

# AMBALAJ SEKTÖRÜ VERİMLİLİĞE YÖNELDİ

2023 yılında 10 milyar dolar ihracat, 30 milyar dolar pazar büyüklüğü ve 300 dolarlık da kişi başı tüketim hedefi bulunan ambalaj sektörü, yüksek teknolojili katma değerli üretimle küresel pazardaki rekabet gücünü artırdı.

Hazırlayan: İshak SEVGİN



**K**üresel pazarın önemli oyuncularından biri olan Türkiye ambalaj sektörü, gerçekleştirdiği katma değeri yüksek üretimle Türkiye'nin dış ticaret açığına panzehir oluyor. 2015'te bir önceki yıla göre ihracatı yüzde 17 artan ambalaj sanayii, söz konusu dönemde ihracatını 3.7 milyar dolara yükseltti. Sektörün ithalatı ise miktarda yüzde 11, değerinde ise yüzde 12'lik azalma kaydetti.

2015'te 1.7 milyon ton ürün karşılığı, 3.1 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiren sektör, yaklaşık 595 milyon dolarlık dış ticaret fazlası verdi. Sektörün bu yılın ilk yarısındaki dış ticaret fazlası ise 280.2 milyon doları buldu.

2023 yılında 10 milyar dolar ihracat, 30 milyar dolar pazar büyüklüğü ve 300 dolarlık da kişi başı tüketim hedefi bulunan ambalaj sektörünün, yüksek teknolojili katma değerli üretimle küresel pazardaki rekabet gücünü artırması bekleniyor. Söz konusu hedeflere ulaşmak amacıyla son bir kaç yıldır gerek üretim tesislerini geliştirmeye, gerekse makine parkını yenilemeye yönelik çalışmalara hız veren sektör, bugün itibarıyla sahip olduğu teknoloji bakımından bazı Avrupa ülkelerinin ilerisinde bulunuyor. Sektörün henüz gelişimini tamamlamadığına dikkat çeken uzmanlar, teknolojiye yapılan yatırımın orta vadede gelişimi tamamlamak adına meyvelerini vereceği görüşünde birleşiyor.

Hem üretim hacminin yükseltilmesi hem de katma değerli ürün imalatının mümkün olan en ekonomik biçimde gerçekleştirilebilmesi için üretimde otomasyona geçilmesinin önemine vurgu yapan sektör temsilcileri, bu noktada özellikle hızlı tüketim ürünleri imalatçılarının kendi operasyonlarına uygun teknolojileri geliştirmeleri ve mevcut üretim hatlarını iyileştirerek, en uygun ambalajlama donanımlarını oluşturmaları önerisinde bulunuyor.

### **Pazar büyüklüğü 20 milyar dolara ulaştı**

Bunun için ambalaj-ambalajlama makinelerinde yenilik yapmanın ve bileşim teknolojileri ile imalat sanayiini ortak platformda buluşturmayı amaçlayan Endüstri 4.0'a geçişin önemine dikkat çeken sektör temsilcileri, son yıllarda Türkiye ambalaj makinecilerinin inovasyon, Ar-Ge ve katma değerli üretim konularına ağırlık vererek uluslararası standartlarda ambalaj makineleri imalat ettiklerini, böylece hem

sektörlerinin 2023 yılı hedeflerine ulaşmasına hem de Türkiye'nin gelişimine katkı sunduklarını belirtiyor.

Ambalaj Sanayicileri Derneği'nden (ASD) alınan verilere göre, 2015 yılı itibarıyla pazar büyüklüğü 20 milyar dolara ulaşan Türkiye ambalaj sektörü, halen 180 ülkeye 1.7 milyon ton ambalaja karşılık 3.7 milyar dolarlık ihracat yapıyor. İrili ufaklı yaklaşık 3 bin firmanın faaliyet gösterdiği sektörde yaklaşık 100 bin kişi istihdam ediliyor. Son yıllarda gerek Türkiye'de gerekse global çapta ambalaja yönelik artan talep ihracata olumlu yansıyor. ASD verilerine göre, 2015 yılının ilk yarısında yaklaşık 791 bin ton olan Türkiye'nin ambalaj ihracatı, 2016'nın ilk yarısında ise miktar bakımından yüzde 24 artarak, 984 bin tona çıktı. Yine yılın ilk yarısında sektörün ihracat değeri de yüzde 9'luk artışla yaklaşık 2 milyar doları gördü.

