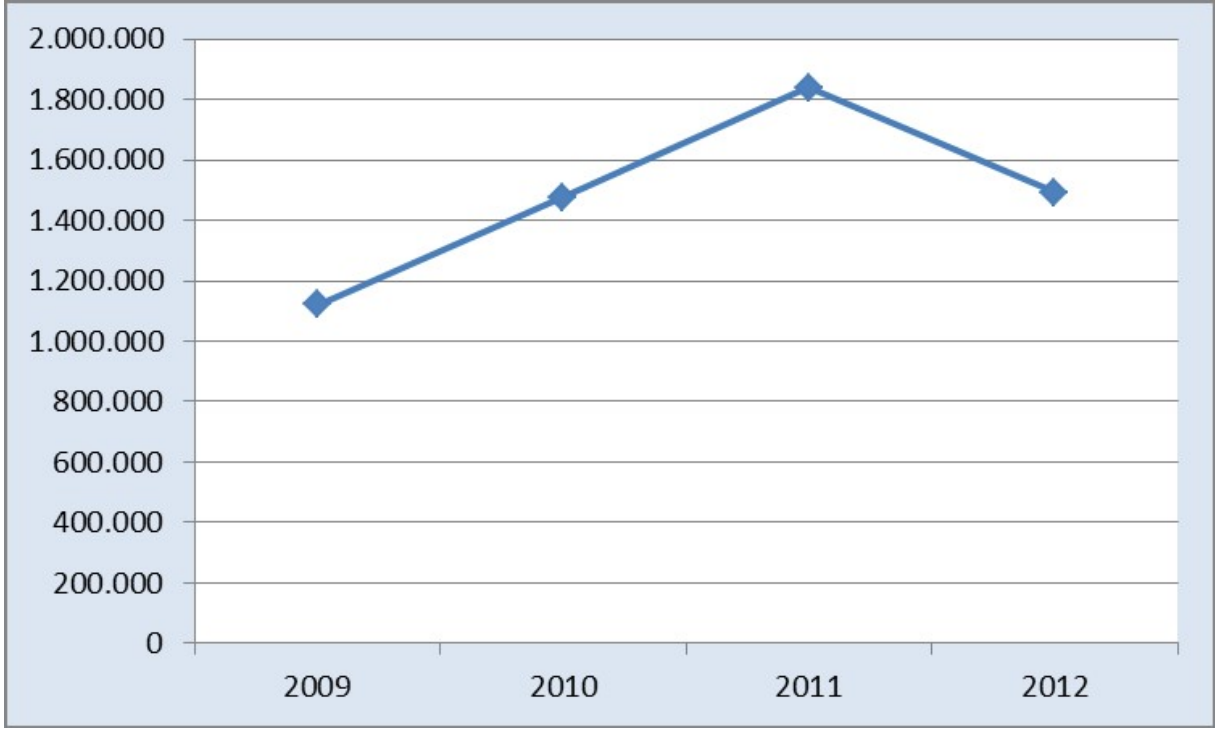
2011 yılında cam ürünlerinin dış ticaret hacmi 1,7 milyar ABD Doları düzeyindedir. Cam sektörü ihracatı da 1 milyar ABD Doları düzeyine ulaşmış olup, bu da Türkiye ihracatında binde 7,2'lik bir paya karşılık gelmektedir. Türkiye cam sektörü satış ciro, taşıma ciro ve dışarıdan aldığı hizmetler toplamında yaklaşık 2,8 milyar ABD Doları düzeyinde bir iş hacmi yaratmaktadır. 2012 yılında ise cam sektörü ciro 2 milyar ABD Doları seviyesindedir.

1.10. Sektörün Katma Değeri

Sektörde yüksek enerji tüketimine karşın cam sanayii bir taraftan da geliştirdiği katma değeri yüksek ürünler ile çevre korumaya ve enerji tasarrufuna önemli katkılar sağlamaktadır. İnşaat ve otomotiv gibi Türkiye'nin lokomotif sektörlerine girdi veren ve cam sanayiinin ağırlıklı faaliyet alanını oluşturan düzcam sektörü özelinde kaplamalı camlar ve çift camlar, artık düzcamın yerini almaktadır. Dünyada özellikle gelişmiş ülkelerdeki bu yaygın eğilimin halen gerisinde bulunulmakla birlikte, ülkemiz düzcam sektöründeki gelişmeler hızla ilerlemektedir. Nitekim, işlenmiş camların toplam düzcam üretimindeki payı 1980'li yıllarda % 3 iken, bu oran son üç yılda % 30'lara varmış durumdadır. Ülkemizde, mevcut tüm konutlarda ısı yalıtımını iyileştiren Low E kaplamalı camların kullanılması durumunda, yılda 2,5 milyar ABD Doları tasarruf sağlama, karbondioksit emisyonunu da önemli ölçüde azaltma potansiyeli bulunmaktadır. Diğer bir anlamda, uluslar arası yaptırımlara konu çevre kirliliği ve Dünya'nın dengesini bozan küresel ısınmayı kontrol altına alma imkanı yaratan Low E camlar, ülke ekonomisine büyük katkılar sağlayacaktır.

Cam sektörünün 2010 yılında gerçekleşen 1,475 milyar TL' lik net katma değeri, % 20 artarak 2011 yılında yaklaşık 1,8 milyar TL ye ulaşmıştır. 2012 yılında net katma değer miktarı 1,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

Cam Sektörü Net Katma Değer Miktarı (1.000 TL)



1.11. Sektörün Ar-Ge Faaliyeti

Cam ve kimyasallar üretiminde dünya ölçeğinde en ileri teknolojileri edinen ve kullanan sektör, bu teknolojileri uygulama ve geliştirmenin getireceği rekabet üstünlüğünün bilinci ile 1970'li yıllarda Ar-Ge çalışmalarına başlamıştır.

