

MMK Metalurji, ilk üç çeyrekte üretimini 5 kat artırdı



Mehmet Çakmur
MMK Metalurji Satış Direktörü

İstanbul ve İskenderun tesislerinde üretim yapan MMK Metalurji AŞ, 2,3 milyon mt sıcak sac,

1,2 milyon mt asitli sac, 750,000 milyon mt soğuk sac, 900,000 milyon mt galvanizli sac ve

400,000 milyon mt boyalı sac kapasitesine sahip. MMK Metalurji Satış Direktörü Mehmet Çakmur, ilk dokuz aylık dönemde geçen yılın aynı dönemine göre üretimlerini 5 kat artırdıklarını söyledi. Çakmur, sorularımızı yanıtladı:

Yılın 9 aylık bölümünü firmanız açısından değerlendirirsiniz? Geçen yılın aynı dönemine göre yurtiçi-yurtdışı satış trafiğiniz nasıl gerçekleşti?

MMK Metalurji üretimi 9 ayda yaklaşık 750,000 mt olarak gerçekleşti. Bu durum geçen seneye göre 5 kat artışı ifade etmektedir. Ekonomik faktörlerden tüm sektör gibi etkileniyor olmamız rağmen bu rakamlar coğrafi konum, kalitemiz ve müşterilerimizle güçlü ilişkilerimiz gibi avantajlarımızın satışlara hızla yansıtıldığını gösteriyor. İhracat ülkelerimizde tanınırlığımızın yanı sıra aylık bazda sürekli satışlarımız pazar paylarımızı sağlamlaştırarak artırıyor. Bunların ötesinde de sektörel mevcudiyetimizde de önemli değişimler var. Hem ürün bazında hem müşteri ilişkilerimiz bazında katma değerli satışlar gerçekleşiyor ve biryandan da uzun vadeli satışları için hazırlık döneminden geçiyoruz. Tüm dünya liderlerinin benimsemekte olduğu gibi, firmamız da pazarlama faaliyetlerinde ürün, müşteri ve markanın ötesinde değer yönetimine önem veren bütünsel bakış açısını benimsemeye başladı. Bu yaklaşımın bizi rakiplerimize göre farklı bir konuma getirmeye başladığının bilincindeyiz.

Firmanız ve ürünleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

MMK Metalurji, kuruluş çalışmalarına 2008 Mart ayında başladı ve üretim tesisleri 2,1 milyar dolarlık yatırımla, 2,3 milyon ton yassı çelik üretmek üzere İstanbul ve İskenderun bölgelerinde kuruldu. Üretimimiz, elektrik ark ocağı, soğuk haddeleme hattı, sürekli galvanizleme ve boyama hatları ile çelik servis merkezlerinden oluşmaktadır. Bunun yanında yılda 12 milyon ton boşaltma-yükleme kapasitesine sahip özel liman tesisimizle 100,000 dwt'e kadar olan gemileri yanaştırırken, firmamızın ve

bölgenin ithalat ve ihracat taleplerine kolaylıkla hizmet verebilmekteyiz.

İstanbul ve İskenderun tesislerimizin yıllık kapasiteleri şöyledir;

- 2,3 milyon mt sıcak sac
- 1,2 milyon mt asitli sac
- 750,000 milyon mt soğuk sac
- 900,000 milyon mt galvanizli sac
- 400,000 milyon mt boyalı sac

HRC

Kalınlık: 1,00mm – 15,97mm

Genişlik: 1000mm – 1570mm

Galvanizli

Kalınlık: 0,25mm – 3,00mm

Genişlik: 900mm – 1520mm

Kaplama: 60gr – 600gr

Boyalı sac

Kalınlık: 0,25mm – 1,23mm

Genişlik: 800mm – 1550mm

Kaplama: 70gr – 275gr

Renk : Tüm RAL renkleri

Boyalı ürünlerimizde temel düz aplikasyonun yanısıra MMK, wrinkle, tekstüre, embossed, metalik, sedefli (pearl) gibi uygulamalarla üretim yapılabilmektedir. Bunun yanında soğuk ve sıcak laminasyon olarak adlandırılan desenli ve dekoratif PVC film uygulaması hizmeti de vermekteyiz. Her iki bölgedeki tesisimizde birbirinin aynı teknik yapıya sahip çelik servis merkezlerimiz bulunmaktadır. Soğuk, galvanizli ve boyalı saclar için 220,000 mt dilme ve boy kesme hatlarımız ile 460,000 mt kapasiteli sıcak makas hatlarımız mevcuttur.

