

# “PLASTİK SEKTÖRÜ KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERE YÖNELMELİ”

Türkiye plastik sektörü, orta vadeli hedefleri kapsamında katma değer artışına odaklandı. Sektörün yüksek katma değer üretme noktasında sıkıntı yaşadığı tespitini yapan uzmanlar, 2016 yılındaki dış ticaret gerçekleşmelerinde de bu durumun yansımalarının görüldüğünü vurguluyor.

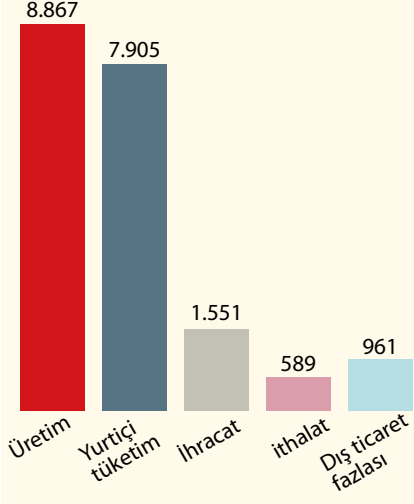
Hazırlayan: **Meral SAKACI**



Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi

## Plastik mamul sektöründe arz ve talep dengesi (2016)

MİKTAR BAZLI GERÇEKLEŞMELER  
(1000 TON)



**T**ürkiye plastik sektöründeki büyümeyi sürdürebilme adına, son dönemde yüksek katma değerli mamul üretimine odaklanan sektör temsilcileri, özellikle bu alandaki ithalat bağımlılığını kaldırabilmek için çözüm yolları arıyor. Bu doğrultuda, kendilerine yeni bir rota belirleyen yetkililer, öncelikle sektörde Ar-Ge ve Ür-Ge'ye ayrılan bütçenin sınırlılığını kaldırmak istiyor. Sektörde faaliyet gösteren firmaların yüzde 90'ının KOBİ ölçekli olması nedeniyle Ar-Ge ve Ür-Ge'ye ayrılan kaynakların sınırlı kaldığını ileri süren uzmanlar, bu durumun Türkiye'yi yüksek katma değerli plastik mamulde ithalata bağımlı kıldığına dikkat çekiyor. Dolayısıyla yetkililer, söz konusu durumu yüksek katma değerli üretimin önündeki başlıca engellerden biri olarak görüyor. Ayrıca, sektörde müşteri memnuniyeti odaklı bir değer zincirinin de oluşturulması gerektiğinin altını çizen kanaat önderleri, bu doğrultuda sektöre yönelik teşvik olanaklarının da revize edilmesini talep ediyor. Ayrıca, katma değerli üretime geçiş sürecini hızlandırmak için harekete geçen yetkililer, çalışmalarını Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın desteğiyle sürdürüyor.

Bu çerçevede, Türk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın işbirliğiyle başlatılan 'Plastik



Mükemmeliyet Merkezi' projesi ile yüksek teknoloji gerektiren ürünlerin üretilmesi hedefleniyor. Böylece ilk aşamada kilogramı 2.65 dolar olan birim ihracat fiyatının 4 dolara çıkarılması amaçlanıyor.

Öte yandan, küresel ve yapısal sorunlara rağmen, 2016'yı olumlu yönde tamamlayan Türkiye plastik sektörünün, bu yıl yüzde 5.5 ila yüzde 7.4 bandında büyüme potansiyeli bulunuyor. Ancak, küresel ekonomi ve Türkiye'nin ihracat pazarlarındaki olumsuz gelişmelerin devam etmesi halinde büyümenin yüzde 4'le sınırlı kalması bekleniyor.

### Limanlarda tartım masrafı

Türkiye plastik endüstrisinin gelişimine dikkat çeken sektör uzmanları, Türkiye'nin özellikle mega petrokimya yatırımlarına ihtiyacı olduğunu vurguluyor. Kanaat önderleri, bu noktada yeni bir model oluşturarak, yüksek potansiyelli ülkelere imkan sunulup, yatırımların Türkiye'ye çekilmesi gerektiğinin altını çiziyor. Ayrıca büyük firmalara pazar tavizleri verilmesini ve yatırım yapmaları noktasında ısrarcı olunması gerektiğini savunan yetkililer, sivil toplum, kamu kurum ve kuruluşları ile sektörün,



plastikle ilgili sorunlarda işbirliği içinde bulunmasını talep ediyor.