Ar-Ge'nin kurumsallaşmasını takip eden 30 yıl içinde düzcam, cam ambalaj, cam ev eşyası sektörleri için yeni ürün ve proses geliştirme faaliyetlerinin yanı sıra, üretimde insan ve çevre sağlığını ön plana çıkartan, enerji ve üretim verimlilikleri yüksek teknolojileri geliştirme, maliyetleri düşürme ve problem çözmeye yönelik çalışmalar da bu teşkilatın süreklilik arz eden çalışmaları arasında yer almıştır. Bu şekilde, mühendislik ve teknik destek birimlerini de kapsayan Ar-Ge yapılanması ile sektör cam, fırın, kaplama tasarımı ve üretiminde kendi teknolojisini yaratan konumuna gelmiştir.

Ar-Ge faaliyetleri, tüm ürün gruplarında mevcut, gelişmekte olan ve gelişeceği öngörülen pazar gereksinimleri doğrultusunda katma değeri yüksek, çevre dostu, yeni ürün ve proses geliştirmeye odaklanmıştır. İkinci sırada ise, mevcut ürün maliyetinin düşürülüp kalitenin artırılmasına yönelik olarak yeni ve alternatif hammadde kaynaklarının kullanımı, enerji yönetimi ve etkin kullanımı, yeni büyüme yatırımlarının modern teknolojilerle donatılmış ve sermaye verimliliğini en üst düzeyde tutarak hedeflenen zaman sürecinde üretime kazandırılması yer almaktadır.

Cam sektörü Ar-Ge faaliyetleri sonucunda ısı kontrol kaplamalı yalıtım camı ve ısı güneş kontrol kaplamalı yalıtım camı geliştirilmiştir. Isı kontrol kaplamalı yalıtım camı bünyesindeki ısı kontrol kaplamalı cam sayesinde ısıcamaya göre ısı kayıplarını %50 azaltarak yakıt masraflarından, ısı güneş kontrol kaplamalı yalıtım camı ise güneş ısı girişi %40 azaltarak, kışın yakıt yazın da klima masraflarından tasarruf sağlayan bir ürün olarak üretilmiştir.

1.12. Sektörün Dış Ticareti

2011 yılı toplam cam ve cam ürünleri ihracatı 977 milyon ABD Doları, ithalatı ise 704,8 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılında ise ihracat bir önceki yıla göre % 2 değerinde düşüşle 956 milyon ABD Dolarına, ithalat ise % 8,8'lik bir düşüşle 643 milyon ABD Doları seviyelerine gerilemiştir. TÜİK 2013 yılı ilk altı aylık verilere göre toplam cam ve cam ürünleri ihracatı 490 milyon ABD Doları, ithalatı ise 394 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ülkeler (1.000 ABD Doları)²

İTHALATÇI ÜLKELER	2008	2009	2010	2011	2012
DÜNYA	1.016.834	838.448	903.481	977.755	956.049
ALMANYA	100.610	72.286	88.348	96.553	98.306
İNGİLTERE	58.289	49.542	56.760	60.800	63.054
İTALYA	77.651	58.418	59.695	66.621	62.182
FRANSA	47.665	47.748	52.087	58.226	55.603
IRAK	30.633	31.929	33.813	49.532	43.035
ABD	33.822	26.596	30.662	31.776	37.809
BULGARİSTAN	21.863	20.099	22.334	23.975	35.675

Kaynak: International Trade Center, Trade Map

Türkiye cam sanayisinin en çok ihraç ettiği ürünler arasında sofr ve süs eşyası, düzcam ve fiberler bulunmaktadır. 2012 yılında Almanya, İngiltere ve İtalya en fazla ihracat yapılan ilk üç ülkedir.

Türkiye'nin İthalat Yaptığı Ülkeler (1.000 ABD Doları)

İHRACATÇI ÜLKELER	2008	2009	2010	2011	2012
DÜNYA	593.915	473.579	616.460	704.810	643.238
ÇİN	133.130	112.906	168.722	220.866	207.135
ALMANYA	63.146	52.371	59.951	73.396	65.004
FRANSA	41.490	48.711	38.488	63.412	44.213
İTALYA	45.934	33.914	38.409	41.908	42.126
BELÇİKA	32.297	22.054	28.061	34.253	27.772
ABD	22.726	14.171	24.350	26.328	24.751
ÇEK CUMHURİYETİ	17.063	15.413	20.004	19.974	22.759

Kaynak: International Trade Center, Trade Map

2012 yılında Çin, Almanya ve Fransa en fazla ithalatın yapıldığı ilk üç ülkeyi oluşturmaktadır.

1.13. Sektörün Maliyet Bileşenleri

Cam sektöründe girdilerin büyük bir kısmı yurt içinden sağlanmaktadır. Ancak son yıllarda kum ithalatı yapılmaktadır. Ayrıca çok az miktarda kullanılan kobalt oksit, çinko selenit, alüminyum oksit gibi maddeler de ithal edilmektedir.

² <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/cimento-sektor-raporu-201-16042013164544.pdf>

Cam üretim maliyetlerinin % 90'ını oluşturan sınai maliyetler içinde enerji, hammadde ve işçilik önemli girdi kalemleridir. Yurtiçinden temin edilmekte olan bu girdi kalemlerinin toplam maliyetler içindeki payı ise hammadde ve malzemelerde % 33, enerjide % 20, işçilikte % 24'ler gibi yüksek oranlara varmaktadır. Bu nedenle, yurtiçi girdi kalemlerindeki fiyat oluşumu, sektörün maliyet yapısını yakından belirlemektedir. Ancak, pahalı enerji fiyatları (yakıt, elektrik) ve işçilik nedeniyle yüksek üretim maliyetleri ile çalışılmaktadır.