Sektörünüzde yerli üretim-ithalat dengesi nasıl seyrediyor? Önümüzdeki dönemde tablo nasıl değişebilir?

Toplam yassı üretiminin 9 ayda, geçen seneye göre düşüş göstermesi, tüketimde bir miktar artış olması ve ithalatın geçen seneye göre aynı seviyede kalması küçük değişimleri işaret ederken özellikle sıcak sac ihracatının önemli seviyelerde düşmüş olması önemli bir göstergedir. Bu sebeple de yurt içinde oluşan arz fazlasının, özellikle de yüksek maliyetleri gözönüne aldığımızda, dengelenmesi ihtiyacını görebiliriz. Bu durum sadece Türkiye için geçerli değil tabii; birçok dünya ülkesinin başta Avrupa olmak üzere ihracat pazarlarındaki zayıflama nedeniyle kendi iç piyasasına yönelmesi, ancak lokal ekonomik daralmalar nedeniyle de birçok dünya üreticisinin üretimini kısması yada kapatması kaçınılmaz oldu. Zira fazla üretimin hem üreticilere hem de piyasaya zarar verme-

sinin kaçınılmaz olduğu noktalara gelindi. Yassı ürünleri daha çok gelişmiş ülkelerin, uzun ürünleri ise gelişmekte olan ülkelere tüketimi olarak düşünürsek, önümüzdeki 1-2 yıl özellikle yassı ürünler için yeni bir arz-talep dengesine oturabilir. Ancak bunun tarihsel iniş çıkışlardan bir diğeri olarak görür ve orta ve uzun dönemli stratejilerimizi, gücü değerlerimiz temelinde oluşturursak, sadece geçiş dönemi değil, içsel ve dışsal yatırım dönemi olarak değerlendirebiliriz.

Yurtiçi ve yurtdışı talep nasıl seyrediyor? Avrupa ve Ortadoğu'daki ekonomik-toplumsal gelişmeler sektörünüze nasıl ve ne oranda yansıyor?

Tüm dünya bazında ekonomik yavaşlamanın söz konusu olmasının yanında Avrupa ekşi büyüme döneminden geçiyor. Bu durum, 2013 ve 2014 yıllarını etkileyecek gibi görünüyor. Ortadoğu'daki politik gelişmelerin de hem talebi hem lojistik faaliyetleri etkilediğini görüyoruz. Elbette Türkiye çevresindeki bazı ülkelerde gelişim ve yapılanma devam ediyor ve bunun bize olumlu bir yansımaları var. Avrupa'nın ithalatının düşmesinin yanısıra mevcut arz fazlası nedeniyle ihracat piyasalarındaki rekabeti de biraz arttı. Bunun yanında Avrupa'nın boyalı ithalatında Çin'e uyguladığı anti-dampinin Türkiye'den yapılmakta olan ihracatı artırıcı etkisinin belirtilerini görmeye başladık. Türkiye yassı ihracatında yaklaşık 1,400,000 mt olarak gerçekleşen 2011 rakamının yanında bu sene 9 ayda yıllık bazda %50 daha az ihracat gerçekleştirildi. Galvanizli sac ihracatı ise 2012'nin ilk 9 ayında, 2011'in tüm yıllık ihracatına eşit miktarda ihracat yapıldı. Bunun bir sebebi MMK'nın hem kuzey hem güney ülkelerine ihracatta yer edinmesi iken bir diğeri de bazı Ortadoğu ülkelerindeki sosyal gelişim projeleridir. Bunun ötesinde 2013 yılında başlaması beklenen uluslararası boru projelerinin Türkiye'nin boru üretimini destekleyeceğini umut ediyoruz.

Sektörünüzde karlılık ne durumda?

Karlılık sadece Türkiye için değil tüm dünya ülkelerindeki birçok üretici için önemli bir sorun. Birçok üretici hayatta kalmak için çalışıyor, üretimler kısıyor. Bu açıdan da hem üretim optimizasyonu, hem pazarlama faaliyetleri hem de daha önce belirttiğimiz gibi, uzun dönemli stratejiler ön plana çıkıyor.

