



# AVUSTRALYA DOĞAL TAŞLAR SEKTÖR RAPORU

Melburn Ticaret Ataşeliği, Sidney Ticaret Ataşeliği  
Şubat 2024

## AVUSTRALYA DOĞAL TAŞLAR SEKTÖRÜ

Doğal taşlar gerek estetik açıdan güzellikleri gerek mekanik açıdan dayanıklılıkları nedeniyle önemli bir kullanım alanı bulmaktadır. Günümüz dünyasında artan nüfus ve şehirleşmenin doğal taşların kullanımını daha da artırdığı görülmektedir. Artan bu talebi karşılayabilmek için, dünyada yeni rezervler ve üretim yöntemlerinin geliştirilmesine hız verilmiştir. Bu anlamda sahip olduğu doğal kaynaklar ve yer altı zenginliklerinin yanında ciddi bir talebi de içinde barındıran Avustralya dünya genelinde inşaat sektöründe tasarım ve mimarinin geliştiği en önemli ülkelerden biri olup, ülkemizde faaliyet gösteren işlenmiş doğal taş ihracatçıları için stratejik öneme sahip hedef bir pazar olarak addedilmektedir.

Bu rapor doğal taş sektöründeki gelişmeler ışığında, küresel ticarete ilişkin veriler, Avustralya'nın en fazla ihracat-ithalatı olan ülkeler, doğal kaynaklar ve madencilik alanındaki güncel durum, pazar büyüklüğü ve önemli oyuncular, inşaat malzemeleri, müteahhitlik ve makine-ekipman gibi diğer ilişkili sektörler ile Avustralya'ya yönelik mermer, granit, traverten ürün grubunda fırsatlar ve tehditlerin ihracatçılarımız açısından değerlendirilmesine yönelik olarak hazırlanmıştır.

### 1. KÜRESEL BAKIŞ

#### 1.1. Sektörün Küresel Ticareti

Doğal taşlar, doğadan çıkarıldıktan sonra ticari olarak işletilebilen en eski inşaat malzemeleridir. İnsanlığın tarih boyunca elinin değdiği yapılarda ve anıtlarda güzellik ve dayanıklılık nedeniyle kullanılmıştır. Zamanla kullanımı artan doğal taşlar bugün özellikle inşaat, kaplama, döşeme, heykeltçilik, mezar taşı yapımı, mıcır, porselen ve cam sanayi, optik sanayi ve süs eşyası yapımında tercih edilmektedir. Doğal taş sektörü, son dönemde yeni üreticilerin de pazara girmesiyle ivme kazanan; hem ülkemiz hem de dünya ticareti için önem arz eden sektörler arasındadır.

Son on yılda çok ciddi bir büyüme kaydeden doğal taş sektörüne ilişkin Avustralya'daki ilginin nedeni artan ev yenileme, yeniden modelleme harcamaları ve artan kentleşme olarak sayılabilecektir. 2020 yılında 33,4 milyar dolar değerinde olduğu tespit edilen sektörün, 2030 yılına kadar %4,0'lık bir birleşik yıllık büyüme oranı (YBBO) ile 50,4 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Bununla birlikte, doğal taş, en çevre dostu, toksik olmayan ve sürdürülebilir yapı malzemelerinden biri kabul edilmesiyle, yeşil yapı malzemelerini tercih edenler arasında birincil seçenektir.

Doğal taşlar için küresel pazarın daha da büyümesi beklentisi bina ve iç tasarım projelerinde doğal taşın talebin artması ve gelişmekte olan ekonomilerde popülerliğinin artması gibi çeşitli değişkenlere dayanmaktadır. Tüketicilerin ev tadilatına yönelik harcamalarının artması ve açık hava rekreasyon alanlarına yönelik farkındalığa ek olarak, yeni bina ve yenileme projelerine yönelik hükümet harcamalarındaki küresel artış, pazarın genişlemesini desteklemekte, Avustralya özelinde de paralel yansımaları açığa çıkarmaktadır.

Başlıca doğal taş türleri mermer, traverten ve granit olarak sayılabilecektir. Türkiye'de 3,8 milyar m<sup>3</sup> işletilebilir mermer, 2,7 milyar m<sup>3</sup> işletilebilir traverten, 995 milyon m<sup>3</sup> granit rezervi bulunduğu tahmin edilmektedir. Yapılan bilimsel araştırmalarda ülkemizde ayrı renk

ve desende 650 adete varan mermer çeşidinin bulunduğu belirlenmiştir. Dünya doğal taş üretiminin %70'i Türkiye'nin de içinde bulunduğu 7 ülke tarafından yapılmaktadır.

Doğal taş sektörü Harmonize Sistem Nomenklatöründe 25. ve 68. Fasıllarda sınıflandırılmıştır. 25. fasılda ham kayagan taşı (arduvaz), mermer ve granit yer almaktadır. Bu gruptaki ürünler ham ve blok haldedir. 68. fasılda ise kesilmiş, ebatlanmış ve işlenmiş ürünler yer alır.

Doğal taş (blok doğal taş, işlenmiş doğal taş) ürünlerinin dış ticaretinin incelenmesinde aşağıda yer alan Gümrük Tarife Pozisyonları kullanılmıştır. Ticaret istatistiklerinin derlenmesinde Trade Map istatistiklerinden faydalanılmıştır.

**Tablo 1.** Sektördeki Ürünlere İlişkin Gümrük Tarife Pozisyonları

| Pozisyon Numarası | Alt Pozisyon Numarası | Ürün Grubu   | Ürün   |  |
|-------------------|-----------------------|--|--|--|
| 2514              | 2514.00               | Blok doğal taş   | Kayağan Taşı (Arduvaz)   |  |
| 2515              | 2515.11               |  | Mermer ve Traverten (Ham veya Kabaca Yontulmuş)                                |  |
|                   | 2515.12               |  | Mermer ve Traverten; Testere ile Blok veya Kalın Dilimler Halinde Kesilmiş     |  |
|                   | 2515.20               |  | Ekosin ve Yontulmaya veya İnşaata Elverişli Diğer Kireçli Taşlar ve Su Mermeri |  |
| 2516              | 2516.11               |  | Granit (Ham veya Kabaca Yontulmuş)   |  |
|                   | 2516.12               |  | Granit; Testere ile Blok veya Kalın Dilimler Halinde Kesilmiş                  |  |
|                   | 2516.20               |  | Kumtaşı (Gre)  |  |
|                   | 2516.90               |  | Yontulmaya veya İnşaata Elverişli Diğer Taşlar                                 |  |
| 6802              | 6802.21               |  | İşlenmiş doğal taş   | Mermer, Traverten ve Su Mermeri; Yontulmaya veya İnşaata Elverişli (Basitçe Kesilmiş veya Yontulmuş, Yüzeyleri Düz ve Yassı Olanlar) |
|                   | 6802.23               |  |  | Granit; Yontulmaya veya İnşaata Elverişli (Basitçe Kesilmiş veya Yontulmuş, Yüzeyleri Düz ve Yassı Olanlar)                          |
|                   | 6802.91               | Mermer, Traverten ve Su mermeri; Parlatılmış, Dekore Edilmiş veya Başka Şekilde İşlenmiş |  |  |
|                   | 6802.93               | Granit; Parlatılmış, Dekore Edilmiş veya Başka Şekilde İşlenmiş                          |  |  |

### 1.1.1. Sektörde En Fazla İhracatı Olan İlk 20 Ülke (milyon dolar)

**Tablo 2.** Sektörde En Fazla İhracatı Olan İlk 20 Ülke (2022)

| Sıra | Ülke      | İhracat (Milyon \$) | Sıra | Ülke    | İhracat (Milyon \$) |
|------|-----------|---------------------|------|---------|---------------------|
| 1    | Çin       | 5.861,2             | 11   | İran    | 154,8               |
| 2    | Türkiye   | 2.020,3             | 12   | Umman   | 124,0               |
| 3    | İtalya    | 1.972,3             | 13   | Vietnam | 118,4               |
| 4    | Hindistan | 1.926,4             | 14   | Güney   | 94,8                |

|                         |            |       |    |         |      |
|-------------------------|------------|-------|----|---------|------|
|                         |            |       |    | Afrika  |      |
| 5                       | Brezilya   | 695,8 | 15 | Belçika | 90,8 |
| 6                       | İspanya    | 412,9 | 16 | Norveç  | 74,8 |
| 7                       | Portekiz   | 339,4 | 17 | Almanya | 73,8 |
| 8                       | Yunanistan | 331,6 | 18 | ABD     | 65,7 |
| 9                       | Mısır      | 309,8 | 19 | Kanada  | 65,6 |
| 10                      | Angola     | 161,3 | 20 | Fransa  | 63,6 |
| <b>Diğerleri: 800,4</b> |            |       |    |         |      |
| <b>Toplam: 15.757,7</b> |            |       |    |         |      |

**Kaynak:** Trademap, 2024.

### 1.1.2. Sektörde En Fazla İthalatı Olan İlk 20 Ülke (milyon dolar)

**Tablo 3.** Sektörde En Fazla İthalatı Olan İlk 20 Ülke (2022)

| Sıra                      | Ülke             | İhracat (Milyon \$) | Sıra | Ülke              | İhracat (Milyon \$) |
|---------------------------|------------------|---------------------|------|-------------------|---------------------|
| 1                         | ABD              | 2.733,6             | 11   | BAE               | 278,3               |
| 2                         | Çin              | 2.318,2             | 12   | Vietnam           | 245,4               |
| 3                         | Güney Kore       | 667,1               | 13   | Irak              | 199,5               |
| 4                         | Birleşik Krallık | 443,2               | 14   | Polonya           | 194,6               |
| 5                         | İtalya           | 437,1               | 15   | Fas               | 179,1               |
| 6                         | Suudi Arabistan  | 434,5               | 16   | İsrail            | 169,4               |
| 7                         | Almanya          | 425,4               | 17   | Katar             | 164,1               |
| 8                         | Japonya          | 411,1               | 18   | İsviçre           | 163,3               |
| 9                         | Hindistan        | 394,1               | 19   | Kanada            | 161,6               |
| 10                        | Fransa           | 348,3               | 20   | Meksika           | 159,8               |
| .                         | .                | .                   | 21   | <b>Avustralya</b> | <b>154,7</b>        |
| <b>Diğerleri: 3.510,8</b> |                  |                     |      |                   |                     |
| <b>Toplam: 14.038,5</b>   |                  |                     |      |                   |                     |