Cam üretiminde kullanılan hammadde ve malzeme, enerji ve işçilik maliyetlerinin cam sınai maliyetleri içindeki yaklaşık payları cam alt ürün grupları itibarıyla aşağıdaki tabloda görülmektedir. Hammadde ve malzeme maliyetinin cam sınai maliyet içindeki payının %28 ile en düşük seviyede cam ambalajda olduğu gözlenmekte, cam elyafta bu oran %52'ye çıkmaktadır. Enerji maliyetinin sınai maliyet içindeki payı ise en düşük seviyede %16 ile cam elyafta görülürken bu oran %28 ile düzcanda en yüksek seviyede olmaktadır. İşçilik maliyetlerinin payı ise %32 ile en yüksek cam ev eşyasında, %20 ile en düşük cam elyafta olmaktadır.

Hammadde/ Malzeme, Enerji ve İşçilik Maliyetlerinin Sınai Maliyetler İçindeki Payı*

	Düzcamlar	Cam Ev Eşyası	Cam Ambalaj	Cam Elyaf
Hammadde ve Malzeme	%37	%36	%28	%52
Enerji	%28	%19	%20	%16
İşçilik	%22	%32	%27	%20

Kaynak: TOBB Cam Sektör Raporu 2012

*:Burada verilen oranlar yıl içerisindeki kullanıma ve birim fiyatlara göre farklılık gösterebilir.

1.14. Sektörün 2013-2023 Projeksiyonu

	Birim	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cam İhracatı	Milyon ABD Doları	1176,12	1270,21	1397,231	1509,009	1644,82	1776,405	1900,754	2052,814	2192,198	2341,046	2500
Cam İhracatı	Bin Ton	901,1747	968,4265	1059,969	1139,072	1235,411	1327,606	1413,471	1518,954	1614,019	1715,034	1822,371
Yıllık İhracat Artışı	Değer, %	10	8	10	8	9	8	7	8	6,789888	6,789888	6,789888
Yıllık İhracat Artışı	Miktar, %	9,452736	7,462687	9,452736	7,462687	8,457711	7,462687	6,467662	7,462687	6,258595	6,258595	6,258595
Ortalama Fiyat; İhracat	ABD Doları/Ton	1305,097	1311,622	1318,18	1324,771	1331,395	1338,052	1344,742	1351,466	1358,223	1365,014	1371,839
Dünya Cam İhracatı	Milyar ABD Doları	64	66	68	70	71	73	75	76	78	79	81
Türkiye Cam San. Payı	%	1,837688	1,92456	2,054751	2,155727	2,316648	2,433432	2,534338	2,701071	2,81051	2,963349	3,08642
Türkiye İhracatı	Milyar ABD Doları	161	180	202	226	253	283	317	355	398	446	500
Türkiye Cam San. Payı	%	0,730509	0,705672	0,691698	0,667703	0,650126	0,627705	0,599607	0,578257	0,550803	0,524898	0,5
Cam İthalatı	Milyon ABD Doları	818,055	867,1383	910,4952	965,1249	1013,381	1074,184	1127,893	1195,567	1255,345	1330,666	1397,199
Cam İthalatı	Bin Ton	486,3697	518,1296	546,7563	582,4595	614,6404	654,7764	690,9528	736,072	776,74	827,4611	873,1783
Ortalama Fiyat; İthalat	Bin ABD Doları/Ton	1681,961	1673,593	1665,267	1656,982	1648,738	1640,536	1632,374	1624,253	1616,172	1608,131	1600,13
İhracat Miktarı (Endeks)	2010=100	117,6209	126,3985	138,3466	148,671	161,2452	173,2784	184,4855	198,253	210,6609	223,8453	237,8549
İhracat/İthalat	İhracat/İthalat	1,437703	1,464829	1,534583	1,563537	1,623101	1,653725	1,685225	1,717022	1,746291	1,759304	1,789294

2. SEKTÖRÜN İLK ALTI AYLIK DEĞERLENDİRMESİ

2.1. Son Dönemdeki Sektöre İlişkin Türkiye ve Dünyadaki Gelişmeler

Üreticiler mevcut şirketleri satın alarak ya da yeni fabrikalar kurarak özellikle hızlı gelişen Hindistan, Brezilya ve Asya/Pasifik ülkelerinde faaliyetlerini yoğunlaştırmakta, ayrıca ürün hafifletirmenin yanı sıra özgün tasarımlara, renkli ve baskılı ürünlere ağırlık vererek uygun maliyetle nitelikli cam ambalaj üretme kabiliyetlerini geliştirmektedirler.

Cam ambalaj sektöründe gıda ve sağlık sorunları, sağlıklı ve organik gıdaya yönelim, etnik yiyecekler, geri kazanılabilir ve ekolojik yapıya uygun malzemelerin tercih edilmesi, yaşlı nüfusun tercihleri, gelişmekte olan pazarlarda alkollü içecek tüketiminin ve kozmetik ürün kullanımının artması gibi faktörler cam ambalaj pazarının önümüzdeki dönemde yükseliş trendi içerisinde olacağının göstergeleridir.

