



**İSTANBUL
SANAYİ ODASI**

**Küresel Rekabette
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Projesi**

Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi



İSTANBUL
SANAYİ ODASI

Küresel Rekabette
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Projesi

Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi

ISBN: 978-605-137-444-4 (Basılı)
ISBN: 978-605-137-445-1 (Elektronik)
İSO Yayın No: 2015/5
Sertifika No: 19176
Baskı: 1.000 Adet

Şubat 2015
İstanbul

İstanbul Sanayi Odası
Ekonomik Araştırmalar Şubesi
Meşrutiyet Caddesi No:62
Tepebaşı 34430 İstanbul
Tel:(212) 252 29 00 (pbx)
Faks:(212) 245 32 82
www.iso.org.tr

Grafik Tasarım ve Uygulama:
MediaBird
Cihangir Mahallesi, Güvercin Caddesi
No: 13 Haramidere 34310 İstanbul
Tel: (0212) 422 22 99
www.mediabird.com.tr

Basım Yeri:
Tor Ofset San. ve Tic. Ltd. Şti.
Hadımköy Yolu, Akçaburgaz Mahallesi,
4.Bölge, 9. Cadde 116. Sokak No:2
Esenyurt / İstanbul
Tel: (212) 886 34 74

Tüm hakları İstanbul Sanayi Odası'na aittir.
Bu yayındaki bilgiler ancak kaynak gösterilmek suretiyle kullanılabilir.

RAPORUN HAZIRLANMASINDA KATKIDA BULUNAN MESLEK KOMİTELERİ VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

16. Grup Basım, Yayın, Kağıt ve Kağıt Ambalaj Sanayii Meslek Komitesi

Ramazan GÜVEN

Meslek Komitesi Başkanı
Ege Reklam Basım Sanatları San. ve Tic. Ltd. Şti.

Erdem TOP

Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
Dünya Süper Veb Ofset A.Ş.

F. Ülkü BÜYÜKGÖNENÇ

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)
Ekol Ofset Matbaacılık Tesisleri Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.

M. Nuri GÖRENOĞLU

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)
Mizan Oluklu Mukavva ve Ambalaj San. Tic. A.Ş.

Fatma SARAL KAYA

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)
Halkalı Kağıt Karton San. ve Tic. A.Ş.

Süleyman ERTEM

Meslek Komitesi Üyesi
Tem Ofset Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.

Sabri Tolga ÜRKMEZGİL

Meslek Komitesi Üyesi
Promat Basım-Yayın San. ve Tic. A.Ş.

Sivil Toplum Kuruluşları

Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD)
Atık Kağıt ve Geri Dönüşümcüler Denerği (AGED)
Basım Sanayii Eğitim Vakfı (BASEV)
İstanbul Oluklu Mukavva Üreticileri Derneği (İSOM)
Karton Ambalaj Sanayicileri Derneği (KASAD)
Oluklu Mukavva Sanayicileri Derneği (OMÜD)
Selüloz ve Kağıt Sanayii Vakfı (SKSV)

Akademisyenler

Öğr. Gör. Orhan SEVİNDİK

Arel Üniversitesi
Basım ve Yayım Teknolojileri Programı
Program Sorumlusu

Proje Koordinatörü

İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreterliği

Proje Grubu

Dr. Can Fuat GÜRLESEL

Proje Danışmanı

Dr. Nesrin AKÇAY ERİÇOK

İSO Ekonomik Araştırmalar Şubesi Müdürü

İlhan UZ

İSO Ekonomik Araştırmalar Şubesi Uzman Yardımcısı

GRAFİKLER VE TABLOLAR LİSTESİ	IX
SUNUŞ	XIII
YÖNETİCİ ÖZETİ	XV
EXECUTIVE SUMMARY	XXVII
1. BÖLÜM: KAĞIT VE KAĞIT ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ	1
1.1. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Tanımı ve Kapsamı	1
1.1.1. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi	1
1.1.2. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Kapsamı	2
1.2. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri	3
1.2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji	3
1.2.2. Temel Göstergeler	4
1.2.2.1. Girişim Sayısı	5
1.2.2.2. Üretim Değeri	5
1.2.2.3. Yaratılan Katma Değer	6
1.2.2.4. Yatırımlar	6
1.2.2.5. İstihdam	7
1.2.2.6. Alt Sektörler İtibariyle Paylar	7
1.2.3. Genel İmalat Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler	8
1.2.4. Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları	8
1.2.5. İstihdam	10
1.2.6. İşgücü Verimliliği	10
1.2.7. Dış Ticaret	11
1.2.7.1. İhracat ve İthalat	11
1.2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat	12
1.2.7.3. İhracat Miktar ve Birim Değer Gelişmeleri	13
1.2.7.4. İhracat Pazarları	14
1.2.8. Net Döviz Kazancı	16
1.2.9. Ar-Ge ve Teknoloji Faaliyetleri	16
1.2.10. Türkiye'de Kağıt Sektörünün Gelişimi, Üretim, Tüketim ve İç Pazar Büyüklükleri	18
1.2.10.1. Türkiye'de Kağıt Sektörünün Gelişimi	18
1.2.10.2. Üretim, Tüketim ve Pazar Büyüklüğü	18
1.2.10.2.1. Türkiye'de Kağıt Üretim Kapasitesi	19
1.2.10.2.2. Türkiye'de Kağıt Üretimi	19
1.2.10.2.3. Türkiye'de Kağıt Tüketimi	19
1.2.10.2.4. Türkiye'de Kağıt Dış Ticareti	20

1.2.10.3. Türk Kağıt Sektöründe Alt Ürün Grupları	21
1.2.10.3.1. Oluklu Mukavva Sanayi	21
1.2.10.3.2. Temizlik Kağıtları Sanayi	21
1.2.10.3.3. Kağıt ve Karton Ambalaj Sanayi	22
1.3. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi ve Türkiye'nin Konumu	23
1.3.1. Dünya Kağıt Üretim Kapasitesi, Üretim ve Üretici Ülkeler	23
1.3.2. Dünya Kağıt Tüketimi	25
1.3.3. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti	27
1.3.3.1. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı	27
1.3.3.2. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatçı ve İthalatçı Ülkeleri	28
1.3.3.2.1. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatçıları	28
1.3.3.2.2. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İthalat Pazarları ve Tedarikçileri	29
1.3.4. Türkiye'nin Konumu	31
1.4. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Gelişmeler	32
1.4.1. Temel Rekabet Unsurları	32
1.4.2. Temel Rekabet Unsurlarına İlişkin Karşılaştırma ve Değerlendirmeler	33
1.4.2.1. Hammadde ve Girdi Tedariki	33
1.4.2.2. Üretim	34
1.4.2.2.1. Enerji Maliyetleri	34
1.4.2.2.2. Ölçek Ekonomisi	34
1.4.2.2.3. Üretimde Entegrasyon	34
1.4.2.2.4. Üretim Teknolojisi	34
1.4.2.2.5. Üretim Maliyetleri	35
1.4.2.3. Teknoloji Faaliyetleri, Ürün Geliştirme ve Kalite	35
1.4.2.4. Pazarlama ve Satış	35
1.4.2.5. Finansal Göstergeler	35
1.4.2.6. Piyasa ve Sektör Koşulları	35
1.5. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler	36
1.5.1. Güçlü Yönler	36
1.5.2. Zayıf Yönler	36
1.5.3. Fırsatlar	37
1.5.4. Tehditler	37
1.6. Sektör Stratejileri ve Politikalar	38
1.6.1. Stratejik Hedefler	38
1.6.2. Politikalar ve Uygulama Hedefleri	38

2. BÖLÜM: BASIM SANAYİ	41
2.1. Basım Sanayinin Tanımı ve Kapsamı	41
2.1.1. Basım Sanayi	41
2.1.2. Basım Sanayinin Kapsamı	41
2.2. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri	43
2.2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji	43
2.2.2. Temel Göstergeler	44
2.2.2.1. Girişim Sayısı	44
2.2.2.2. Üretim Değeri	45
2.2.2.3. Yaratılan Katma Değer	45
2.2.2.4. Yatırımlar	46
2.2.2.5. İstihdam	46
2.2.2.6. Alt Sektörler İtibariyle Paylar	47
2.2.3. Genel İmalat Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler	47
2.2.4. Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları	48
2.2.5. İstihdam	49
2.2.6. İşgücü Verimliliği	50
2.2.7. Dış Ticaret	51
2.2.7.1. İhracat ve İthalat	51
2.2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat	52
2.2.7.3. Basım Sanayi İhracat Pazarları	53
2.2.8. Net Döviz Kazancı	54
2.2.9. Ar-Ge ve Teknoloji Faaliyetleri	55
2.2.10. Üretim, Tüketim ve İç Pazar Büyüklükleri	55
2.2.10.1. Türk Basım Sanayinin Gelişimi	55
2.2.10.2. Türk Basım Sanayiinde Pazar Büyüklüğü	56
2.2.10.3. Basım Sanayinde Alt Pazarlar ve İşler	58
2.2.10.3.1. Gazete, Kitap ve Dergi Basımı	58
2.2.10.3.2. Ambalaj Baskıları	59
2.2.10.3.3. Diğer Basılı ve Baskılı Ürünler	59
2.2.10.3.4. Reklam ve Yaratıcı Sektör Basılı Ürünleri	60
2.2.10.4. Basım Sanayi Makine Yatırımları ve Mürekkep Kullanımı	60
2.2.10.5. Basım Sanayinde Genel Eğilimler	61
2.2.10.5.1. Üretim Eğilimleri	61
2.2.10.5.1.1. Hammaddeler	61
2.2.10.5.1.2. Kapasite Kullanımı	61
2.2.10.5.1.3. Kullanılan Teknoloji	61

2.2.10.5.2. İşletmelerin Gelişim Eğilimleri	62
2.2.10.5.2.1. Rekabet Koşulları	62
2.2.10.5.2.2. İşgücü İstihdamı	62
2.2.10.5.3. Yatırım Eğilimleri	62
2.2.10.5.3.1. Baskı Öncesi Yatırımlar	62
2.2.10.5.3.2. Baskı Yatırımları	62
2.2.10.5.3.3. Baskı Sonrası Yatırımları	62
2.2.10.5.4. Dış Ticaret ve Yabancı Yatırımcı Eğilimleri	63
2.3. Dünya Basım Sanayi ve Türkiye'nin Konumu	63
2.3.1. Dünya Basım Sanayi Temel Büyüklükleri	63
2.3.1.1. Dünya Basım Pazarında İşler	63
2.3.1.2. Bölgelere ve Ülkelere Göre Dünya Basım Pazarı	64
2.3.1.3. Baskı Türlerine Göre Dünya Basım Pazarı	65
2.3.2. Dünya Basım Sanayinde Genel Eğilimler	66
2.3.3. Dünya Basım Sanayi Dış Ticareti	67
2.3.3.1. Dünya Basım Sanayi İhracatı	67
2.3.3.2. Dünya Basım Sanayi İhracatçı ve İthalatçı Ülkeleri	68
2.3.3.2.1. Dünya Basım Sanayi İhracatçıları	68
2.3.3.2.2. Dünya Basım Sanayi İthalat Pazarları ve Tedarikçileri	69
2.3.4. Türkiye'nin Konumu	71
2.4. Basım Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Gelişmeler	71
2.4.1. Temel Rekabet Unsurları	71
2.4.2. Temel Rekabet Unsurlarına İlişkin Karşılaştırma ve Değerlendirmeler	72
2.4.2.1. Hammadde ve Girdi Tedariki	72
2.4.2.2. Üretim	72
2.4.2.3. Teknoloji Faaliyetleri	73
2.4.2.4. Pazarlama ve Satış	73
2.4.2.5. Finansman ve Mali Yapı	73
2.4.2.6. İnsan Kaynakları	73
2.4.2.7. Piyasa ve Sektör Koşulları	73
2.5. Basım Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler	74
2.5.1. Güçlü Yönler	74
2.5.2. Zayıf Yönler	74
2.5.3. Fırsatlar	75
2.5.4. Tehditler	75
2.6. Sektör Stratejileri ve Politikalar	76
2.6.1. Stratejik Hedefler	76
2.6.2. Politikalar ve Uygulama Hedefleri	76

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Üretim Değerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (Yüzde, 2011)	8
Grafik 2 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	8
Grafik 3 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler	9
Grafik 4 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler	10
Grafik 5 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Verimlilik Endeksinde Gelişmeler	11
Grafik 6 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	12
Grafik 7 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	12
Grafik 8 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endekslerinde Gelişmeler	13
Grafik 9 : Türkiye'nin Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Yüzde, 2013)	14
Grafik 10 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	16
Grafik 11 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	27
Grafik 12 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatçı Ülkeler (Milyar Dolar)	28
Grafik 13 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatçı Ülkeler (Milyar Dolar)	30
Grafik 14 : Türkiye Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatının Dünya İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	31
Grafik 15 : Basım Sanayinde Üretim Değerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (Yüzde, 2011)	47
Grafik 16 : Basım Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	48
Grafik 17 : Basım Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler	48
Grafik 18 : Basım Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler	49
Grafik 19 : Basım Sanayi Verimlilik Endeksinde Gelişmeler	50
Grafik 20 : Basım Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	51
Grafik 21 : Basım Sanayi İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	51
Grafik 22 : Türkiye'nin Basım Sanayi İhracat Pazarları (Yüzde, 2013)	54
Grafik 23 : Basım Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	54
Grafik 24 : Dünya Basım Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	68
Grafik 25 : Dünya Basım Sanayi İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)	69
Grafik 26 : Dünya Basım Sanayi İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)	70

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayine Ait Seçilmiş Bazı Temel Göstergeler	4
Tablo 2 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Girişim Sayısı (Adet)	5
Tablo 3 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)	5
Tablo 4 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)	6
Tablo 5 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımları (Milyon TL)	6

Tablo 6	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı (Ücretli Çalışan Sayısı, Kişi)	7
Tablo 7	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılım (2011)	7
Tablo 8	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	8
Tablo 9	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları	9
Tablo 10	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005 =100)	9
Tablo 11	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)	10
Tablo 12	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)	10
Tablo 13	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)	11
Tablo 14	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)	11
Tablo 15	: Alt Sektörler İtibariyle Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	12
Tablo 16	: Alt Sektörler İtibariyle Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)	13
Tablo 17	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endeksleri (2003=100)	13
Tablo 18	: Türkiye'nin Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar)	14
Tablo 19	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	16
Tablo 20	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	17
Tablo 21	: İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	17
Tablo 22	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	17
Tablo 23	: İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	17
Tablo 24	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alınan Patent Sayısı (Yerli) (Adet)	17
Tablo 25	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Marka Tescilleri (Yerli) (Adet)	18
Tablo 26	: Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Endüstriyel Tasarım Tescilleri (Yerli) (Adet)	18
Tablo 27	: Türkiye'de Kağıt Üretim Kapasitesi (Ton)	19
Tablo 28	: Türkiye'de Kağıt ve Karton Üretimi (Ton)	19
Tablo 29	: Türkiye'de Kağıt Tüketimi (Ton)	20
Tablo 30	: Kağıt İthalatı (Ton)	20
Tablo 31	: Türkiye'nin Kağıt İthalatı (Ton)	20
Tablo 32	: Kağıt İhracatı (Ton)	20
Tablo 33	: Türkiye'nin Kağıt İhracatı (Ton)	21
Tablo 34	: Türkiye'nin Kağıt Hamuru ve Hurda Kağıt İthalatı (47 GTİP Pozisyonu) (Milyon Dolar)	21
Tablo 35	: Türkiye'de Ambalaj Ürünleri Üretimi (Bin Ton)	22
Tablo 36	: Dünya Kağıt Üretim Kapasitesi (Bin Ton)	23
Tablo 37	: Dünya Kağıt Üretimi (Bin Ton)	23
Tablo 38	: Dünya Kağıt Hamuru Üreticileri Kapasite ve Üretim (Bin Ton, 2013)	24
Tablo 39	: Dünya Kağıt ve Ürünleri Üreticileri Kapasite ve Üretim (Bin Ton, 2013)	24
Tablo 40	: Dünya Kağıt Üretim Kapasitesi Öngörülleri (Bin Ton)	24
Tablo 41	: Dünya Kağıt ve Ürünleri Üreticileri Üretim Kapasitesi Öngörülleri (Bin Ton)	25
Tablo 42	: Dünya Kağıt ve Ürünleri Tüketiminde Büyük Pazarlar (Bin Ton)	25
Tablo 43	: Komşu ve Yakın Ülkelerde Kağıt ve Ürünleri Tüketimi (Bin Ton)	26

Tablo 44 : Dünya Ambalaj ve Etiket Kağıdı Tüketiminde Ülkeler (Bin Ton)	26
Tablo 45 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı ve Dünya Ticareti İçindeki Payı	27
Tablo 46 : Alt Sektörler İtibariyle Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	27
Tablo 47 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İhracatçı Ülke (Milyon Dolar)	28
Tablo 48 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İthalatçı Ülke (Milyon Dolar)	29
Tablo 49 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı ve Türkiye'nin Payı	31
Tablo 50 : Alt Sektör Grupları İtibariyle Türkiye'nin Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	31
Tablo 51 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları	32
Tablo 52 : Dünya Kağıt Hamuru Üreticileri Kapasite ve Üretim (Bin Ton, 2013)	33
Tablo 53 : Avrupa Birliği'nde Kağıt Çevrim Oranları (Yüzde)	33
Tablo 54 : Türkiye'de Kağıt Atıklarının Geri Kazanım Oranları (Yüzde)	33
Tablo 55 : Seçilmiş Ülkelerde Sanayide Elektrik Fiyatları (2012)	34
Tablo 56 : Ölçeklere Göre Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Temel Göstergeleri (2011)	34
Tablo 57 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Güçlü Yönleri	36
Tablo 58 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Zayıf Yönleri	37
Tablo 59 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Fırsatları	37
Tablo 60 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Tehditleri	37
Tablo 61 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İçin Stratejik Hedefler	38
Tablo 62 : Basım Sanayine Ait Seçilmiş Bazı Temel Göstergeler	44
Tablo 63 : Basım Sanayi Girişim Sayısı (Adet)	44
Tablo 64 : Basım Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)	45
Tablo 65 : Basım Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)	45
Tablo 66 : Basım Sanayi Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımları (Milyon TL)	46
Tablo 67 : Basım Sanayi İstihdamı (Ücretli Çalışanlar Sayısı, Kişi)	46
Tablo 68 : Basım Sanayinde Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılımı (2011)	47
Tablo 69 : Basım Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	47
Tablo 70 : Basım Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları	48
Tablo 71 : Basım Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005=100)	49
Tablo 72 : Basım Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)	49
Tablo 73 : Basım Sanayi Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)	50
Tablo 74 : Basım Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)	50
Tablo 75 : Basım Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)	51
Tablo 76 : Alt Sektörler İtibariyle Basım Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	52
Tablo 77 : Alt Sektörler İtibariyle Basım Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)	52
Tablo 78 : Türkiye'nin Basım Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar)	53
Tablo 79 : Basım Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	54
Tablo 80 : Basım Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	55
Tablo 81 : İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	55
Tablo 82 : Basım Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	55
Tablo 83 : İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	55