### **İthalat miktar bazında yüzde 3 düştü**

Sektör ithalatı bu yılın ilk yarısında miktar bazında yüzde 3 düşerken, değer bakımından yüzde 5 arttı. 2016 yılının ilk yarısında değer bazında en fazla ihracat yapılan ilk 10 ülkeyi Almanya, İngiltere, Irak, Fransa, İtalya, İsrail, İran, Hollanda, Bulgaristan ve ABD oluştururken, en fazla ithalat yapılan ülkeler ise sırasıyla Almanya, Çin, İtalya, ABD, Güney Kore, Fransa, İngiltere, Finlandiya, İspanya ve Belçika oldu.

Öte yandan TÜİK verilerine göre, 2015 yılında yapılan toplam ambalaj ihracatından plastik ambalaj ürünleri yüzde 68'lik pay ile ilk sırada yer aldı. Bu ürün grubunu yüzde 21'lik payla kağıt ve karton ambalaj ürünleri, yüzde 9'luk pay ile de metal ambalajları izledi. Ambalaj sanayiinin bir diğer önemli ihracat kalemini ise cam ve ahşap ambalaj ürünleri oluşturuyor. 2015 yılında Türkiye yaklaşık 32 milyon dolarlık cam ambalaj, 31 milyon dolar da ahşap ambalaj ihracatı yaptı.

### **Plastik ambalajlar yüzde 37 ile ilk sırada**

Plastik, kağıt-karton, metal, cam ve ahşap malzemelerden üretim gerçekleştiren Türkiye ambalaj sektöründe plastik ambalajlar yüzde 37'lik pay ile ilk sırada yer aldı. Ayrıca ambalaj sektörü plastik sanayiinden ise yüzde 40 pay alıyor. PAGDER'den alınan verilere göre, Türkiye plastik ambalaj sanayiinde yaklaşık bin 400 firma faaliyet gösteriyor.

## **20 MİLYAR DOLAR TÜRKİYE AMBALAJ SANAYİİNİN 2015 YILI PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ**

Türkiye'de 2015 yılında 3.5 milyon tona karşılık 11 milyar dolar değerinde plastik ambalajı imalatı yapılırken, 1.7 milyar dolar değerinde ithalat ve 2.2 dolarlık değerinde ise ihracat gerçekleştirildi. 2016 yılının ilk yarısında ise Türkiye'nin plastik ambalaj üretimi 7.7 milyar dolara ulaştı. Yine bu yılın ilk yarısında sektör ihracatı 440 bin tonluk plastik ambalaj karşılığı 1.1 milyar dolarlık ihracat hacmi yakaladı.

### **Oluklu mukavva istikrarlı büyüyor**

Ambalaj sektörünün önemli alt gruplarından biri olan oluklu mukavvada ise son 10 yıldır yakalanan istikrarlı büyüme 2015 yılında da sürdürdü. Oluklu Mukavva Sanayicileri Derneği'nden (OMÜD) alınan verilere göre, Türkiye oluklu mukavva pazarı, 2015 yılında 2014'e göre tonajda yüzde 3.1, metrekare bazında ise yüzde 5.8 oranında büyüdü. Böylece 2014'te 1.9 milyon tonu bulan Türkiye'nin oluklu mukavva satışı 2015 yılında 2 milyon tona ulaştı.

Söz konusu dönemde kişi başı tüketimde de artış yaşandı. 2015 yılında Türkiye'nin kişi başı oluklu mukavva tüketimi yüzde 1.6 oranında artarak 25.8 kilograma yükseldi. 2023 yılında kişi başı oluklu mukavva tüketiminin yüzde 83'lük artışla 47.3 kilogram seviyesine yükselmesi bekleniyor. Gerek kişi başı tüketim gerekse büyüme oranları bakımından oluklu mukavva pazarının; 2015'te yüzde 4 oranında artış kaydeden Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın (GSYH) üzerinde bir performans gösterdiğine dikkat çeken sektör temsilcilerine göre, pazar yakaladığı başarı grafiğini önümüzdeki dönemde de sürdürecektir.