**Kaynak:** Trademap, 2024.

## 2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

### 2.1. Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 20 Ülke ve Türkiye

**Tablo 4.** Avustralya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 20 Ülke ve Türkiye (2022)

| Sıra | Ülke           | İthalat (Milyon \$) | Sıra | Ülke      | İthalat (Milyon \$) |
|------|----------------|---------------------|------|-----------|---------------------|
| 1    | Çin            | 67,6                | 11   | Endonezya | 0,8                 |
| 2    | İtalya         | 33,2                | 12   | İspanya   | 0,5                 |
| 3    | <b>Türkiye</b> | <b>26,1</b>         | 13   | Tayvan    | 0,2                 |
| 4    | Hindistan      | 9,4                 | 14   | Umman     | 0,1                 |
| 5    | Brezilya       | 4,8                 | 15   | Fas       | 0,1                 |
| 6    | Yunanistan     | 4,5                 | 16   | Pakistan  | 0,09                |
| 7    | Mısır          | 2,0                 | 17   | ABD       | 0,08                |
| 8    | Vietnam        | 1,8                 | 18   | Hong Kong | 0,08                |
| 9    | İran           | 0,9                 | 19   | Portekiz  | 0,07                |

|                      |     |     |    |                  |      |
|----------------------|-----|-----|----|------------------|------|
| 10                   | BAE | 0,8 | 20 | Birleşik Krallık | 0,06 |
| <b>Toplam: 154,7</b> |     |     |    |                  |      |

**Kaynak:** Trademap, 2024.

## 2.2. Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 20 Ülke ve Türkiye

**Tablo 5.** Avustralya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 20 Ülke ve Türkiye\*\* (2022)

| Sıra                 | Ülke            | İhracat (Bin \$)* | Sıra | Ülke             | İhracat (Bin \$) |
|----------------------|-----------------|-------------------|------|------------------|------------------|
| 1                    | İtalya          | 993               | 11   | Almanya          | 11               |
| 2                    | Çin             | 641               | 12   | Mikronezya       | 11               |
| 3                    | Endonezya       | 328               | 13   | Birleşik Krallık | 8                |
| 4                    | Yeni Zelanda    | 281               | 14   | Solomon Adaları  | 7                |
| 5                    | ABD             | 227               | 15   | Yeni Kaledonya   | 7                |
| 6                    | Suudi Arabistan | 166               | 16   | Gana             | 6                |
| 7                    | Vietnam         | 137               | 17   | Fiji             | 5                |
| 8                    | Papua Yeni Gine | 82                | 18   | Laos             | 5                |
| 9                    | Brezilya        | 27                | 19   | Hollanda         | 4                |
| 10                   | Jamaika         | 26                | 20   | Finlandiya       | 2                |
| <b>Toplam: 2.983</b> |                 |                   |      |                  |                  |

**Kaynak:** Trademap, 2024.

\*İthalatına karşılık ihracat rakamları oldukça düşük seviyelerde kaldığı için milyon dolar yerine bin dolar cinsinden veriler girilmiştir.

\*\*Avustralya'nın ülkemize ilgili ürün grubunda ihracatı bulunmamaktadır.

**Tablo 6.** Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (2022)

| Sıra | GTİP    | Ürün   | İthalat (Milyon \$) |
|------|---------|--|---------------------|
| 1    | 6802.91 | Mermer, Traverten ve Su mermeri; Parlatılmış, Dekore Edilmiş veya Başka Şekilde İşlenmiş   | 83,6                |
| 2    | 6802.93 | Granit; Parlatılmış, Dekore Edilmiş veya Başka Şekilde İşlenmiş  | 44,6                |
| 3    | 6802.21 | Mermer, Traverten ve Su Mermeri; Yontulmaya veya İnşaata Elverişli (Basitçe Kesilmiş veya Yontulmuş, Yüzeyleri Düz ve Yassı Olanlar) | 15,0                |
| 4    | 6802.23 | Granit; Yontulmaya veya İnşaata Elverişli (Basitçe Kesilmiş veya Yontulmuş, Yüzeyleri Düz ve Yassı Olanlar)                          | 9,7                 |
| 5    | 2516.90 | Yontulmaya veya İnşaata Elverişli Diğer Taşlar   | 0,7                 |
| 6    | 2514.00 | Kayağan Taşı (Arduvaz)   | 0,4                 |
| 7    | 2516.20 | Kumtaşı (Gre)  | 0,2                 |
| 8    | 2515.12 | Mermer ve Traverten; Testere ile Blok veya Kalın Dilimler Halinde Kesilmiş   | 0,1                 |
| 9    | 2516.12 | Granit; Testere ile Blok veya Kalın Dilimler Halinde Kesilmiş  | 0,04                |

|    |         |   |      |
|----|---------|---|------|
| 10 | 2515.20 | Ekosin ve Yontulmaya veya İnşaat Elverişli Diğer Kireçli Taşlar ve Su Mermeri | 0,02 |
| 11 | 2516.11 | Granit (Ham veya Kabaca Yontulmuş)  | 0,01 |
| 12 | 2515.11 | Mermer ve Traverten (Ham veya Kabaca Yontulmuş)                               | 0,01 |

**Kaynak:** Trademap, 2024.

**Tablo 7.** Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (2022)

| Sıra | GTİP    | Ürün  | İhracat (Bin \$)* |
|------|---------|---|-------------------|
| 1    | 2515.12 | Mermer ve Traverten; Testere ile Blok veya Kalın Dilimler Halinde Kesilmiş  | 1.094             |
| 2    | 2516.11 | Granit (Ham veya Kabaca Yontulmuş)  | 485               |
| 3    | 2516.12 | Granit; Testere ile Blok veya Kalın Dilimler Halinde Kesilmiş   | 334               |
| 4    | 6802.23 | Granit; Yontulmaya veya İnşaat Elverişli (Basitçe Kesilmiş veya Yontulmuş, Yüzeyleri Düz ve Yassı Olanlar)                          | 311               |
| 5    | 2516.20 | Kumtaşı (Gre)   | 228               |
| 6    | 2516.90 | Yontulmaya veya İnşaat Elverişli Diğer Taşlar   | 167               |
| 7    | 6802.21 | Mermer, Traverten ve Su Mermeri; Yontulmaya veya İnşaat Elverişli (Basitçe Kesilmiş veya Yontulmuş, Yüzeyleri Düz ve Yassı Olanlar) | 154               |
| 8    | 6802.93 | Granit; Parlatılmış, Dekore Edilmiş veya Başka Şekilde İşlenmiş   | 105               |
| 9    | 6802.91 | Mermer, Traverten ve Su mermeri; Parlatılmış, Dekore Edilmiş veya Başka Şekilde İşlenmiş  | 81                |
| 10   | 2515.11 | Mermer ve Traverten (Ham veya Kabaca Yontulmuş)   | 22                |
| 11   | 2514.00 | Kayağan Taşı (Arduvaz)  | 2                 |
| 12   | 2515.20 | Ekosin ve Yontulmaya veya İnşaat Elverişli Diğer Kireçli Taşlar ve Su Mermeri   | -                 |

**Kaynak:** Trademap, 2024.

\*İthalatına karşılık ihracat rakamları oldukça düşük seviyelerde kaldığı için milyon dolar yerine bin dolar cinsinden veriler girilmiştir.

## 2.5. Ülkemiz Açısından Potansiyel Ürünlere İlişkin Değerlendirme

Rapor konusu doğal taş ürünlerinde ülkemizin tüm dünyaya ihracatı 2022 yılında 2,0 milyar ABD Doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Söz konusu ihracat ile ülkemiz 2022 yılında ilgili ürün grubunun dünya çapında en büyük ikinci ihracatçısı olmuştur. Avustralya'nın 2022 yılında tüm ülkelerden ithalatı ise 154,7 milyon ABD Doları ile kayda değer bir büyüklüğe sahiptir. Bu itibarla, ülkemiz ihracatının genel itibarıyla söz konusu sektörde Avustralya pazarında önemli bir potansiyele sahip olduğu değerlendirilmektedir.

Mermeri hem çıkararak hem de işleyerek ihraç eden ülkelerin başında Türkiye, Yunanistan, İspanya, Portekiz, Brezilya, Arjantin, Çin, Hindistan, Tayvan, Güney Kore gibi ülkeler gelmektedir. Yine içlerinde Avustralya'nın da bulunduğu, Yeni Zelanda, Japonya, İsrail, Suudi Arabistan, Fas, Fransa, Almanya, Belçika, İngiltere, Finlandiya gibi ülkeler kendi üretimlerinin yanı sıra blok alıp işleyen ülkelerdir. Mermeri çıkararak, işleyen ve satan ülkeler

arasında İtalya ve Çin sektöründe öne çıkan iki ülke olarak görülmektedir. Özellikle İtalya zengin mermer ve granit rezervlerinin yanı sıra mermer çıkarma ve işleme teknolojileri bakımından da öncü konumdadır. Ancak çevreci grupların kaygıları, rezervlerde azalma ve farklı türlerdeki mermerleri dünya pazarlarına sunma isteği nedeniyle, İtalya en büyük blok ithalatçısıdır. Avustralya'nın ithalat partnerlerine bakıldığında bu husus göze çarpmakta sırasıyla Çin, İtalya ve Türkiye gelmektedir. Dünyanın en pahalı işlenmiş mermerini İtalyanlar satmaktadır. İtalyan mermerinin ton başına gelirinin 2. sırada yer alan Çin'in ton başına gelirinden neredeyse 2 kat fazla olduğu tespit edilmiştir.

Ürün bazında bakıldığında, 68.02 altında sınıflandırılan işlenmiş mermer, granit ve traverten ürünlerinin ülkemizin Avustralya'ya ihracatının geliştirilmesi açısından ön plana çıktığı değerlendirilmektedir. Söz konusu dört üründe ülkemizin tüm dünyaya 1,3 milyar ABD Doları düzeyinde ihracatı bulunurken Avustralya'nın 2022 yılında ülkemizden ilgili ürünlere yönelik ithalatı 26,1 milyon ABD Doları olmuştur. Bu itibarla, ilgili ürünlerde Avustralya pazarının ülkemiz ihracatı için oldukça önemli bir potansiyeli barındırdığı düşünülmektedir.

Dünya çapında ilk üç arasında yer aldığımız doğal taş sektöründe markalaşma ve satış sonrası ürün desteğine ilişkin yatırımların artması ile ihracatçı firmalarımızın Avustralya pazarında kendilerine çok daha sağlam yer edinecekleri değerlendirilmektedir.

## **2.6. Rakip Ülke Firmalarının Firmalarımıza Kıyasla Varsa Avantajlı Yönleri**

Blok mermer ihracatı yapan ülkelerin başında Türkiye, İtalya, Yunanistan, İran ve Portekiz gelmektedir. Bu ülkelerden en çok mermer ithal eden ülke ise Çin'dir. Çin dünyanın en büyük mermer ithalatçısı konumundadır. 2020 yılında ithalatının %49'unu Türkiye'den yaptığı bilinmektedir (Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı-BEBKA, 2021).

Diğer yandan, detaylı bir inceleme yapıldığında işlenmiş mermeri miktar olarak en çok ihraç eden ve en çok ihracat geliri elde eden ülkenin Çin olduğu görülmekte olup Çin'in kendi şirketlerine verdiği teşvikler ve ucuz iş gücü faktörü sayesinde piyasayı domine ettiği bilinmektedir. İtalya ise 2. sıradaki konumunu korumakta ve dünyanın en pahalı işlenmiş mermer ihracatını yapmaktadır. Ülkenin sektördeki başarısında tarihi Roma mirası, taş kesme ve oyma konusundaki öncülüğü ve taş kalitesi gibi etmenler öne çıkmaktadır.