Tablo 84 : Basım Sanayi Ciro Büyüklüğü (Milyon TL)	56
Tablo 85 : Basım Sanayinin Sektörel Satın Alımları (TL, 2013)	57
Tablo 86 : AB Ülkelerinde Basım Sanayi Göstergeleri (2012)	58
Tablo 87 : Yıllara Göre Türkiye’de Yayınlanan Gazete ve Dergi Sayısı	58
Tablo 88 : Yayınlanan Gazete ve Dergi Tirajları	58
Tablo 89 : Türkiye’de Kitap Pazarı (Adet)	59
Tablo 90 : Türkiye’de Kitap Pazarı (Milyon Dolar)	59
Tablo 91 : Türkiye’de Ambalaj Ürünleri Üretimi (Bin Ton)	59
Tablo 92 : Türkiye’de Reklam Harcamaları ve Basılı Malzemeler (Milyon TL)	60
Tablo 93 : Basım Sanayi Makine İthalatı (Milyon Dolar)	60
Tablo 94 : Basım Sanayi ile İlgili Makine ve Donanımları Finansal Kiralama İşlemleri (Milyon Dolar)	60
Tablo 95 : Basım Sanayi Mürekkep İthalatı (Milyon Dolar)	61
Tablo 96 : İşlere Göre Dünya Basım Pazarı	64
Tablo 97 : Bölgelere Göre Dünya Basım Pazarı	64
Tablo 98 : İşlere Göre Batı Avrupa Ülkeleri Basım Pazarı (Milyar Dolar)	65
Tablo 99 : Bölgelere Göre Dünya Basım Pazarı (Milyar Dolar)	65
Tablo 100: Basım Türlerine Göre Dünya Basım Pazarı (Milyar Dolar)	66
Tablo 101: Dünya Basım Ürünleri İhracatı ve Dünya Ticareti İçindeki Payı	67
Tablo 102: Alt Sektörler İtibariyle Dünya Basım Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	68
Tablo 103: Dünya Basım Sanayi İlk 15 İhracatçı Ülke (Milyon Dolar)	69
Tablo 104: Dünya Basım Sanayi İlk 15 İthalatçı Ülke (Milyon Dolar)	70
Tablo 105: ABD’nin Basım Sanayi İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	70
Tablo 106: Kanada’nın Basım Sanayi İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	70
Tablo 107: İngiltere’nin Basım Sanayi İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	70
Tablo 108: Dünya Basım Sanayi İhracatı ve Türkiye’nin Payı	71
Tablo 109: Basım Sanayinde Temel Rekabet Unsurları	72
Tablo 110: Ölçeklere Göre Basım Sanayi Temel Göstergeleri (2011)	73
Tablo 111: Basım Sanayinin Güçlü Yönleri	74
Tablo 112: Basım Sanayinin Zayıf Yönleri	74
Tablo 113: Basım Sanayinin Fırsatları	75
Tablo 114: Basım Sanayinin Tehditleri	76
Tablo 115: Basım Sanayi İçin Stratejik Hedefler	76

İstanbul Sanayi Odası, imalat sanayi sektörlerimizin rekabet gücünün geliştirilmesi amacıyla, 2001 yılından bu yana, “Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi”ni yürütmektedir. Ülkemizin sektörel strateji üretme yeteneğinin geliştirilmesine ve kurumsal işbirliklerinin pekiştirilmesine önemli katkılar sağlayan bu proje kapsamında Meslek Komiteleri temsilcileri, sektör dernekleri ve meslek kuruluşlarının katkı ve katılımlarıyla çeşitli sektör raporları hazırlanmaktadır.

Bu bağlamda sektör raporları serisinin 16.’sını oluşturan “Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi” sektör raporumuz Odamız bünyesinde sektörü temsil eden 16. Grup Basım, Yayın, Kağıt ve Kağıt Ambalaj Sanayi Meslek Komitemizin ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının katkı ve katılımlarıyla proje danışmanımız Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından hazırlanarak kamuoyunun ilgisine sunulmuştur. Rapor ilgili Meslek Komitemizin talebi doğrultusunda “Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi” ve “Basım Sanayi” olmak üzere iki ayrı bölüm halinde hazırlanmıştır.

Ülkemizde kağıt, kağıt ürünleri ve basım sanayi bir bütün olarak ele alındığında 15 bini aşkın girişim sayısı, 100 binin üzerindeki istihdamı, 2 milyar doların üzerindeki ihracatı ve imalat sanayi katma değeri içerisindeki yüzde 3,4’lük payıyla ekonomiye önemli bir katkı sağlamaktadır.

Kağıt ve kağıt ürünleri sanayiinde rekabet gücünü sınırlayan en önemli faktörler, kağıt yapımına elverişli odun, selüloz ve kimyasallar ile enerji başta olmak üzere hammadde ve girdi tedarikinde yüksek dışa bağımlılık ve rakiplere kıyasla yüksek maliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Vadeli hammadde ve ara girdi ithalatına uygulanan KKDF ise karlılığı azaltan bir diğer önemli maliyet unsurudur. Ayrıca sektörde üretim teknolojisine yönelik Ar-Ge faaliyetlerinin oldukça sınırlı olduğu, üniversite-sanayi işbirliğinin yetersiz kaldığı ve daha çok ürün geliştirmeye odaklanıldığı görülmektedir.

Basım sanayiinde ise kaliteli ara girdi kullanımı ve ileri teknoloji makine parkı bulunmakla birlikte bu sektörde de son derece büyük bir dışa bağımlılık söz konusudur. Bu nedenle baskı kalitesindeki iyileşme de, söz konusu bağımlılık nedeniyle yurtdışındaki gelişmelere bağımlı hale gelmektedir. Basım sanayi sektöründe var olan nitelikli ve tecrübeli insan kaynağı önemli bir rekabet avantajı oluştursa da teknoloji ve bilgi yoğunluğundaki artışın yanı sıra bilgisayar ve dijital tabanlı yapıya geçiş, vasıflı ve vasıfsız işgücü açığının artmasına sebep olmaktadır. Sektörde geleneksel maliyet-fiyat rekabetinin ağırlık taşıdığı ve yenilikçilik odaklı rekabete yönelme ihtiyacı bulunduğu görülmektedir.

Diğer yandan, hem kağıt ve kağıt ürünleri hem de basım sanayi sektörlerinde Avrupa’daki üretimin diğer ülkelere kayması Türkiye’yi önemli bir alternatif üretim yeri olarak öne çıkarmakta ve teknolojik gelişmeler yakından izlenerek bu fırsattan azami ölçüde yararlanılmaya çalışılmaktadır. Kağıt ve kağıt imalatı sanayi sektöründe yakın ve komşu ülkelerde iyileşen Türk malı imajı, basım sanayi sektöründe ise iç pazar gelişmeleri ve gelişmekte olan pazarlara yakınlık, sektörler açısından önemli bir büyüme potansiyeli yaratmaktadır. Sektörlerimizin özellikle girdi tedarik süreçlerinde etkinliğin artırılması, nitelikli işgücünün yetiştirilmesine ağırlık verilerek bu sektörlerde çalışmanın özendirilmesi, teknoloji üretimine yönelik Ar-Ge faaliyetlerinin geliştirilerek katma değer yapısının güçlendirilmesi gibi politikalar, sektörlerimize büyüme için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Önümüzdeki dönemde bu fırsatların çok daha iyi değerlendirileceğine olan güvenimizle “Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi” raporumuzu, sektörümüzün, uluslararası rekabet gücünün artırılması hedefine ulaşma çabasına yeni açılımlar getirmesi ve katkı sağlaması dileklerimizle bilgilerinize sunuyor; danışmanımız Sayın Dr. Can Fuat Gürlesel’e, çalışmamıza emek ve katkı veren 16. Grup Meslek Komitesi Üyelerimize, sektörel sivil toplum kuruluşları temsilcilerine ve Ekonomik Araştırmalar Şubesi’ne teşekkür ediyoruz.

Saygılarımızla,

Erdal BAHÇIVAN

İstanbul Sanayi Odası

Yönetim Kurulu Başkanı

KAĞIT VE KAĞIT ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ

Sektörün Tanımı ve Kapsamı

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi, ağırlıklı olarak çeşitli ağaç türleri ve az miktarda da jüt, kendir, kamyş gibi yıllık bitkilerden selüloz, odun hamuru üretilmesi ile bu ara ürünlerin ve diğer önemli bir hammadde olan ve kullanılmış kağıtların geri dönüşümüyle elde edilen atık kağıdın (hurda veya eski kağıt olarak da tanımlanmaktadır) çeşitli mekanik ve kimyasal işlemlerle kağıda dönüştürülmesine kadar geçen aşamaları içeren sanayi koludur. Sektörde sermaye, teknoloji ve enerji ön planda olduğundan orta-ağır sanayi dalı kategorisinde ve orta düşük teknoloji yoğunluklu sınıfında yer almaktadır. Kâğıdın yapımında kullanılan hammaddenin işlenmesinden son ürün elde edilmesine kadar gelinceye kadarki süreçte 3 alt sektör tanımlanmaktadır. Bunlar; Birincil elyaf olarak adlandırılan Selüloz ve Odun Hamuru, ikincil elyaf olarak adlandırılan Atık Kâğıt (Hurda veya Eski Kağıt) ve Kâğıt-Kartondur. Kâğıt-Karton grupları uluslararası literatürde kültürel ve endüstriyel kâğıtlar olmak üzere iki temel grupta sınıflandırılmaktadır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 17 nolu grubu oluşturmaktadır.

Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri

2012 yılı itibarıyla kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde toplam girişim sayısı 2.201 olup, 49.581 kişi istihdam edilmektedir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin 2012 yılındaki üretim değeri 15,4 milyar TL'dir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde 2012 yılında 3 milyar TL katma değer yaratılmış olup, 1,3 milyar TL yatırım yapılmıştır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde son yedi yılda girişim sayısı sınırlı miktarda azalmış, buna karşın istihdam artmıştır. Sanayinin üretim ve katma değerinde de artış görülmektedir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi yedi alt sektör grubundan oluşmaktadır. Bu yedi alt grup kağıt hamuru, kağıt ve karton, oluklu kağıt ve karton ve mamulleri, kağıttan ev eşyası-sihhi malzemeler-tuvalet malzemeleri, kağıt kırtasiye ürünleri, duvar kağıtları ile kağıt ve kartondan diğer ürünlerdir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde girişim payı en yüksek alt sektör yüzde 52,3 ile oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektördür. Üretim değeri olarak en yüksek paya yüzde 49,4 oranı ile yine oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektörü sahiptir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 51 ile yine oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektörü yaratmaktadır. Temel göstergeler itibarıyla kağıttan ev eşyası, sihhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri ile kağıt ve kartondan diğer ürünler alt sektörleri de yüksek pay alan diğer iki alt sektördür.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin 2006-2012 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı yüzde 0,72'den yüzde 0,65'e inmiştir. İstihdam içindeki payı ise artarak 2006 yılında yüzde 1,55 iken, 2012 yılında yüzde 1,59'a yükselmiştir. Üretim değeri olarak payı ise kademeli olarak artmaktadır. 2006 yılında yüzde 1,83 olan üretimdeki payı, 2013 yılında ise yüzde 2,05 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,96 iken, 2012 yılında ise yüzde 2,29 olarak gerçekleşmiştir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi yatırımlar içinde ise yine artan bir paya sahip bulunmaktadır. 2006 yılında yüzde 2,14 olan payı, 2012 yılında yüzde 2,65 olarak gerçekleşmiştir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim 2006-2013 arasında yüzde 45,9 artmıştır. Böylece sektörde aynı dönemde yüzde 32,4 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin üzerinde sanayi üretimi artışı sağlanmıştır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin ihracatı 2006 yılında 625 milyon dolar iken, 2013 yılında 2 milyar dolara yaklaşmıştır. Böylece kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 0,73'den yüzde 1,29'a yükselmiştir.

2006 yılında 2 milyar doları aşan kağıt ithalatı ise 2013 yılında 3,2 milyar dolara yükselirken, toplam ithalat içindeki payı da yüzde 1,46'dan yüzde 1,26'ya inmiştir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üç alt sektörde veya ürün grubunda daha yüksek ihracat gerçekleşmektedir. 2013 yılında temizlik ve tuvalet kağıtları ile bebekler için bezler ihracatı 1,2 milyar dolara yaklaşmıştır. İkinci en yüksek ihracatı kağıt ve kartondan ambalaj ürünleri grubu gerçekleştirmektedir. Bu alt ürün grubunun ihracatı 2013 yılında 355 milyon dolar olmuştur. Kağıt ve karton ihracatı ise 2013 yılında 304 milyon dolardır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ithalatında en büyük payı kağıt ve kartonlar almaktadır. Kağıt ve karton ithalatı yıllar itibarıyla artmakta olup 2013 yılında 2 milyar dolara yaklaşmıştır. Diğer kağıt ve karton ürünleri 2013 yılındaki 913 milyon dolar ithalat ile en çok ithalat yapılan ikinci ürün grubunu oluşturmaktadır.

Türkiye'nin kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ihracat pazarları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Sektörün en önemli pazarları yakın ve komşu ülkeler, AB ülkeleri, Ortadoğu ile Kuzey ve Orta Asya ülkeleridir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin nihai ürünlerin ihracat ve ithalat farkı ile ölçülen net döviz kazancı yıllar itibarıyla açık vermektedir. Sektörün net döviz açığı 2013 yılında 1,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Kağıt sektörü büyük ölçüde kağıt ithalatını ikame eden bir yapıda gelişme göstermektedir. İhracatın mevcut potansiyele ve kapasiteye göre düşük kalmasının nedeni hızlı büyüyen iç pazarın yarattığı talep artışıdır. İç talebe yönelik üretim ve satış ihracatı sınırlamakta, ancak ithalatın önü kesilerek net döviz kazancına katkı sağlanmaktadır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde Ar-Ge faaliyetleri için istihdam edilenlerin sayısı 2013 yılı itibarıyla 57 kişidir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde Ar-Ge istihdamı 2007 yılından sonra artmakla birlikte oldukça sınırlıdır ve 2011 yılından sonra da düşmektedir. Ar-Ge faaliyetleri için yapılan harcamalar ise yıllar itibarıyla artarak 2013 yılında 5,1 milyon TL olarak ölçülmüştür.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde alınan patent sayısı 2000 yılında 2 iken, 2013 yılında 15 olmuştur. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde markalaşma ise daha hızlı

gelişmektedir. Alınan marka tescilleri 2000 yılında 299 iken, 2013 yılında 3.616 adet marka tescil alınmıştır. Tescil edilen endüstriyel tasarım sayısı ise 2000 yılında 28 iken, 2013 yılında 120 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de Cumhuriyet öncesi kağıt üretimi girişimleri yaşanmış olmakla birlikte İzmir ve Beykoz'da kurulan üretim tesisleri yabancıların üretim ve ticaret rekabeti ile kapanmıştır. Cumhuriyet döneminde ilk kağıt üretimi bir kamu girişimi olan SEKA ile 1936 yılında başlamıştır. Uzun süre kamu tekeli olarak üretim yapılan kağıt sektöründe SEKA 2000 yılında özelleştirme kapsamına alınmış ve 2006 yılında sektörden tamamen çıkmıştır.

Türk kağıt sektörü günümüzde özellikle ev ve temizlik kağıtları, kağıt-karton ambalaj ürünleri ve oluklu mukavva üretiminde önemli ve rekabetçi bir sektör haline gelmiştir. Bunun yanı sıra baskı yazı kağıtları üretimi de yapılmaktadır.

Kişi başı kağıt tüketimi ülkeler için hem bir gelişmişlik göstergesi, hem de sektörün büyüme potansiyelinin göstergesidir. Türkiye'de 2013 yılında kişi başı kağıt tüketimi 73,8 kg olmuştur ve gelişme için halen önemli bir potansiyel bulunmaktadır.

Türkiye'de kağıt üretim kapasitesi 2013 yılında 3.817.500 tona ulaşmıştır. 2013 yıl sonu itibarı ile Türkiye'de kağıt-karton üretim kapasitesinin yüzde 48,3'üne 1.843.000 ton ile oluklu mukavva kağıdı sahiptir. İkinci geniş kapasiteye yüzde 18,3 payı ile karton ürünleri sahiptir. Üçüncü sırada yüzde 16,6 payı ile temizlik kağıtları grubu yer almaktadır.

Türkiye'de kağıt üretimi 2007 yılında ise 2.184.217 ton iken, izleyen yıllar içinde üretim artışı sürmüştü ve 2013 yılında üretim 3.092.400 tona yükselmiştir.

Türkiye'de kağıt tüketimi 2002 yılından sonra hızla genişleyerek 2013 yılında 5,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında da en geniş tüketim oluklu mukavva kağıdı grubunda olmuştur. Oluklu mukavva tüketimi toplam tüketim yüzde 40 pay alırken, tüketim 2.261.136 ton olarak gerçekleşmiştir. İkinci sırayı ise 1.204.143 ton ile yazı tabı kağıdı almaktadır.

Türkiye'de 2002 yılından sonra hızlı genişleyen kağıt tüketimine bağlı olarak kağıt ithalatı da

hızlı bir genişleme göstermiştir. Genişleyen iç tüketimin yüzde 53,9'u ithalat ile karşılanmaktadır. Miktar bazında ithalat 2013 yılında 3.051.653 ton olmuştur. 2013 yılında 963.711 ton yazı tabı kağıdı, 701.406 ton oluklu mukavva kağıdı, 488.175 ton karton ve 435.428 ton gazete kağıdı ithal edilmiştir.

Miktar bazında ihracat ise 2009 yılında 555.935 ton iken, 2013 yılında 941.087 ton olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında temizlik kağıtları ihracatı 174.353 ton olmuştur.

Türkiye kağıt üretiminde kullanılan kağıt hamuru ve hurda kağıt girdilerini de önemli ölçüde ithalat ile karşılamaktadır. 2013 yılında kağıt hamuru ve hurda kağıt ithalatı 645,1 milyon dolara yükselmiştir.