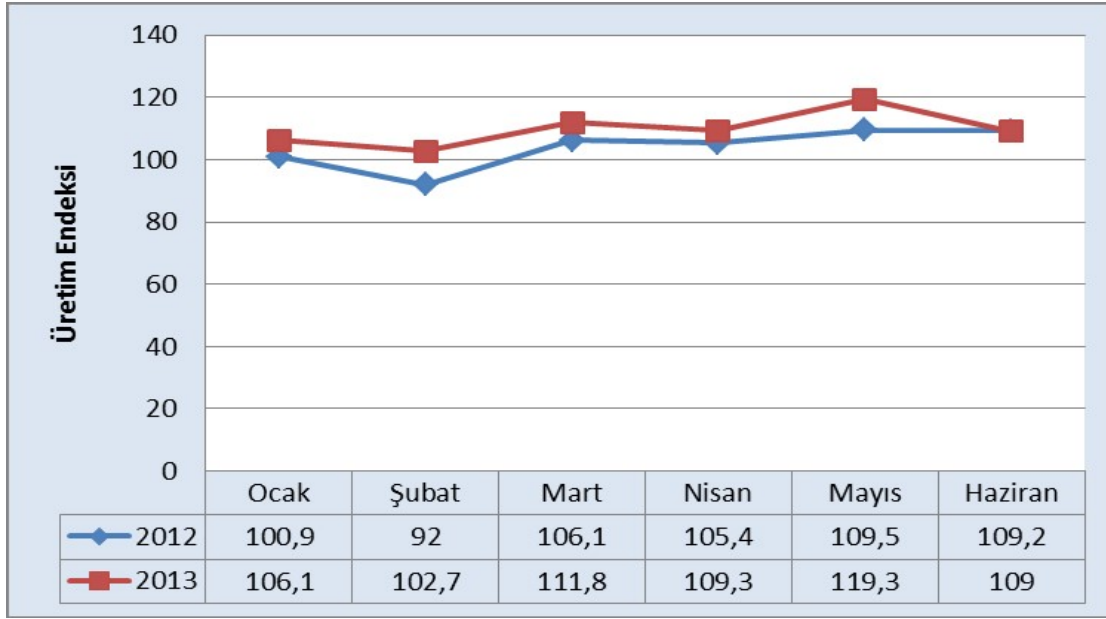
Anadolu Cam'ın, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'nde, 164 milyon dolarlık yatırımla gerçekleştirdiği yeni fabrikası faaliyete başlamıştır. 2013 yılında iki fırında 180 bin ton cam ambalaj üretimi yapacak olan Anadolu Cam Eskişehir Fabrikası, 2014 yılında devreye alınacak olan 3. fırın ve 2015 yılında inşası tamamlanacak 4. fırın ile üretim kapasitesini 420 bin tona ulaştırması beklenmektedir. Toplam 416 kişiyle üretim yapacak olan Anadolu Cam Eskişehir Fabrikası'ndaki ileri teknoloji önemli oranda enerji tasarrufu sağlarken, yüksek hız ve kalitede üretim olanağı sağlamaktadır. Eskişehir Fabrikası'nda gıda, içecek ve sağlık sektörleri için şişe ve kavanoz üretiminin yanı sıra su sektörünün artan cam damacana talebini karşılayacak şekilde 10 litreden 60 litreye kadar cam ambalaj üretilmesi ön görülmektedir.

Polatlı Organize Sanayi Bölgesinde 360 dönümlük alanda yatırıma başlayan Trakya Polatlı Düz Cam Anonim Şirketi'nin yılsonunda düz cam üretimine başlaması planlanmaktadır. Bununla birlikte Polatlı'da cam sektöründe önemli ölçüde sanayinin oluşması beklenmektedir.

2.2. Sektörün Üretim Endeksi Değerlendirmesi

2010 yılı baz alınarak 2013 yılı ilk altı aylık dönemin ortalama üretim endeks değeri 109,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer 2012 yılının aynı dönemine göre % 5,3 oranında bir artış göstermiştir. 2012 yılı ortalama üretim endeks değeri ise 97,8 olarak hesaplanmıştır.

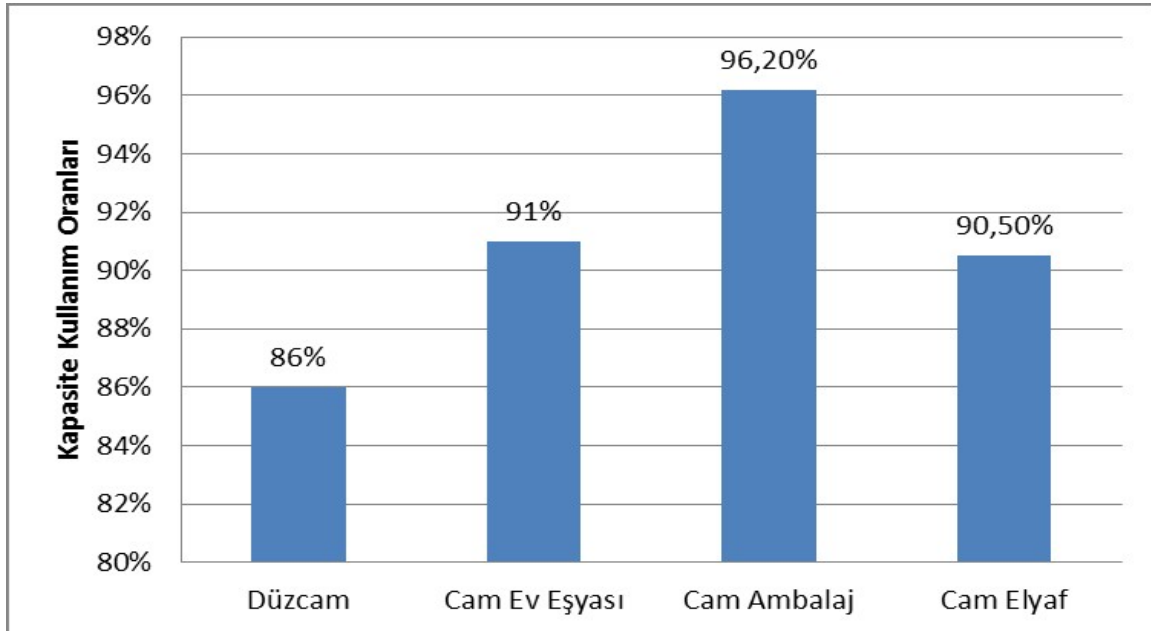
Cam Sektörü Üretim Endeksi



2.3. Sektörün Kapasite Kullanım Oranı Değerlendirmesi

Cam sektörünün 2013 yılı ilk altı aylık kapasite kullanım oranı düzcamda % 86, cam ev eşyasında % 91, cam ambalajda %96,2, cam elyafda %90,50 olarak gerçekleşmiştir.