Özellikle başlıca iki sorun için işbirliği yapmak isteyen yetkililer, ilk aşamada bütün ihracatçıların limanlarda yaşadığı ihracat konteynerlerinin tartım masrafı ile ilgili sorunların giderilmesini bekliyor. Yetkililer, ikinci aşamada ise hammadde konusunda yerli petrokimya ürünlerinin payını artırabilmek için destek bekliyor.

Öte yandan, yıllar itibarıyla sektördeki aralıksız büyümeye ve özellikle plastik ürünlerin birçok malzemeye karşı alter-

natif kullanımına dikkat çeken kanaat önderleri, Türkiye'nin küresel ölçekte altıncı, Avrupa'da ise Almanya'dan sonra ikinci büyük üretici olduğuna işaret etti.

PAGEV'den edinilen bilgiye göre, bugün itibarıyla 250 bin kişiyi istihdam eden ve ekonomiye katkısı 15 milyar doları bulan sektörün, dolaylı ve dolaysız ihracatı ise 12 milyar dolar seviyesini yakaladı. Buna karşın, hammadde ve makinede ise henüz azaltılamayan bir ithalat bağımlılığı söz konusu. Hammadde ve makinenin sadece yüzde 15'inin üretildiği ve kalan yüzde

85'lik diliminin ithal edildiği sektörde, bu döngünün orta vadede kırılması gerektiği vurgulanıyor.

### Üretim ve yatırım maliyetleri azaltılmalı

Bu noktada, söz konusu döngüyü kıracak çözüm önerileri geliştiren sektör oyuncuları, yerli üreticinin hammadde ithalatına vergiler konulması yerine, üretim ve yatırım maliyetlerini azaltacak teşvikler uygulanarak korunmasından yana olduklarını söylüyor. Öte yandan, firmaların riskleri ortadan kaldırabilmesi için de çözüm önerileri geliştiren uzmanlar, ihracat artışını gerekli görüyor. Pazar çeşitliliği öneminin de vurgulandığı sektörde, ancak alternatif pazarlarla risklerin azaltılabileceği mümkün görülüyor.

2016'da kayda değer seviyede bir performans sergileyen plastik sektörü, bir önceki yıla göre, miktarda yüzde 3.5'lik artışla 8.9 milyon tonluk üretim yaptı. PAGEV'in verilerinde yer alan söz konusu üretim rakamlarına göre yine aynı dönemde, değerinde yüzde 3 artışla 33.8 milyar dolarlık plastik mamul üretildi. 8.9 milyon tonluk plastik üretiminin 7.9 milyon tonu iç pazara yönelik gerçekleşirken, bunun da yaklaşık 4 milyon tonu otomotiv, ambalaj, inşaat ve elektronik gibi ihracatçı sektörler kanalıyla dış pazarlara satıldı. Kalan 3.9 milyon tonluk kısım iç pazarda doğrudan tüketicilere ulaştı. 2016'da yaptığı üretimle kapasitesinin yüzde 72'lik kısmını kullanan sektör, söz konusu üretim miktarıyla Avrupa'da ikinci, küresel ölçekte altıncı sırada yer aldı. Aynı dönemde, plastik mamul ihracatında miktarda 1.55 milyon ton, değerinde ise 4.10 milyar dolar seviyesini gören Türkiye plastik sektörünün en çok ihracat yaptığı ülkeler ise; Irak, Almanya, İngiltere, Fransa ve İsrail oldu.