Türkiye'de kağıt sektöründe en büyük üretim kapasitesi ve üretim oluklu mukavva sanayinde bulunmaktadır. Oluklu mukavva üretiminin önemli bir bölümü Marmara ve Ege bölgesinde toplulaşmış ve yoğunlaşmıştır. Ancak hemen her ilde küçük-orta ölçekli üretim firmaları yaygınlaşmaktadır. Sektörde yeni yerli oyuncuların katılımının yanı sıra mevcut firmalar üretim kapasitelerini artırmakta ve üretim teknolojilerini sürekli yenilemektedir. Oluklu mukavva sanayinde yabancı uluslararası büyük üretici firmaların da ilgisi yüksektir ve Türk firmalarını satın alarak veya ortaklıklar ile sektöre girmiş bulunmaktadır. Sektörde önemli bir rekabet yaşanmaktadır. Türkiye'de oluklu mukavva sanayi ileri üretim teknolojisi ve ürün kalitesi ile rekabetçi konumda bulunmaktadır. Avrupa'da Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve İspanya'nın ardından 6. büyük kapasiteye sahip bulunmaktadır.

Türk kağıt sektöründe üç önemli üretim ve ihracat alanından ikincisini temizlik kağıdı sanayi oluşturmaktadır. Türkiye'de temizlik kağıtları sanayi son yıllarda hızlı bir gelişme göstermektedir. Sektörde yerli ve yabancı firmaların yeni yatırımları ile üretim kapasitesi önemli ölçüde artmıştır. Avrupa'nın en büyük 5. üretim kapasitesine ulaşmıştır. Bununla birlikte pazar potansiyelinin gerçekleşme hızı beklentilerin altında kalmaktadır. Temizlik kağıdına olan talep halen potansiyelin altında gelişmektedir. Bu nedenle sektörde mevcutlar ve yeni yapılmakta olan yatırımlar ile birlikte bir arz ve kapasite fazlası oluşacağı öngörülmektedir.

Sanayi yakın ve komşu pazarlarda markaları ile önemli bir ihracatçı konumuna gelmiştir.

Türkiye'de kağıt sektöründe üç önemli alandan bir diğeri kağıt ve karton ambalaj sanayidir. Kağıt ve karton ambalaj üretimi son yıllarda önemli ölçüde artış göstermektedir. Karton ambalaj ürünleri üretimi 2006 yılında 362 bin ton iken, 2013 yılında 568 bin tona yükselmiştir. Karton ve kağıt ambalaj üretimi daha çok Marmara ve Ege bölgesinde yoğunlaşmıştır. Sektördeki yeni yatırımlar ile birlikte üretim kapasitesi genişlemesini sürdürmektedir. İç pazarda özellikle modern perakende sektörünün genişlemesi yerli ve yabancı dayanıklı ve yarı dayanıklı markaların sayısının ve satışlarının artması ile birlikte kağıt ve karton ambalaj ürünlerine yönelik talepte artmaya devam etmektedir.

Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi ve Türkiye'nin Konumu

Dünya kağıt üretim kapasitesi 2013 yılı itibarıyla kağıt hamuru için 152,8 milyon tona, kağıt ve ürünleri için ise 274 milyon tona ulaşmıştır. Kağıt ve ürünleri kapasitesi içinde ambalaj ve etiket kağıtları 138,6 milyon ton ile en yüksek üretim kapasitesine sahip alt sektördür. İkinci sırada 76,9 milyon ton üretim kapasitesi ile yazı ve baskı kağıtları almaktadır. Gazete kağıdı üretim kapasitesi 24,9 milyon ton, ev ve temizlik kağıdı üretim kapasitesi ise 22,1 milyon tondur.

Dünya kağıt üretimi sınırlı artışlar göstermekte olup 2013 yılında 153,9 milyon ton kağıt hamuru, 265,2 milyon ton kağıt ve ürünleri üretilmiştir. Kağıt hamuru üretimi 2008 yılında 151,4 milyon ton iken, 2013 yılında 153,9 milyon tona yükselmiştir. Kağıt ve ürünleri üretimi ise 2008 yılında 262,1 milyon ton iken, 2013 yılında 265,2 milyon tona yükselmiştir.

Kağıt ve ürünleri içinde en yüksek üretim ambalaj ve etiket kağıtlarında gerçekleşmektedir. 2013 yılında 119,1 milyon ton ambalaj ve etiket kağıdı üretilmiştir. İkinci sırayı 91,3 milyon ton üretim ile yazı ve baskı kağıtları almaktadır.

Kağıt ve ürünleri üretiminde 2008 yılından 2013 yılına kadar olan dönemde gazete kağıdı, yazı ve baskı kağıtları, ev ve temizlik kağıtları ile diğer kağıt ve karton ürünleri üretiminde gerileme

yaşanmıştır. Tek üretim artışının gerçekleştiği alt sektör ambalaj ve etiket kağıtları olmuştur.

2013 yılı itibariyle ABD 55 milyon ton üretim kapasitesi ve 49,4 milyon ton üretimi ile kağıt hamuru üretiminde dünyada ilk sırada yer almaktadır. Brezilya ve Japonya kağıt hamuru üretim kapasitesi ve üretimi ile ABD'nin ardından ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır.

İsveç, Finlandiya, Rusya ve Şili ağaç ve orman varlıkları ile kağıt hamurunda önemli üretici ülkelerdir. Avrupa'da Portekiz, Almanya, Fransa ve İspanya diğer önemli üretici ülkelerdir.

2013 yılı itibariyle Çin 104 milyon ton üretim kapasitesi ve 101 milyon ton üretimi ile kağıt ve ürünlerinde ilk sırada yer almaktadır. Çin'i ABD 80,2 milyon ton üretim kapasitesi ve 73,7 milyon ton üretimi ile izlemektedir.

Japonya ve Almanya üretim kapasitesi ve üretimleri itibariyle Çin ve ABD'yi izlemektedir. Brezilya, Finlandiya, Kanada, İsveç ve Rusya zengin ağaç ve orman varlıkları ile dünya kağıt sanayinde önemli üretici ülkeler arasında yer almaktadır. Kore sınırlı kaynaklarına rağmen önemli bir üretici ülkedir.

Dünya kağıt sanayinde üretim kapasitelerine ilişkin yapılan artış öngörülerini çerçevesinde 2013 yılında 152,8 milyon ton olan kağıt hamuru üretim kapasitesinin 2018 yılında 160,4 milyon tona, yine 2013 yılında 274 milyon ton olan kağıt ve ürünleri üretim kapasitesinin 2018 yılında 279,1 milyon tona yükseleceği öngörülmektedir.

Kağıt ve ürünleri üretim kapasitesindeki artışın büyük bölümü ambalaj ve etiket kağıtları üretim kapasitesi artışından kaynaklanacaktır. Yazı ve baskı kağıtları, gazete kağıdı ve diğer kağıt ve karton ürünleri üretim kapasitesinin de gerileme olacağı öngörülmektedir. Ev ve temizlik kağıdı üretim kapasitesi de artacaktır.

Dünya kağıt ve ürünleri üretim kapasitesinde 2018 yılına kadar 5,2 milyon ton artış olacağı öngörülmektedir. Önümüzdeki 5 yıl içinde üretim kapasitesinde en büyük ölçüde sahip ilk 15 ülkede değişiklik olmayacaktır. Bu süre içinde ABD'nin üretim kapasitesinde 1,2 milyon ton bir azalma beklenirken, Çin, Almanya, Brezilya, Rusya, Meksika ve Fransa'da üretim kapasitesinde artışlar olacağı öngörülmektedir.

Dünya kağıt ve ürünleri tüketiminde en büyük pazar Çin'dir. Bununla birlikte Çin için kullanılan

veriler geçicidir. Çin'in 2013 yılında 89 milyon ton kağıt tükettiği varsayılmaktadır. İkinci büyük pazar ABD'dir. ABD'de tüketim yıllar itibariyle azalmakta olup 2013 yılında 68,8 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Çin ve ABD ardından en büyük pazarları oluşturmaktadır. Rusya 2013 yılında 7. büyük, İspanya 8. büyük tüketim pazarıdır. Türkiye de 2013 yılında 5,7 milyon ton tüketim ile 9. büyük tüketim pazarı haline gelmiştir.

Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı 2005 yılında 137,2 milyar dolar iken 2008 yılında 178,2 milyar dolara yükselmiştir. Ancak sektörün ihracatı küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve 2009 yılında 153,3 milyar dolara gerilemiştir. İhracat izleyen iki yılda yeniden artarak 2011 yılında 189,8 milyar dolara yükselmiştir. 2012 yılında ise tekrar gerileyerek 180,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı yeniden 185,2 milyar dolara yükselmiştir.

Kağıt ve kağıt ürünleri ihracatının dünya mal ihracatı içindeki payı da bu gelişmeler çerçevesinde 2005 yılında yüzde 1,31 ve 2009 yılında yüzde 1,24 olarak gerçekleştikten sonra düşmüş ve 2013 yılında kağıt ve kağıt ürünleri ihracatının dünya ihracatı içindeki payı yüzde 1,01 olmuştur.

2013 yılı itibariyle en yüksek ihracat 90,7 milyar dolar ile kağıt ve karton grubunda gerçekleşmektedir. Diğer kağıt ve karton ürünleri 29,5 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Temizlik ve tuvalet kağıtları ile bebekler için bezler ihracatı 29,2 milyar dolardır. Kağıt ve kartondan ambalaj ürünleri ihracatı ise 21,7 dolardır. Kağıt kırtasiye ürünleri ihracatı ise 10,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

2013 yılında Almanya 24,2 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. ABD 17,2 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Çin 17,2, İsveç 11,2 ve Finlandiya 9,9 milyar dolar ile bu iki ülkeyi izlemektedir. Kanada ve İtalya ise ilk beş ülkeyi izlemektedir. İzleyen sekiz ülke içindeki yedi Avrupa ülkesi yine önemli ihracatçılardır.

Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ithalatında ilk sırayı 17,3 milyar dolar ile ABD almaktadır. Almanya ikinci büyük ithalatçıdır. Almanya'yı Fransa ve İngiltere onları da İtalya, Kanada, Belçika ve Hollanda izlemektedir. Meksika, Çin, Rusya ve Polonya gelişen ülkeler olarak

dünya kağıt ve kağıt ürünlerinde en büyük ithalat pazarları arasında yer almaya başlamıştır. İspanya ve Japonya'nın ardından Türkiye 2013 yılındaki 3,2 milyar dolar ithalatı ile on beşinci büyük ithalatçı ülke haline gelmiştir.

Türk kağıt ve karton ürünleri sanayi 2013 yılında 3,8 milyon ton üretim kapasitesi ile dünya kağıt üretim kapasitesinin yüzde 1,37'sine sahiptir. Türk kağıt ve karton ürünleri sanayi 2013 yılında gerçekleştirdiği 3,1 milyon ton üretim ile dünya kağıt ve karton ürünleri üretiminin yüzde 1,17'sini yapmıştır. Türkiye 2013 yılında 5,7 milyon ton kağıt ve karton ürünleri tüketimi ile dünya kağıt ve karton ürünleri tüketiminde 9. büyük ülke haline gelmiştir. Türkiye kağıt ve kağıt ürünleri ihracatında 2013 yılında 2 milyar dolara yaklaşan ihracatı ile dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı içinde yüzde 1,06 pay almaktadır. Türk kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı, dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı içindeki payını kademeli olarak artırmayı başarmaktadır. 2005 yılından bu yana dünya ihracatı içindeki payını 0,57 puan yükseltmiştir.

Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Gelişmeler

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin temel rekabet unsurları değer zincirini oluşturan yedi ana halka gruplandırmasına bağlı olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye'de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi hammadde ve girdi tedarikinde rakipleri ile karşılaştırıldığında sınırlı olanaklara sahiptir ve önemli ölçüde dışa bağımlıdır. Türkiye'de orman varlıkları yeterli değildir ve mevcut orman varlıklarından yeterli ölçüde selülozluk odun temin edilememektedir. Temin edilebilen odunların fiyatları da çok yüksektir. Kağıtlık kabuklu odun ithalatı da yasaktır. Karton, mukavva ve oluklu mukavva üretiminin ana, kağıt üretiminin de yardımcı malzemesi olan atık kağıt kullanımı oranı Türkiye'de yüzde 45 seviyesindedir. Bu konuda Avrupa Birliği ülkelerinde ortalama atık kağıt kullanım oranı 2013 yılında yüzde 71,7'ye ulaşmıştır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde toplam üretim maliyetleri içinde enerji maliyetleri

yüzde 20-25 arasında pay almaktadır. Türkiye ile rakip ülkeler karşılaştırıldığında enerji maliyetleri Türkiye'de oldukça yüksektir ve bu kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

Türk kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ölçekler iki ana eğilim göstermektedir. Sektörde çok sayıda küçük ölçekli firma yer almaktadır. 99 çalışana kadar olan firmaların girişim sayısı içindeki payı yüzde 95,9, buna karşın cirodaki payları yüzde 32,9'dur. Sektörde 100 kişi ve üzerinde çalıştıran toplam 102 firma ise sektör cirosunun yüzde 67,1'ine sahiptir. Sektörde küresel alanda toplulaşma yaşanmakta olup rekabet için ölçekler sürekli büyümektedir. Türkiye'de ise ölçek ekonomisine sahip az sayıda firma yer almaktadır.

ABD, İtalya, Almanya, Japonya, Güney Kore kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim teknolojilerini sürükleyen ve kağıt makinelerinde gelişimi sağlayan ülkelerdir. Türkiye kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır.

Türkiye'de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin üretim maliyetleri üzerinde ilave yükler oluşturan ve rekabet gücünü olumsuz etkileyen çok sayıda unsur bulunmaktadır. Türkiye'de kağıt yapımına elverişli odun fiyatları 70-80 dolar/ton arasında değişirken, bu fiyatlar dünyada 20-30 dolar/ton seviyesindedir. Selüloz ve kimyasallarda dışa bağımlılık döviz kurlarındaki artışlar ile maliyetleri yükseltmektedir. Selüloz ve diğer yardımcı maddelerin vadeli ithalatında uygulanan yüzde 6 Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu maliyetleri artırmaktadır.

Türkiye'de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır ve bu nedenle üretim teknolojisine yönelik Ar-Ge çalışmaları sınırlı ölçüde yapılabilmektedir. Bu konuda araştırma altyapısı, araştırma mühendisleri ve üniversite-sanayi işbirliği de sınırlı kalmaktadır. Sektörde daha çok ürün geliştirmeye yönelik faaliyetler sürdürülmektedir.

Türkiye iç pazar büyüklüğü ve kağıt tüketiminin mevcut seviyesi itibarıyla önemli bir avantaja sahip bulunmaktadır. Ancak Çin, Hindistan, Rusya, Brezilya, Ukrayna, Polonya gibi rakip

ülkelerin de iç pazar potansiyelleri oldukça kuvvetlidir. Türkiye'nin coğrafi konumu da yeni ve gelişen ülkelere olan yakınlığı açısından önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. İç pazar ile birleşince coğrafi konumun sağladığı avantaj yabancı üreticileri Türkiye'ye çekmektedir.

Yatırım kredileri, kredi garantileri, alıcı kredileri, ihracat sigortaları ve benzeri uygulamalar rakipler ile karşılaştırıldığında sınırlı ve yüksek maliyetli olmaktadır.

Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler

Güçlü Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde; gittikçe gelişmekte olan atık kağıt dönüştürme kapasitesi ve bu alanda kullanılan teknoloji ile artan bilgi birikimi, Üretimde; kağıt-karton ambalaj ürünlerinde, oluklu mukavva ürünlerinde ve temizlik kağıtlarında sahip olunan üretim kapasitesi ve kullanılan yüksek üretim teknolojisi, Teknoloji faaliyetlerinde; ürün geliştirme ve kalitede yenilikçi ve çevreci ürünlerin üretimi ile özellikle karton, karton oluklu mukavva ve temizlik kağıtlarında yüksek ürün kalitesi, Pazarlama ve satışta; yakın ve komşu ülkelerde Türk kağıt ve kağıt ürünleri için oluşan güçlü imaj ve yüksek penetrasyon ile yükselen iç pazardır.

Zayıf Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde; ana hammadde olan selülozda yurtdışına bağımlı olunması, orman varlıklarının iyi kullanılmaması ile endüstriyel ormancılığın olmaması, Üretimde; üretim teknolojisinde yurtdışına bağımlılık, yüksek selüloz ve atık kağıt maliyetleri, yüksek enerji maliyetleri ile küçük ölçekli üretim kapasitesinin yoğunluğu, Teknoloji faaliyetlerinde; ürün geliştirme ve kalitede üretim teknolojisinde yurtdışına bağımlılık nedeniyle Ar-Ge faaliyetlerinin sınırlı kalması; Finansal göstergelerde; yeni yatırımlar için yüksek yatırım maliyetleri, hızlı teknolojik gelişmeler ile sürekli yatırım ve finansman ihtiyacının ortaya çıkması, Kobi'lerin finansmana erişimde karşılaştıkları

sorunlar, İnsan kaynaklarında; nitelikli işgücü açığı, Piyasa ve sektör koşullarında; ithalat ve iç piyasada yetersiz denetim nedeniyle ucuz ve kalitesiz ithal ürünlerin ve kayıt dışı üretilen ürünlerin yarattığı haksız rekabet, yeni yatırımları özendirerek yeterli yatırım teşviklerinin olmamasıdır.

Fırsatlar

Üretimde; Avrupa'daki üretimin birlik dışı yeni ülkelere kayması ve Türkiye'nin önemli bir üretim yeri alternatifi olması, Teknoloji faaliyetlerinde; atık kağıt ve ambalaj normlarında AB'ye uyumun getireceği katkı, Pazarlama ve satışta; kişi başına tüketimin halen düşük olması, kağıt ambalaj kullanan ihracatta hızlı artış, yakın ve komşu ülkelerde iyileşen Türk malı imajı, Türkiye'nin genç nüfusu ile Türk girişimcisinin esnek ve hızlı hareket kabiliyetidir.

Tehditler

Hammadde ve girdi tedarikinde; mevcut düzenlemeler ile ağaç ve orman hammaddeleri kullanımının sınırlandırılması, kullanılabilenlerin yüksek maliyetleri, atık kağıdın ihraç edilmesi ve hammaddelerde fiyat dalgalanmaları (dışa bağımlılık ile döviz kurlarındaki dalgalanmaların yarattığı), Üretimde; en önemli girdi olan selülozun üretilmesi için yatırım olmaması ve yurtdışına yüzde yüze yakın bağımlılık, Enerjide; dışa bağımlılık ile oluşan yüksek enerji fiyatlarının düşmemesi, Teknoloji faaliyetlerinde; Ar-Ge faaliyetlerinin sınırlı kalmaya devam etmesi, Pazarlama ve satışta; yayım sanayi tarafında dijitalleşme ve kağıt tüketiminin azalması, Kuzey Avrupa ülkeleri ile Rusya'nın yüksek üretim kapasitesi-düşük hammadde ve enerji fiyatları ile yarattıkları yüksek rekabet gücü, Finansal göstergelerde; düşük karlılığın sürmesi (sanayinin genelinde geçerli), İnsan kaynaklarında; nitelikli işgücü açığının kapanmaması ve yeterli planlamanın yapılmaması, Piyasa ve sektör koşullarında; Uzakdoğu ülkelerinden gelen kalitesiz ürün ithalatının engellenememesi, iç piyasada yeterli kalite standardı kullanılmaması ile atık kağıt düzenlemelerinin yeterli atık kağıt elde edilmesi ve geri kazanımını sınırlamasıdır.