Kapasite Kullanım Oranları

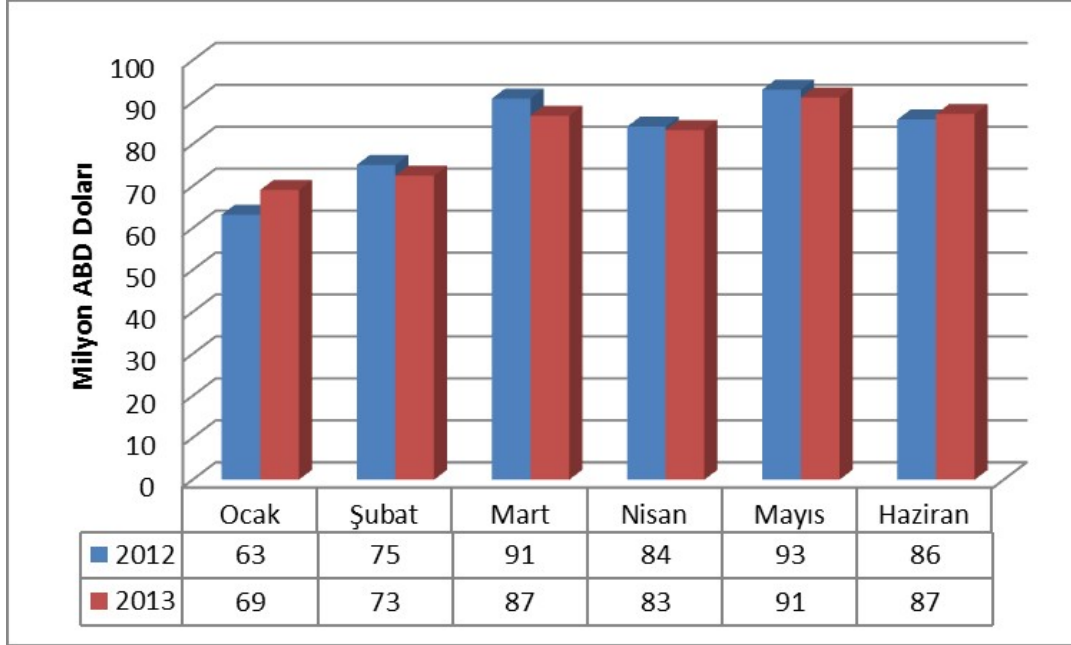


Kaynak: Şişecam Sektör Verileri

2.4. Sektörün İhracat ve İthalat Değerlendirmesi

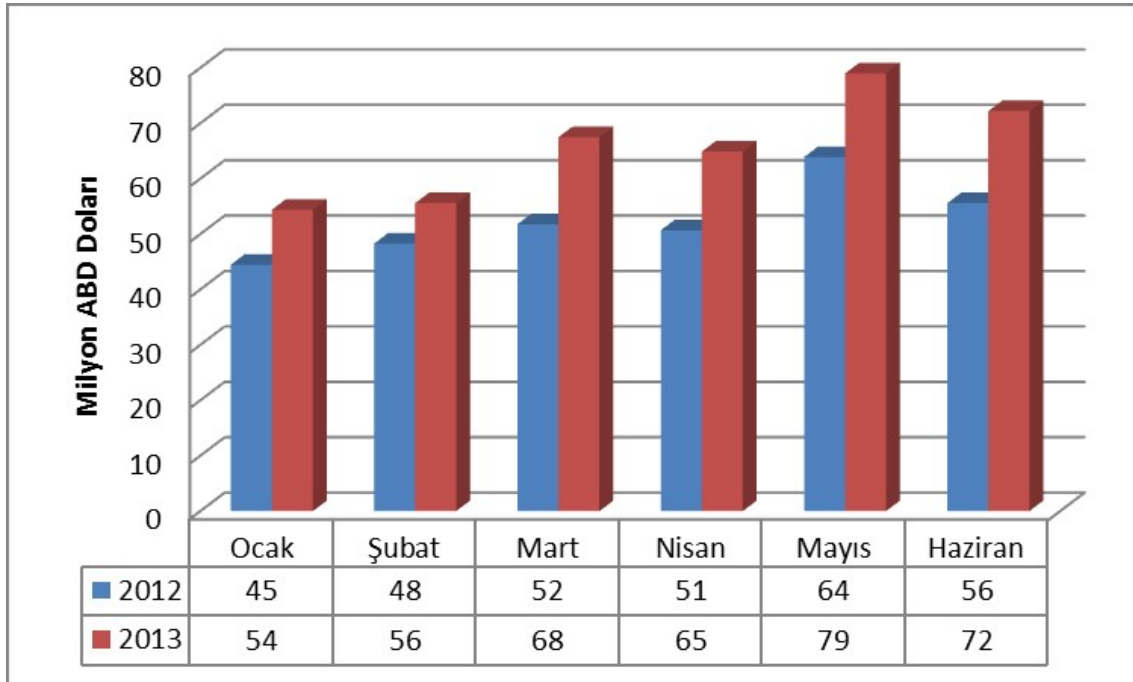
TÜİK 2013 yılı ilk altı aylık verilere göre toplam cam ve cam ürünleri ihracatı 2012 yılı aynı dönemine göre % 0,4 oranında azalarak 490 milyon ABD Doları, ithalatı ise 2012 yılı aynı dönemine göre % 25 oranında artarak 394 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

Cam ve Cam Ürünleri İhracat Değerleri (Milyon ABD Doları)



Kaynak: TÜİK verileri, HS2 70 kodlu faaliyet

Cam ve Cam Ürünleri İthalat Değerleri (Milyon ABD Doları)