### Avrupa ve ABD'li firmalar kauçuğu Türkiye'den alıyor

Türkiye, plastik üretimiyle küresel ölçekteki yerinin yanı sıra kauçuk üretimiyle de globalde ön sıralarda yer alıyor. Küresel kauçuk üretiminde ilk 10 içinde yer alan Türkiye, Avrupa'daki birçok otomotiv firmalarının conta ve profillerinin de üretimlerini yapıyor. Öte yandan, beyaz eşya sektöründe de Türkiyeli üreticiler, Avrupa ve ABD firmalarına kauçuk ak-

**PLASTİK MAMUL SEKTÖRÜNDE ARZ VE TALEP DENGESİ (SON 10 YIL)**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Üretim (1000 Ton)	5.75	5.54	5.555	6.543	7.104	7.582	8.318	8.303	8.568	8.867
İthalat (1000 Ton)	379	386	343	419	483	492	535	575	585	589
İhracat (1000 Ton)	826	940	923	1.072	1.158	1.368	1.51	1.601	1.575	1.551
Yurtiçi Tüketim (1000 Ton)	5.303	4.985	4.976	5.889	6.428	6.705	7.344	7.277	7.577	7.905
Dış Ticaret Fazlası (1000 Ton)	447	554	579	653	675	877	974	1.026	991	961
İhracat / Üretim (%)	14	17	17	16	16	18	18	19	18	17
İthalat / Yurtiçi Tüketim (%)	7	8	7	7	8	7	7	8	8	7
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Üretim (Milyar \$)	22,2	23,5	22,1	25,4	30,1	31,1	35,2	35,2	32,8	33,8
İthalat (Milyar \$)	1,9	2,1	1,8	2,1	2,6	2,6	2,9	3,1	2,9	2,9
İhracat (Milyar \$)	2,3	2,9	2,6	3,0	3,5	4,0	4,6	5,0	4,3	4,1
Yurtiçi Tüketim (Milyar \$)	21,7	22,6	21,3	24,5	29,3	29,6	33,5	33,3	31,4	32,6
Dış Ticaret Fazlası (Milyar \$)	0,5	0,9	0,8	0,9	0,8	1,5	1,7	1,9	1,5	1,2
İhracat / Üretim (%)	11	13	12	12	12	13	13	14	13	12
İthalat / Yurtiçi Tüketim (%)	9	9	8	8	9	9	9	9	9	9
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hammadde İthalatı (Ton)	4.012	3.861	3.856	4.669	5.218	5.603	6.056	6.043	6.269	6.523
Hammadde İthalatı (Milyon \$)	6.833	7.321	5.3	7.622	9.932	9.929	10.979	11.064	9.396	8.7
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Plastik Mamul Birim İhraç Fiyatı (\$ / Kg)	2,82	3,14	2,79	2,81	3,01	2,95	3,04	3,11	2,75	2,65
Plastik Mamul Birim İthal Fiyatı (\$ / Kg)	4,89	5,35	5,18	4,96	5,48	5,24	5,42	5,36	4,91	4,97
Plastik Mamullerde KG Başına Yaratılan Katma Değer (\$ / Kg)	1,12	1,24	1,41	1,18	1,10	1,18	1,22	1,28	1,25	1,32

sam üretiyor. Bu noktada, birçok Avrupalı firma üretimlerini Türkiye'ye kaydırıyor. Uzmanlar, yabancı firmaların ya ortaklık kurarak ya da firma satın alarak Türkiye'de üretim yaptırıp bunu kendi ülkelerinde ve küresel ölçekte pazarladığını bildiriyor. Dolayısıyla yetkililer, bu durumun kauçuk sektörünün potansiyelini etkilediğine dikkat çekiyor.

Kauçuk Derneği'nden edinilen bilgiye göre ise bu yılın ocak-nisan döneminde kauçuk ihracatı 2016'ya göre 3.2 artarak, 398 milyon dolar seviyesine ulaştı. Sektörün ihracat rakamları; otomobil, beyaz eşya ve diğer sektörlerin ihracatından arındırıldığında ise 2016'da 2.2 milyar dolarlık ihracat yapıldığı görüldü. Sektörün yıllar itibarıyla ihracattaki gelişimi incelendiğinde ihracatın 46 yılda 1.5 milyon

dolardan, şu anki seviyesine ulaştığına dikkat çekiliyor.

Türkiye'de üretilen otomotiv ve beyaz eşya ürünlerindeki kauçuk aksam ihracatının bu rakama dahil edilmediğinin altını çizen sektör temsilcileri, söz konusu sektörlerin de dahil edilmesi halinde ihracatta yaklaşık 4.5 milyar dolar seviyesinin görüleceğini vurguluyor. Ayrıca, son yıllarda Türkiye'nin ihraç ürünleri arasında 35'inci sıradan 13'üncü sıraya kadar yükseldiği bilgisini veren uzmanlar, bugün itibarıyla yaklaşık 2 bin işletmesi ve 120 bin istihdamı bulunan Türkiye kauçuk sektörünün, Avrupa'da ikinci sırada yer aldığını bildiriyor.