Görece coğrafi olarak yakınlık ve birçok üründe ticari partner olması sebebiyle Çin; Avustralya'nın kendi içindeki nüfus, kültürel yakınlık ve pozitif ürün algısı gibi etmenlerden dolayı ise İtalyan firmalarının firmalarımızla anılan pazarda rekabet ettiği ve bazı avantajlı yönleri olduğu değerlendirilmektedir. Bu anlamda, Avustralya'nın genel dış ticaret dinamiklerinin, ülkenin doğal taş ürünleri ithalat yapısına da yansıdığı ve Avustralyalı firmaların geleneksel olarak alım yaptıkları ithalatçıları kolay kolay değiştirmeye eğilimlerinde olmadıklarını söylemek mümkündür.

## **2.7. Türk Firmalarının Rakiplerine Göre Varsa Avantajlı Yönleri**

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte işlenemeyen sert kayaların işlenebilmesi, kayaların plaka verme kabiliyetlerinin artması vb. gelişmelerle ve de en önemlisi artan insan popülasyonu ve buna paralel olarak inşaat sektörünün gelişmesi ve ihtiyaçlarının artması, doğal taş sektörünü hızlı bir şekilde tüm dünyada ve ülkemizde madencilik lokomotif haline getirmiştir (Adıgüzel ve Şengüler 2019).

Dünya blok mermer ithalatını yapan ilk beş ülke dünya ithalatının %85 'ini yapmakta, diğer ülkeler ise %2 ve altı oranlarda ithalat yapmaktadır. Dünya genelinde blok mermer

ithalatında ilk beş ülke arasında bulunan Çin, Hindistan ve Mısır blok mermer ihtiyacını Türkiye’den ithal ederek karşılamaktadır. İtalya, blok mermeri Çin’den ithal etmekte; Tayvan ise pazara son 5 yılda dahil olarak İtalya’dan ithal etmektedir.

Dolayısıyla görüldüğü üzere sektörde dünyanın önde gelen ihracatçı ülkeleri de farklı ülkelerden ithalat gerçekleştirerek ürünlerini marka bilinirliği ve pazar ağları sayesinde uzak pazarlara ulaştırabilmektedir. Kalite ve çeşitlilik olarak en iyiler arasında olan mermer ve granitin Çin ve İtalya’ya ihraç edilip ardından bu ülkelerdeki ihracatçı firmaların Türk ürünlerini kendi markaları ile dünyaya pazarlamasının önüne geçmek için doğrudan temaslar kurulmasının önemi büyüktür. “Türk Mermeri” markalaşmasını ortaya çıkarabilmek ve Avustralya’daki alıcılar nezdinde fark yaratabilmek için reklam-pazarlama faaliyetleri olduğu kadar ikili ticarete sürdürülebilir ve devamlılığı olan bir ilişki kurulması kritiktir.

Avustralya’nın doğal taş ithalatında Çin’den sonra ikinci sırada olmamız ve Avustralya’ya doğal taş ihracatımızın yüzde 92’sinin işlenmiş katma değerli ürün olma gibi faktörler göz önünde bulundurulduğunda Türk firmalarının aslında rakiplerine göre avantajlı olduğu yönler olduğu söylenebilir. Nitekim ülke Türk ürünlerine yabancı değildir ve doğru bir strateji ve pazarlama metodu ile hali hazırdaki hacmimiz orta ve uzun vadede çok daha üst seviyelere çıkartılabilir.

Yanı sıra, Avustralya’da işçilik maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle işlenmiş ürün ihracatımızın daha da artırılabilceği değerlendirilmektedir. Ayrıca inşaat sektöründeki büyüme beklentisi sayesinde doğal taş ürünlerine olan talebi de artıracığı öngörülmektedir.

Diğer yandan, Alp sıra dağlarının bir parçası olan Türkiye’nin sahip olduğu rezerv, doğal taş sektöründe uluslararası bir oyuncu olmasını sağlamaktadır (MTA, 2018). Ülkemizde 80’nin üzerinde değişik yapıda, 120’nin üzerinde farklı renk ve desende mermer rezervi belirlendiği bilinmektedir. Uluslararası piyasada en tanınmış mermer çeşitleri; Süpren, Elazığ Vişne, Akşehir Siyah, Manyas Beyaz, Bilecik Bej, Kaplan Postu, Denizli Traverten, Ege Bordo, Milas Leylak, Gemlik Diyabaz ve Afyon Şeker’dir. Türk mermeri, farklı renk skalası ve kalitesiyle dünyanın pek çok ülkesinde, dünyaca tanınmış mekanlarda kullanılmaktadır. Bunlar arasında;

- Vatikan’ın en önemli kiliselerinden biri olan Saint Pierre kilisesinin girişindeki sütun ve kaplamalarda Afyon İscehisar mermerleri,
- ABD-Beyaz Saray’da yetkililerin basın açıklamaları yaptıkları alanda Elazığ Vişne mermeri,
- Alman Parlamentosu, Fransa Parlamentosu ve ABD Temsilciler Meclisi’nde Elazığ vişne ve
- Önemli eğlence merkezlerinden Disneyland’da 18 bin metrekare Türk mermeri kullanılması sayılabilir (Ticaret Bakanlığı, 2021).

Ayrıca, dünyanın dört bir yanındaki pek çok lüks otelin ıslak zeminlerinde yine Türk mermeri tercih edilmektedir. Dolayısıyla ürünlerimiz çeşit ve skala sayesinde farklı tüketici tercihlerine hitap edebilecek, pazarda bu sayede fark yaratabilecektir. Avustralya, OECD yaşam standartları indeksi verilerine göre Norveç’i takiben dünyanın ikinci en yüksek yaşam standardı olan ülkesi konumundadır.

Yatay mimarinin benimsenmesi, kişi başına düşen gelirin yüksekliği ve ev dekorasyonuna harcanan bütçe ülkeyi Türk doğal taş sektörü için potansiyeli yüksek bir pazar konumuna getirmektedir.



### 3. ÜLKE PAZARINA GENEL BAKIŞ

#### 3.1. Doğal Kaynaklar ve Madencilik

Avustralya yeryüzüne yakın önemli mineral ve yakıt kaynaklarına sahip ülkelerin başında gelmekte olup, fosil yakıtlar ve uranyum bakımından zengin bir ülke konumunda bulunmaktadır. Ülke, genel itibarıyla doğal kaynaklarda hem rezerv hem de üretim ve ihracat açısından dünyanın ilk beş ülkesi arasında yer almaktadır. Madencilik sektörü bu konunun doğal bir sonucu olarak en çok ihracat geliri kazandıran sektörü oluşturmaktadır. 2020 verileri bazında Avustralya dünyanın en büyük kömür (dünya ihracatının % 40'ı), demir cevheri ve konsantreleri (dünya ihracatının % 56'sı), çinko cevheri ve konsantreleri (dünya ihracatının % 16'sı), değerli metal cevher ve konsantreleri (dünya ihracatının % 15'i), kalay cevheri ve konsantreleri (dünya ihracatının % 44'ü) ihracatçısıdır. Ülke, alüminyum ve sıvılaştırılmış doğal gazda (LNG) ikinci ve bakırda ise üçüncü en büyük ihracatçı konumundadır. Avustralya ulaşılabilir demir cevheri rezervi açısından dünyada ikinci sırada yer almakta olup kömür rezervleri açısından ise dünyanın beşinci büyük rezervlerine sahiptir.

IBISWorld tarafından yayınlanan madencilik sektörü raporuna göre, 2022 yılında sektörde toplam hasıla 496,5 milyar Avustralya doları düzeyinde olup, 2018-2023 yıllarını kapsayan son beş yıllık dönemde yılda ortalama %10,4 oranında büyüyen sektörün, önümüzdeki beş yıllık dönemde ise yıllık ortalama %5,2 oranında daralması beklenmektedir. Sektördeki yavaşlamada, dış talep koşullarının ve maden üretimi kapasite kısıtlarının rol oynayacağı değerlendirilmektedir. Madencilik sektöründeki faaliyet gösteren en büyük firmalar, %18,7 piyasa payı ile BHP Group Limited (demir cevheri, bakır, kömür, petrol, doğal gaz ve diğer mineraller), %10,4 piyasa payı ile Rio Tinto Group (demir cevheri, kömür, boksit, elmas ve uranyum) ve %5 piyasa payı ile Fortescue Metals Group (demir cevheri) olup, %5'in altında piyasa payına sahip firmalar ise Hancock Prospecting (demir cevheri), Glencore Operations Australia (kömür, gümüş, kurşun, çinko, bakır ve nikel), Chevron Australia Holdings (petrol ve doğal gaz), Exxonmobil Australia Pty Ltd (petrol ve doğal gaz), Shell Energy Holdings (petrol ve doğal gaz), Woodside Petroleum (petrol ve doğal gaz), South32 Limited (boksit, alüminyum rafineri, kömür, manganez, gümüş, kurşun, çinko) ve Yancoal Australia (kömür) olarak sıralanmaktadır (IBISWORLD, Mining Australia Industry Report, Nisan 2022).

Mermer, granit ve traverten ürünlerinde ise sektörde yerli üretim çok büyük hacimde olmadığı için ağırlıklı olarak ithalat gerçekleştirilmektedir.