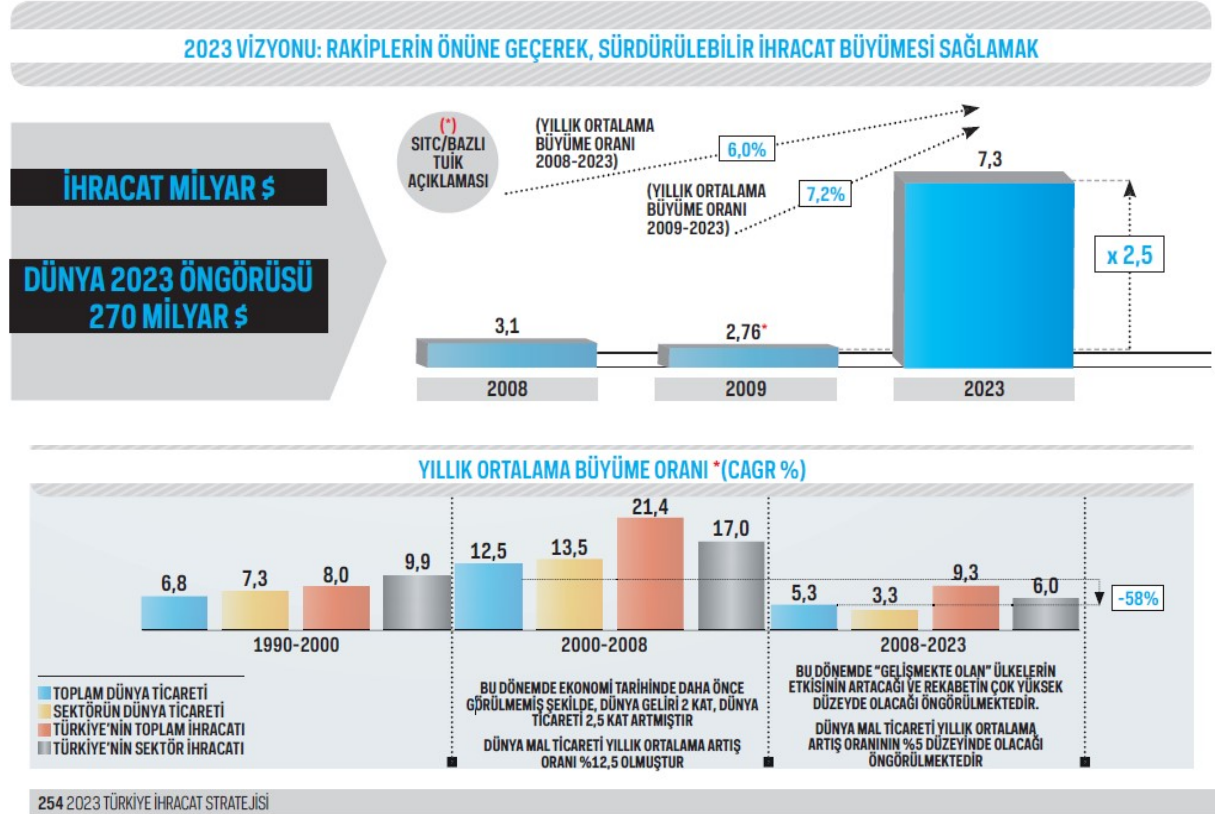


Kaynak: TÜİK verileri, HS2 70 kodlu faaliyet

2.5. Hedef Pazarlar

1. Almanya
2. İtalya
3. İngiltere
4. Fransa
5. Irak
6. Rusya
7. Suriye
8. Bulgaristan

2023 VİZYONU³



3. CAM SEKTÖRÜ SWOT ANALİZİ

3.1. Türkiye Cam Sektörünün Güçlü Yönleri

Cam sektörü;

- Teknoloji, üretim, pazarlama ve satış bilgisine hakim insan kaynağına,
- Ölçek ekonomisinde ve en son teknolojilerle üretim yapan kuruluşlara,
- İç ve dış pazarlarda müşteri nezdinde üretim, ürün çeşidi, kalite ve dağıtım bakımından güvenilirliğe,
- Kişi başına cam tüketiminin düşük olduğu, ancak büyüyen ve gelişen bir iç pazara,
- 1960'lı yıllarda başladığı ihracat geçmişiyle dış ticaret birikimine,

³ http://www.tim.org.tr/files/downloads/2023/2023_ihracat_stratejisi_kitabi.pdf

- Kurumsallık düzeyi yüksek, çağdaş yönetim ilkeleriyle yönetilen ve yurt dışında üretim yapan dünya şirketine,
- Halen daha maliyet düşürme, verimliliği artırma ve ihracatını geliştirme potansiyeline,
- Hammadde ve yardımcı hammadde kullanımında yeterli kaynaklar sahiptir.