**Otomobil ihracatındaki artış**

Otomotiv, kimya ve beyaz eşya sek-

törlerine parça ve aksam üretimi yapan kauçuk sektörü, 2016'da küresel ölçekteki dalgalanmalara rağmen söz konusu sektörlerdeki ihracat artışıyla birlikte kendisini koruyabildi. Öyle ki 2016'da ihracatını yüzde 13 artıran otomotiv sektörünün, bu artışla otomobilin yüzde 6'sını oluşturan kauçuk ihracatına da katkı sağladığı dile getirildi. Öte yandan, araç lastiği ve diğer lastik aksam üretiminin, hem 80 milyonluk Türkiye'ye, hem de yurtdışına pazarlandığı bilgisini veren sektör oyuncuları, başta Avrupa otomotiv sanayii, Balkan ve Afrika ülkelerine kauçuk aksam satıldığını bildirdi. Bu çerçevede, Afrika, Asya ve Güney Amerika pazarlarına da açılmayı düşünen yetkililer, Çin ve Hindistan piyasasının ise Türkiye'nin başlıca rakipleri olduğunu vurguluyor.

# “ENERJİ MALİYETLERİ ÇOK YÜKSEK İTHALATA DA BAĞIMLILIK VAR”



**Yavuz EROĞLU**  
PAGEV Yönetim Kurulu Başkanı

Sektörün en önemli sorunlarının başında yüksek enerji maliyetleri ve ithalata bağımlılık geliyor. Bu durum sektörün uluslararası rekabet gücünü kaybetmesine sebep oluyor. Bu noktada Türkiye plastik sektörünün hammaddede yüzde 85 ithalata bağımlı olması üretimde daha da büyümesinin başlıca engeli.

**T**ürk Plastik Sanayicileri Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) Yönetim Kurulu Başkanı Yavuz Eroğlu, bu yıl politik ve ekonomik riskleri azaltmak için ihracatta alternatif bölgelere yöneleceklerini açıkladı. İhraç pazarlarındaki sorunları, jeopolitik gelişmeleri ve finansal piyasalardaki değişkenlikleri de risk unsuru olarak değerlendiren Eroğlu, 2016'da olduğu gibi bu yıl da AB ülkelerine ihracat yapmayı sürdüreceğini söyledi. Eroğlu, sa-

vajın ve iç karışıklıkların sona ermesi halinde ise Libya, Mısır ve Suriye pazarlarına yöneleceklerinin altını çizdi.

Plastiklerin, gıdadan sağlığa, inşaattan otomotive, kozmetikten tekstile kadar birçok sektörün ana girdi malzemesini oluşturduğunu dile getiren Yavuz Eroğlu, küresel ekonomik büyümeyi aşağı çeken faktörlere rağmen bu yıl, plastik üretiminde yüzde 3 ila 4 bandında artış belediklerini söyledi. Özellikle sıcak para çıkışı ve enflasyondaki yükseliş sebebiyle ekonomik büyümenin beklentilerin altında kalacağını öngören Eroğlu, “Bu yıl küresel ekonomiyi etkileyecek üç ana faktör; FED’in faiz artırımı kararları, Çin ekonomisinin seyri ve istikrarsız seyreden emtia fiyatları olacak. Ancak tüm bu sorunlara rağmen sektörün bu yıl üretim, ihracat ve tüketimini artıracığını bekliyoruz” dedi.