Sektör Stratejileri ve Politikalar

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 13 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 3, üretim için 3, teknoloji faaliyetleri için 1, pazarlama ve satış için 2, finansman ve mali yapı için 1, insan kaynakları için 1 ve piyasa ve sektör koşulları için 2 stratejik hedef belirlenmiştir.

1. Endüstriyel ormanların kurulması ve işletilmesi,
2. Selüloz üretiminin stratejik ürün kapsamına alınması,
3. Atık kağıtların toplanması ve geri kazanımı sisteminin iyileştirilmesi,
4. Yurtiçinden temin edilen kağıt hammaddeleri maliyetlerinin düşürülmesi,
5. Vadeli hammadde ve ara girdi ithalatına uygulanan KKDF'nin kaldırılması veya oranın indirilmesi,
6. Enerji maliyetlerinin düşürülmesi,
7. Teknoloji faaliyetlerinin geliştirilmesi,
8. İhracatın artırılması için pazar ve ürün çeşitlendirilmesi,
9. Yurtiçi tüketimin artırılması için sağlık ve çevre dostu ürün kavramının güçlendirilmesi,
10. Yatırım teşviklerinin iyileştirilmesi ve finansman olanakları sağlanması,
11. Nitelikli insan kaynakları ve işgücü yetiştirilmesi,
12. Kağıt ürünleri kullanımını ve kalitesini artıracak standartların uygulanması,
13. Etkin ithalat ve iç piyasa gözetimi sağlanması.

BASIM SANAYİ

Sektörün Tanımı ve Kapsamı

Basım sanayi kökenlerini geleneksel matbaacılık faaliyetlerinin oluşturduğu önemli ve eski bir sanayi sektörüdür. Matbaacılık ile birlikte tarihte sağlanan önemli gelişmelerin ardından yaşanan sanayi devrimi sektörü küçük ölçekli matbaacılık işlerinden büyük ölçekli firmaların yer aldığı

basım sanayine dönüştürmüştür. Basım sanayi günümüzde bilginin dolaşımını hızlandırarak küreselleşmeyi desteklerken, ülkeler ve toplumlar arasındaki yakınlaşmayı da artırmaktadır. Basım sanayi yine bilgi toplumu ve teknolojinin yarattığı yeni koşullar içinde ve özellikle dijital eğilimleri karşısında kendini sürekli yenilemekte ve değişime uyum sağlamaktadır. Basım sanayi bir endüstri kolu olarak iktisadi faaliyetlerin içinde yer almakla birlikte, sosyal ve toplumsal açıdan da önemli katma değer yaratmaktadır. Basım sanayi NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 18 nolu grubu oluşturmakta olup "Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması" başlığı ile tanımlanmaktadır.

Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri

Basım sanayinde faaliyet gösteren firma sayısı 2006 yılında 12.187 iken yıllar itibarıyla dalgalanma gösterdikten sonra 2012 yılında 12.927 olmuştur. Faaliyet gösteren firma sayısı artmıştır. Ücretli çalışanlar ile ölçülen istihdam da 2006 yılında 39.899 iken 2012 yılında 53.217 olarak gerçekleşmiştir. Basım sanayinin üretim değeri ve yaratılan katma değer de nominal olarak artış göstermektedir. Basım sanayinde yatırım eğilimi de sürmektedir.

Basım sanayinde girişim sayısı olarak en yüksek paya yüzde 87,9 ile diğer matbaacılık işleri alt sektörü sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek paya yüzde 85 oranı ile yine diğer matbaacılık işleri alt sektörü sahiptir. Basım sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 82,9 payı ile yine diğer matbaacılık işleri alt sektörü yaratmaktadır. Basım sanayinde en yüksek yatırım yüzde 91,6 payı ile diğer matbaacılık işleri alt sektöründe yapılmaktadır.

2006-2012 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı hemen aynı kalmıştır. İstihdam içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,68 iken 2012 yılında yüzde 1,70 olmuştur. 2006 yılında yüzde 1,09 olan üretimdeki payı ise 2012 yılında yüzde 0,93 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,23 iken 2012 yılında yüzde 1,18 olarak gerçekleşmiştir. Basım sanayi tüm imalat sanayindeki yatırımların 2006 yılında yüzde 1,08'ini yaparken 2012 yılında yüzde 0,94'ünü gerçekleştirmiştir.

Basım sanayinde üretim 2005-2013 yılları arasında yüzde 58,4 artmıştır. Böylece aynı dönemde yüzde 32,4 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin üzerinde bir artış sağlanmıştır. 2005-2013 dönemi arasında diğer matbaacılık işleri ile basım ve yayım öncesi hizmetler işlerinde önemli üretim artışları olmuştur. Gazetelerin basımı işlerinde üretim artışı sınırlı kalırken, ciltçilik ile ilgili hizmetler ve kayıtlı medyanın çoğaltılması işlerinde üretim gerilemiştir.

Basım sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2013 döneminde yüzde 42,6 artmıştır. 2005-2013 döneminde gazetelerin basım işleri alt sektörü hariç diğer dört alt sektör verimlilik artışı sağlarken, en yüksek artış basım ve yayım öncesi hizmetler alt sektörü ile diğer matbaacılık işleri alt sektöründe gerçekleşmiştir.

Basım sanayinin ihracatı 2005 yılında 49,5 milyon dolar iken 2013 yılında 94,7 milyon dolara yükselmiştir. Basım sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 0,06 ile hemen aynı kalmıştır. 2005 yılında 138 milyon dolar olan basım sanayi ithalatı ise 2013 yılında 176,8 milyon dolara yükselirken toplam ithalat içindeki payı da yüzde 0,12'den yüzde 0,07'ye inmiştir. Basım sanayi alt sektör grupları içinde en yüksek ihracat Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat ürünlerinde yapılmaktadır. Basım sanayi ithalatı içinde en büyük payı Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat ürünleri ile Matbu Diğer Yayınlar ürünleri almaktadır.

İhracatın sınırlı olmasına karşın Türkiye'nin basım sanayinde ihracat pazarları çeşitlilik göstermektedir. Sektörün önemli pazarlarını yakın ve komşu ülkeler ile Avrupa Birliği ülkeleri oluşturmaktadır.

Türk basım sektörünün bir sanayi niteliğinde gelişimi 1950'li yıllarda dönemin tipolojisi kullanılarak başlamıştır. Türk basım sanayinin gelişme sürecinde ikinci aşama 1960'lı yılların ortasında ofset teknolojisinin kullanılması ile başlamıştır. 1970-1985 yılları arasında ise Türk basım yayım sanayisinde iki ana eğilim belirleyici olmuştur. Bunlardan ilki ofset teknolojisinin kullanımının daha yaygın hale gelmeye başlamasıdır. İkinci eğilim ise gelişmiş ülkelerde hızlanan teknoloji değişimi ve ofset teknolojisinin kullanımı ile ellerindeki mevcut çok geniş kapasiteli eski (tipolojili) makinelerin gelişmekte

olan ülkelere transfer edilmesi ile oluşmuştur. 1985 yılından itibaren Türk basım yayım sanayisi üçüncü önemli ve yeni bir gelişme aşamasına girmiştir. Bu yeni gelişme aşamasına geçiş de yine teknoloji odaklı olarak başlamıştır. Tipolojisinden ofset teknolojiye yoğun bir geçiş başlamıştır. 2000'li yıllarda Türk basım sanayindeki gelişmeleri belirleyen yine teknolojideki ilerlemeler ve yenilikler olmaktadır. Bilgi işlem, elektronik ve dijital baskı alanında yaşanan teknolojik ilerlemeler ile birlikte geleneksel matbaa ve basım işleri yerlerini hızla bilgisayar ve dijital tabanlı matbaacılık ve basım işlerine bırakmaktadır. Bu çerçevede basım sanayindeki firmalarda da önemli bir dönüşüm yaşanmaktadır.

Basım sanayinin ciro büyüklüğü 2013 yılında ise 6,7 milyar TL olarak hesaplanmaktadır. Basım sanayinde en önemli alt pazarı elde edilen ciro büyüklüğü itibariyle diğer matbaacılık işleri pazarı oluşturmaktadır. Onu gazetelerin basım işleri izlemektedir. Basım sanayinde üç önemli alt pazar bulunmaktadır. Bunlar gazete, dergi ve kitapların basımı, ambalaj baskıları ve diğer baskılı ve basılı ürünler pazarlarıdır.

Türkiye'de ulusal, bölgesel ve yerel bazda 2013 yılında yayınlanan gazete sayısı 3.100, dergi sayısı ise 4.058'dir. Yayınlanan gazetelerin tirajı 2013 yılında 2.29 milyar adet, dergilerin tirajı ise 165,4 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.

Kitap sayısı 2013 yılında 42.655 olarak gerçekleşmiştir. Kitapların basım adedi ise 2013 yılında ise 330 milyon adet olmuştur. Kitap pazarında ISBN numarası alarak basılan ve yayımlanan kitapların dışında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından basılan veya bastırılan ve ücretsiz olarak dağıtılan ders kitapları bulunmaktadır. 2013-2014 eğitim döneminde 206 milyon adet ders kitabı dağıtılmıştır.

Türkiye'de kitap pazarı büyüklüğü 2013 yılında 2,3 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye Yayıncılar Birliğinin Türkiye Kitap Pazarı Raporu verilerine göre Eğitim kitapları 1,2 milyar dolar ile en büyük alt pazardır. Kültür yayınları 900 milyon dolarlık büyüklüğe ulaşmıştır. Akademik kitaplar 85 milyon dolar, ithal kitaplar ise 150 milyon dolar pazar büyüklüğüne sahiptir.

Basım sanayinde en büyük alt pazarlardan birini ambalaj baskıları pazarı oluşturmaktadır. Basım sanayisi ile ambalaj sanayi iç içe geçmiş durumdadır. Basım faaliyetleri için önemli

bir ürün grubu olan kağıt-karton ve oluklu mukavva ambalaj ürünleri üretimi 2013 yılında ise 2,5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. İhracat odaklı olarak hızlı büyüyen plastik ambalaj ürünleri üretimi ise 2013 yılında ise 2,5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

Basım sanayinin matbaa ve ciltleme makineleri ile parçaları toplam ithalatı 2013 yılında 277,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat içinde ofset makineleri ile dijital makinelerin de yer aldığı diğer makineler ve yardımcı makineler en çok ithalat yapılan iki kalemi oluşturmaktadır.

Basım sanayinde kullanılan mürekkep büyüklüğü sektörün gelişme eğilimi için önemli bir göstergedir. Mürekkep ithalatı 2013 yılında 14.548 ton ile 152,4 milyon dolara çıkmıştır. 2013 yılında renkli mürekkep ithalatı 10.953 ton ve 106,2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Sektörün, üretim için kullandığı iki önemli hammadde olan kağıt ve mürekkep ile ilgili ülke dışı bağımlılığı devam etmektedir. Sektör, için önemli bir yere sahip olan gazete kağıdı üretimi çok düşük seviyeye gerilerken; hamur ve kuşe kağıtlara ilişkin üretimde artış gözlenmektedir. Ancak yine de sektörün tüm kullanım ihtiyacını karşılamak henüz mümkün olmamıştır. Sektörün mürekkep ithalatı son 5 yıl içinde hızlı artmıştır. Özellikle siyah dışı renkli mürekkep ithalatının artışı dikkat çekicidir.

Dünya Basım Sanayi ve Türkiye'nin Konumu

Basım sanayi işleri küresel ölçekte özellikle teknolojideki gelişmelere bağlı olarak önemli gelişim ve değişimler göstermektedir. Dünya basım sanayinde iş hacminin 2014 yılında yeniden 880,9 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir.

2014 yılından sonra ise dünya ekonomisindeki iyileşmenin de katkısı ile dünya basım sanayinde iş hacminin daha hızlı büyümesi beklenmektedir. Bu büyüme beklentisine bağlı olarak 2018 yılında dünya basım sanayi iş hacminin 980 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Dünya basım sanayinde iş hacmini oluşturan basım işleri arasında da önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Ticari baskı işleri kitap ve dergi,

rehberler ve el kitapları, kataloglar, reklam baskıları, broşürler, teknik dokümanlar, baskılı eğitim malzemeleri, kartlar, kartvizitler ile ticari ve kıymetli evraklar gibi ürünlerin basım işlerini kapsamakta olup küresel basım sanayi içinde en geniş payı olmayı sürdürmektedir. Ancak ticari basım işlerinin toplam iş hacmi içindeki payı gerilemektedir. Gazete basımı geleneksel basım işi olarak 2008 sonrasındaki gerileme ardından gelişen ülkelerdeki büyümenin katkısı ile büyüklüğünü korumakla birlikte dünya basım sanayi toplam iş hacmi içinde payı gerilemektedir.

Ambalaj ve etiket baskıları dünya basım sanayi işleri içinde en hızlı büyüyen, payı artan ve sürükleyici konumda olan basım işleridir. İşyerlerinde veya işyerleri için yapılan baskılar ile diğer baskıların da dünya basım sanayi iş hacmi içinde payı sınırlı ve kademeli olarak gerilemektedir. İşyerlerinde ve işyerleri için baskılar reproduksiyon baskıları, fotokopi baskıları, hızlı baskıları, postalama baskılarını, işyerleri içindeki in-house baskıları ve diğer baskıları kapsamaktadır.

Dünya basım pazarında gelişmiş ülkelerde iş hacmi durağan kalırken, iş hacmindeki küresel büyüme gelişen ülkelerden kaynaklanmaktadır. ABD, Kanada ve Meksika'dan oluşan ancak temel büyüklüğünü ABD'nin oluşturduğu Kuzey Amerika bölgesi ile Batı Avrupa'da iş hacmi 2008 yılından sonra önemli ölçüde küçülmüştür. 2018 yılına kadar olan dönemde Kuzey Amerika bölgesinde sınırlı bir büyüme beklenirken Batı Avrupa'da küçülmenin süreceği öngörülmektedir. Gelişen ülkelerin ağırlıklı olduğu Asya, Güney Amerika ve Doğu Avrupa Bölgesi ile kısmen Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde ise basım sanayi iş hacmi mutlak olarak artmakta, dünya basım sanayi iş hacmi içindeki payları da yükselmektedir. Özellikle Çin ve Hindistan'ın yer aldığı Asya bölgesinde hızlı bir büyüme yaşanmakta ve hızlı büyümenin süreceği öngörülmektedir. Güney Amerika ile Orta ve Doğu Avrupa bölgesi de büyümeye devam edeceklerdir.

Dünya basım pazarında baskı teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişme ve ilerlemeler baskı türleri içinde de değişimlere yol açmaktadır. Ofset baskıların toplam baskı türleri içindeki

payı gerilemektedir. Gravür baskıların büyüklüğü durağan seyrederken toplam içindeki payı düşmektedir. Baskı türleri içinde inkjet, elektrofotografi ve flekso baskılar ise hızlı bir büyüme göstermektedir.

Dijital devrim yayıncılık sektörünü önemli ölçüde etkilemektedir. Yayın şirketleri dijital devrim ile birer multi-medya firmalarına dönüşmek zorunda kalmaktadır. Daha önce sadece basılı ürünler ile ulaştıkları müşterilerine artık içeriklerini dijital ve elektronik ortamlarda da sunmaktadırlar. İnternet ve akıllı telefon uygulamaları önemli mecralar haline gelmiş olup yayın firmaları da dijital ve baskılı yayınlar bir arada hibrit yayıncılığına geçmektedirler. Gazete ve dergiler önümüzdeki dönemde sadece baskılı halleri ile yaşayamayacaklar ve mutlaka web-tablet-akıllı telefon-video-web TV gibi elektronik-dijital ortamlarda yer alacaklardır.

Dünya basım sanayindeki işler içinde ambalaj ve etiket baskıları hızlı büyüyen tek alandır ve önümüzdeki dönemde de ambalaj ve etiket baskıları basım sanayini küresel ölçekte sürükleyecektir. Ambalaj ve etiket baskılarında yaşanan bu eğilim ambalaj ve etiket baskı işini daha küresel hale getirmektedir. Bu büyüyen alanda rekabet artmaktadır.

Dünya basım sanayi ihracatı 2011 yılında 50,6 milyar dolara yükselmiştir. Ancak 2012 ve 2013 yıllarında ihracat yeniden gerilemiş ve 2013 yılında 43,7 milyar dolara düşmüştür. Basım sanayi ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı ise 2005 yılından bu yana gerileyerek 2013 yılında yüzde 0,2'ye inmiştir.

2013 yılında ABD 5,6 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. Almanya 5,5 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Singapur 4,5 milyar dolar, İngiltere 4,2 milyar dolar ve Çin 3,7 milyar dolar ile ABD ve Almanya'yı izlemektedirler. Dünya basım sanayi ithalatında ilk sırayı 4,4 milyar dolar ile ABD almaktadır. Kanada 3 milyar dolar ile ikinci, İngiltere 2,6 milyar dolar ile üçüncü büyük ithalatçı ülkelerdir. Almanya ve Fransa bu ülkeleri takip etmektedir. Çin kısa sürede altıncı büyük ithalatçı ülke haline gelmiştir. Kazakistan ve Rusya hızlı büyüyen iki pazar olarak dikkate çekilmektedir.

Basım Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Gelişmeler

Türk basım sanayi ara girdilerde kaliteli ürünleri tercih etmekte ve sanayinin önemli bir bölümünde kaliteli ara girdiler kullanılmaktadır. Sanayi böylece kendine rekabet gücü sağlamaktadır. Ancak ara girdilerin tamamı ithal edilmektedir ve dışa bağımlıdır.

Türk basım sanayi üretimde en ileri teknolojiyi kullanmakta ve modern makine parkına sahip bulunmaktadır. Bu makine parkı rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak Türkiye üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır. Üretim teknolojisine sahip ülkeler teknolojik ilerlemeler ile yüksek katma değer, verimlilik, etkinlik, ürün çeşitliliği, yenilikçilik gibi alanlarda rekabet avantajına sahip olurken Türkiye bu konuda teknoloji kullanımı ile izleyicisi ve uyarlayıcı olabilmektedir.