Ambalaj sanayiinin temelini oluşturan ambalaj makineleri üreticileri, yaptıkları teknolojik yatırımlarla dış pazarlardaki konumlarını güçlendirdi. Ambalaj Makinecileri Derneği'nden (AMD) alınan verilere göre, Türkiye ambalaj makinesi üreticileri 2015 yılında Cezayir, İran, BEA, Irak Suudi Arabistan, Mısır, Almanya, Libya ve Rusya başta olmak üzere toplam 133 ülkeye 143 milyon dolarlık ihracat yaptı.



**Yavuz EROĞLU**

TOBB Plastik Kauçuk Kompozit Sanayi Meclisi ve PAGEV Yönetim Kurulu Başkanı

## YENİ ÜRÜNLERLE BİRLİKTE PİYASA HACMİNİN GELİŞMESİNİ BEKLİYORUZ

**T**ürkiye ambalaj sektörü son on yılda kayda değer oranda büyüdü. Bu büyümede perakendecilik, lojistik, nakliye alanındaki gelişmelere ek olarak değişen yaşam koşulları da etkili oldu. Ailelerin küçülmesi, nüfusun yaşlanması, sağlık konusunda bilinç düzeyinin artması gibi etkenler göz önüne alındığında ambalaj sektörünün gelecek dönemlerde de önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca diğer malzemelere göre daha kolay ve daha az enerji harcanarak geri dönüştürülebilmesi de plastik ambalajları avantajlı hale getiriyor.

Türkiye ambalaj sanayi donanım olarak gelişmiş ülkeleri aratmadığı gibi bazı AB ülkelerinden çok daha yeni donanıma sahip. İthal yolla piyasaya sürülen yeni ihtiyaç ürünlerinin Türkiye'de üretilmeye başlamasıyla 'yaşam standart göstergesi' de yükselecek. Çünkü Türkiye ambalaj sektörü gerek yapısal gerekse teknolojik açıdan yerli imalat sanayinin gereksinimlerini karşılayabilecek yeterlilikte olmasına karşın bugün ithal edilen ihtiyaç maddeleri kendi ambalajları ile geliyor. Yeni ürünler Türkiye'de üretilmeye başladıkça onların ambalajları da Türkiye'de üretilecek ve piyasa hacmi buna bağlı olarak gelişecek.

### Plastik ambalajlar lider konumda

Son yıllarda, içindeki nihai ürünün bağlı bulunduğu üretim sektörlerinde yaşanan ekonomik durgunluk her ne kadar ambalaj sektörüne yansımış olsa da, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere Türkiye dâhil tüm dünyada, ambalaj sektöründe gelişmeler, kalite artırma çalışmaları, kullanılan ana ve yardımcı maddelerde uygulanmaya başlayan rasyonalizasyon ve çevreye uyum önlemleri dünya pazarlarında devam ediyor. Plastik ambalaj mamulleri üretimi, dünyada bu sektörde söz sahibi ülkelerin toplam plastik mamul üretimleri içinden yüzde 40 ila yüzde 53 arasında pay alıyor. Plastik, kağıt-karton, metal, cam ve ahşap

malzemelerden üretimin söz konusu olduğu ambalaj sektörünün Türkiye'deki büyüklüğü 16 milyar dolar. Ambalaj sektörü içinde plastik ambalajlar yüzde 37'lik pay ile lider konumda bulunuyor. Ambalajların plastik sektörü içinden aldığı pay ise yüzde 40. Plastikten sonra oluklu mukavva yüzde 27, cam yüzde 14, karton yüzde 8, ahşap yüzde 7, metal yüzde 6 ve kâğıt ambalaj yüzde 1 pay alıyor.

Plastik ambalaj mamullerinde 2016 yılının sonunda geçtiğimiz yıla kıyasla üretimin yüzde 8 artışla 3 milyon 690 bin tona, değer bazında ise yüzde 14 artışla 11 milyar 890 bin dolara yükselmesini ön görüyoruz. Yine yılın sonunda ihracatımızın miktarda yüzde 9 artışla 880 bin tona, değerde ise yüzde 4 yükselişle 2 milyar 307 bin dolara ulaşmasını bekliyoruz. Ayrıca plastik ambalajların yurtdışındaki tüketim miktarının da yılsonunda miktarda yüzde 7, değerde ise yüzde 17 artması beklentilerimiz arasında diyebilirim.