## “İç pazarda olumlu gelişmeler yaşanıyor”

Şubat ayı sonu itibarıyla plastik mamul sektöründe miktarda 1.5 milyon ton ve değerinde 5.7 milyar dolarlık üretim yaptıkları bilgisini veren Yavuz Eroğlu, söz konusu dönemde ihracatta ise miktarda 241 bin ton, değerinde 619 milyon dolar seviyesini gördüklerini söyledi. Yine bu süreçte, iç pazar tüketiminde de olumlu gelişmelerin yaşandığına dikkat çeken Eroğlu, “Bu yılın ilk iki ayında iç pazar tüketimimiz miktarda 1.4 milyon ton, değerinde ise 5.5 milyar dolara ulaştı. Aynı dönemde, miktarda 152 bin ton, değerinde 181 milyon dolar dış ticaret fazlası veren sektörün makine ve teçhizat yatırımı da 126 milyon doları buldu. Ayrıca bu dönemde ithalat miktarda 90 bin ton, değerinde 438 milyon dolar oldu” diye konuştu.

Plastik sektörünün yılın ilk dönemlerinde gösterdiği performansını sürdürmesi halinde, bu yılın büyümeyle kapatılacağını öngören Yavuz Eroğlu, yıl sonunda üretimin miktarda 9.2 milyon tona, değerinde ise 34.2 milyar dolara ulaşmasını belediklerini söyledi. Yine yıl sonunda ihracatta da artış belediklerine dikkat çeken Eroğlu, miktarda 1.4 milyon ton, değerinde 3.7 milyar dolarlık ihracat hedeflediklerinin altını çizdi. Eroğlu, sene sonunda

iç pazar talebinin ise 8.3 milyon ton olarak gerçekleşeceğine yönelik tahminde bulundu.

## “2016'da 8.9 milyon tonluk üretim yaptık”

Yavuz Eroğlu, sektörün 2016'da bir önceki yıla göre, miktarda yüzde 3.5'lik artışla 8.9 milyon tonluk üretim yaptığı bilgisini verdi. Yine aynı dönemde, değerinde yüzde 3 artışla 33.8 milyar dolarlık plastik mamul üretildiğini hatırlatan Eroğlu, şöyle devam etti: “8.9 milyon tonluk plastik üretiminin 7.9 milyon tonu iç pazara yönelik gerçekleşirken, bunun da yaklaşık 4 milyon tonu otomotiv, ambalaj, inşaat ve elektronik gibi ihracatçı sektörler kanalıyla dış pazarlara satıldı. Kalan 3.9 milyon tonluk kısım iç pazarda doğrudan tüketicilere ulaştı. 2016'da yaptığı üretimle kapasitesinin yüzde 72'lik kısmını kullanan sektör, söz konusu üretim miktarıyla Avrupa'da ikinci, küresel ölçekte altıncı sırada yer aldı. Aynı dönemde, plastik mamul ihracatında miktarda 1.55 milyon ton, değerinde ise 4.10 milyar dolar seviyesini gören Türkiye plastik sektörünün en çok ihracat yaptığı ülkeler ise; Irak, Almanya, İngiltere, Fransa ve İsrail oldu.”

## Sektörün en önemli sorunları neler?

Plastik sektörünün sorunlarından da bahseden Yavuz Eroğlu, sektörde başlıca sorunu yüksek enerji maliyetleri ve ithalata bağımlılığın oluşturduğuna dikkat çekti. Bu noktada, Türkiye'deki enerji maliyetlerindeki yüksekliğin ihracat potansiyelini olumsuz yönde etkilediğine vurgu yapan Eroğlu, şunları kaydetti: “Bu durum, sektörün uluslararası rekabet gücünü kaybetmesine sebep oluyor.

Öte yandan, Türkiye plastik sektörünün hammaddede yüzde 85 ithalata bağımlı olması ise üretimde daha da büyümesinin başlıca engeli. İhtiyacı olan makine ekipmanını yüzde 80 ithal, yüzde 20'sini ise yerli sanayiden karşılayabilen sektör, makineleri ağırlıklı olarak AB'den, düşük katma değerli makineleri ise çoğunlukla Çin'den ithal ediyor. Bu anlamda, özellikle yerli makine üreticilerimize Ar-Ge teşviki dışında özel teşvikler bekliyoruz.”