Üretim maliyetleri açısından Türkiye gelişmiş ülkelere göre avantajlı, gelişen ülkelere göre ise dezavantajlı konumdadır. Türkiye'de enerji, işgücü, vergiler, ithalat (KKDF), çevre, çalışma hayatı gibi alanlarda ilave maliyet yaratan çok sayıda düzenleme, dolaylı vergi kesinti, fon vb. bulunmaktadır.

Sektörde çok sayıda küçük ölçekli firma yer almaktadır. Sektörde küresel alanda topluluşma yaşanmakta olup rekabet için ölçekler sürekli büyümektedir. Türkiye'de ise ölçek ekonomisine sahip az sayıda firma yer almaktadır.

Türkiye'de baskı kalitesi iyileşmekte ve artmaktadır. Baskı kalitesi ile önemli bir rekabet gücü sağlanmaktadır. Ancak baskı kalitesinin iyileştirilmesinde de üretim teknolojisi, ara girdiler ve kağıtlar itibarıyla dışa bağımlı olunması kalite artışını da yurtdışındaki gelişmelere bağımlı hale getirmektedir.

Basım sanayinde hızlı değişen üretim süreçleri ve teknolojisi ile müşterilerin değişen taleplerine karşı yenilikçilik kapasitesi çok önemlidir. Türk basım sanayinde bu konuda daha çok maliyet-fiyat odaklı geleneksel ürünlerin üretiminin ağırlıklı olduğu ve yenilikçilikten ziyade maliyet-fiyat rekabetine önem verildiği görülmektedir.

Sektörde iç pazarın müşteri talebi henüz yenilikçi ve yüksek katma değerli ürünlere yönelmemiş olup firmaların bu alana geçişleri de sınırlanmaktadır. Rakip ülkelerde özellikle üretim teknolojisine de sahip gelişmiş ülkelerde yenilikçiliğe dayalı yüksek katma değerli ürünlere yönelik kapasite rekabet gücünü arttırmaktadır.

Türk basım sanayi iç pazar büyüklüğü açısından önemli bir avantaja sahiptir. Ancak Çin, Hindistan, Brezilya, Meksika, Rusya, Polonya gibi rakip ülkelerde de iç pazar potansiyeli kuvvetlidir. Coğrafi konum itibarıyla de Türk basım sanayi gelişme potansiyeline sahip ülkelere yakınlık avantajına sahiptir. Ancak bu avantajı daha etkin değerlendirmesi gerekmektedir. Nitekim Polonya ve Çek Cumhuriyeti Avrupa'ya yakınlıklarını Birliğin üretim merkezi olma hedefine yönelik olarak değerlendirmektedirler.

Türk basım sanayinde mevcut nitelikli ve tecrübeli insan kaynağı ve işgücü önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak Türk basım sanayinde teknoloji ve bilgi yoğunluklu hale gelen, bilgisayar web ve dijital tabanlı yapıya dönüşen basım sanayinde vasıflı ve vasıfsız iş gücü açığı artmaktadır.

Basım sanayinde son on yılda yaşanan sektöre kontrolsüz serbest girişler ve yapılan ölçüsüz-plansız yatırımlar ile piyasanın sağlıklı işleyişi bozulmuş olup, yine adil ve etik rekabet koşullarından uzaklaşmıştır.

Sanayide talep öngörülerini yapılamadan gerçekleştirilen yatırımlar atıl-fazla kapasitenin oluşmasına yol açmıştır. Yeni oluşturulan kapasiteler ile mevcut benzer işler yapılmakta, atıl kapasiteler nedeniyle işler maliyetler gözetilmeden yapılır hale gelmekte ve keskin fiyat rekabeti ile sektörün rekabet koşulları bozulmaktadır.

Basım Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler

Güçlü Yönler

Üretimde yüksek teknoloji makine parkının varlığı ve bu makine parkı ile yapılan üretim, uzun yılların getirdiği üretim bilgisi ve tecrübesi, modern üretim tesislerinin varlığı.

Teknoloji faaliyetlerinde yüksek kaliteli ürün üretime kapasitesine sahip olan Türk basım sanayi rakipleri ile aynı kalitede ürünler üretebilmektedir. Ancak bunun sektör geneline yaygınlaşması gerekmektedir. Yeniliklere uyum ve uygulama becerisi de sanayinin güçlü yönlerindedir. Teknolojik gelişmeler yakından izlenmekte dinamik yapı ile yenilikler çok kısa sürede uygulanabilmektedir. Bu açıdan sürekli gelişme sergilenmektedir. Pazarlama ve satışta yükselen iç pazar ile gelişme potansiyeli yüksek olan pazarlara yakınlık sanayinin bir diğer güçlü yönünü oluşturmaktadır.

Zayıf Yönler

Hammadde ve girdilerde mürekkep, kalıp, merdane, baskı kimyasallarının yanı sıra baskı işlemlerinin yapıldığı kağıt ve karton ürünlerinde de dışa bağımlılık söz konusudur. Üretim teknolojisindeki dışa bağımlılık, kayıt dışı üretim ve küçük ölçekli yapı, teknoloji faaliyetlerinde yeterli katma değerli ürün geliştirilememesi, iç pazarın maliyet-fiyat odaklı talep yapısının katma değerli ürün geliştirmeyi sınırlamaktadır. Pazarlama ve satışta alıcı hakim iç piyasa, maliyet-fiyat odaklı rekabet içerisinde yaşanan yoğun fiyat kırmaları haksız rekabet yaratmaktadır. Bir diğer haksız rekabet kaynağı da bazı alt baskı işlerinde yoğunlaşan kayıt dışı üretimdir. Finansman ve mali yapıda piyasa koşullarının yarattığı rekabet ortamında düşük karlılık ortaya çıkmaktadır. Gelişmiş bölgelerde toplulaşmış olan basım sanayi için yeterli yatırım teşvikleri olmaması da bir diğer önemli zayıflıktır. İnsan kaynaklarında ise vasıflı ve vasıfsız iş gücü açığı, yeterli kalifiye işgücü bulunamaması ve çalıştırılmaması söz konusudur.

Fırsatlar

Üretimde hızlı teknolojik gelişmeler ile rekabet gücünü artırma olanakları ve Avrupa'da üretimin yeni ülkelere kaymakta, Türk basım sanayi ise teknolojik gelişmeleri yakından izleyerek, uyum sağlayarak ve uygulayarak bu fırsattan azami ölçüde yararlanmaya çalışmaktadır. Avrupa'da gelişmiş teknoloji ve üretim kapasitesine sahip basım sanayi, yüksek maliyetler nedeniyle üretimini uygun yatırım ve üretim koşullarının olduğu ülkelere kaydırmaktadır. Türk basım

sanayi bu fırsat iyi değerlendirmelidir. Teknoloji faaliyetlerinde ürün, hizmet ve süreçlerde inovasyon olanakları ile multimedya firmalarının ortak baskı/internet/sosyal medya uygulamaları yeni iş fırsatları yaratmaktadır. Pazarlama ve satışta ihracat olanakları, gelişen ülke pazarları, Türkiye'nin artan ihracatı ile ambalaj etiket baskıları alanında önemli bir potansiyel ortaya çıkarmaktadır. Yakın ve komşu pazarlar ihracat için önemli bir açılım potansiyeli taşımaktadır. En hızlı büyüyen iş alanı olan ihracat ve perakende sektörlerinin uzun vadeli hedefleri ile hızlı büyüme potansiyeli olan ambalaj ürünleri alt sektöründe fırsatlar bulunmaktadır. İnsan kaynaklarında genç nüfus ve kentleşme, kişisel gelir artışları ile desteklenen yükselen iç pazar fırsatları sunmaktadır.

Tehditler

Hammadde ve girdi tedarikinde; kağıt ve ara girdilerde kalitesiz ve standart dışı ürünlerin kullanımı ile oluşan haksız rekabet, ürün imajının ve tüketici sağlığının bozulması riski yaratmaktadır. Girdilerde dışa bağlı kalınması da önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Üretimde teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile birlikte geleneksel matbaa işlerindeki daralma basım sanayinde kapasite fazlası oluşturmaktadır. Sektörde yüksek enerji maliyetleri karlılığı sınırlamaktadır. Fazla kapasite piyasada bozucu etkiye yol açmaktadır. Teknoloji faaliyetlerinde araştırma geliştirme altyapısının sınırlı olması, yeterli eko-sistemin oluşmaması, piyasa talebinin ARGE faaliyetlerini tetiklememesi nedeniyle araştırma ve ürün geliştirme faaliyetleri sınırlı kalmaktadır. Pazarlama ve satışta basılı medya ve görsel talebinin azaldığı görülmektedir. Düşük üretim maliyetleri ve ürün fiyatları ile Çin, Güney Doğu Asya ve Afrika ülkelerinin rekabet baskısı söz konusudur. Finansman ve mali yapıda maliyetleri arttıran ilave yükler tehdit oluşturmaya devam etmektedir. Yüksek enerji maliyetleri, işgücü üzerindeki yükler, kesinti ve vergiler, KKDF uygulamaları, iletişim vergileri vb. sektörün maliyet yükünü arttırmaktadır. İnsan kaynaklarında mesleki eğitim sağlayan liselere talep azalırken meslek lisesi mezunlarında sektörde çalışma isteği düşüktür. Sektörün geçmişinde oluşan usta-çırak ilişkisi ile insan kaynağı artık yetiştirmemektedir.

Piyasa ve sektör koşulları içinde sanayinin tehlikeli işler yönetmeliği kapsamında yer almaya devam etmesi, yeni iş sağlığı ve güvenliği yasası ile getirilen düzenlemelerin yarattığı ilave yükler, fikri mülkiyet haklarının yeterince korunamaması ile oluşan "korsan" basım faaliyetleri sektörde yatırım ortamını bozmaktadır. Çalışma hayatında yeşil kart, işsizlik sigortası ve sosyal yardım uygulamaları işgücünü ve çalışmayı caydırmaktadır.

Sektör Stratejileri ve Politikalar

Basım sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 13 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 2, üretim için 4, teknoloji faaliyetleri için 2, pazarlama ve satış için 1, insan kaynakları için 1, piyasa ve sektör koşulları için 2 stratejik hedef belirlenmiştir. Stratejik hedefler aşağıda sunulmaktadır.

1. Yurtiçi girdi olanaklarının artırılması,
2. Yurtdışı girdi tedarikinde etkinliğin artırılması,
3. Üretim kapasite envanteri çıkarılması ve yeni girişler ile yatırımların kontrolü,
4. Avrupalı üreticiler ile her alanda işbirlikleri ve ortaklıklar geliştirilmesi,
5. Enerji maliyetlerinin düşürülmesi,
6. İşgücü düzenlemelerinde iyileştirmeler yapılması,
7. Yüksek katma değerli ürünlerin üretimi,
8. Test laboratuvar ve sertifikasyon altyapısının kurulması,
9. İhracata ağırlık verilmesi ve ihracatın artırılması,
10. Yatırım teşviklerinin iyileştirilmesi,
11. Nitelikli insan kaynakları ile işgücü yetiştirilmesi ve sektöre çekilmesi,
12. Kayıt dışı faaliyetlerin önlenmesi,
13. Sağlıklı bir rekabet ortamının kurulması.

MANUFACTURING INDUSTRY OF PAPER AND PAPER PRODUCTS

Definition and Scope

The manufacturing industry of paper and paper products is an industrial branch covering the stages from production of cellulose and wood pulp using various types of trees as well as small amounts of plants like jute, cannabis, and reed to transformation into paper of such intermediate products and waste paper which is another key raw materials made of recycled waste paper (also defined as scrap or old paper) through a range of mechanical and chemical processes. Since the sector is capital-, technology, and energy-oriented, it is included in the medium-heavy industrial branch category or classified as medium-low technology extensive. 3 sub-sectors are identified within the process from processing the raw material used in paper manufacturing to obtaining the end product. These are: Cellulose and Pulp called the primary fiber; Waste Paper (Scrap or old paper) called the secondary fiber; and Paper-Cardboard. Paper-cardboard is classified within two basic groups, namely the cultural and industrial papers, in the international literature. Pulp and Paper Manufacturing Industry corresponds to group no. 17 within the NACE.2 sector classifications.

Development and Main Indicators of the Sector

As of 2012 the number of enterprises operating in the manufacturing industry of paper and paper products is 2,201, employing 49,581 people. The production value of the manufacturing industry of paper and paper products in 2012 was 15.4 billion TL. Value added in the paper industry was realized as 3 billion TL in 2012. The paper industry saw a limited decrease in the number of enterprises over the last 7 years with increased employment. The production and added value rates also improved in the industry.

The manufacturing industry of paper and paper products is composed of seven sub-sector groups. These 7 sub-groups are pulp, paper

and cardboard, corrugated paper and cardboard and products, paper household goods-sanitary materials-toiletry, paper stationary, wallpapers and other products from paper and cardboard.

In the manufacturing industry of paper and paper products, the sub-sector with the highest enterprise share is the corrugated paper and cardboard and products with 52.3 percent, which also has the highest share in production value at 49.4 percent. It also delivers the highest added value in the paper industry with 51 percent. The paper household goods-sanitary materials-toiletry, paper stationary, wallpapers and other products from paper and cardboard are two other sub sectors with the highest share in terms of basic indicators.

The share of number of enterprises during the period 2006-2012 in the paper industry in the overall manufacturing industry decreased from 0.72 percent to 0.65 percent. Its share in employment increased from 1.55 percent in 2006 to 1.59 percent in 2012. Its share in the production value is increasing progressively. The share in production value rose from 1.83 percent to 2.05 percent in 2013. The share in the value added delivered increased from 1.96 percent in 2006 to 2.29 percent in 2012. The paper industry has an increasing share in investments. Its share increased from 2.14 percent in 2006 to 2.65 percent in 2012.

The production in the manufacturing industry of paper and paper products increased by 45.9 percent between 2006 and 2013, resulting in an industrial production growth over the average manufacturing industry production growth which rose by 32.4 percent during the same period.

Exports of the manufacturing industry of paper and paper products increased from 625 million dollars in 2006 to approximately 2 billion dollars in 2013 as the share of paper industry exports in the overall exports of Turkey increased from 0.73 percent to 1.29 percent.

Imports of the manufacturing industry of paper and paper products rose from 2 billion dollars in 2006 to 3.2 billion dollars in 2013, while its share in overall imports dropped from 1.46 percent to 1.26 percent.

In the manufacturing industry of paper and paper products, three sub sectors or product groups deliver higher export rates. In 2013 the cleaning and toilet papers and diapers recorded imports worth 1.2 billion dollars. The second highest export volume was delivered by paper and cardboard packaging products group. The exports in this sub group was 355 million dollars in 2013. The paper and cardboard export was 304 million dollars in 2013.

The biggest slice from the paper industry imports is taken by paper and cardboard. Paper and cardboard import has increased over the years reaching near 2 billion dollars in 2013. Other paper and cardboard products are the second most imported product group with 915 million dollars in 2013.

The export markets in the Turkish manufacturing industry of paper and paper products are diversified. The key markets for the sector include adjacent and neighboring countries, EU countries, Middle eastern and North and Central Asian countries.

The net foreign exchange earnings of the manufacturing industry of paper and paper products, measured by the difference between the export and import of end products, have been realizing deficit for years. Net foreign exchange deficit of the sector realized as 1.2 billion dollars in 2013. Manufacturing industry of paper and paper products has a growth structure replacing mainly the paper import. The reason behind the low export rates compared to the existing potential and capacity is the demand growth driven by the fast-growing domestic market. Production and sales to fulfill domestic demand limit exports but import is prevented which contributes to net foreign exchange earnings.

Number of people employed as part of R&D activities in the paper industry is 57 as of 2013. R&D employment in the paper industry is limited despite increasing after 2007 and has been falling since 2011. Cost of R&D activities has increased over the years, measuring at 5.1 million TL in 2013.

The number of patents granted in the paper industry increased from 2 in 2000 to 15 in 2012. Branding in the pulp and paper industry advances faster. The number of brand registrations increased from 299 in 2000 to 3,616

in 2013. Similarly, the number of industrial design registrations in the furniture industry increased from 28 in 2000 to 120 in 2013.

Paper manufacturing initiatives were taken before the Turkish Republican period but production facilities established in Izmir and Beykoz were shut down due to foreign production and trade competition. The first paper production started by SEKA, a public venture, in 1936 during the Republican period. After a long time of public monopoly in the paper sector, SEKA in was privatized in 2000 and exit the industry completely in 2006.

Turkish paper industry has today become a key and competitive sector especially for household and cleaning papers, paper-cardboard packaging products and corrugated cardboard production as well as printing and writing paper.

Per capita paper production is both a development indicator for the country and a growth potential indicator for the sector. The paper consumption per capita in Turkey was 73.8 kg in 2013 with significant potential for growth.

The paper production capacity in Turkey reached 3,817,500 tons in 2013. Corrugated cardboard held 48.3 percent (1,843,000 tons) of paper-cardboard production capacity in Turkey as of 2013 yearend. The second largest capacity is held by cardboard products with a share of 18.3 percent, followed by cleaning papers group with 16.6 percent in the third place.

Paper production in Turkey was 2,184,217 tons in 2007 which continued to increase over the subsequent years reaching 3,092,400 in 2013.

Paper consumption in Turkey expanded after 2002 reaching 5.66 million tons in 2013. In 2013 the largest consumption was seen in the corrugated cardboard group. The share of corrugated cardboard in total consumption was 40 percent with a volume of 2,261,136 tons, followed by writing paper with 1,204,143 tons.

Paper import has developed in parallel to the fast-growing paper consumption after 2002 in Turkey. 53.9 percent of the expanded domestic consumption is met by imports. Quantity-based import reached 3,051,653 tons in 2013. 963,711 tons of writing paper, 701,406 tons of corrugated cardboard, 488,175 tons of cardboard and 435,428 tons of newspaper and were imported in 2013.

Quantity-based export increased from 555,935 tons in 2009 to 941,087 tons in 2013. In 2013 cleaning paper export volume was 174,353 tons.

Turkey meets the pulp and scrap paper inputs used in paper production mainly with imports. In 2013 pulp and scrap paper import value rose to 645.1 million dollars.

The biggest production capacity and production was delivered in the corrugated cardboard in the Turkish paper industry. Majority of corrugated cardboard production is clustered and concentrated in the Marmara and Aegean regions. At the same time, small-medium scale manufacturing companies become widespread in almost every city. Besides new local players added to the sector, existing companies increase their production capacity and renew their production technologies on a continuous basis. Corrugated cardboard industry also attracts foreign international large manufacturers which enter the sector by acquiring Turkish firms or through partnerships. The sector experiences a tough competitiveness. Turkish corrugated cardboard industry has competitive power with their advanced production technology and product quality. It has the 6th largest capacity in Europe following Germany, Italy, France, the UK and Spain.