### Teknolojik gelişmeleri ve trendleri takip ediyoruz

Türkiye plastik ambalaj sektörü, değişime ve gelişime açık yapısıyla genç ve dinamik bir görünüme sahip. Sektör olarak dünyadaki teknolojik gelişmeleri ve trendleri yakından takip ediyoruz. İhtiyaca yönelik, tüketici memnuniyeti odaklı üretim politikayla global arenada tercih ediyoruz. Bu özelliklerimiz sayesinde bugün 150'nin üzerinde ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz.

PAGEV olarak sektöre bir mükemmeliyet merkezi kazandırmak için Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile mutabakat zaptı imzaladık. Merkezin kurulmasına en kısa süre içinde başlayacağız. Merkezi, Küçükçekmece PAGEV Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi kampüsünde ayrı bir birim olarak projelendiriyoruz. PAGEV Plastik Mükemmeliyet Merkezi, Türkiye'nin milli projelerinin temelini oluşturacak endüstriyel beceri ve yeteneklerin geliştirilmesini sağlayarak özelde plastik sektörünün, genelde Türkiye ekonomisinin gücüne güç katacak.



### Reha GÜR

Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER)  
Yönetim Kurulu Başkanı

# AR-GE VE İNOVASYONA YÖNELİK GİRİŞİMLER HIZ KAZANDI

**P**lastik endüstrisinin yaklaşık yüzde 40'ını ambalajlar oluşturuyor. Plastik sektörü üretimi içinde en büyük payı alan ve uluslararası saygınlığı bulunan Türkiye ambalaj sanayi, başarılı bir dönem geçiriyor. İhracatı yoğun bir şekilde devam ediyor. Plastik ambalaj ürünleri ihracatı 2016'nın ilk yarısında yüzde 8 artışla 1.15 milyar dolar oldu. Genel olarak plastik, kağıt, metal ve diğer malzemelerden oluşan ambalaj sektörü de ülkemizde başarıyla faaliyet gösteriyor. 2015 yılında miktar olarak 7.5 milyon tonun üzerinde, değer olarak da yaklaşık 18 milyar dolarlık bir üretimden söz edebiliriz. Sektör verilerine göre ambalaj sektöründe 3.7 ile 4 milyar dolar aralığında bir ihracattan söz edebiliriz. Ayrıca ambalaj sektörü dış ticaret fazlası veriyor. Yani ithalat hep bu miktarların altında gerçekleşiyor. Ambalaj sektörü gelecekte de önemini koruyacak, hatta yeni ihtiyaçlara ve teknolojilere bağlı olarak daha da büyüyecek. Örneğin, gıda israfını önlemek için AB plastik endüstrisiyle birlikte çalışıyor.

## 2.2 milyar dolarlık plastik ambalaj ihracatı yapıldı

Ambalaj sektörü sadece tüketim fonksiyonları açısından değil, hayat için kritik roller üstlenmeye devam edecek. Plastik bu açıdan çok yönlü bir malzeme. Ağırlığı artmaya devam edecek. Çünkü fiyat-fayda, hafiflik, kolay işlenebilirlik gibi genel endüstriyel avantajları çok yüksek. Sadece plastik malzeme ambalaj ürünlerine bakalım olursak 2015 yılında 3.5 milyon ton dolayında üretim gerçekleşti. Bunun parasal değeri 11 milyar dolar. Parite ve kur etkileri üretim-dış ticaret verilerini hızlı etkiliyor. Yine 2015 yılı için 1.7 milyar doları aşan bir ithalat ile 2.2 milyar doları aşan bir ihracat gerçekleşti. Sektörde yaklaşık bin 400 firma faaliyet gösteriyor ve plastik ambalaj sektörü giriş-çıkışların hızlı olduğu bir sektör.