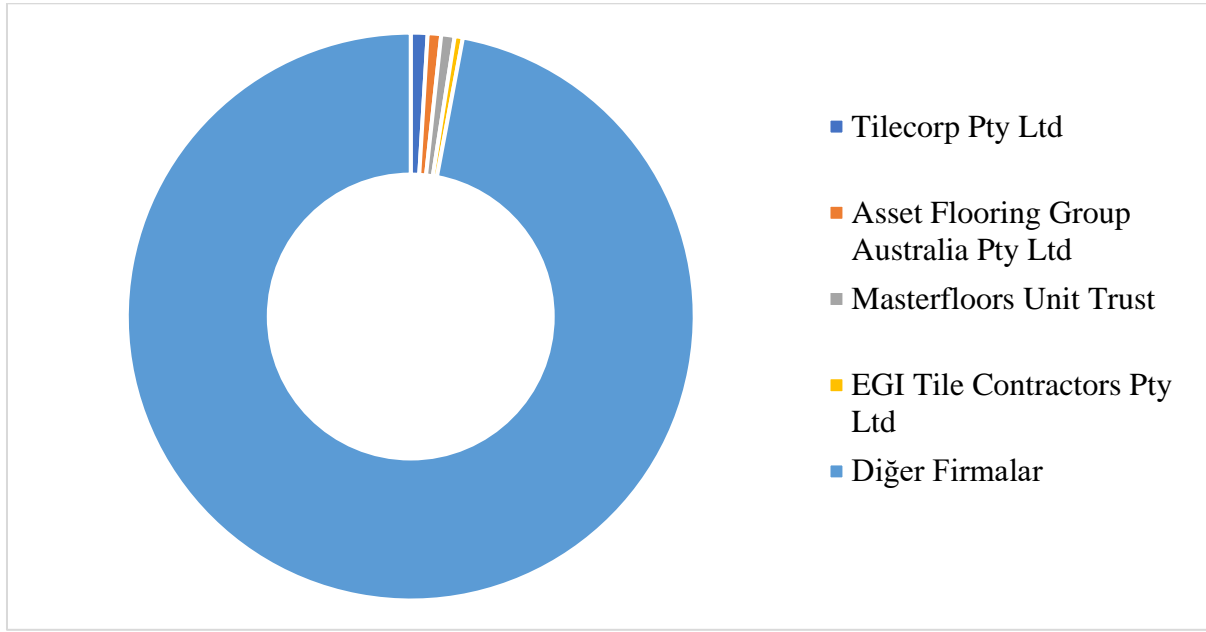
#### 3.2. İlgili Sektörde Pazar Büyüklüğü

Doğal taş sektörüne ilişkin pazar büyüklüğünü anlamak için Avustralya'da pek çok sektöre ilişkin dinamiklerin ele alındığı IBISWorld tarafından hazırlanan raporlardan faydalanmanın önemli olacağı değerlendirilmekle birlikte kurumun yalnızca "doğal taş" bağlamı yerine halı ve döşeme-yer kaplama hizmetlerine yönelik Ekim 2023 tarihli daha kapsayıcı ve genel bir rapor hazırlandığı tespit edilmiştir. Buna göre 5,8 milyar AUD sektör gelirinun 2024-2029 arasındaki beş yıllık dönemde yıllık %2,5 artış göstereceği öngörülmektedir. Sektördeki istihdam ise 25 bin 197 olarak kaydedilmektedir.

#### 3.2. Önemli Oyuncular

Avustralya'nın birçok sektörde imalat sanayisinden çıktığı ve ülke ihtiyacını ithalat yoluyla karşıladığı söylenebilir. Dolayısıyla sınırlı üretim ve ihracatına karşılık 155 milyon dolarlık bir ithalat gerçekleştiren Avustralya'da ilgili sektörü tek başına ele almak yerine konunun inşaat malzemeleri ve altyapı hizmetleri sektörü ile birlikte ele alınması daha sağlıklı olacaktır. Nitekim doğal taş sektörü, madencilik, inşaat, altyapı, hırdavat, mimari, mühendislik, müteahhitlik gibi pek çok alan ile el ele ilerleyen lokomotif bir yapı teşkil ettiğinden diğer sektörleri nasıl hareket geçirdiğine bakmak Avustralya ekonomisindeki rolünü anlamak bakımından önemlidir.

**Grafik 1.** Başlıca Yerel Oyuncular



**Kaynak:** IBISWorld, Ekim 2023.

Başlıca yerel oyuncular Tilecorp Pty Ltd (55 milyon dolar), Asset Flooring Group (44 milyon dolar), Masterfloors Unit Trust (44 milyon dolar), EGI Tile Contractors Pty Ltd (27 milyon dolar) olarak sayılabilecektir. Ancak halı, mermer ve diğer tip yer döşemeleri sektöründe yüzde 97,1'e tekabül eden diğer firmaların oluşturduğu önemli bir kesim vardır.

Doğrudan doğal taş sektöründe faaliyet gösteren firmalara bakıldığında New South Wales ve Victoria Eyaletlerinde konumlanan Seeman Stone Group, Prime Marble & Granite, Euro Marble, BC Stone, STS Stone, All Stone Specialists, Project Stone, MTP Stone, Natural Stone, Rock & Stone ve Merit Stone firmaları göze çarpmaktadır.

Ayrıca Avustralya'daki lokal mermer ve granit alıcılarına bakıldığında <https://www.yellowpages.com.au/find/marble-granite-suppliers/australia> sayfasında 629 adet firmanın listelendiği görülmektedir. Bunlar arasında International Ceramics Supplies Pty Ltd, International Ceramics Supplies Pty Ltd, Complete Marble & Granite (SA) Pty Ltd, The Marble Man, Granite Warehouse, Willis Bros. Marble & Granite bulunmaktadır. Bunun yanında, sektörde, özellikle niş ve üst segment ürünlerin imalatında yoğunlaşmış farklı büyüklüklerde firmalar bulunmaktadır.

Diğer yandan, IBISWorld tarafından halı ve diğer döşeme çeşitlerine göre hazırlanan raporun verilerine göz atıldığında mermer ve halı döşemecilik endüstrisinin 2022 yılı mevcut durumu ele alınırken Queensland ve New South Wales Eyaletlerinin selden etkilenen bölgelerinde halı ve diğer zeminlerin sökülüp değiştirerek bir defa uygulanan bir teşvikten faydalandıklarına dikkat çekildiği görülmektedir. Ancak, endüstrinin performansı yakın zamanda yeni konut inşaatındaki düşüş nedeniyle kısıtlanmıştır. Endüstri gelirinin, 2023-24 yıllarında yıllık bazda %2,4 daralarak 5,8 milyar dolara düşmesi beklense de 2024-2029 dönemi için daha iyimser bir tablo öngörülmektedir.

Bununla birlikte, konut inşaat piyasası, tarihsel düşük faiz oranları ve Federal Hükümet'in 2021-22 boyunca HomeBuilder teşviki, yerli üretim (mermer ve halı döşeme hizmetleri) için bir miktar canlanma sağlamıştır. Ancak son faiz artırımları, keskin bir yeni konut inşaatı düzeltmesine katkıda bulunmuştur. Müteahhitlerin, 2017-18 zirvesinden bu yana apartman ve müstakil ev piyasasında kötüleşen koşullarla karşılaştıkları görülmekle birlikte bu durum özellikle okul, hastane ve yaşlı bakım tesisleri gibi kurumsal binalarda mermer ve dayanıklı zemin döşemeleri için sağlam olmayan konut dışı bina eğilimleri tarafından büyük ölçüde dengelemiştir.

Avustralya'da evlerin dekorasyonundaki modifikasyonlar ve yenilemeler, mermer, granit ve halı döşemeciliği bakımından endüstrinin birçok küçük yerel müteahhidi için önemli bir gelir kaynağı sağlamıştır. Bu harcamalar, olumlu hanehalkı gelir trendleri ve artan ev fiyatları tarafından desteklenmektedir (IBISWorld, 2023).

### **3.3. Yerel Üretim ve İhracatçı Ülkelerin Pazardaki Payı**

Avustralya ekonomisinde sektörel hasılların 2023 yılı istatistikleri yıllık bazda incelendiğinde, en önemli artışın %19,2 ile inşaat sektöründe yaşandığı gözlenmektedir. Diğer taraftan, ekonomide en büyük hasılaya sahip sektör olan madencilik sektörü hasılasında aynı dönemde yıllık bazda %16,5 oranında düşüş yaşanmıştır. Bu iki veri doğal taş sektörü bileşenlerine yönelik bazı ipuçları vermektedir. Nitekim doğal taş alanında zaten kısıtlı bir çerçeve sunan yerel üretimin bu gelişmeler ışığında giderek daha çok ithalata ihtiyaç duyacağı değerlendirilmesi yapılabilecektir.

Bununla birlikte, Avustralya'da yıllık 220 milyar AUD düzeyine yaklaşan inşaat sektöründe tamamlanan yatırımların değerinin 2022 yılında 2021 yılına göre %0,7 oranında arttığı görülmektedir. İnşaat sektöründe özel sektör yatırımlarının ağırlığı daha fazla olsa da 2022 yılında tamamlanan inşaatların değerinde yaşanan artışta kamu yatırımları etkili olmuştur.

İnşaat malzemelerinin temel girdi olarak kullanıldığı inşaat sektörü Avustralya'da GSYİH'ye 2022 yılında 120,2 milyar AUD katkıda bulunmuştur. Sektörün GSYİH içindeki payı %9,2 seviyesindedir. İnşaat sektöründe irili ufaklı 387 bin civarında işletme bulunmaktadır. Bununla birlikte, Avustralya'da inşaat sektörü son beş yılda yıllık ortalama %0,2 oranında küçülmüştür. Sektörün önümüzdeki beş yıllık süreçte ise yıllık %1,5 düzeyinde büyümesi beklenmektedir.

İnşaat malzemeleri ve hırdavat toptan sektörü 2020-2021 mali yılında 16 milyar AUD hasıla yaratmıştır. Sektörde 4,800 civarında firmanın faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Son beş yılda ortalama yıllık %2,3 oranında küçülmüş olan sektörün önümüzdeki beş yıllık süreçte

%2'nin üzerinde büyümesi beklenmektedir. İnşaat malzemeleri ve hırdavat perakende sektöründe ise toplam pazar büyüklüğü 2020-21 mali yılında yaklaşık 27 milyar AUD olarak gerçekleşmiştir. İnşaat malzemeleri ve hırdavat e-ticaret sektöründe ise toplam pazar büyüklüğü aynı dönemde yaklaşık 810 milyon AUD olarak gerçekleşmiştir. Son beş yılda yıllık ortalama %15,7 gibi çok yüksek bir büyüme performansı gösteren sektörün önümüzdeki beş yılda da yılda ortalama %3,3 büyümesi beklenmektedir. Ülkede 280 firmanın faaliyet gösterdiği inşaat malzemeleri ve hırdavat e-ticaret sektörüne ürün grubu bazında bakıldığında ise %42 ile alet ve ekipmanlar, %29 ile boya ve boya malzemeleri, %11 ile bahçe malzemeleri ve %6 ile inşaat malzemeleri ile hırdavat ürünleri öne çıkmaktadır. Avustralya GSYİH'si içinde imalat sektörü %5,7 gibi düşük bir pay almaktadır. Bu nedenle inşaat malzemelerine ilişkin alt sektörlerde de ülkenin üretimi ya düşük seviyelerde bulunmakta ya da hiç bulunmamaktadır ve ülke büyük ölçüde ithalata bağımlı durumdadır.

### **3.4. Tüketici Tercihleri**

Mermer ve granit gibi doğal taşlar genellikle zemin kaplamaları, sundurmalar, avlu, arka bahçe ve kaldırım gibi çeşitli alanlar ve uygulamalar için yaygın olarak kullanılmaktadır. Hem konut hem de ticari yapıların estetik değerini artırma becerileri söz konusu ürünlere yönelik tercihi teşvik etmektedir.