The second of three key production and export fields in the Turkish paper industry is cleaning paper industry. The Turkish cleaning paper industry has developed fast over the recent years. The production capacity increased significantly with the new investments by local and foreign companies in the sector. The 5th largest production capacity of Europe was achieved. Nevertheless, the rate of market potential realization remains below expectations. Demand for toilet paper is still under the potential. Therefore, a supply and capacity surplus is foreseen to be delivered with the conditions and newly-structured potential. The industry has become a key exporter with brands across adjacent and neighboring markets.

Another key sector among three key fields in the Turkish paper industry is the paper and cardboard packaging industry which has grown significantly over the recent years. The cardboard packaging product manufacturing volume increased from 362,000 tons in 2006 to 568,000 tons in 2013. Cardboard and paper

and packaging production is concentrated mainly in the Marmara and Aegean region. The production capacity continues to increase with the new investments in the sector. The paper and cardboard packaging product demand increases as particularly the modern retail sector has expanded in the domestic market with improved number and sales of local and foreign durable and half-durable brands.

Manufacturing Industry of Paper and Paper Products in the World and the Position of Turkey

The global paper production capacity increased to 152.8 million tons for pulp and to 274 million tons as of 2013. Packaging and labeling papers among the capacity of paper and its products is the sub sector with the highest production capacity at 138.6 million tons followed by writing and printing papers in the second place with a production capacity of 76.9 million tons. Newspaper production capacity is 24.9 million tons with household and cleaning paper production capacity at 22.1 million tons.

The global paper production shows limited growth with 153.9 million tons of pulp and 265.2 million tons of paper and paper products produced in 2013. Pulp production increased from 151.4 million tons in 2008 to 153.9 million tons in 2013 while paper and paper products production rose from 262.14 million tons in 2008 to 265.2 in 2013.

The highest production rate among paper and paper products is held by packaging and labeling papers. 119.1 million tons of packaging and labeling papers were produced in 2013 followed by writing and printing papers in the second place with a production volume of 91.3 million tons.

In the manufacturing industry of paper and paper products, the production of newspaper, writing and printing papers, household and cleaning papers as well as other paper and cardboard products reduced during the period between 2008 and 2013. The only sub sector with production growth was packaging and labeling papers.

As of 2013 the US ranks first in the world in pulp production with a production capacity of 55 million tons and a production of 49.4 million tons. Brazil and Japan rank second and third after the

US with pulp production capacity and realization.

Sweden, Finland, Russia and Chile are important manufacturers with their trees and forest assets. Portugal, Germany, France and Spain are other key manufacturers in the EU.

As of 2013 China ranks first in pulp and paper products with a production capacity of 104 million tons and a production volume of 101 million tons, followed by the US with a production capacity of 80.2 million tons and a production volume of 73.7 million tons.

Japan and Germany follows China and the US with their production capacity and volume. Brazil, Finland, Canada, Sweden and Russia are among key manufacturers in the global paper industry with their rich tree and forest assets. Korea is also an important manufacturer despite limited resources.

According to forecasts about the production capacities in the global paper industry, it is estimated that the pulp production capacity of 152.8 million tons in 2013 will increase to 160.4 million tons in 2018 and that the paper and paper products manufacturing capacity of 274 million tons in 2013 will rise to 279.1 million tons in 2018.

The majority of the growth in the production capacity of paper and paper products will be caused by the production capacity growth for packaging and labeling papers. It is expected that production capacity will decrease for writing and printing papers, newspapers and other paper and cardboard products. The production capacity for household and cleaning papers will increase.

A 5.2 million ton increase is estimated in the global paper and paper products production capacity by 2018. No change will be experienced in the 15 countries with the largest scale in the production capacity over the next 5 years. Within this period a 1.2 million tons of shrinkage is expected in the production capacity of the US with growth in the production capacity of China, Germany, Brazil, Russia, Mexico and France.

China is the biggest market in the global paper and paper products consumption. However, data for China is temporary. China is assumed to have consumed 91 million tons of paper

in 2013, The US is the second largest market realizing a consumption volume of 68.8 million ton in 2013 with the consumption rate decreasing year by year. China and the US are followed by other large market including Germany, Italy, the UK, France. Russia became the 7th largest and Spain became the 8th largest in 2013. Turkey was the 9th largest consumption market with a consumption of 5.7 million ton in 2013.

The global paper industry export increased from 137.2 billion dollars in 2005 to 178.2 billion dollars in 2008. However, the sector export was negatively affected by the global crisis and it dropped to 153.3 billion dollars in 2009. Exports increased again over the next two years, reaching 189.8 billion dollars in 2011. In 2012 it reduced again to 180.8 billion dollars, which rose to 185.2 billion dollars again in 2013.

Accordingly, the share of paper industry export in the global goods export was 1.31 percent in 2005 and 1.24 percent in 2009 which dropped and was realized as 1.01 percent in 2013.

As of 2013 the highest export was delivered in the paper and cardboard group with 90.7 billion dollars, followed by other papers and cardboard products in the second place with 29.5 billion dollars. Cleaning and toilet papers and diapers recorded an export worth of 29.2 billion dollars, and paper and cardboard packaging products export was 21.7 billion dollars. Finally, paper stationary product export was realized as 10.4 billion dollars.

Germany was the country with the highest export rate with 24.2 billion dollars in 2013. The US ranks second with 17.2 billion dollars, followed by China (17.8 billion dollars), Sweden (11.2 billion dollars) and Finland (9.9 billion dollars). These first five countries are followed by Canada and Italy. Seven EU countries among the subsequent eight countries are also important exporters.

The US ranks first in the global paper industry import with 17.3 billion dollars. Germany is the second largest exporter which is followed by France and the UK before Italy, Canada, Belgium and the Netherlands. Developing countries Mexico, China, Russia and Poland have started

to included in the largest import markets in the global paper industry. Turkey, following Spain and Japan, became the 15th largest importer with import worth of 3.2 billion dollars in 2013.

Turkish paper and cardboard industry holds 1.4 percent of the global paper production capacity with a production capacity of 3.9 million tons in 2013. Turkish paper and cardboard industry delivered 1.2 percent of the global paper production with a production volume of 3.1 million tons in 2013. Turkey became the 9th biggest country in global paper and cardboard consumption with a paper and cardboard consumption of 5.7 million tons in 2013. Turkey's share in the global paper industry exports is 1.06 percent with export worth of 2 billion dollars in 2013. Turkish paper industry export has been able to increase its share in the global paper industry export progressively. It has increased its share in the global exports by 0.57 points.

Main Competitive Factors and Developments in the Manufacturing Industry of Paper and Paper Products

The main competitive factors of paper industry are evaluated based on the classification of seven rings composing the value chain.

Turkish paper industry has limited facilities with respect to raw material and input supply compared to its competitors and is greatly foreign-dependent. Turkey lacks sufficient forest assets and the existing forest assets are not sufficient to supply the necessary amount of cellulose wood. Woods supplied are highly expensive. Encased wood import is forbidden for paper production. The use rate of waste paper as the main material for cardboard, paperboard and corrugated cardboard production and side material for paper production is around 45 percent in Turkey. On the other hand, average waste paper use rate reached 71.7 percent in 2013 in the EU countries.

Among overall production costs in the paper industry the share of energy costs is between 20-25 percent. When Turkey is compared with competitor countries, energy costs are very

high in Turkey which negatively affects the competitive power of paper industry.

Scales have two main trends in the Turkish paper industry. There are many small scale firms in the sector. The share of companies with up to 99 employees in the number of enterprises is 95.9 percent with a 32.9 percent share in turnovers. A total of 102 companies employing 100 people or more in the sector have 67.1 percent of the sector turnover. The sector is clustered on a global level with scales growing continuously for competition. In Turkey, however, there are a few companies with scale economy.

The US, Italy, Germany, Japan and South Korea are countries guiding production technology in the paper industry and ensuring development in paper machines. Turkey depends on foreign resources in the production technology in paper industry.

There are many factors imposing additional pressure on production costs and affecting competitive power negatively in the Turkish paper industry. The price for wood eligible for paper production varies between 70-80 USD/ton while such price changes between 20-30 USD/ton in the world. Foreign-dependency for cellulose and chemicals increases costs besides increased foreign exchange rates. The 6 percent RUSF imposed on forward import of cellulose and other side materials increases costs.

Turkish paper industry is foreign-dependent in production technology resulting in limited R&D activities for production technologies. Similarly, research infrastructure, research engineers and university-industry collaboration are also limited. The sector conducts mainly activities for product development purposes.

Turkey has a significant advantage in terms of its domestic market size and the current level of paper consumption. However, the domestic market potentials of competitor countries like China, India, Russia, Brazil, Ukraine and Poland are also strong. The geographic position of Turkey near new and emerging markets brings a key competitive advantage. The advantage of its geographic position combined with the domestic market attracts foreign manufacturers to Turkey.

Investment loans, credit guarantees, purchaser loans, export insurances and similar transactions are limited and more costly compared to competitors.

SWOT Analysis of the Manufacturing Industry of Paper and Paper Products and Considerations

Strengths

Waste paper recycling capacity becoming more widespread in raw material and input supply as well as increased knowledge with technology used in this field. Production capacity and high production technology applied in the production of paper-cardboard packaging products, corrugated cardboard products and cleaning paper. High product quality especially in cardboard, corrugated cardboard and cleaning papers thanks to technology activities, product development and quality with innovative and eco-friendly production. Emerging domestic market thanks to strong image and high penetration with the Turkish paper industry products in marketing and sales in adjacent and neighboring countries.

Weaknesses

Foreign-dependency in cellulose which is the main raw material in the supply of raw material and input, failure to use forest assets properly and lack of industrial forestry. Foreign-dependency in production technologies, high cellulose and waste paper costs, high energy costs and intensity of small scale production capacity. Limited R&D activities due to foreign-dependency in technological activities, product development and quality, and production technology. Emerging investment and financing needs due to high investment costs, fast technological developments in new investments within financial indicators. Problems encountered by SMEs in accessing financing. Qualified workforce gap in human resources. Unfair competition led by cheap and low quality imported products and unregistered products due to insufficient auditing in imports

and domestic market under market and sector conditions. Lack of investment incentives required to encourage new investments.

Opportunities

Production shift in Europe to new countries outside the Union and Turkey stepping up as a key production location. Contribution of compliance with the U in technological activities and waste paper and packaging. Ongoing low consumption per capita in marketing and sales; increased export using paper packaging, improved Turkish goods image in adjacent and neighboring countries, young population of Turkey and ability of Turkish entrepreneurs to act in a flexible and fast way.

Threats

Raw materials from trees and forest that remain to be used on a limited basis due to current forest regulations regarding raw material and input supply with high costs for resources available, exported waste paper and price fluctuations in raw materials (caused by fluctuations in foreign exchange rates due to foreign-dependency). Lack of investment for cellulose production which is the key input in production with 100 percent foreign-dependency. Continued high energy prices caused by foreign-dependency in energy. Consistently limited R&D activities in technology-related operations. Digitalization and reduced paper consumption in marketing and sales release industry. High competitive power created by the Northern Europe countries and Russia with high production capacity-low raw materials and energy prices. Continued low profitability in financial indicator (applicable across the industry). Unmet need of qualified workforce within human resources or lack of sufficient planning. Failure to prevent low quality imports from Far East countries under market and sector conditions, failure to use proper quality standard in the domestic market resulting limited amount of waste and recycled paper.

Sector Strategies and Policies

13 strategic targets were set for the paper industry mainly based on the value chain of the sector under the topic of strategies and policies. There are 3 strategic targets for raw material and inputs; 3 for production; 1 for technological activities; 2 for marketing & sales; 1 for financing and financial structure; 1 for human resources; and 2 for market and sector conditions.

1. Establish and operate industrial forests,
2. Include cellulose production in the scope of strategic products,
3. Improve waste paper collection and recycling,
4. Reduce costs for paper raw materials supplied locally,
5. Cancel, or reduce the rate of, RUSF imposed on forward raw materials or intermediate input imports,
6. Reduce energy costs,
7. Enhance technological activities,
8. Diversify markets and products to increase exports,
9. Reinforce health- and eco-friendly product concept to increase local consumption,
10. Improve investment incentives and provide financing opportunities,
11. Raise qualified human resources and workforce,
12. Implement standards to increase the use and quality of paper products,
13. Ensure active import and domestic market monitoring.

PRINTING INDUSTRY

Definition and Scope

Printing industry is an important and old industrial sector originated from traditional printing activities. The industrial revolution took place after significant developments in the printing history transformed the sector from a business of small scale printing businesses to a printing industry where large scale companies operate.

Printing industry today supports globalization by accelerating information circulation and increases convergence between countries and societies. The printing industry renews itself and adapt to change on a continuous basis under new conditions created by the information society and technology and especially based on its digital trends. As an industrial branch the printing industry involves in economic activities and makes social contributions. The printing industry constitutes the group no.18 within NACE.2 sector classification in the printing industry, defined under “Printing and Reproduction of Recorded Media”).

Development and Main Indicators of the Sector

The number of companies operating in the printing industry increased to 12,927 in 2012 from 12,187 in 2006, as the number of active companies increased. The number of paid employees, indicator of employment, reached 53,217 in 2012 from 39,899 in 2006. The production value and added value has also been growing nominally. The investments trend continues in the printing sector.

The sub group of other printing activities has the highest share at 87.9 percent in the printing industry in terms of the number of enterprises as well as the highest share in terms of production value at 85.0 percent. The sub group of other printing activities has also the highest added value of 82.9 percent in the printing industry with the highest investment share at 91.6 percent.

The share of enterprise number in the overall manufacturing industry remained the same during the period 2006-2012. Its share in employment, however, increased to 1.70 percent in 2012 from 1.68 percent in 2006, and its share in production dropped from 1.09 percent in 2006 to 0.93 percent in 2012. Its share in the added value decreased from 1.23 percent in 2006 to 1.18 percent in 2012. The printing industry realized 1.08 percent of investments in the overall manufacturing industry and realized 0.94 percent of the investments in 2012.

Production in printing industry increased by 58.4 percent between 2005 and 2013, achieving growth above the average manufacturing industry production growth which increased by 32.4 percent during the same period. During the period 2005-2013 other printing activities and

service before printing and publishing achieved significant production growth. While production growth was limited in newspaper printing activities, the production dropped in bookbinding and reproduction of recorded media.

Productivity in printing industry measured per capita production increased by 42.6 percent during the period 2005-2013. During the period 2005-2013, except for the newspaper printing business sub sector, all other four sub sector delivered increased productivity with the highest increase achieved by the sub sector services before printing and publishing and other printing businesses.

Exports in the printing industry increased from 49.5 million dollars in 2005 to 94.7 million dollars in 2013 with the share of printing industry in Turkey's overall exports remaining almost the same at 0.06 percent. Printing industry import worth of 138 million dollars in 2005 rose to 176.8 million dollars in 2013 with its share in the overall imports decreasing from 0.12 percent to 0.07 percent. The highest export in the printing industry was delivered by the sub sector groups of Books, Brochures, Booklets and Similar Press products which also has the highest share in the printing industry imports.

Despite limited exports, the export markets of Turkish printing industry are diversified. The key markets for the sector include adjacent and neighboring countries as well as the EU countries.

Emergence of Turkish printing sector as an industry started in 1950s using the typo technology of that time. The second stage in the development of Turkish printing industry began during mid-1960s with the introduction of offset technology. Between 1970 and 1985, two main trends were determinant in the Turkish printing industry. One of them was the widespread use of offset technology and the second trend was the transfer of high-capacity old (typo technology) machines to developing countries from developed countries where offset technology started to be used as a result of the accelerated technological change. Starting from 1985 the Turkish printing & publishing industry entered the third important and new development phase. Transition to this new development stage also started based on the technology. An extensive transition period

began from typo to offset technology. During 2000s technological progress and innovations once again stepped in to determine the development in the Turkish printing industry. The traditional printing businesses has been swiftly replaced by computer-aided, digital printing businesses with the technological progress taking place in the areas of IT as well as electronic and digital printing. Accordingly, companies in the printing industry also experience a remarkable transformation.

The turnover volume of printing industry was calculated 6.7 billion TL in 2013. Other printing activities constitutes the most important sub market in the printing industry with its turnover volume, followed by newspaper printing activities. The printing industry has three key sub markets: newspaper, magazine and book printing, packaging prints and other printed products.

In 2013 the number newspapers and magazines published on a national, regional and local basis was 3,100 and 4,058, respectively. The circulation of newspapers and magazines in 2013 was 2.29 billion and 165.4 million, respectively.

The number of books in 2013 was 42,655 with number of editions at 330 million. The book market covers not only books printed and published by taking an ISBN number but also the schoolbooks printed, or have printed, and distributed by the National Education Ministry for free. 206 million schoolbooks were distributed in the education period of 2013-2014.

The size of book market in Turkey reached 2.3 billion dollars in 2013. According to data from Turkish Book Market Report by Turkish Union of Publishers, schoolbooks constitute the biggest sub market with 1.2 billion dollars. Cultural publishing has reached a volume of 900 million dollars. Academic books and imported books have a market volume of 85 million dollars and 150 million dollars, respectively.

One of the biggest sub markets in the printing industry is the packaging printing market. The printing industry has really close relations with the packaging industry. Paper-cardboard and corrugated cardboard packaging products, a key product group for printing activities, recorded

2.4 million tons of production in 2013. The production in the plastic packaging products with an export-oriented growth achieved a volume of 2.5 million tons in 2013.

The total import of printing and bookbinding machinery and parts in the printing industry was realized as 277.1 million dollars in 2013. The most imported two items were offset machines and other machines and auxiliary machined including digital equipment.

The volume of ink used in the printing industry is a key indicator for the sectoral development trend. In 2013 ink import increased to 14,548 tons with 152.4 million dollars. Color ink import in 2013 was realized as 10,953 tons with 106.2 million dollars.

Foreign-dependency continues with respect to paper and ink, the two important raw materials used for production in the industry. Newspaper production, a key business for the sector, dropped to very low levels with increase in the production of pulp and coated paper. However, it is still not possible to fulfill the entire usage demand in the sector. Ink import growth in the sector has accelerated over the last 5 years. Especially, the increase in color ink other than the black one is striking.

Printing Industry in the World and the Position of Turkey

Printing industry businesses are subject to important developments and changes especially depending on the technological developments on a global scale. The business volume of the global printing industry is expected to reach 880.9 billion dollars in 2014.

The business volume in the global printing industry is estimated to grow fast with the contribution of improved global economy following 2014. In parallel to this estimated growth, the business volume of the global printing industry is foreseen to reach 980 billion dollars by 2018.