Hemen her sektör, ambalaj üretiminde dış tedarik yolunu tercih ediyor. Bu tercihle-

rin çoğunluğu B2B niteliği taşıdığı için maliyetler ve fayda/maliyet dengesi, tasarım yönünden ürüne verilen her türlü katkı tüm sektörler için önem taşıyor. Plastik sektörü tarafından bakarsak aslında yurtdışında ve dışında Türkiye'yi başarıyla temsil eden, ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayan gıda sektörünün dev firmaları başta olmak üzere inşaat otomotive, elektrik-elektronikten sağlık ve tarıma varan çok geniş bir yelpazede plastik sektörü ambalaj dahil birçok yan ürünü sektörlere sunuyor.

## Yatırımlar düşecek

Plastik sektörü ve elbette plastik ambalaj sektörü, görece olarak ilk yatırım maliyetinin düşüklüğü nedeniyle giriş-çıkışların hızlı olduğu bir sektör. Bu bağlamda yeni yatırımların sürmesini bekliyoruz. Ancak sektör genel ekonomik durumla, tüketimle çok yakın ilişki içinde olduğu için, ülkemizdeki her türlü belirsizlik, olumlu ya da olumsuz gelişme plastik ambalaj sektörünü de doğrudan etkiliyor.

Plastik sektörü açısından Ar-Ge ve inovasyona yönelik girişimler son dönemde hız kazandı. Son dönemde firmalar, sıcağa dayanıklı plastik malzemelere yönelik ham madde ve ürün geliştirdiklerini söyleyebiliriz. Ambalaj sektörü, gıdaya temas eden ambalajlarda bu alandaki duyarlılığın da artmasıyla yeni ürün geliştiriyorlar. Burada polimer teknolojilerin sanılanın aksine çok yüksek teknoloji bir Ar-Ge süreci gerektirdiğini ve genel olarak ülkemizin kimya alanında Ar-Ge ve inovasyon konusunda sıkıntıları olduğunu belirtmeliyim.

Hemen her sanayi ürününde kullanılan plastik, diğer polimer teknolojileriyle birlikte geleceğin malzemesi, üstün bir mühendislik ürünü. Üstelik üç boyutlu yazıcılar sayesinde tasarım süreçlerinde olağanüstü bir hız ortaya çıktı. Bütün ülkeler plastik ve polimer teknolojilerine olağanüstü boyutta Ar-Ge yatırımı yapıyor. Türkiye'de de üniversitelerde endüstriye yönelik, son tüketiciye kadar ulaşması için devam eden bilimsel araştırmalar yapılıyor.



**Mesut KOYUNCU**  
Oluklu Mukavva Sanayicileri Derneği  
(OMÜD) Yönetim Kurulu Başkanı

## OLUKLU MUKAVVA PAZARI GELECEK VADEDİYOR

**O**luklu mukavva, diğer alternatif ambalajlara göre, gerek kullanım esnasında ve gerekse kullanım sonrası dönüştürülebilirlik özelliğiyle son derece sağlıklı ve çevreci bir ambalaj türü. Oluklu mukavvanın üretiminde kullanılan kağıtların önemli bir kısmı dönüşüm yoluyla yeniden kazanılarak üretiliyor. Kullanımı esnasında sağlıklı bir çözüm sunuşuyla ve gerek taşıma, gerek içindeki ürünün müşteriye sunumundaki görselliği dikkate alındığında, oluklu mukavvayı 'modern çağın organik ambalajı' olarak nitelendirebiliriz. Oluklu mukavva sektörü genelde gıda ve tarım ürünlerinin ağırlıkta olduğu birçok sektöre hizmet veriyor. Gıda maddeleri, et, balık, yumurta, yaş sebze ve meyve, içki ve meşrubatlar, tütün ürünleri ile çiçek ve süs bitkileri oluklu mukavva ambalajın yaygın olarak kullanıldığı sektörler. Eskiden çoğunlukla taşıma ve muhafaza amaçlı kullanılan oluklu mukavva, günümüzde özellikle market raflarında görselliği ve sunumdaki avantajları nedeniyle en yaygın kullanılan ambalaj türü haline geldi.

### 2015'te tonaj bazında yüzde 3.1 büyüdü

Türkiye oluklu mukavva pazarı 2015 yılında tonaj bazında yüzde 3.1, metrekare bazında ise yüzde 5.8 oranında büyüdü. 2014 yılında yaklaşık 1.9 milyon ton olan oluklu mukavva satışı 2015 yılında 2 milyon tonu aştı.