Covid-19 salgınının ani ortaya çıkışının, 2020'de küresel ekonomiyi başarıyla etkilediği açıktır. Ancak küresel piyasa hızla kaybedilen ivmesini geri kazanırken, doğal taş ithalatı ve ihracatının yakında bir artış göreceği beklenmektedir. Avustralya'ya gelindiğinde ise özellikle işlenmiş mermer ürünlerinde bir artış gözlemlenmekte olup doğal taşlar ve diğer ilgili ürünlerin ithalatında genel bir artış mevcuttur. Özellikle granit üretimi ve ithalatı açısından Covid-19 salgınının ciddi bir olumsuz etkisi olduğundan söz edilse de 2020'nin sonlarına doğru piyasa güveninin geri geldiği görülmüştür. 2011-2020 yılları arasında işlenmiş mermerlerin ithalat değeri %36,65, granitlerin %8,45 ve seramiklerin %10,17 oranında artmıştır. Dolayısıyla anılan üç ürün grubunda da benzer bir trend olduğu kolaylıkla fark edilebilmektedir.

Doğal taş madenciliği piyasasındaki artış, inşaat ve gayrimenkul endüstrisindeki artan talebe katkıda bulunmaktadır. Ancak, sektörün artan faiz oranı, işçi sorunları ve güvenlik gibi çeşitli faktörlerden dolayı belirli kısıtlamalarla karşılaşması olasıdır.

Dünya çapında granit tedarikçileri için Avustralya, ülkenin öncü HomeBuilder Programını yeniden başlatmış olması nedeniyle karlı bir pazardır. Pandeminin ortaya çıkması nedeniyle, Avustralya genelinde granit bloklar, kesici levha ve tezgahlara yönelik artan talep söz konusudur. Ülkede zaman zaman PVC zemin kaplamaları, parke kaplamalar ve esnek zemin kaplamalarındaki (vinil) gelişmeler, anılan ürünleri ticari binalarda ve evlerin ıslak alanlarında seramik veya mermerin ikameleri haline getirebilmektedir. Ancak doğal taşların küresel düzeydeki artan talebine paralel şekilde Avustralya'da da altyapı alanında artan mühendislik, satın alma ve inşaat (EPC) programlarının sayısındaki artış, gayrimenkul ve farklı sivil altyapı projeleri ile birleşerek bu ürünleri cazip hale getirmektedir. Bu nedenle, endüstri öncelikle köprüler, yollar, limanlar, havaalanları, otoyollar, enerji santralleri ve diğerleri gibi altyapı inşaat projeleri tarafından yönlendirilmektedir.

## 4. SEKTÖRDE/ÜRÜNDE PAZARA GİRİŞ

### 4.1. Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Avustralya’da ekonomik ve ticari aktivitelerde, başkenti Sidney olan New South Wales ve başkenti Melburn olan Victoria eyaletleri ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede, aşağıdaki tabloda, 661 SITC kodlu doğal taş ürünleri ithalatının eyalet bazında dağılımı gösterilmektedir.

**Tablo 8.** Eyaletlere Göre İthalat (Milyon AUD)

| Eyalet        | 2020         | 2021         | 2022         |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| NSW           | 227,8        | 239,1        | 295,9        |
| Victoria      | 153,6        | 164,4        | 199,9        |
| Queensland    | 120,9        | 140,9        | 181,3        |
| SA            | 31,3         | 40,9         | 47,3         |
| WA            | 100,7        | 121,8        | 181,7        |
| Tazmanya      | 1,1          | 0,8          | 0,6          |
| NT            | 8,1          | 8,5          | 13,4         |
| <b>Toplam</b> | <b>643,8</b> | <b>716,8</b> | <b>920,2</b> |

**Kaynak:** Australian Bureau of Statistics, 2023.

Buna göre, ülkenin genel dinamiklerine uygun olarak, mermer, granit ve traverten ürünlerinde de ticari hareketliğinin başta New South Wales eyaletinde yoğunlaştığı ve bunu Victoria eyaletinin izlediği görülmektedir. Bu itibarla, ilgili ürün grubunun ihracatında hedef olarak bu iki bölgenin esas alınması gerektiği değerlendirilmektedir. Tablo 8 ayrıntılı incelendiğinde başkenti Brisbane olan Queensland eyaletinin üçüncü sırada geldiği ve son yıllarda toplam ithalatta payının arttığını görülmektedir. Diğer yandan, Avustralya inşaat sektörü istatistikleri incelendiğinde New South Wales ve Victoria eyaletlerinin sektörden %30 seviyesinde pay aldığı, Queensland eyaletinin payının ise %17 seviyesinde olduğu tespit edilmektedir.

Öte yandan, aşağıdaki tabloda, ilgili ürün grubunun eyalet bazında ihracatı yer almaktadır.

**Tablo 9.** Eyaletlere Göre İhracat (Milyon AUD)

| Eyalet            | 2020       | 2021       | 2022       |
|-------------------|------------|------------|------------|
| NSW               | 4,8        | 4,8        | 3,9        |
| Victoria          | 0,7        | 1,2        | 1,7        |
| Queensland        | 22,8       | 55,3       | 67,0       |
| SA                | 0,2        | 0,1        | 0,1        |
| WA                | 7,0        | 6,1        | 2,4        |
| NT                | -          | 0,5        | 0,02       |
| <b>Re-eksport</b> | <b>0,6</b> | <b>1,2</b> | <b>1,5</b> |

|               |             |             |             |
|---------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Toplam</b> | <b>36,4</b> | <b>69,5</b> | <b>76,8</b> |
|---------------|-------------|-------------|-------------|

**Kaynak:** Australian Bureau of Statistics, 2023.

Bu çerçevede, doğal taş sektörü ürünlerine ilişkin ithalatta NSW Eyaletinin %45 pay ile başı çektiği görülmektedir. Victoria ise tüm eyaletler arasında ithalat bakımından dördte bir payı elinde bulundurmaktadır. Bu anlamda ihracatçı firmalarımızın farklı iş geliştirme modelleri ile Avustralya'daki üreticilerle temasa geçmeyi hedeflemesi halinde öncelikle New South Wales ve bunun yanında Victoria Eyaletlerine yoğunlaşılması gerektiği düşünülmektedir.

## 4.2. Firma Bulma

### 4.2.1. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar Hakkında Bilgi

Avustralya doğal taş sektörü içerisinde faaliyet gösteren “Australian Stone Advisory Associations” kuruluşu çatı kuruluş olarak sayılabilecektir.

#### **Australian Stone Advisory Associations - ASAA**

Adres: Head Office Mail Address: P.O. Box 155, Ivanhoe VIC 3079 Australia

E-posta: [info@asaa.com.au](mailto:info@asaa.com.au)

Bunun yanında, yapı sektöründeki firmalar AI (Australian Industry) Group çatısında temsil edilmektedir.

#### **AI Group**

<https://www.aigroup.com.au/sectors-and-advocacy/building-and-construction/>

[info@aiigroup.com.au](mailto:info@aiigroup.com.au)

[expertise@aiigroup.com.au](mailto:expertise@aiigroup.com.au)

### 4.2.2. İlgili Fuarlar Hakkında Bilgi

Türkiye renk ve doku çeşitliliği bakımından oldukça zengin doğal taş rezervlerine sahiptir. Dünyadaki seçkin ve popüler mekanlarda kullanımı tercih edilen Türk doğal taşlarının markalaşması ve firmaların ve sektörün tanıtımı noktasında büyük önem taşır. Dahası Türk doğal taşlarının küresel arenada markalaşma yolunda bugüne kadar atmış olduğu adımlar çok yerinde ve önemlidir. Yazılım, kodlama vs. öneminin arttığı içinde olduğumuz dijital çağda sektörün dijital fuarlara katılıma uyumlu hale gelmesi gerektiği aşikardır. Firmalar bu tür fuarlara katılım gerçekleştirmeli ve gerekli teknoloji altyapısını hazırlanmalıdır. Daha büyük hedeflere ulaşmak için dijital fuarlar ve dijital vitrinler önemli rol oynayacaktır. Tablo 10'da Avustralya'da düzenlenen sektörel fuarlar, Tablo 11'de ise klasik ticari anlayışın ötesine geçerek ülke ve Asya-Pasifik'teki trendlerin ihracatçılarımızca takip edilmesini sağlayacak dergiler yer almaktadır.

**Tablo 10.** Sektörel Fuarlar

| <b>Fuar Adı</b>            | <b>Şehir</b> | <b>Tarih</b>     | <b>İnternet Sitesi</b>  |
|----------------------------|--------------|------------------|---|
| Sydney Build 2024          | Sydney       | 1-2 Mayıs 2024   | <a href="https://www.sydneybuildexpo.com/">https://www.sydneybuildexpo.com/</a> |
| Sydney Infrastructure Expo | Sydney       | 1-2 Haziran 2022 | <a href="https://www.oliver-kinross.com">https://www.oliver-kinross.com</a>     |

|                                     |         |                    |   |
|-------------------------------------|---------|--------------------|---|
| Archi Build Expo                    | Sidney  | 13-15 Haziran 2024 | <a href="https://archibuildexpo.com.au/">https://archibuildexpo.com.au/</a>   |
| AIMEX (Mining Expo)                 | Sidney  | 5-7 Eylül 2023     | <a href="https://www.aimex.com.au/">https://www.aimex.com.au/</a>   |
| DesignBuild Expo                    | Melburn | 10-12 Mayıs 2022   | <a href="https://www.linkedin.com/showcase/design-build-expo/about/">https://www.linkedin.com/showcase/design-build-expo/about/</a> |
| WA Mining Conference and Exhibition | Perth   | 9-10 Ekim 2024     | <a href="https://www.waminingexpo.com.au/en-gb/expo.html">https://www.waminingexpo.com.au/en-gb/expo.html</a>                       |

**Tablo 11.** Avustralya İnşaat Malzemeleri Sektörü Sektörel Dergiler

| Dergi                            | İnternet Sitesi   |
|----------------------------------|---|
| Build Australia                  | <a href="https://www.buildeustralia.com.au/">https://www.buildeustralia.com.au/</a>       |
| Construct Magazine               | <a href="https://www.constructmagazine.com.au/">https://www.constructmagazine.com.au/</a> |
| Australian National Construction | <a href="https://ancr.com.au/the-magazine/">https://ancr.com.au/the-magazine/</a>         |

#### 4.2.3. İhaleler Hakkında Bilgi

Avustralya İhale Sistemi üzerinden ([www.tenders.gov.au](http://www.tenders.gov.au)) açılan ihaleler kamuya açık ve şeffaf olarak takip edilebilmektedir. Altyapı harcamalarının önemli bir kısmı merkezi hükümet tarafından değil eyaletler tarafından gerçekleştirilmekte olup, söz konusu ihalelere ilişkin bilgilere aşağıda belirtilen resmi internet sitelerinden ulaşılabilmektedir.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Viktorya (VIC)          | <a href="http://www.tenders.vic.gov.au">www.tenders.vic.gov.au</a>   |
| Yeni Güney Galler (NSW) | <a href="http://www.tenders.nsw.gov.au">www.tenders.nsw.gov.au</a>   |
| Batı Avustralya (WA)    | <a href="http://www.tenders.wa.gov.au">www.tenders.wa.gov.au</a>   |
| Güney Avustralya (SA)   | <a href="http://www.tenders.sa.gov.au">www.tenders.sa.gov.au</a>   |
| Northern Territory (NT) | <a href="http://tendersonline.nt.gov.au/Tender/List/#!/Current">https://tendersonline.nt.gov.au/Tender/List/#!/Current</a> |
| Queensland (QLD)        | <a href="http://qtenders.epw.qld.gov.au/qtenders/">https://qtenders.epw.qld.gov.au/qtenders/</a>                           |
| Tazmaya (TAS)           | <a href="http://www.tenders.tas.gov.au">www.tenders.tas.gov.au</a>   |
| Kanberra (ACT)          | <a href="http://www.procurement.act.gov.au/">http://www.procurement.act.gov.au/</a>  |

Avustralya Federal Hükümeti tarafından ise, federal, eyalet ve yerel hükümetlerce planlanan büyük ölçekli altyapı projeleri hakkında bilgi vermek amacıyla National Infrastructure Construction Schedule (NICS) isimli bir web sitesi [www.nics.gov.au](http://www.nics.gov.au) oluşturulmuştur. Ayrıca, hem Avustralya hem de Yeni Zelanda'daki büyük alt yapı projelerini ve ihale süreçlerini takip etmek açısından ANZIP web sayfası ([https://infrastructurepipeline.org/](http://infrastructurepipeline.org/)) önemli bir kaynak olarak kullanılabilir.