Significant developments take place also among the printing businesses constituting the business volume of global printing industry. Commercial printing business include printing of products e.g. books and magazines, guides and handbooks,

catalogues, advertising prints, brochures, technical documents, printed educational materials, cards, business cards as well as commercial and valuable papers, which has the largest share in the global printing industry with a decreasing share in the overall business volume. Newspaper printing as the traditional printing business sustains its volume after a drop following 2008 with its share decreasing in the overall business volume of the global printing industry.

Packaging and label prints are the fastest-growing and fast-moving printing business with increased share among the global printing industry businesses. The share of prints at workplaces or for workplaces as well as other prints drops on a limited and progressive basis in the global printing industry business volume. Prints at or for workplaces include reproduction prints, photocopy prints, jet prints, mail prints, in-house prints and other prints.

In the global printing market, while the business volume in developed countries remains steady, growth in the global business volume comes from developing countries. The North America region, covering mainly the US, and Canada and Mexico, and Western Europe experienced a serious shrinkage in the business volume after 2008. During period until 2018 limited growth is expected in the North America region with sustained shrinkage in Western Europe. An absolute growth is experienced in the printing industry business volume in Asia, South America and Eastern Europe region as well as part of the Middle East and Africa regions where developing countries are dominant, with increased share in the global printing industry business volume. Especially in Asia where China and India are located, a fast growth is experienced which is estimated to continue in the future. South America and Central and eastern Europe regions will also continue to grow.

The fast developments and progress in printing technologies in the global printing market lead to changes in print types. The share of offset prints in the overall print types decreases. The volume of gravure prints remains steady with decreasing share in overall. Inkjet, electrophotography and flexo prints among the print types show fast growth.

The digital revolution has a significant impact on the publishing sector. Publishers had to turn into

multimedia companies as a result of the digital revolution. They now offers services to their customers not only through printed products but on digital and electronic platforms. Internet and smart phone application has become important channels and publishing firms has stated hybrid publishing combining digital and printed editions. Newspaper and magazines will not survive in printed forms in the future and will have to be positioned in electronic-digital channels e.g. web, tablets, smart phones, videos and web TV.

Among business in the global printing industry packaging and label prints is the only fast-growing sector which will globally guide the printing industry in the next period. This trend in the packaging and label prints makes the packaging and label printing business more global which increases competition in the growing area.

Exports of the global printing industry increased to 50.6 billion dollars in 2011 but dropped again in 2012 and 2013 and saw 43.7 billion dollars in 2013. The share of printing industry exports in the overall global exports dropped after 2005 and was 0.2 percent in 2013.

The US became the biggest exporter in 2013 with 5.6 billion dollars. Germany ranks second with 5.5 billion dollars. These two countries are followed by Singapore (4.53 billion dollars), the UK (4.2 billion dollars) and China (3.7 billion dollars). The leader of global printing industry imports is the US with 4.4 billion dollars. Canada ranks second with 3 billion dollars followed by the UK as the third largest importer with 2.6 billion dollars. These countries are followed by Germany and France. China has become the sixth largest importer in a short time. Kazakhstan and Russia are highlighted as two fast-growing markets.

Main Competitive Factors and Developments in the Printing Industry

The Turkish printing industry prefers quality products as intermediate inputs using quality intermediate inputs in the majority of the industry. Therefore the industry gains competitive power. However, all intermediate inputs are imported and foreign-dependent.

Turkish printing industry utilizes the most

advanced technology in production with a modern machinery park, which provides competitive advantage. However, Turkey depends on foreign resources in production technology. While countries with production technology uses technological developments to create competitive advantage in terms of high added value, productivity, product diversity, and innovation, Turkey holes the role of a viewer and adapter in using technologies.

Turkey has an advantage compared to developed countries and a disadvantage compared to developing countries in terms of production costs. Turkey implements many regulations, indirect tax deductions, funds, etc. which impose additional costs in areas like energy, workforce, taxes, imports (RUSF), environment, and work life.

There are many small scale companies in the sector with clustering on a global sense and increasing scales for competition. In Turkey, however, there are a few companies with scale economy.

The printing quality in Turkey is improved and increased. An important competitive power is provided through printing quality. Nevertheless, increased printing quality depends on foreign developments due to foreign-dependency in terms of production technology, intermediate inputs and papers.

Innovation capacity is very important in the printing industry to follow fast-changing production processes and technology as well as evolving customer demands. Turkish printing industry is observed to produce mainly traditional, cost and price oriented products with a focus on cost-price competition rather than innovation.

The customer demand in the domestic market of the sector has not been director towards innovative and high value-added products, resulting in limited number of companies transitioning to this area. In competitive countries the capacity for high value-added products based on innovation in developed countries with production technology increased competitive power.

Turkish printing industry has an important advantage in terms of domestic market volume

but competitive countries like China, India, Brazil, Mexico, Russia and Poland have also a strong domestic market potential. In terms of geographic position, the Turkish printing industry has another advantage as it is close to countries with potential for development, but this advantage must be leveraged more effectively like Poland and Czech Republic which use their proximity to Europe to achieve their target of being the production hub for the Union.

The existing qualified and experienced human resource and workforce in the Turkish printing industry provides an important competitive advantage. However, the need for qualified and mom-qualified workforce increases in the printing industry which has turned into a technology and information extensive, computer, web and digitally based structure.

Over the last decade the healthy operation of the market has been ruined due to uncontrolled free entries and careless/unplanned investments made in the printing industry, moving far away from a fair and ethical competitive environment.

Investments made in the industry without forecasting demand resulted in unproductive-excess capacity. Recent capacities are used for existing similar processes and work has started to be undertaken without considering the cost due to unproductive capacities which ruins the competitive environment in the sector with sharp price competition.

SWOT Analysis of the Printing Industry and Considerations

Strengths

Existence of a high technology machinery park in production and utilization of this machinery park in production. Long years of production knowledge and experience. Existence of modern production facilities. Capacity available for producing high quality products in technological activities. Turkish printing industry produced products with the same quality to its competitors. However this has to be encouraged across the sector. Adaptation to innovations and

application capability are among the industrial strengths. Technological developments are closely monitored and innovations are applied in a short time with a dynamic structure. In this sense, the development is sustained. Another strength of the industry is the proximity to emerging domestic markets and markets with high development potential in marketing and sales.

Weaknesses

Foreign-dependency for raw materials and inputs, ink, block, roll, and printing chemicals as well as in paper and cardboard products involved in printing processes. Foreign-dependency in production technology, unregistered production and small scale-based structure are among weaknesses. Failure to develop products with sufficient added value in technology activities. Foreign-dependency in production technology and cost-price oriented demand structure of domestic market limit development of value-added products. In marketing and sales, weaknesses are domestic market dominated by purchaser; cost-price oriented competition and unfair competition. An excessive price competition is experienced due to market dominated by purchasers. Therefore extensive price cuts are experienced as part of the cost-price competition. Unregistered production concentrated in some sub printing business results in a serious unfair competition. Low profitability in the competitive environment created by market condition in financing and financial structure. Low profitability due to price competition emerged in the market against increased costs resulting from high cost structure. Lack of sufficient investment incentives for the printing industry clustered in developed regions. Qualified and non-qualified workforce gap in human resources, lack of sufficient qualified workforce to be employed.

Opportunities

Increased competitive power opportunities with fast technological developments in production and production shift to new countries in Europe. Turkish printing industry follows technological

developments closely and tries to leverage the most of this opportunity by adapting and implementing. Printing industry with advanced technology and production capacity in Europe shifts production to countries with ideal investment and production conditions due to high costs. Turkish printing industry must be leveraged at maximum. Innovation opportunities in products, services and processes in technological activities as well as new employment opportunities created by shared printing/internet/social media applications. Export opportunities in marketing and sales as well as the potential in packaging/labeling prints with increased export in Turkey, young population and emerging domestic market. Exports has a fast development potential. Adjacent and neighboring markets has a serious expansion potential. There are opportunities in the long term targets of export and retail sectors as the fastest-growing business field as well as in the sub sector of packaging products with fast growth potential. As for human resources, emerging domestic market opportunities supported by young population and urbanization, increased individual income.

Threats

Unfair competition and resulting damaged product image and risk for damage to consumer health due to use of poor quality and non-standard products as raw material and inputs as well as paper and intermediate inputs. Another threat is the foreign-dependency for inputs. Shrinkage in traditional printing businesses as a result of technological developments and digitalization in production. Excess capacity ,n printing industry. Disruptive impact of excess capacity on the market. Limited R&D infrastructure in technological activities, lack of sufficient eco-system, failure of market demand to drive R&D activities and resulting limited research and product development activities. reduced press and visual demand in the market within marketing and sales. Competitive pressure from China, Southern East Asia and Africa countries with reduced production costs and product prices. Shrunken market in commercial printing and publishing. Additional burdens increasing costs in financing and financial structure continues to pose a threat. High energy costs, burdens on

workforce, deductions and taxes, RUSF practices, communication taxes, etc. Reduced demand for vocational high schools in human resources and vocational high school graduates without desire to work in the sector. The master-apprentice relationship formed in the past of the sector does not provide human resource anymore. Demand for high schools offering professional training is reduced. Those who took professional training do not want to work in the sector. As part of market and sector conditions; the industry included in dangerous professions regulation, the additional burdens created by the regulations introduced by the recent law on health and safety at work, and pirate publishing activities due to poor protection of intellectual property rights. Workforce and employment is deterred due to green card, unemployment insurance and social benefits in work life.

Sector Strategies and Policies

13 strategic targets were set for the printing industry mainly based on the value chain of the sector under the topic of strategies and policies. There are 2 strategic targets for raw material and inputs; 4 for production; 2 for technological activities; 1 for marketing & sales; 1 for human resources; and 2 for market and sector conditions.

1. Increase local input facilities,
2. Increase effectiveness in foreign input supply,
3. Production capacity inventory and investment monitoring with new entries,
4. Develop collaborations and partnerships with European manufacturers in every field,
5. Reduce energy costs,
6. Improve workforce regulations,
7. Produce high value-added products,
8. Establish test laboratory and certification,
9. Focus on, and increase, export,
10. Improve investment incentives,
11. Raise, and attract to the sector, qualified human resources and workforce,
12. Prevent unregistered activities,
13. Facilitate a healthy competitive environment.

1.1. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Tanımı ve Kapsamı

1.1.1. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi, ağırlıklı olarak çeşitli ağaç türleri ve az miktarda da jüt, kendir, kamyş gibi yıllık bitkilerden selüloz, odun hamuru üretilmesi ile bu ara ürünlerin ve diğer önemli bir hammadde olan ve kullanılmış kağıtların geri dönüşümüyle elde edilen atık kağıdın (hurda veya eski kağıt olarak da tanımlanmaktadır) çeşitli mekanik ve kimyasal işlemlerle kağıda dönüştürülmesine kadar geçen aşamaları içeren sanayi koludur.

Sektörde sermaye, teknoloji ve enerji ön planda olduğundan orta-ağır sanayi dalı kategorisinde ve orta düşük teknoloji yoğunluklu sınıfında yer almaktadır. Kâğıt sanayinde kullanılan ağaçlar, yaprağın yapısına bağlı olarak yumuşak ve sert ağaçlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kışın yaprağını dökmeyen iğne yapraklı ağaçlar yumuşak, kışın yaprağını döken geniş yapraklı ağaçlar ise sert ağaç grubunda yer almaktadır. İğne yapraklı ağaçların lif boyları daha uzun ve bu ağaçlardan elde edilen kâğıt daha dayanıklı olmaktadır.

Kâğıdın yapımında kullanılan hammaddenin işlenmesinden son ürün elde edilmesine kadar gelinceye kadarki süreçte 3 alt sektör tanımlanmaktadır. Bunlar; Birincil elyaf olarak adlandırılan Selüloz ve Odun Hamuru, ikincil elyaf olarak adlandırılan Atık Kâğıt (Hurda veya Eski Kağıt) ve Kâğıt-Karton'dur.

Kâğıt-Karton grupları uluslararası literatürde kültürel ve endüstriyel kâğıtlar olmak üzere iki temel grupta sınıflandırılmaktadır.

A) Kültürel Kâğıtlar

1) Yazı Tabı Kâğıtları: Üzerine yazı yazılabilir ve baskı yapılabilir nitelikte kâğıtlardır. Kompozisyon itibarıyla kimyasal selülozdan veya kimyasal selüloz ile mekaniksel odun hamurundan oluşmaktadır. Ayrıca bu kâğıtlara kullanım amacına bağlı olarak kaplama (kuşeleme) işlemi uygulanmaktadır.

2) Gazete Kâğıdı: Yüksek oranda mekaniksel odun hamuru ile düşük oranlarda kimyasal selüloz ihtiva eden ve özellikle gazete basımı için kullanılan kâğıtlardır.

B) Endüstriyel Kâğıtlar

1) Sargılık Kâğıtlar: Selüloz, atık kâğıt ve odun hamurundan elde edilen ambalaj malzemesi olarak kullanılan kâğıtlardır.

2) Temizlik Kâğıtları: Selüloz ve atık kâğıttan, az miktarda odun hamuru (CTMP, TMP) içeren düşük gramajlı kâğıtlardır.

3) Kraft Torba Kağıdı: Beyazlatılmamış ya da beyazlatılmış kraft selülozdan yapılan çok dayanıklı ambalaj kağıdıdır. Çam, köknar, ladin gibi uzun lifli yumuşak ağaçlardan üretilen dayanıklı kağıt türüdür. Genellikle 60 – 90 g/m² gramaj aralığında üretilir. Yapılan deneyler neticesinde muhteviyatı 50 kg olan kraft torbanın patlamaması için en az 400 J/m²lik TEA (Tensile Energy Absorption) ve 20 Gurley-saniyenin altında bir hava direnci gerekmektedir. 2 katlı torba için gerekli MD ve CD TEA değeri her bir kat kağıt için 200 J/m² olmaktadır (Referans: Chris Scott Kerr, CPPA-1996, 82nd Annual Meeting)

4) Oluklu Mukavva: Bir veya daha fazla oluklu tabakanın alt ve/veya üst yüzeylerinin düz tabaka ile kaplanmasıyla meydana gelen, ambalaj kutularının ve dış kolilerin imalinde kullanılan kâğıtların genel adıdır. Kutuların oluklu (ondüle) kâğıtlarına "fluting" adı verilir, yarı kimyevi sülfite selülozu (NSSC) veya %100 atık kağıt hamurundan üretilir. Kutuların iç ve dış yüzeylerinde kullanılan kâğıtlara "kraft liner" ve "test liner" adı verilir. Kraft liner kâğıtlar genellikle uzun lifli selüloz hamurundan, test liner kâğıtları ise %100 atık kağıt hamurundan üretilir. Yüksek patlama ve ezilme mukavemeti gerektiren oluklu ambalaj kutularında kraft liner kâğıtlar kullanılır. Düşük gramajlı liner kâğıtlar (Light Weight Liner, LWL) 90 – 115 g/m² aralığında, yüksek gramajlı liner kâğıtlar ise 120 – 250 g/m² aralığında üretilmektedir. Liner kâğıtların tamamı kahverengi veya üst yüzeyi beyaz (kuşesiz veya kuşeli), arka yüzeyi kahverengi veya gri olabilmektedir (Referans: CEPI European Corrugated Base Papers List, 2014-04).

5) Kartonlar: Gramajı 150 – 600 g/m² arasında olan, ağırlıklı olarak çeşitli ağaçlardan elde edilen selüloz ve odun hamuru ve kullanılmış kağıtların geri dönüşümüyle elde edilen atık kağıt türü bitkisel elyaflardan üretilen, çok katlı, düz yüzeyli bir kağıt türüdür. Kullanım amacına bağlı olarak çok çeşitli adlarda ve özelliklerde üretimi yapılmaktadır. Ağırlıklı olarak kutu yapımında kullanılan türleri, tek yüzü kuşeli üretilmekte olup basılabilme, piliyaj ve perforasyon yapılabilme, katlanabilme gibi özelliklere sahiptir.

6) Sigara ve İnce Özel Kâğıtlar: Genellikle kendir, keten, jüt ve paçavra selülozdan üretilen yüksek mukavemetli ve düşük gramajlı kâğıtlardır.

1.1.2. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Kapsamı

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 17 nolu grubu oluşturmaktadır. Bu sınıflandırma içinde kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin kapsamı aşağıda sunulmaktadır.

17 Kağıt ve Kağıt Ürünlerinin İmalatı

Bu bölüm, kağıt hamuru, kağıt, karton ve bunların dönüştürülmüş ürünlerinin imalatını kapsamaktadır. Bu tür ürünler dikey entegrasyon işlemi oluşturduğundan, bunların imalatı bir arada değerlendirilmiştir. Genellikle tek bir birim tarafından birden fazla faaliyet yürütülmektedir.

Ana hammaddeler olan selüloz, odun hamuru ve atık kağıtlar önce üretilen kağıt veya karton türüne göre yalnız bir tanesi ya da ikisi veya tamamı, hamur hazırlama bölümlerinde ayrı ayrı hatlarda su ile çözülerek elyaflarına ayrılmakta, bir dizi temizleme ve/veya öğütme işlemi sonrasında hamur haline getirilmektedir. Hamur hazırlama işlemi sırasında bazı atık kağıt türlerine gerektiğinde mürekkep giderme ve beyazlatma işlemi de uygulanmaktadır

Daha sonra eğer kağıt üretilcekse bu hammaddelerin hamurlarının bir veya ikisi, tek katlı veya iki katlı olarak kağıt üretilmek üzere kağıt makinelerine gönderilerek kağıt elde edilmektedir. Karton üretilcekse bu sefer bu hammaddelerin birisinin hamuru ile olabildiği gibi karton türüne göre ikisinin ya da her üçünün hamurlarının kullanıldığı karton makinelerinde çok katlı olarak karton üretilmektedir. Karton,

karton makinesinin teknolojik yapısına göre 3 – 8 katlı olabilir. 600 g/m² üzerinde karton artık mukavva adını alır ve daha farklı yapıdaki makine ve yöntemlerle elde edilir.

17.1 Kağıt hamuru, kağıt ve karton imalatı;

17.11 Kağıt hamuru imalatı

17.12 Kağıt ve karton imalatı

17.2 Kağıt ve karton ürünleri imalatı

17.21 Oluklu kağıt ve karton imalatı ile kağıt ve kartondan yapılan ambalajların imalatı

17.22 Kağıttan yapılan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri imalatı

17.23 Kağıt kırtasiye ürünleri imalatı

17.24 Duvar kağıdı imalatı

17.29 Kağıt ve kartondan diğer ürünlerin imalatı

alt sektörlerinden oluşmaktadır. Bu alt sektörlerin kapsamı aşağıda açıklanmaya çalışılmaktadır.