TÜİK'in 2015 yılı Türkiye nüfusu verilerini dikkate aldığımızda kişi başı oluklu mukavva tüketimi yüzde 1.6'lık artışla 25.8 kilogram şeklinde gerçekleşti. Oluklu mukavva pazarı 2015 yılında metrekare bazında yüzde 5.8 büyürken (kullanım artışını esas olarak metrekare belirliyor), GSYH, 2014 yılına göre yüzde 4 oranında artış kaydetti. Yine 2005-2015 yılları karşılaştırıldığında sektörümüz metrekare bazında yüzde 83 büyüdü. Aynı dönemde GSYH'deki büyüme oranı ise yüzde 45 şeklinde gerçekleşti. Böylece sektörümüzün büyüme oranı GSYH'nin üzerinde gerçekleşiyor.

Sektörümüzün, şimdiye kadar olduğu gibi 2016'da da GSMH'deki artış oranı kadar bir büyüme gerçekleştireceği tahmin ediliyor.

### Ambalaj kullanımı her yıl artıyor

Gerek kişi başı oluklu mukavva tüketiminin artması ve gerekse sektörün GSYH artışının çok üzerinde büyümesi bizi iki önemli sonuca götürüyor. Türkiye'de ürünlerin ambalajlanması dolayısıyla ambalaj kullanımı her yıl artarken, diğer taraftan oluklu mukavva ambalajın kullanımı alternatiflerine göre yaygınlaşıyor. Oluklu mukavva sektöründeki bu büyüme trendi bizim geleceğe bakışımızı da pozitif yönde etkiliyor. Dernek olarak 2012 yılında IBS Research & Consultancy firmasına hazırladığımız 'Türkiye Ambalaj Sanayii ve Oluklu Mukavva Ambalaj Tüketimi' raporunda 2023 yılında kişi başı tüketimin 2015 yılında gerçekleşen 25.8 kilograma göre yüzde 83 artarak 47.3 kilogram seviyesine çıkacağı tahmin ediliyor. Sekiz yıl içinde gerçekleşmesi beklenen bu büyüme, oluklu mukavva kullanımının artışı ve sektörün büyüme trendi hakkında önemli ipuçları veriyor. Hal böyle olmakla birlikte 2023 yılında ulaşılması beklenen kişi başı tüketim Avrupa ortalamalarını ancak yakalayacak.

Derneğimizin 2015 yılı satışlarını dikkate aldığımızda Marmara Bölgesi yüzde 46.6'lık oranla en fazla oluklu mukavva kullanan bölge olurken, Marmara'yı yüzde 17.8 ile Ege, yüzde 14.7 ile İç Anadolu, yüzde 9.9 ile Akdeniz, yüzde 2.3 ile Güneydoğu Anadolu ve yüzde 0.7 ile Doğu Anadolu Bölgesi izliyor. Dernek üyelerimiz üretimlerinin yaklaşık yüzde 3.1'lik kısmını ise ihraç ediyor.

Derneğimizin 32 üyesi bulunuyor ve bu üyelerimiz 2015 yılı oluklu mukavva pazarının yüzde 75'ini temsil ediyor. Diğer taraftan aralarında sektöre mal, hizmet, makine ve yedek parça sağlayan firmaların yer aldığı 45 sempozyum üyemiz bulunuyor. Dernek üyelerimiz 49 fabrika ve 52 adet oluklu üretim hattıyla pazarın önemli bir kısmının ihtiyacını karşılıyor.



**Alican DURAN**  
Karton Ambalaj Sanayicileri Derneği  
(KASAD) Yönetim Kurulu Başkanı

# YURTIÇİNDE REKABET YERİNE İHRACATA YÖNELMELİYİZ

**T**ürkiye, karton ambalaj alanında son 15 yılda Avrupa ülkeleri içinde büyüme hızı en fazla olan ülke oldu. Türkiye bu gelişme hızıyla 2010 yılından itibaren İspanya'yı da geçerek Almanya, İtalya, İngiltere ve Fransa'nın ardından Avrupa'nın beşinci büyük karton ambalaj üreticisi konumuna geldi.