#### 4.2.4. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Trade Map'e üye olunması halinde, Gümrük Tarife Pozisyonu ile sorgulama yapıldığında, ana ürün grupları bazında ilgili olabilecek firmaların, ciro büyüklükleri ile birlikte, görüntülenmesi mümkün bulunmaktadır.

Bunun yanında, <https://www.yellowpages.com.au/> adresinden anahtar kelimeler ile arama yaparak Avustralya'da güncel olarak faaliyet gösteren ilgili olabilecek firmalar listelenebilmektedir.

### **4.3. Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi**

Avustralya ile ülkemiz arasında halihazırda bir STA/TTA bulunmamakta olup ülkenin yürürlükteki ticaret anlaşmaları aşağıda gösterilmektedir.

- Avustralya-Yeni Zelanda Serbest Ticaret Anlaşması (ANZCERTA veya CER) – 1 Ocak 2003
- Singapur-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (SAFTA) – 28 Temmuz 2003
- Tayland-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (TAFTA) – 1 Ocak 2005
- Avustralya-ABD Serbest Ticaret Anlaşması (AUSFTA) – 1 Ocak 2005
- Avustralya-Şili Serbest Ticaret Anlaşması (ACI-FTA) – 6 Mart 2009
- ASEAN-Avustralya-Yeni Zelanda Serbest Ticaret Anlaşması (AANZFTA) – 1 Ocak 2010
- Malezya-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (MAFTA) – 1 Ocak 2013
- Kore-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (KAFTA) – 12 Aralık 2014
- Japonya-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (JAPEA) – 15 Ocak 2015
- Çin-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (ChAFTA) – 20 Aralık 2015
- Trans-Pasifik Ortaklık Kapsamlı ve Kademeli Ortaklık Anlaşması (CPTPP) – 30 Aralık 2018
- Avustralya -Hong Kong Serbest Ticaret Anlaşması (A-HKFTA) – 17 Ocak 2020
- Peru-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (PAFTA) – 11 Şubat 2020
- Endonezya-Avustralya Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (IA-CEPA) – 5 Temmuz 2020
- Pasifik Yakın Ekonomik İlişkiler Anlaşması (PACER) – 13 Aralık 2020
- Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (RCEP) – 1 Ocak 2022
- Avustralya-Hindistan Ekonomik İşbirliği ve Ticaret Anlaşması (ECTA) – 29 Aralık 2022
- Avustralya-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması (A-UKFTA) – 31 Mayıs 2023

### **4.4. Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler**

Avustralya tarafından ülkemiz menşeli ürünler için STA/TTA kapsamında tercihli tarife uygulaması bulunmamaktadır. Bunun yanında, Tarife Taviz Programı, belirli şartlar altında, bazı ürünlerin gümrük vergisinden muaf olarak veya indirimli vergi uygulanarak ithal edilmesine imkan vermektedir. İthalatçılar, iç piyasada üretilen aynı veya benzer ürün bulunmaması durumunda, ithal ettikleri ürünler için gümrük vergisinin kaldırılması talebinde bulunabilmektedirler. Konuya ilişkin detaylı bilgi <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/importing/cost-of-importing-goods/concession-schemes> adresinden temin edilebilir.

### **4.5. Standartlar**

Binalarda doğal taş kullanımıyla ilgili bir dizi Avustralya standardı ve uluslararası standart bulunmaktadır. Bu standartlar <https://www.asaa.com.au/services/australian-stone-standards/> adresinde detaylı şekilde listelenmektedir.



ASAA 2011 yılında ASAA Doğal Taş Tasarım Kılavuzunu yayınlamıştır. Amerika Mermer Enstitüsü'nün Boyutlu Taş Tasarım Kılavuzu'na dayanan ASAA yayını, içeriği Avustralya gereksinimlerine uyacak şekilde güncellenmiştir. Kılavuzda ayrıca Avustralya'daki taş ocaklarının, ana taş tedarikçilerinin ve ilgili yan ürünlerin bir listesi de yer almaktadır.

Bunun yanında, 2008 yılında ASAA'nın, Good Environmental Choice Australia (GECA) tarafından bir Sert Yüzeyler Eko-etiketi geliştirilmesini finanse ettiği bilinmektedir.

ASAA aşağıdaki yeni standartların sağlanması için kısmi finansman sağlamaktadır:

- ✓ AS/NZS 4586:2007 Slip resistance classification of new pedestrian surface materials
- ✓ AS/NZS 4663:2007 Slip resistance measurement of existing pedestrian surfaces
- ✓ AS 3958 Part 3 \*The Adhesive Fixing of Natural & Reconstituted Stone
- ✓ AS 3958 Part 4 \*The Mechanical Fixing of Large Stone & Ceramic Tiles

ASAA, Standards Australia'nın BD-044 Seramik, Doğal ve Yeniden Yapılandırılmış Taş Karoların Sabitlenmesi; BD-094 Döşeme Yüzeylerinin Kayma Direnci; ve BD-026 Duvar Üniteleri, Kaldırım Taşları, Bayraklar ve Segmental İstinat Duvarı Üniteleri teknik komitelerinde temsil edilmektedir.

#### **4.6. Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)**

Coğrafi konumu nedeniyle, Avustralya'ya ihracatta ağırlıklı olarak deniz yolu taşımacılığı ve bunu takiben katma değeri yüksek ürünlerde hava yolu taşımacılığı kullanılmaktadır. Bu çerçevede, ülkemiz ile Avustralya arasında doğrudan bir deniz yolu ve hava yolu taşımacılığı bulunmamaktadır. Deniz yolu taşımacılığında teslimat 30-45 gün arasında gerçekleştirilmektedir.

Lojistik konusunda, Türkiye'den Avustralya'ya doğrudan deniz ulaşımı bulunmaması nedeniyle, yüksek maliyetli ve uzun süreli nakliyeler dezavantaj olabilmektedir. Ancak pandemi nedeni ile artan navlun maliyetlerindeki dönemsel yükseliş uzun soluklu devam etmemiş olup şu an ihracatçılarımıza yönelik ayrı bir sıkıntı gözükmemektedir.

#### **4.7. Satış Sonrası Hizmetler**

Doğal taş sektöründe satış sonrası hizmetler, müşteri memnuniyetini artırmak ve taşın uzun ömürlü kullanımını sağlamak amacıyla sunulan çeşitli hizmetler olarak tarif edilebilecektir. Ürünlerin denizaşırı ihracatının sağlıklı şekilde sağlanması doğru lojistik süreçlere bağlıdır. Ayrıca Avustralya'daki ithalatçının ürünleri güvenli bir şekilde teslimatı ve müşterinin isteği doğrultusunda kurulum sağlama sorumluluğu bulunmaktadır.

Garanti ve bakım hizmetleri kadar müşteri desteği ve danışmanlık hizmetleri de oldukça önemlidir. Elbette “doğal” taşlar doğrudan doğadan elde edilmeleri nedeniyle

özellikle blok mermer gibi ürünlerde birebir her ihraç edilen parti malda aynı şekil – desenin elde edilememesi ihtimalini içinde barındıran mahiyette ürünlerdir. Ne var ki taşımacılık sırasında oluşabilecek zaiyatlar ve ürün devamlılığı gibi konuların olabildiğince ihracatçılarımız tarafından öngörülebilir ve yönetilebilir hale getirilmeleri gerekir. Avustralya pazarında tutunabilmek için satış sonrası hizmetlerin müşterilere güven verme ve markanın değerini artırma gibi faktörlere etkisi göz ardı edilmemelidir.

#### **4.8. Reklam ve Pazarlama**

Avustralya milli gelirinin yaklaşık yarısı hanenalkı tüketim harcamalarından oluşmaktadır. Kişi başı milli gelir seviyesi ile birlikte değerlendirildiğinde, Avustralya'nın güçlü bir tüketim toplumu olduğu söylenebilmektedir. Bu çerçevede "I'm Turkish Stone" sloganıyla dünya pazarlarında Türk taşının tanıtımının yapılmasına ilişkin faaliyetlerin Avustralya pazarı özelinde de önem teşkil ettiği, etkili geleneksel ve sosyal medya reklamlarının, pazarda uzun vadeli başarı için kilit önemde olduğu düşünülmektedir.

#### **4.9. İş Yapma Kolaylığı, İş Kültürü**

Avustralya, iş yapma kültürünün gelişmiş olduğu ve yeni iş fırsatlarının potansiyelinin yüksek olduğu bir pazardır. The Heritage Foundation 2022 Yılı Ekonomik Serbestlik Endeksine göre, Avustralya dünya ekonomileri arasında finansal serbestlikte birinci ve dış ticaret serbestliğinde ikinci sırada gelmektedir. Aynı zamanda Avustralya, Dünya Bankası Global İş Yapma Endeksinde 14., Yeni İş Kurma Endeksinde yedinci sırada bulunmaktadır.

Ülkenin kendine özgü coğrafi konumuna bağlı olarak, Avustralya'da alıcı firmalar, tedarikçileri ile güven ve sürekliliğe dayalı uzun vadeli iş ilişkileri geliştirme eğilimindedir. Bu çerçevede, Avustralya'ya ihracatını geliştirmek isteyen firmalarımızın, öncelikle ülkeye yönelik faaliyetlerle pazarın dinamiklerine hakim olmaları, yerel bir temsilci üzerinden iş geliştirme süreçlerini yönetmeleri ve orta/uzun vadede pazarda fiilen yer almaları yönünde bir planlama yapmaları önerilmektedir.

#### **4.10. İthalat Vergileri (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi vb.)**

Avustralya'da tarife satırlarının yaklaşık yarısı vergiden muaf olup uygulanan gümrük vergileri %0-%5 arasında değişmektedir. Ayrıca, tüm ürünler için ithalatta %10 GST (Goods and Services Tax) uygulanmaktadır. Bu çerçevede, Avustralya'nın ithalat vergileri açısından göreceli olarak serbest bir pazar olduğu söylenebilmektedir.