3.2. Türkiye Cam Sektörünün Zayıf Yönleri

- Sektörün hammaddesi olan cam üretiminin yapısal özellikleri itibarıyla izabeye dayalı enerji yoğun bir üretim olması nedeniyle, sektör, enerji ve yakıt fiyatlarına karşı çok duyarlıdır. Bu bağlamda yüksek enerji fiyatları sektörü olumsuz yönde etkilemektedir.
- Ölçek ekonomisi gereği tam kapasite ve kesintisiz üretim gerekliliği vardır.
- Firmaların büyük kısmında kurumsallaşma yetersizdir.
- Özellikle izabeye dayanan cam sanayilerinin kurulumlarında büyük sermaye gerekmektedir.
- Küresel üreticiler, bu nedenle yatırımlara en iyi cevabı veren ülkeleri seçmeyi tercih etmektedirler. Bu kapsamda ülkelerin kuruluşlara tanıdıkları “teşvikler” büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de diğer bazı gelişmekte olan ülkelere göre teşvikler yetersiz kalmaktadır.
- Ar-Ge faaliyetlerine ayrılan kaynaklar yeterli düzeyde değildir. Ar-Ge desteğini güçlendirme (proses, alternatif hammadde geliştirme ve uygulama, enerji tasarrufu sağlama, katma değeri yüksek yeni ürünler geliştirme), endüstri ilişkilerinin daha da geliştirilmesi, bilgi teknolojisinin olanaklarından azami ölçüde yararlanma ve kaliteli insan kaynağı barındırma, verimliliğin dolayısı ile rekabet gücünün artırılması için en önemli unsurlar olarak sayılabilir.
- Uluslararası pazarda marka bilinirliği henüz istenilen düzeye ulaşmamıştır.
- Özgün tasarımlar yaratmada önemli altyapı eksiklikleri mevcuttur.
- İleri teknoloji ve katma değeri yüksek düz ekran görüntü camları ürünleri (televizyon, dizüstü bilgisayar, masa üstü bilgisayar, cep telefonu) üretilmemektedir.
- Sabit giderler yüksektir.
- Kalifiye eleman sıkıntısı mevcuttur.
- Sürekli büyüme ve modernizasyon yatırımları gerekliliği yatırım ve üretim maliyetlerini arttırmaktadır.
- Sektörde, sigortasız olarak çalıştırılan personelin çokluğu ve aynı zamanda faturasız satışın fazlalığı haksız rekabete yol açmaktadır.
- Hammaddelerde artan kalite ihtiyacı ve rekabet ortamı sonucu son yıllarda yerli hammadde kullanımı büyük oranda terk edilmiş ve önemli miktarda ithal edilmeye başlanmıştır.
- Sektörün yatırım maliyetleri (Örneğin; sektör için gerekli makine maliyetleri) çok yüksektir.
- Markalaşmanın olmaması, marka ürünlerin kullanımının yaygınlaştırılması kayıt dışılığı önleyecektir.
- Navlun giderleri (denizde mal taşıma giderlerinin yüksekliği) çok yüksektir. Özellikle düzcamlar ürünlerinde özel lojistik yatırımları gerekmektedir.

- İstihdam üzerindeki yüksek vergi ve primler nedeniyle işçilik maliyetleri çok yüksektir.
- Ülke riski nedeniyle kredi maliyetleri yüksektir.

3.3. Türkiye Cam Sektörünün Önündeki Fırsatlar

- Gelişen pazarlara (Balkanlar, Orta ve Doğu Avrupa, Rusya ve diğer BDT ülkeleri, Orta Doğu) yakınlık nedeniyle hem bu pazarlara katma değeri yüksek ürünleri ihraç ederek hem de bu bölgede yatırım yaparak (tek başına, ortaklık veya satın alma yoluyla) büyüme imkanları mevcuttur.
- Türkiye’de düşük olan cam tüketiminin ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmesine paralel olarak artması, diğer taraftan dünyadaki teknolojik gelişmelerin hem cama yeni kullanım alanları açması, hem de katma değeri yüksek ürün ihtiyacını arttırması nedeniyle camın gelişme ve yatırım olanakları bulunmaktadır.
- Katma değeri yüksek ileri teknoloji ürünleri olan düz ekran camları özellikle düzcam firmaları için ürün çeşitlendirme ve yeni pazarlara girme adına bir iş fırsatıdır.

3.4. Türkiye Cam Sektörünün Önündeki Tehditler

- Rekabete açık olan sektörde çok ucuz girdi maliyetleriyle üretim yapan ve kendilerine sağlanan sübvansiyonlarla arz fazlası ürünlerini düşük fiyatla ihraç ederek iç ve dış pazarlarda haksız rekabet yaratan üreticiler pazarı bozmayı sürdürmektedirler. Çin, Doğu Avrupa ve İran, Irak gibi Orta Doğu ülkelerinden yapılan ucuz, düşük kaliteli ve tasarımlarımızı kopyalayan özellikle cam ev eşyası ürünlerin ithalatı, dampainge açık olan sektörü çok zor durumda bırakmaktadır. Bu tür ithalata karşı mevzuatımızdaki önlemlerin hızla uygulanabilmesi için özel sektör ile kamu kuruluşları arasındaki koordinasyon, gümrüklerden başlayarak daha etkin hale getirilmelidir. Gümrüklerde değer kontrollerinin etkinleştirilmesi ile hem ülkenin vergi kaybı hem de yaratılan haksız rekabet önlenebilecektir. Ayrıca, standart ve düzenlemelerin AB ile uyumlaştırılması haksız rekabetin önlenmesine katkı sağlayacaktır.
- Uluslararası dev cam kuruluşlarının pazar hakimiyeti stratejileri doğrultusunda büyük bir pazar olan Türkiye’ye yatırım yapmaları ve çevre ülkelerde devam eden cam yatırımlarının sektörün performansını olumsuz etkilemesi beklenmelidir.
- Bölgesel ticaret alanlarının kurulması ve üye olmayan ülkelere yüksek gümrük vergisi uygulamaları bu bölgelerdeki ülkelere ihracatı olumsuz etkilemektedir. Bu etki, Arap ülkeleri arasında yapılan anlaşmalar yanı sıra, AB’nin de Arap ülkeleri ve diğer üçüncü ülkelerle yaptığı anlaşmalarda ortaya çıkmaktadır. Bilindiği üzere, Türkiye, Gümrük Birliği gereğince AB’nin üçüncü ülkelerle yapmakta olduğu Tercihli Ticaret Anlaşmalarını tedricen üstlenmektedir. Ancak Türkiye’nin Serbest Ticaret Anlaşmaları müzakerelerine AB ile eş zamanlı başlayamaması ya da bu anlaşmaların AB ile eş zamanlı olarak yürürlüğe girememesi, yurt dışı pazarlarda Türkiye ve AB’ye uygulanan tarifeler arasında fark yaratmaktadır. Nitekim, söz konusu ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşması müzakereleri uzun zaman almakta, imzalanan anlaşmaların 3-5 yıl içinde yürürlüğe girdiği dikkate alındığında, Türk üreticisi için söz konusu pazarlara giriş AB’deki rakiplere göre dezavantaj yaratmaktadır. Söz konusu anlaşmalar yürürlüğe girse dahi, bu anlaşmalarda öngörülen kademeli gümrük vergisi indirimi, AB’nin bugüne kadar almış olduğu yol karşısında Türkiye’yi yine de dezavantajlı bırakacaktır.