Artık Türkiye karton ambalaj sektörünün marka değeri ve saygınlığı her geçen gün artıyor. Türkiye'de 2015 yılında 2014'e göre yaklaşık yüzde 5'lik bir artışla yaklaşık 550 bin ton karton kutu üretilip satıldı ve yaklaşık 1 milyar dolar tutarında bir satış hacmi gerçekleştirildi.

Ağırlıklı olarak sanayisi gelişmiş Avrupa ülkeleri olmak üzere 100'e yakın ülkeye karton ambalaj ihracatı yapan sektörümüz, 2015 yılında 2014'e göre yüzde 5'lik düşüşle 98.6 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Doğrudan kutu ihracatının yanında içindeki ürünle birlikte yapılan dolaylı karton kutu ihracatı da ihracatımız içinde önemli bir yer tutuyor. 2016 yılının ilk altı ayında ise ihracat bir önceki yıla göre göreceli olarak arttı.

## İran'a yapılan ihracat arttı

Bu dönemde özellikle batı ambargosunun kalkmasıyla İran'a yapılan ihracat artarken, son politik gelişmelerin de etkisiyle Rusya'ya yapılan ihracat büyük ölçüde azaldı. En hızlı ve en ekonomik olarak ihracat yapma imkanımız olan komşularımızla ilişkilerimizin geliştirilmesi bu nedenle çok önem kazanıyor. Rusya ile bozulan ilişkilerimizde son zamanlarda gördüğümüz düzelme sinyalleri de bu bakımdan memnuniyet verici.

Türkiye karton ambalaj sektörünün geleceği açık. Sektörümüz artık deneyim sahibi ve her türlü teknolojik gelişmeye çok çabuk adapte olabiliyor. Bunun yanında ana hammadde olan karton üretiminin ve yine karton ambalaj üretim sürecinin en önemli ekipmanlarından biri olan katlama yapıştırma makinelerinin Türkiye'de yapılıyor olması büyük bir

avantaj. Son 10-15 yılda Avrupa'nın en hızlı büyüyen karton ambalaj sektörü olmamıza rağmen kişi başı karton ambalaj kullanımında Avrupa ülkelerinin oldukça gerisinde yer alıyoruz.

## Dünyadaki ortalama

Kişi başı karton ambalaj tüketimi 2000 yılında 2.1 kg/kişi iken, 2015 yılında bu tüketim 5.8 kg/kişi değerine yükseldi. Hala oldukça fazla bir büyüme potansiyeli var. ECMA'ya üye ülkelerinde ortalama tüketim 9.7 kg/kişi iken, Almanya, Hollanda, İsviçre ve Avusturya gibi ülkelerde bu rakam 13 kg/kişi üzerinde bulunuyor. Yurtiçinde büyük bir potansiyele sahip olan Türkiye karton ambalaj sektörünün yurtiçinde yapacağı rekabetin yerine daha fazla ihracata yönelmesi gerekiyor.

## Artış oranlarında ilk sırayı Türkiye alıyor

Avrupa Karton Ambalaj Üreticileri Birliği'nin (ECMA) European Folding Carton Outlook 2012-2017 raporunda yaptığı değerlendirmede; 2007-2012 yılları gerçekleşen ve 2012-2017 yılları için öngörülen periyotlarda; karton ambalaj üretimi ve satış değerlerinde yıl bazındaki artış oranlarında ilk sırayı Türkiye alıyor. Türkiye'de üretimde ilk periyottaki artış, yıl bazında yüzde 3.8 gerçekleşirken, ikinci periyotta yüzde 3.6 olarak gerçekleşmesi ön görülüyor.

Satış değerlerindeki artış ise ilk periyotta yıl bazında yüzde 2.6 olarak gerçekleşirken, ikinci periyotta yüzde 4.1 olarak gerçekleşmesi ön görülüyor. Avrupa ülkelerinin hemen hemen tamamında ise hem üretim hem de satış değerlerinde 2007-2012 arası düşüş yaşandı. 2012-2017 arasında az da olsa yükselişe geçtikleri görülse de hem üretimde hem de satış değerlerinde yıl bazındaki artış ülkeden ülkeye yüzde 0.1 ile 2.4 arası değişiklik göstermesine rağmen ortalama artış oranının yüzde 1 civarlarında gerçekleşmesi bekleniyor.