Bunun yanında, tarife satırı bazında uygulanan gümrük vergilerine <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/tariff-classification/current-tariff/schedule-3> adresinden ulaşılması mümkün bulunmaktadır.

#### **4.11. Ödeme Şekilleri**

Avustralya'ya ihracatta en çok akreditifli ödeme ve açık hesap ödeme şekilleri kullanılmaktadır. Bunun yanında, Avustralya'nın alacak tahsili açısından genel itibarıyla güvenli bir ülke olduğunu söylemek mümkün bulunmaktadır. Bununla birlikte, ihracatçı firmalarımızın, Avustralya'ya ilk kez ihracat yapıyor olunması, ilgili firmaya ilk kez satış

yapılıyor olunması, alıcı firmanın güvenilirliğinden emin olunamaması gibi durumlarda gerekli tedbirleri almalarında fayda görülmektedir.

## 5. FIRSATLAR VE TEHDİTLER

Türkiye’de maden sektörü görünümüne bakıldığında 2022 yılında en fazla ihraç edilen maden ürün grupları arasında metalik cevherler ürün grubunu 7,1 milyon ton ve 2,0 milyar dolar ile doğal taşlar ihracatı takip etmektedir (İMMİB, 2022). Maden ihracatımızın mal gruplarına göre paylarına bakıldığında doğal taşlar yine yüzde 32 ile ikinci sıradadır. Bu dönemde işlenmiş mermer 2,2 milyon ton ve 988,1 milyon dolar ile 2022 yılında toplam maden ihracatımız içinde en fazla ihraç edilen ürün olurken blok mermer traverten 3,5 milyon ton ve 642,9 milyon dolar ile ikinci, çinko cevherleri 864,7 milyon ton ve 547,2 milyon dolar ile üçüncü sırada yer almıştır.

Dolayısıyla ülkemiz ihracat potansiyeli için oldukça önemli olan bu sektör Avustralya’ya yönelik başlıca ihraç ürünlerimiz (ilk 10 kalem) arasında kendine yer bulmaktadır. Özellikle işlenmiş mermere ilişkin rakamlar açık şekilde katma değeri yüksek ürün ihracatının Türkiye ekonomisi açısından önemini kanıtlar niteliktedir. Bu tespit ile uyuşan şekilde “Türkiye’de Doğal Taş Sektörü ve Rekabet Gücü” başlıklı çalışmalarında Kaptan ve Adıgüzel (2021) ülkemiz doğal taş sektörünün rekabet gücü 2012-2022 yılları arasındaki dönem için incelenmiş olup Türkiye’de doğal taşların büyük oranda işlenmeden ham ihraç edildiği ve bu taşların ülke için yarattığı katma değer ve ekonomik getirisinin daha düşük olduğu vurgulanmıştır. Bu bağlamda rezerv bakımından zengin doğal taşların işlenerek ihraç edilmesi için gerekli desteklerin sağlanması önem arz etmektedir. Ülkemizde işlenmiş doğal taşlar açısından üzerinde durulması gereken hususlardan biri yeterli teknolojik ekipmanın bulunmaması ve ülkemizin yüksek bir arazi yapısına sahip olmasıdır. Nitekim dağlık alanlarda bulunan doğal taşların çıkarılması ve işlenmesi hem daha maliyetli olmakta hem de uzun süre içerisinde gerçekleşmektedir. Bu iki husus uluslararası alanda rekabet gücünün oluşmasını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Diğer yandan, ihracat rakamlarımız incelendiğinde 2015, 2016 ve 2020 yıllarındaki düşüş, tek bir pazara bağlı kalmanın sektör açısından ne kadar riskli olduğunun bir göstergesidir. İlerleyen yıllar açısından değerlendirildiğinde Türkiye doğal taş ihracatının çok büyük bir kısmını gerçekleştirdiği Çin’de yaşanacak olası bir ekonomik veya siyasi kriz, Çin Hükümetinin doğal taş ithalatını kısıtlaması ya da durdurması gibi durumlarda ülkemiz doğal taş sektörü olumsuz olarak etkilenebilecektir. Nitekim bu olasılık 2019 yılı sonlarında Çin’de ortaya çıkan ve 2020 yılı içerisinde tüm dünyada etkili olan Covid-19 pandemisiyle birlikte yaşanmıştır (Ekincioğlu ve Akbay, 2021). Bu sebeple alternatif pazarlar oluşturma açısından ülkemiz ihracatçılarının Avustralya pazarına ilgi duyması çok önemlidir.

Mermer ve doğal taş sektörünün ulusal ekonomiye katkı bakımından diğer pek çok sektörden üstün yönü ithalata bağımlılığı düşüktür. Sektörde kullanılan ocak ve fabrika makinelerinin tamamı ülkemizde üretilmektedir (Ocak ve fabrika makineleri ihraç edilen ürünler arasında yer almaktadır). Mermer ve doğal taşın ocaktan çıkarılmasından mamul ürün hale gelmesine kadar geçen safhalarda ithal ara ürün kullanımı %5 civarındadır. Yerli makine kullanım oranı %95-100 arasındadır. Mermer ve doğal taş ihracatımızın %45’i işlenmiş

ürünler olduğu düşünüldüğünde bu durumun önemi daha net anlaşılacaktır (MTA, 2018). Dolayısıyla bu potansiyel ve girdi maliyetlerimizdeki avantaj yine ihracatçılarımız için lojistik maliyeti yüksek uzak pazarlar için teşvik edici birer unsur olarak görülebilecektir. Aşağıda yer alan Tablo 12’de Avustralya’ya yönelik doğal taş ihracatımızda fırsatlar, tehditler ile güçlü ve zayıf yönlerle ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

**Tablo 12.** Avustralya’ya Doğal Taş İhracatımıza Yönelik SWOT Analizi

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yüksek rezerv miktarı</li> <li>• Tür, renk ve desende çeşitlilik</li> <li>• Dünyada Türk mermerine talepte artış</li> <li>• Taş işlemedeki üretim makineleri ve teknolojik gelişmeler</li> <li>• Bakanlığımızın ihracatçılara yönelik destekleri</li> <li>• Güçlü örgütlenme yapısı</li> <li>• İhracatçı Birlikleri ve sivil toplum kuruluşlarının etkin aktiviteleri</li> <li>• Dünya sıralamasında önemli olan bir fuara ev sahipliği</li> <li>• Rekabet edebilirlik</li> <li>• Pazarlama stratejilerindeki gelişmeler</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yüksek enerji maliyetleri</li> <li>• Kalifiye eleman eksikliği</li> <li>• İşletme sermayesi noksanlığı</li> <li>• Sektör içi fiyat rekabeti</li> <li>• Yüksek işçilik, sigorta, prim vb. giderler</li> <li>• Standardizasyon ve ölçüm eksikliği</li> <li>• Envanter eksikliği</li> <li>• Tasarım ve mimari örgütlenmeler ile iletişim eksikliği</li> <li>• Taşımacılık, liman yetersizliği ve pahalılığı,</li> <li>• Doğal taş sektöründen uzak olan, değişik sektörlerde firmaların bilinçsiz ve hazırlıksız olarak sektöre girme çabaları</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avrupa ülkelerinde doğal taş rezervlerinde tükenmeye doğru gidiş ve üretimde düşüş</li> <li>• Yabancı şirketlerin ve kurumsallaşmış büyük firmaların doğal taş madenciliğine olan ilgisi</li> <li>• Ülkemizin jeolojik yapısı gereği verimli yeni rezerv alanlarının var olması ihtimali</li> <li>• Dünyada doğal taş ürünlerine talebin her geçen yıl artma trendinde olması</li> <li>• Sektörde ikinci ve üçüncü nesil temsilcilerin firma yönetimlerinde yer almalarında artış</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coğrafi uzaklık</li> <li>• Diğer sektörlerde olduğu gibi Çin’in Avustralya’nın en önemli ticari partnerlerinden biri olması</li> <li>• İtalyan, Çinli ve diğer geleneksel partner ülkelerin firmalarıyla iş ilişkilerine yatkınlığın kolay kolay değiştirilmek istenmemesi</li> <li>• Türk taşlarının markalaşmasına ilişkin ülkede bilgi eksikliğinin giderilmemesi</li> <li>• Devamlılık ve satış sonrası hizmetler bakımından eksiklikler</li> </ul>  |

## 6. BELİRTİLMESİNDE FAYDA GÖRÜLEN DİĞER HUSUSLAR

Mermerin başlıca tüketim alanları; inşaat sektörü, güzel sanatlar alanı ve dekorasyondur. En geniş kullanım alanını inşaat sektörü teşkil eder. Binaların iç ve dış kaplamaları, dekorasyon işleri, anıtlar, heykeller ile süs ve hediyelik eşya imalatı önemli tüketim alanlarını oluşturur. Taş ocaklarından çıkartılan doğal taşlar; yol ve kaldırım döşemesi, bordür taşı, kent mobilyaları, duvar yapımı, duvar kaplaması, merdiven basamağı, çatı örtüsü, iç ve dış dekorasyon, peyzaj, bahçe adım taşı, iç mekan döşeme, mutfak ve

banyolarda giderek daha fazla kullanılmaktadır. Dolayısıyla ürün çeşitliliği, desen ve türler göz önünde bulundurulduğunda gerek bireysel kullanım alanı gerekse ticari binalarda alternatif olma bakımından Türk taşlarının Avustralya pazarında rekabetçi ve belirleyici bir yer edinebileceği değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan, makine ekipman ve sarf malzemeleri üretimi ve alt yapı olarak bakıldığında, Türk doğal taş yan sanayii önemli atılımlar yapmış, hatta bazı makinelerde rakiplerimizden daha kaliteli makineler üretmeyi başarmıştır. Ancak genele bakıldığında henüz İtalya ve İspanya doğal taş makine ve sarf malzemesi üreticilerinin daha avantajlı oldukları ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmeler ışığında, mutlaka mermer makine ve sarf malzemesi üreticilerinin finansal ve teknik açıdan, özellikle Ar-Ge çalışmaları açısından desteklenerek avantajlı duruma geçirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla mermer, granit ve traverten sektörü yalnızca doğal taş çıkarılması ve işlenmesi olarak ele alınmamalı yan sanayi konusunda yapılacak yatırımlarla başka alanları da harekete geçirebilecek bir sektör olarak değerlendirilmelidir. Böylece üretim yapan ülkelere bu tip ürünlerimizin de ihracatı sağlanabilecektir.