Bu itibarla, AB'nin serbest ticaret anlaşması müzakerelerine başladıktan sonra değil, bu yönde girişimlerini planlama aşamasında Türkiye'ye bilgi vermesi, müzakerelere eş zamanlı olarak başlanması gerektiği hususu üzerinde durulmalıdır. Böylece, Türkiye'nin AB ile aynı zamanda ve eşit koşullarda pazara girişine imkan sağlanmalıdır.

- Dünya ve Türkiye ekonomisinin büyüme hızını düşürecek risklerin (terör, savaş, politik gelişmeler, petrol fiyatlarındaki artış vb.) meydana gelmesi sektörün büyümesini ve mali performansını olumsuzlaştıracaktır.
- Üretim ilişkilerinde taraflar arasında uyumsuzluk rekabet gücünü gerilecektir.

4. SEKTÖR 2023 HEDEFLERİ

- Camda katma değeri yüksek ürünler geliştirmek,
- Teknoloji yenileme amaçlı modernizasyon yatırımlarının desteklenmesi ve şartlarının iyileştirilmesi,
- Var olan teşvik mevzuatına enerjinin verimli kullanımını sağlamak için ilave maddeler eklenmesi ve enerjiyi verimli kullanan firmalara teşvikler, özel indirimler sağlanması, ilgili uygulamaların işlerlik kazanmasının sağlanması,
- Camda cam kırığı toplama prosedürünün oluşturulması ve bu konuda AB uygulamaları ile uyumlaştırma çalışmalarının yapılması,
- AB proje desteklerinden daha fazla yararlanılmasının sağlanması,
- Ticaret müşavirliklerinin, ihracat yaptığımız ülkelerde ve hedef ülkelerde ticareti etkileyen gelişmeler, ithalat konusundaki engeller, gözetim uygulamaları, vergiler, kotalar konusunda bilgilendirme yapması ve bunların ülke masalarına aktarımı,
- Cam sektöründe Sektörel Ticaret Heyetlerinin düzenlenebilmesi ve katılımın sağlanması için firma sayısı alt limitin düşürülmesi ya da cam sektörüne özel yeni mekanizmalar oluşturulması,
- Cam sektöründe daha çok firmanın Turquality desteğinden yararlanmasının sağlanması,
- Gelişen trendlere uygun, katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesinin artırılması,
- Üniversite Sanayi İşbirliğinde Ar-Ge projelerinin yürütülmesi,
- Sektörel ve proje bazlı teşvik sisteminin yaygınlaştırılması,
- Üniversite-Sanayi işbirliğinin geliştirilmesi,
- AB proje desteklerinden daha fazla yararlanılmasının sağlanması,
- Marmara ve Akdeniz Bölgesindeki Üniversitelerde Cam Teknolojisi konusunda Yüksek Lisans Programlarının oluşturulması,
- Her OSB'de meslek lisesi açılması mecburi hale getirilmeli ve bu liselerde cam sektörü uzmanları eğitim vermeli,
- Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri Projesi'nde (UMEM), makineli seri üretimle ilgili müfredat günün ihtiyaçlarına göre revize edilmelidir.
- Hammaddesini kendisi işleten, dışarıya satmayan kuruluşlar için teşvik uygulamasının netliğe kavuşturulması,
- Enerjinin vergilendirmesinde AB mevzuatına uyum sağlanması,

- Niteliksiz hammaddelerin girmesinin engellenmesine ilişkin ithalatta koruma ve kontrol önlemlerinin etkin uygulanmasının sağlanması,
- Sektörün ihtiyaç duyduğu alanlarda, Ar-Ge, Ür-Ge, inovasyon bilincinin yaygınlaştırılması ve bu alanda kaynakların artırılması,
- İhracata yönelik yapılan üretim için kullanılan enerjinin vergilendirmesinde mahsuplaşma yoluna gidilmesi,
- Doktoralı mühendislerin sektörde çalışmalarının özendirilmesi,
- Lojistik maliyetlerin taşıma moduna göre belirlenmesi,
- Cam ambalaj atıklarının evsel ve diğer ambalaj atıklarına karışmadan ayrı toplanarak geri dönüşümü ve bunun ekonomiye katkısı hakkında etkin bilgilendirme yapılmalı,
- Ambalaj atığı toplayan firmalar ve belediyelere toplama hedeflerini artırmaya yönelik projeler geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- CPIV (Standing Committee of the European Glass Industries) Web Sayfası
- International Trade Center, Trade Map Veri Tabanı
- Türkiye İstatistik Kurumu Veri Tabanı
- Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı, Yusuf MEDER Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü Kıdemli Uzman Raporu
- ŞİŞECAM Faaliyet Raporu, 2012
- ŞİŞECAM Sektör Verileri
- ŞİŞECEM Topluluğu Dergisi Sayı 290
- TOBB Sektör Haber Bültenleri
- Türk Yapı Sektörü Raporu, 2012
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Cam ve Cam Ürünleri Sanayi Meclisi Raporu, Mayıs 2012
- <http://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2013/TOBB-CAM-SEKT-20130924.pdf>
- <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/cimento-sektor-raporu-201-16042013164544.pdf>
- http://www.tim.org.tr/files/downloads/2023/2023_ihracat_stratejisi_kitabi.pdf