**Cem BÜYÜKCİNGİL**  
Ambalaj Makinecileri Derneği (AMD)  
Yönetim Kurulu Başkanı

## İKİNCİ EL MAKİNE İTHALATI VERİMLİLİĞİ DÜŞÜRÜYOR

**T**ürkiye ve dünyada gelişmişlik seviyesi yükseldikçe ambalaj malzemesi kullanımı ve bununla paralel ambalaj makineleri talebi ve üretimi de artıyor. Global çapta artan rekabet ve özellikle Avrupa'da yaşanan ekonomik daralmayla birlikte maliyetlerini düşüren ve eskiye nazaran daha ucuz makine satmaya başlayan yurtdışı firmaların daha agresif satış politikaları izlemesi, Türkiye'deki ambalaj makineleri üreten firmaların teknoloji, kalite ve verimlilik çalışmalarını artırmaya ve daha fazla profesyonel çalışmasına sebep oluyor. Aslında sektördeki firma sayısı artmasından çok, verimliliğini artırıp, kaliteye ve inovasyona yatırım yapan firmaların sayısı artıyor.

### Rusya ile ilişkiler ihracatı olumsuz etkiledi

2015 yılını büyümeyle kapatan Türkiye ambalaj makineleri sektörü 2016 yılında Türkiye'nin yaşadığı olağandışı olaylara ve global ekonomik durgunluğa rağmen 2015'teki performansını yakalamaya çalışıyor. Özellikle Rusya'ya ciddi bir ihracat hacmi olan Türkiye ambalaj makineleri, Rusya ile yaşanan sıkıntılardan dolayı ciddi anlamda azalmış ancak buna rağmen diğer pazarlara yönelerek kaybı minimize etmeye çalışıyor. Ambalaj makinelerinde 2015 yılında 143 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik. Ortalama ihracat birim kilogram fiyatımız 19.3 dolara yükseldi. Aynı dönemde Türkiye makine sektörü ihracat ortalaması 5.9 dolar değerinden yaklaşık üç kat daha fazla gerçekleşti.

2016 yılının üç ayında ise 35.5 milyon dolarlık bir ihracat gerçekleşti ve ortalama birim kilogram değeri de 17.8 dolar oldu. Söz konusu dönemde 2015'in aynı dönemine göre ihracat değer bakımından yüzde 4.6 oranında artış kaydetti. 2016 sonunda toplam ihracatın 2015'e göre yaklaşık yüzde 3 oranında artmasını bekliyoruz. Türkiye ambalaj makine üreticileri 133 ülkeye ihracat yapıyor. Ambalaj makineleri ihracatımızda ilk on ülkeyi ise sırasıyla Cezayir, İran, BAE, Irak, Suudi Arabistan, Mısır, Almanya,

Libya, Rusya federasyonu ve ABD oluşturuyor. Ambalaj makineleri ihracatı ağırlıklı olarak Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya yapılırken, Avrupa'da ve özellikle de Almanya'da artış gösteriyor.

### Yetişmiş işgücü temininde sorun yaşıyoruz

Türkiye ambalaj makineleri sektörü olarak yaşadığımız sorunların başında yetişmiş işgücü temin etme ile ikinci el makinede ithalatın serbest olması geliyor. Özellikle Ar-Ge ve inovasyon için çok önemli olan tecrübeli mühendis ve konstruktörlerin sayısı ile makine tasarımında tecrübeli genç mühendislerin sayısı maalesef çok az. 2010 yılında izin verilen ikinci el makine ithalat serbestisi ise ayrı bir sorun. İkinci el makine ithalatının yapılmasına izin verilmesi hem yerli ambalaj makinecilerinin pazarını etkiliyor hem de Türkiye yurtdışının kullanmayı bıraktığı eski ve verimsiz makineleri kullanarak verimliliğini düşürüyor.



# Dış Ticarete Sınırsız Destek

Unicredit ortaklığıyla birçok ülkede sunduğumuz alternatif finansman ürünlerimiz, ihtiyaçlarınıza yönelik özel çözümlerimizle ve deneyimli uzman kadromuzla dış ticarete de yanınızdayız.

 **YapıKredi**

Hizmette sınır yoktur.