# “SEKTÖR YERLİ HAMMADDE TEDARİĞİNDE YETERSİZ KALİYOR”



**Reha GÜR**  
Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER) Başkanı

**Bu yılın ilk çeyreğinde üretim ve satışlarda tekrar stabilite sağlandığını gözlemliyoruz. İhracat tarafında ise yüzde 10'lara yaklaşan bir artış söz konusu. Sektör yerli hammadde tedarikinde yetersiz kalıyor. Mevcut durumda sektör hammaddede yüzde 85 ithalata bağımlı.**

**K**üresel ticaretteki yavaşlama ve bölgesel sorunların etkisiyle son yıllarda plastik sektöründe daha küçük oranlarda büyümenin söz konusu olduğunu açıklayan Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER) Başkanı Reha Gür, sektörün yerli hammadde tedarikinde yetersiz kaldığını kaydetti. Mevcut durumda sektörün, hammaddede yüzde 85 ithalata bağımlı kaldığına dikkat çeken Gür, ithalat bağımlılığını azaltmak

için uzun vadede yeni petrokimya yatırımlarına ihtiyaç duyduklarını dile getirdi. Gür, “Söz konusu yatırım gerçekleşene kadar alternatif çözüm yolları gerekiyor. Bunun için de AB harici hammadde ithalatındaki vergi uygulamasının kaldırılması hammadde tedarikini bir nebze kolaylaştırabilir” dedi.

Türkiye plastik sektörü olarak hammaddede dışa bağımlılığı azaltmak için çalıştıklarını anlatan Reha Gür, son yıllarda hammaddede ithalatındaki fiyat artışına dikkat çekti.

Yakın dönemde, ikincil kullanım plastik hammaddenin Türkiye’ye girişine getirilen yasaktan bahseden Gür, küresel ölçekte geri dönüşümün teşvik edilmesine rağmen, Türkiye’de uygun maliyetli hammadde temininin engellendiğini vurguladı. Öte yandan, 2016 yılında küresel ticaretteki yavaşlama ve bölgesel sorunların ihracatı da yavaşlattığının altını çizen Gür, bu doğrultuda miktarda yüzde 1.6, dolarda ise yüzde 5.3'lük bir gerilemenin söz konusu olduğuna işaret etti.

## “İran ve Kuzey Afrika pazarları devreye girdi”

Buna karşılık, 2016’da İran ve Kuzey Afrika gibi pazarların devreye girmesiyle Türkiye plastik işleme makineleri ve aksesuarları sektörünün ise hareketlendiğini dikkat çeken Gür, “Bu alandaki, yüzde 11.2’lik ihracat artış ile canlanma meydana geldi” diye konuştu.

Sektörün bölgesel ihracat ağı hakkında bilgi veren Reha Gür, plastik mamul ihracatının yaklaşık yüzde 45’ini AB ülkelerine yaptıklarını dile getirdi. Diğer yandan, Rusya ile ilişkilerin toparlanmasıyla birlikte bu bölgeye de ihracatın hareketlendiğine dikkat çeken Gür, “Genel anlamda, bu yılın ilk çeyreğinde üretim ve satışlarda tekrar stabilite sağlandığını gözlemliyoruz. İhracat tarafında ise yüzde 10'lara yaklaşan bir artış söz konusu” değerlendirmesini yaptı.

Ayrıca, 2016’nın Aralık ortasından, bu yılın ilk çeyreğine kadar hammaddede fiyatlarında yaşanan artışa vurgu yapan Reha Gür, Çin’deki görece gerilemenin etkisiyle bir süredir yükseliş görmeyen hammadde fiyatlarının ivme kazandığı tespitini yaptı.

Gür, aynı zamanda talep artışı beklentileri, Ortadoğu tedarikçilerinin kota artırımında tutucu davranması ve monomer maliyetlerindeki artışın da hammadde fiyatlarını yükselttiğinin altını çizdi.

## “Döviz kuru dalgalanmaları plastik sektörünü etkiledi”

Diğer bir yandan, yatırım tarafında döviz kuru dalgalanmaları ve yüksek finansman maliyetlerinin zayıflatıcı etki yaptığını söyleyen Reha Gür, son dönemde Kredi Garanti Fonu, Eximbank, KOSGEB ve fuar destekleriyle sektörde hareketlenme meydana geldiğini ilettili. Bu bağlamda yıl sonu itibarıyla sektörde yüzde 4 seviyelerinde bir büyüme öngören Gür, şöyle devam etti: “Bu yıl, yatırımların sürdürülebilirliği için Ekonomi Bakanlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi işbirliği ile tanıtım faaliyetleri, yatırım ortamının iyileştirilmesi çalışmaları ve kredibilite yaratmaya odaklı faaliyetlerin devletin de desteği ile artırılması bekleniyor. Ayrıca, sektörde salt fiyat rekabetine dayalı yapılanmanın kırılması gerekiyor. Bu noktada, Ar-Ge’sini yapan, yeni ürün geliştirebilen markalar oluşturabilmeliyiz. Burada devletin inovasyon ve markalaşmayı teşvik edecek masaüstü destek mekanizmaları değil, bizzat uygulamaya incek, somut getirileri olacak programları devreye alması gerek.”