Sektördeki gelişmelerin ve yeni düzenlemelerin yakından takip edilmesi çevre boyutu da bulunan ticari faaliyetler bakımından önemlidir. Karbon salımı ve çevresel sürdürülebilirliğin sektörün gündeminde yoğun olarak yer aldığı bu dönemde yapılan bilimsel ve akademik çalışmalar doğrultusunda karbon salımı en düşük olan yüzey kaplama ürünü doğal taş olarak tespit edilmiştir. Özellikle Covid-19 pandemisi ile birlikte tüm dünyada hijyenin, sağlığın ve doğal olanın önemi konusunda farkındalık oluşurken yapı malzemesi olarak doğal taşa olan yönelimin de daha belirgin hale geldiğini ve bunu ihracat rakamlarımızdan da görebildiğimizi söylemek mümkündür. Bununla birlikte Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı Avrupa Birliği'nin (AB) 2050'de karbon nötr olma hedefiyle karbon salımı yüksek ürünlere vergilendirme yaparak uygulamaya koyacağı Yeşil Mutabakat, ilk aşamada inşaat sektöründe çok fazla kullanılan çimento, demir-çelik, alüminyum gibi sektörleri etkilediği için doğal taş sektöründe de kapsamlı bir değişimi gerektirmektedir. Türk doğal taş sektörünün Yeşil Mutabakat'a uyumu ve "Karbonsuz Ekonomiye Geçiş" hedefleri doğrultusunda çalışmalarına başladığı bilinmektedir. Commonwealth ülkeleri arasında yer alan Avustralya'nın gerek çevreci politikaları gerekse AB ile ikili ticari ilişkileri bakımından söz konusu politika ile paralel düzenlemeleri benimsediği ve yol haritasını bu yönde çizdiği düşünüldüğünde uyum politikalarının ihracatçılarımızın pazardaki tutundurma çalışmaları bakımından önemi ortaya çıkmaktadır. Nitekim sektördeki küresel oyuncular tarafından çevre dostu üretim ve sürdürülebilirliğin yeni nesil doğal taş endüstrisinde büyümenin motoru olabileceği vurgulanmaktadır.

Örneğin Avustralya, işçilerde silikozis hastalığının artması üzerine yapay taş üretimini yasaklama kararı alan ilk olmuştur. 1 Temmuz 2024 itibarıyla yürürlüğe girecek yasakla yapay taşların onu üreten işçilere zarar veren ve bunun yerine alternatiflerinin tercih edilebileceği bir ürün olduğu vurgulanmış olup söz konusu ürünlerin ithalatının da yasaklanacağı belirtilmiştir. Yapay taşların, granit ve mermer gibi doğal malzemelere göre dayanıklı ve ekonomik alternatif olarak görüldüğü ve 2000'li yıllar boyunca Avustralya'da büyük popülerlik kazandığı bilinmekle birlikte 2015 yılında Safe Work Australia tarafından

bu ürünlerin sağlığa etkileri konusunda hazırlanan raporun ardından daha kapsamlı çalışmalar yürütülmeye başlanmıştır.

Doğal taş sektöründe dünyanın en büyük 21'inci ithalatçısı konumunda olan Avustralya ülkemiz için zengin, alım gücü paritesi yüksek ve avantajlı bir pazar olmasının yanında ülkedeki Türk nüfusunun fazla olması ve bazı vatandaşlarımızın bu alana yönelmeleri orta ve uzun vadede yakın ilişkiler kurulabilmesinin önünü açmaktadır.

Bu noktada belirtilmesinde fayda görülen bir husus ülkedeki Türk firmalarının varlığıdır. Avustralya'da faaliyet gösteren önemli bir firmamız Yimtaş Şirketler Grubu A.Ş. tarafından ülkemizden sermaye ihracı yolu ile Avustralyalı bir ortaklık ile 2013 yılında kurulan Euro Natural Stones Pty Ltd isimli firmadır. Doğal taş sektöründe faaliyet gösteren firma istikrarlı bir şekilde büyümekte olup, büyük bütçeli inşaat projelerine başta mermer ve granit olmak üzere ülkemiz menşeli doğal taş tedarik etmektedir. Euro Natural Stone firması 2017 yılında fayans ve seramik markası Seranit'in Avustralya distribütörlüğünü alarak faaliyet alanını genişletmiştir. DMT Natural Stones ve Artmar Natural Stones firmaları ise hem Türkiye'de hem de Avustralya'da faaliyet göstermekte olup, ağırlıklı ülkemiz menşeli doğaltaş ürünlerinin Avustralya pazarına sunulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Victoria Eyaleti'nde uzun yıllardır faaliyet gösteren Atila's Natural Stone firması ise yine Afyon, Elazığ, Denizli gibi farklı şehirlerimizin mermer ve doğal taş ürünlerini ülke pazarına sunmaktadır.

## **7. GENEL DEĞERLENDİRME**

Alp-Himalaya Kuşağı'nda yer alan jeolojik yapısı itibarıyla zengin bir potansiyele sahip olan ülkemizin, bugünkü verilere göre çok ciddi ölçüde işletilebilir mermer, işletilebilir traverten ve granit rezervi bulunmaktadır. Söz konusu değerlere göre Türkiye dünya doğal taş rezervinin yaklaşık üçte birine sahip olmasının yanı sıra ülkemiz madenciliğinde doğal taş sektörünün son yıllarda gerek üretim, gerekse ihracatta çok olumlu bir süreç içine girdiğini vurgulamak gerekir. 1980'li yıllarda kazanılan ivme ile diğer madencilik faaliyetlerine göre daha aktif bir konuma girmiş olan üretim ve işletme sürecindeki kalite artışı ile beraber kazanılan deneyimlerle uluslararası piyasalarda gerçek yerini edinme uğraşı içindedir.

Sektör, yüksek ihracat potansiyeli, iç piyasa tüketimi, doğal taş makineleri üretimi ve ihracatı ile Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır. Özellikle son dönemde mermer üretiminde, klasik mermer üretim yöntemlerinin değişmeye başlaması, nitelikli işgücü ve ileri teknolojiye dayanan modern üretim yöntemlerinin daha çok kullanılmaya başlanması, büyük firmaların yapmış oldukları yatırımlarla birlikte bütünleşmiş üretim yapan tesislerin de devreye girmesiyle işlenmiş mermer üretiminde büyük artış kaydedilmiştir. Uygulanmaya başlanan modern ocak üretim yöntemleri ve son teknikler sayesinde rekabetin çok yoğun olduğu dünya doğal taş pazarına uygun üretim ve pazarlama yapabilecek ürünler hazırlayan tesis sayımız artmıştır.

Ülkemiz maden ihracatı içinde doğal taş ihracatı ilk sırada yer almaktadır. Ülkemizin rezerv durumu ve doğal taş çeşitliliği göz önünde bulundurulduğunda önümüzdeki yıllarda ülkemizin dünya doğal taş pazarında lider olabileceği öngörülebilmektedir. Doğal taşlara ilginin bu kadar artması rezervleri olan ülkelerin ekonomik anlamda gelişmesine olumlu

yönde etki etmektedir. Doğal taşlar tüm diğer mallar gibi dış ticarete konu olmakta ve dünya ticaretinde ülkeler arasında rekabet yaşanmaktadır. Rezervi ve çeşitliliği yüksek olan ülkelerin diğer ülkelere göre rekabet üstünlüğünü elinde bulduracağı söylenebilir. Ancak rezervin ve çeşidin fazla olması rekabet üstünlüğünü tek başına sağlamamakta, mevcut rezervleri işleyebilecek teknolojik yapının olması ve başarılı şekilde pazarlayabilmek rekabet üstünlüğü için gerekli olmaktadır.

Bununla birlikte, ülkemiz ile Avustralya arasındaki mesafenin uzak olmasından kaynaklanan sorunlar günümüzde aşılması çok zor olan engeller değildir. Firmalarımız bölgesel ve uluslararası fuarlara katılarak, doğal taşlar ve inşaat malzemeleri alanındaki gelişmeleri yakından takip etmeli ve ortaya çıkan fırsatları değerlendirmelidirler. Bu bağlamda, Avustralya'da faaliyet gösteren yerel ve uluslararası firmaların yanı sıra sektörel birlikler ile yakın ticari ilişkiler kurulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. NSW ve Victoria Eyaletlerinde hali hazırda doğal taş alanında faaliyet gösteren Türk iş insanlarımızın deneyimleri birer iyi uygulama örneği olarak ihracatçılarımızın istifade edebilecekleri kaynaklar arasındadır.

Ülkemizde dünyadaki görüşe paralel bir şekilde özellikle işlenmiş mermer alt sektöründe olumlu bir beklenti hakimdir. Yüksek mermer rezervi, mermer çeşitlerinin fazlalığı, ucuz işgücü ve dünyada genelinde artan enflasyon sebebiyle ülkemizin mermer ürünlerine olan talebin canlı kalması muhtemeldir. Uzun yıllardır çok düşük enflasyon ile yaşayan gelişmiş ülkelerde özellikle üretici fiyatları artışı ile tüketici enflasyonu en yüksek seviyelerine ulaşmıştır. Ham maddede dışa bağımlı olmayan sektör dünya piyasasındaki yükselen fiyatlara görece ucuz kalacaktır. Ülkemizde farklı renk ve skalada taşların olması sebebiyle ülkemiz firmalarının Avustralya'daki trendlere uygun mermeri sunmada sorun yaşamayacağı açıktır. Sektörün lideri İtalya ile tasarım anlamında rekabet zaman zaman zorlu görülebilse de Çin ürünlere yönelik algı ülkemiz mermerini avantajlı konuma taşıyabilecektir. Markalaşmanın önemi bu noktada kendini bir kez daha göstermektedir.

Doğal taş sektöründe faaliyet gösteren firmalarımız kurumsal kimliğe ve markalaşmaya önem verilmesi, AR-GE'ye yatırım yapılması ve güncel pazarlama stratejileri ile Avustralya ve genelde de Asya-Pasifik pazarına açılma çalışmaları ile fark yaratabilecektir. Belirtilen bu kavramların önemi sektörlerin içerisine girdikleri kriz (Covid-19 salgını süresince deneyimlendiği üzere) zamanlarında daha da anlaşılmaktadır.

Bununla birlikte, kurumsallaşma, doğal taş işletmelerinin üretim ve diğer tüm faaliyetlerini kişi odaklı olmaktan çıkarıp işletmenin devamlılığının yanı sıra teknik ve ekonomik olarak gelişmesi için uygulanması ve benimsenmesi gereken bir yapıdır. Türkiye doğal taş sektöründe hizmet veren firmalar gözlemlendiğinde işveren merkezli bir yönetim anlayışının benimsediği göze çarpmaktadır. Türk doğal taş firmalarının gerek ülke içinde gerekse dünya pazarında daha rekabetçi olabilmeleri ve bundan sonra karşılaşılabilecek olası pandemi, siyasi vb. nedenlerle doğabilecek krizler öncesinde daha güçlü bir yapıya sahip olunması yolunda kurumsallaşma ve markalaşmanın önemi büyüktür. Her bir firmanın kurumsallaşma yolunda atacağı küçük adımlar kelebek etkisi ile firmaların ve doğal taşlarımızın dolayısı ile sektörün markalaşması noktasında önemli katkılar sağlayacaktır.