## ABD’nin önlemleri

ABD’nin kısa vadede, iç ekonomiyi canlandırarak, diğer ülkelere kayan üretimi geri getirecek ve ABD ithalatını azaltacak önlemler alabileceğini ileri süren Reha Gür, söz konusu girişimin Türkiye ihracatına olmasa da dünya pazarına dolaylı etkilerinin bulunacağına dikkat çekti. Gür, “ABD’nin plastik mamul ithalatının yaklaşık yüzde 40’ını yaptığı Çin’in ise gelecek dönemde bu beklentilerin gerçekleşmesi halinde, diğer pazarlarda daha agresif bir tutumda bulunacağını öngörüyoruz. Dolayısıyla İran, Hindistan, Ortadoğu ve Afrika gibi pazarlara yönelik tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilerek bu pazarlarda daha güçlü bir konum elde etmenin gerektiğini düşünüyorum” dedi.

# “İHRACATIMIZ, AFRIKA VE ASYA PAZARLARINA KAYMALI”



**Nurhan KAYA**  
Kauçuk Derneği Yönetim Kurulu Başkanı

**Avrupa bazı ürünleri fason olarak bize yaptırıp dünyaya pazarlıyor. Bu noktada Avrupa odaklı ihracatımızın orta vadede Afrika, Asya ve Güney Amerika pazarlarına kayması gerektiğini düşünüyorum.**

**G**lobalde son yıllarda ekonomik ve siyasi anlamda sorunların yaşandığını kaydeden Kauçuk Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Nurhan Kaya, küreseldeki bu iniş-çıkışlı tabloya rağmen, bu yıl başta otomotiv sektörü olmak üzere kimya ve diğer sektörlerin ihracat rakamlarındaki artışa dikkat çekti. Buna karşın, kauçuk sektöründe ise bu yılın ilk çeyreğinde durgunluğun hakim olduğunu söyleyen Kaya, piyasada kayda değer seviyede likidite sorununun yaşandığını dile getirdi. Durgunluğa çözüm olarak ise KOBİ'lere verilen kredi desteğinin piyasaları hareketlendirdiğine işaret eden Kaya, “Bu dönemde, otomotiv, beyaz eşya ve kimya sektörleri gibi ana sektörlerde

görülen ihracat artışı da durağanlık gösteren kauçuk sektörünü besledi” dedi.

## “Destekler piyasayı hareketlendirdi”

KOSGEB'in ve devletin bu yıl ‘Sıfır Faizli İşletme Kredisiz Faiz Desteği’ ödemeleri kapsamında 461 bin 167 KOBİ'yi desteklediğini anlatan Nurhan Kaya, diğer yandan beyaz eşya ve mobilyada uygulanan ÖTV indiriminin de mart ayı itibarıyla piyasaları hareketlendirdiğine işaret etti.

Özellikle ana sektörlerdeki ihracat potansiyelinin, yılın ikinci yarısında alt sektörlerden olan kauçuğu da canlandıracağını öngören Kaya, “Ocak-Nisan döneminde 2016'ya göre yaklaşık yüzde 10.5 artış gösteren Türkiye ihracatının yanı sıra kimya sektöründeki ihracatın da aynı periyotlarda yüzde 17.3'lük artış göstererek, 5.3 milyon dolar seviyesini görmesi kauçuk sektörünü destekledi. Yine otomotiv sektöründe ihracatın 2016'ya oranla ilk dört ayda yüzde 22.7'lik bir artış göstererek, 9.3 milyon dolar olarak gerçekleşmesi de sektöre olumlu yansıdı” değerlendirmesini yaptı.

## “Avrupa'da da ikinci sıradayız”

Sektör ihracatına yönelik de değerlendirmede bulunan Nurhan Kaya, bu yılın ocak-nisan döneminde ihracatın 2016'ya göre 3.2 arttığına ve 398 milyon dolarlık ihracat yaptıkları bilgisini verdi. Kaya, “Otomobil, beyaz eşya ve diğer sektörlerden arındırılarak, 2016'da 2.2 milyar doların üzerine çıkan doğrudan ihracatımızın bu yıl söz konusu sektörlerle paralel olarak artacağını tahmin ediyoruz” diye konuştu.

Sektörün ihracattaki gelişimini yıllar itibarıyla da anlatan Nurhan Kaya, ihracatın 46 yılda 1.5 milyon dolardan, 2.2 milyar dolar seviyesine ulaştığına dikkat çekti. Türkiye'de üretilen otomotiv ve beyaz eşya ürünlerindeki kauçuk aksam ihracatının ise bu rakama dahil edilmediğinin altını çizen Kaya, “Söz konusu sektörleri de dahil ettiğimizde ihracatta yaklaşık 4.5 milyar dolar seviyesini gören sektör, son yıllarda Türkiye'nin ihraç ürünleri arasında 35'inci sıradan 13'üncü sıraya kadar yükseldi. Ayrıca, bugün itibarıyla yaklaşık 2 bin işletmesi

ve 120 bin istihdamı bulunan Türkiye kauçuk sektörü, dünyada 10'uncu Avrupa'da da ikinci sırada yer aldı” açıklamasını yaptı.

## “Hammadde olarak yüzde 99 dışa bağımlıyız”

Türkiye'nin, 18 milyar dolar ile başlıca ihracat yapan üçüncü sektörünün kimya olduğunu vurgulayan Nurhan Kaya, kimyanın önemli bir bileşeni olan kauçuk sektörünün ise ihracatıyla üçüncü sırada yer aldığını ifade etti. Buna karşın, hammadde olarak ise yüzde 99 dışa bağımlı kaldığını bilgisini veren Kaya, buna rağmen doğrudan ihracatın ithalatı yüzde 92'nin üzerinde bir seviyede karşıladığına dikkat çekti.

Öte yandan, TÜİK rakamlarına göre 200 ülkeye kauçuk aksam ihracatı yaptıklarını anlatan Nurhan Kaya, başlıca ihracatın; Almanya, İtalya, ABD, İspanya, Fransa, İngiltere, Polonya, Hollanda, Bulgaristan ve Mısır'a yapıldığını dile getirdi. Dolayısıyla ihracatın kayda değer kısmının Avrupa'ya yönelik yapıldığını vurgulayan Kaya, şöyle devam etti: “Avrupa bazı ürünleri fason olarak bize yaptırıp dünyaya pazarlıyor. Bu noktada, Avrupa odaklı ihracatımızın orta vadede; Afrika, Asya, Güney Amerika pazarlarına kayması gerektiğini düşünüyorum. Öte yandan, son kullanımının bulunması, yurtdışı pazar payının artırılması, pazar potansiyeli büyük ülkelerde ortak ofis merkezleri, depolar tutulması konusunda devletin son yıllarda güzel teşvikleri var. Ayrıca, otomotiv dışında katma değeri yüksek kauçuk aksam olarak savunma sanayi ve başta titreşim mesnetleri olmak üzere inşaat sektörü var. Bu alanlarda da çalışmalar yapılarak, kaliteli ürünler üretilse de akredite merkezlerde test sorunları gelişimimizi aksatıyor.”

Türkiye'de Ar-Ge'nin henüz istenilen seviyeyi yakalayamadığını değerlendiren Nurhan Kaya, özellikle bu konudaki harcamaların yetersiz kaldığının altını çizdi. Kauçuk ve plastikte yapılan harcamaları yıllar itibarıyla anlatan Kaya, “Ar-Ge harcamaları 2013'te 100 milyon, 2014'te 98 milyon, 2015'te ise 82 milyon TL seviyesinde kaldı. Dolayısıyla sektörün yaptığı Ar-Ge harcaması artması gerekirken, sürekli azaldı” şeklinde konuştu.