17.1 Kağıt hamuru, kağıt ve karton imalatı

17.11 Kağıt hamuru imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; mekanik, termik ve kimyasal işlemler ile ve kullanım yerine göre hamurun çeşitli yöntemlerle ve farklı düzeylerde beyazlatılmasıyla; beyazlatılmış, yarı-beyazlatılmış ya da esmer kağıt hamuru imalatı yapılır. Çeşitli cinslerdeki atık kağıdın, mekanik ve kimyasal işlemlerden geçirilerek, isteğe göre mürekkebinin temizlenmesi ve beyazlatılması ile atık kağıt hamuru imalatı yapılır.

17.12 Kağıt ve karton imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; daha ileri sanayi işlemi için kağıt, karton ve mukavva imalatı.

Kutu yapımında kullanılan kartonlar;

Kutu Karton, selüloz ve/veya Atık Kağıt ve/veya Odun Hamuru kullanılarak çok katlı olarak üretilen, baskı yapılabilen, piliyaj (oluk açma) ve perforasyon yapılabilen, katlanabilen ve bu özelliklerinden dolayı kutu yapımında kullanılan kartonların genel adıdır.

Kuşe Kutu Karton ise tek veya çift yüzü pigment, bağlayıcı ve yardımcı kimyasallardan oluşan bir kuşe çözeltisinin tatbiki ile karton üretimi sırasında kaplanarak görünüş, baskı ve laklanabilirlik özellikleri geliştirilmiş kutu

kartonlarıdır. İçine konulan maddeyi emniyetli olarak koruma, düzgün istiflenebilme ve dağıtımında kolaylık, etkili sunuş özellikleri dolayısıyla çeşitli gıda ve gıda harici malzemelerin ambalajlarının yapımında kullanılan kartondur.

Bu sınıf ayrıca şunları kapsamaktadır; kağıt, karton ve mukavvanın ilave işlemlerden geçirilmesi: Kağıdın ve mukavvanın tabakalanması, kaplanması ve emprenye edilmesi, krepon ya da kırışık kağıt imalatı, kağıt ya da mukavva ile lamine edilmiş ince tabaka ve folyo imalatı (meyve suyu ve süt kutuları gibi),el yapımı kağıdı imalatı, gazete kağıdı ve diğer basım veya yazı kağıdı imalatı, selülozik vatka (destek) ve selüloz elyaflardan tabakaların imalatı, karbon kağıdının veya mumlu kağıdın tomar olarak ya da büyük levhalar halinde imalatı.

17.2 Kağıt ve karton ürünleri imalatı

17.21 Oluklu kağıt ve karton imalatı ile kağıt ve kartondan yapılan muhafazaların imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; oluklu kağıt veya oluklu mukavva imalatı, oluklu kağıt veya oluklu mukavvadan ambalaj kutuları imalatı, katlanabilir karton ve mukavvadan ambalaj kutuları imalatı, diğer kağıt veya mukavvadan ambalaj kutuları imalatı, karton torba ve çanta imalatı, büro tipi dosya kutuları ve benzeri ürünlerin imalatı.

Kapsam dışı olanlar; mektup zarflarının imalatı (bkz. 17.23), kağıt hamurundan kalıplanmış veya preslenmiş ürünlerin imalatı (örneğin; yumurta viyolü, kağıt hamurundan kalıplanmış tabakalar) (bkz. 17.29).

17.22 Kağıttan yapılan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; ev eşyası ve kişisel hijyenik kağıt ve selüloz tampon ürünleri imalatı: temizlik kağıtları, mendiller, havlular, sofrta peçeteleri, tuvalet kağıdı, adet bezleri ve tamponlar, çocuk bezleri ve bebek bez astarları, kağıttan bardaklar, sofrta takımları, tepsiler, tekstil vatkaları (destek ve dolgu malzemeleri) ve vatkadın ürünlerin imalatı: hijyenik havlular, tamponlar vb.

17.23 Kağıt kırtasiye ürünleri imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; kullanıma hazır basım ve yazım kağıdı imalatı, bilgisayar

çıkıtısı için kullanılacak kağıt imalatı, kullanıma hazır kopya kağıdı imalatı, kullanıma hazır karbon kağıdı, mumlu teksir kağıdı imalatı, kullanıma hazır zamlı ya da yapışkan kağıt imalatı, zarf ve düz mektup kartı imalatı, Ana niteliği bilgi içermeyen, eğitim ve ticari kırtasiye malzemeleri (defterler, dosyalar, klasörler, kayıt defterleri, muhasebe defterleri, iş formları vb.) imalatı, kağıttan veya mukavvadan yapılmış çeşitli kağıt kırtasiye ürünlerini içeren kutu, poşet, portföy ve yazı seti imalatı.

Kapsam dışı olanlar; kağıt ürünleri üzerine basım (bkz. 18.1).

17.24 Duvar kağıdı imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; vinil (sentetik) kaplı duvar kağıdı ve tekstil duvar kağıdı dahil duvar kağıdı ve benzer duvar kaplayıcıların imalatı.

Kapsam dışı olanlar; büyük hacimlerde kağıt ve mukavva imalatı (bkz. 17.12), plastik duvar kağıdı imalatı (bkz. 22.29).

17.29 Kağıt ve kartondan diğer ürünlerin imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; basılmış olsun veya olmasın etiket imalatı, filtreli kağıt ve karton imalatı, kağıt ve karton bobinler, makaralar, masurular vb. imalatı, yumurta viyolü ve diğer şekil verilmiş kağıt hamurundan ambalaj ürünleri vb. imalatı, kağıttan hediyeelik ve süs eşyaları imalatı, jakar makinelerinde kullanmak için kağıt veya mukavva kartları imalatı.

Kapsam dışı olanlar; iskambil kağıdı imalatı (bkz. 32.40), kağıt ve mukavvadan oyun ve oyuncak imalatı (bkz. 32.40).

1.2. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri

1.2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin gelişimi girişim sayısı, üretim, katma değer, yatırımlar, istihdam, verimlilik, dış ticaret, iç pazar, net döviz kazandırıcı faaliyetler, teknoloji faaliyetleri ve iç pazar büyüklüğü gibi temel göstergeler kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu temel göstergeler için başta Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) olmak üzere resmi kurumların istatistik verileri kullanılmaktadır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin girişim sayısı, üretim, katma değer ve yatırımlar ile istihdam göstergeleri için TÜİK'in Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verileri kullanılmaktadır. Bu göstergeler için NACE.2 sınıflandırmasında güncel veriler 2009-2012 dönemi için bulunmaktadır. Geçmiş yıllar için ise NACE.1 sınıflandırmasında sektörü temsil eden veriler kullanılmaktadır.

Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2002 yılından itibaren Avrupa Birliği'nin 20 Aralık 1996 tarihli 58/97 sayılı ile 11 Mart 2008 tarihli 295/2008 sayılı Konsey yönetmeliklerine dayanılarak üretilmektedir. TÜİK Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2003-2008 yılları için yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerindeki girişimlerin ekonomik faaliyetlerini Avrupa Topluluğu'nda Ekonomik Faaliyetleri İstatistik Sınıflaması NACE Revize 1.1'e göre, 2009 yılından itibaren de NACE Revize.2'ye göre sınıflandırmaktadır.

Sanayi ve Hizmet İstatistikleri hesaplama yöntemlerinde tamsayım sınırları olarak 20'den fazla çalışanı olan tüm girişimler ile sektörler düzeyinde NACE. Revize 2 sınıflarına göre 4'lü sınıf faaliyetleri belirlenmiş olup kullanılmaktadır.

Bu çerçevede öncelikle kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin girişim sayısı, istihdam, üretim değeri, katma değeri, yatırımlar ve istihdam göstergelerine ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır. Değerlendirmelerde TÜİK'in Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verileri kullanılmaktadır. Sanayi ve Hizmet İstatistiklerinde kullanılan tanım ve kavramlar şöyledir;

Girişim sayısı; sektörlerde faaliyet gösteren ve referans dönemde aktif olan tüm birimlerin sayısıdır.

Ücretli çalışan sayısı; ücretli çalışanların sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişilerin sayısıdır.

Üretim değeri; satışa dayalı, stok değişimlerini ve mal ve hizmetlerin yeniden satışını içeren birim tarafından fiilen üretilen miktarın parasal değeridir.

Faktör maliyetiyle katma değer; işletme sübvansiyonları ve dolaylı vergilerdeki düzeltmelerden sonra, işletme faaliyetlerinden elde edilen gayri safi gelirdir.

Maddi mallara ilişkin brüt yatırım; referans dönemi süresince tüm maddi mallara yapılan yatırımdır.

1.2.2. Temel Göstergeler

2012 yılı itibarıyla kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde toplam girişim sayısı 2.201 olup, 49.581 kişi istihdam edilmektedir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin 2012 yılındaki üretim değeri 15,4 milyar TL'dir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde 2012 yılında 3 milyar TL katma değer yaratılmış olup, 1,3 milyar TL yatırım yapılmıştır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde son yedi yılda girişim sayısı sınırlı miktarda azalmış, buna karşın istihdam artmıştır. Sanayinin üretim ve katma değerinde de artış görülmektedir.

Yıllar	Girişim Sayısı (Adet)	Ücretli Çalışan Sayısı (Kişi)	Üretim Değeri (Milyon TL)	Katma Değer (Milyon TL)	Yatırımlar (Milyon TL)
2006	2.238	36.674	6.924	1.471	1.135
2007	2.328	41.080	7.504	1.550	1.103
2008	2.205	39.795	8.182	1.532	655
2009	2.263	37.499	8.555	1.745	621
2010	2.146	43.156	10.877	2.042	798
2011	2.465	45.712	13.309	2.541	1.106
2012	2.201	49.581	15.409	3.010	1.303

Tablo 1 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayine Ait Seçilmiş Bazı Temel Göstergeler
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi yedi alt sektör grubundan oluşmaktadır. Bu yedi alt grup kağıt hamuru, kağıt ve karton, oluklu kağıt ve karton ile mamulleri, kağıttan ev eşyası-sihhi malzemeler-tuvalet malzemeleri, kağıt kırtasiye ürünleri, duvar kağıtları ile kağıt ve kartondan diğer ürünlerdir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi için yukarıda yer verilen temel göstergeler bu yedi alt sektör-ürün grubu itibarıyla aşağıda ayrıntılı olarak sunulmaktadır. TÜİK Sanayi ve Hizmet İstatistikleri alt sektörler itibarıyla ayrıntılı verilerini en son 2012 yılı için yayınlamış olup, bu nedenle tablodaki veriler 2006-2012 yılları için yer almaktadır.

1.2.2.1. Girişim Sayısı

2012 yılı itibarıyla kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde toplam 2.201 girişim bulunmaktadır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde en yüksek girişim sayısı 1.146 adet ile oluklu

kağıt ve karton ile mamulleri alt sektöründe bulunmaktadır. Onu 395 adet ile kağıt ve kartondan diğer ürünler alt sektörü izlemektedir. Bu iki alt sektörde girişim sayıları 2006 yılından bu yana gerilemiştir. Diğer alt sektörlerde ise girişim sayıları artmıştır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	2.238	2.328	2.205	2.263	2.146	2.465	2.201
17.11	Kağıt Hamuru	2	1	1	1	1	1	1
17.12	Kağıt ve Karton	243	225	241	279	248	277	269
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	1.317	1.359	1.357	1.048	1.023	1.288	1.146
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	163	193	192	228	168	228	234
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	48	41	40	219	145	160	151
17.24	Duvar Kağıtları	4	4	5	5	6	6	6
17.29	Kağıt ve Kartondan Diğer Ürünler	461	505	369	484	556	506	395
C	İmalat Sanayi	309.841	316.596	321.652	320.815	299.928	333.288	336.862
Pay (%)		0,72	0,74	0,69	0,70	0,72	0,74	0,65

Tablo 2 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Girişim Sayısı (Adet)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

1.2.2.2. Üretim Değeri

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde en yüksek üretim oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektöründe gerçekleşmektedir. İkinci büyük üretici alt sektör kağıttan ev eşyası-sıhhi malzemeler-tuvalet malzemeleri sanayidir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim değerleri 2006 yılından bu yana nominal olarak tüm alt ürün gruplarında yükselmiştir. En yüksek artış oluklu kağıt ve karton ile mamulleri ve kağıttan ev eşyası-sıhhi malzemeler-tuvalet malzemeleri alt sektöründe olmuştur.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	6.924	7.504	8.182	8.555	10.877	13.309	15.409
17.11	Kağıt Hamuru	-	-	-	-	-	-	-
17.12	Kağıt ve Karton	1.481	1.538	1.593	1.390	1.875	2.363	2.510
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	3.382	3.736	3.911	4.032	5.476	6.570	7.240
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	1.273	1.403	1.723	1.729	2.039	2.553	3.344
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	323	339	390	620	552	635	711
17.24	Duvar Kağıtları	6	6	10	12	15	17	20
17.29	Kağıt ve Kartondan Diğer Ürünler	459	482	554	772	920	1.171	1.584
C	İmalat Sanayi	379.215	414.733	477.137	420.381	524.469	696.364	750.375
Pay (%)		1,83	1,81	1,71	2,03	2,07	1,91	2,05

Tablo 3 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

1.2.2.3. Yaratılan Katma Değer

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde en yüksek katma değer oluklu kağıt ve karton ile mamulleri ve kağıttan ev eşyası-sihhi malzemeler-tuvalet

malzemeleri alt sektöründe yaratılmaktadır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde 2006-2012 yılları arasında katma değer genel olarak ve yedi alt sektörde nominal olarak artmıştır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	1.471	1.550	1.532	1.745	2.042	2.541	3.010
17.11	Kağıt Hamuru	-	-	-	-	-	-	-
17.12	Kağıt ve Karton	351	395	335	307	392	560	616
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	743	764	754	888	1087	1296	1.498
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	213	214	253	224	213	299	392
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	72	-	77	168	136	149	167
17.24	Duvar Kağıtları	2	-	3	3	4	5	6
17.29	Kağıt ve Kartondan Diğer Ürünler	91	100	111	154	209	231	331
C	İmalat Sanayi	74.798	79.000	93.804	84.735	99.229	128.950	131.303
Pay (%)		1,96	1,96	1,63	2,06	2,06	1,97	2,29

Tablo 4 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

1.2.2.4. Yatırımlar

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde 2006 ve 2007 yıllarından sonra 2011 ve 2012 yıllarında da 1 milyar TL üzerinde yatırım yapılmıştır. 2012 yılında

1,3 milyar TL yatırım gerçekleştirilmiştir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde alt sektörler itibariyle en yüksek yatırım oluklu kağıt ve karton ile mamulleri ve kağıttan ev eşyası-sihhi malzemeler-tuvalet malzemeleri alt sektöründe yapılmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	1.135	1.103	655	621	798	1.106	1.303
17.11	Kağıt Hamuru	-	-	-	-	-	-	-
17.12	Kağıt ve Karton	542	512	86	66	107	111	-
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	262	411	409	339	462	530	-
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	254	106	81	114	104	336	-
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	-	-	-	-	63	-	-
17.24	Duvar Kağıtları	-	-	-	-	-	-	-
17.29	Kağıt ve Kartondan Diğer Ürünler	60	39	62	70	-	65	-
C	İmalat Sanayi	53.002	38.773	36.348	36.597	33.711	49.443	49.139
Pay (%)		2,14	2,84	1,80	1,69	2,36	2,23	2,65

Tablo 5 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımları (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

1.2.2.5. İstihdam

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde girişim sayısındaki gerilemeye karşın istihdam 2006 yılından beri artmaktadır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde yedi alt sektörden kağıt hamuru

ile kağıt ve karton alt sektörlerinde istihdam gerilemiştir. Diğer beş alt sektörde ise istihdam artmıştır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde istihdamın yarısına yakını oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektöründe çalışmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	36.674	41.080	39.795	37.499	43.156	45.712	49.581
17.11	Kağıt Hamuru	240	149	135	-	-	-	-
17.12	Kağıt ve Karton	6.765	6.744	6.187	5.201	5.102	5.193	-
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	19.296	22.926	22.061	18.723	22.688	24.465	-
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	4.508	4.765	5.605	5.368	6.013	6.757	-
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	1.858	1.736	1.639	3.589	3.535	3.498	-
17.24	Duvar Kağıtları	78	71	107	104	111	109	-
17.29	Kağıt ve Kartondan Diğer Ürünler	3.929	4.689	4.061	4.514	5.707	5.690	-
C	İmalat Sanayi	2.368.861	2.459.904	2.538.318	2.264.238	2.564.244	2.842.446	3.126.540
Pay (%)		1,55	1,67	1,57	1,66	1,68	1,61	1,59

Tablo 6 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı (Ücretli Çalışan Sayısı, Kişi)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

1.2.2.6. Alt Sektörler İtibariyle Paylar

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde alt sektörlerin temel göstergelerdeki payları 2011 yılı itibariyle aşağıda sunulmaktadır. Buna göre girişim payı en yüksek alt sektör yüzde 52,3 ile oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektörüdür. Üretim değeri olarak en yüksek paya yüzde 49,4 oranı ile yine oluklu kağıt ve

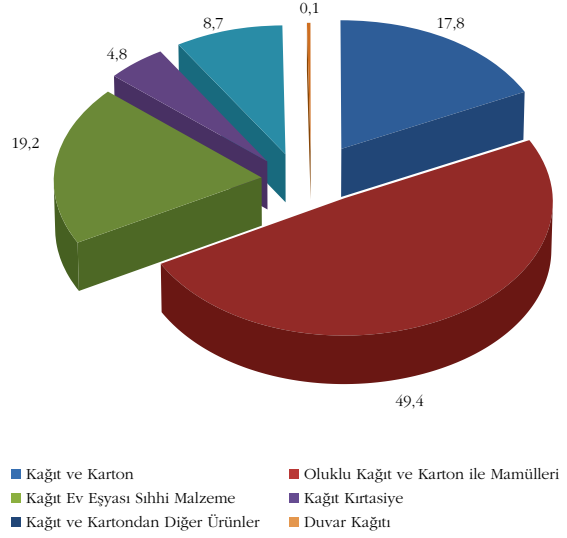
karton ile mamulleri alt sektörü sahiptir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 51 ile yine oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sektörü yaratmaktadır. Temel göstergeler itibariyle kağıttan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri ile kağıt ve kartondan diğer ürünler alt sektörler de yüksek pay alan diğer iki alt sektördür.

	Girişim Sayısı		Üretim Değeri		Faktör Fiyatlarıyla Katma Değer		Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımlar	
	Adet	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)
Kağıt Hamuru	1	0,0	-	-	-	-	-	-
Kağıt ve Karton	277	11,2	2.363	17,8	560	22,0	111	10,0
Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	1.288	52,3	6.570	49,4	1.296	51,0	530	47,9
Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	28	9,2	2.553	19,2	299	11,8	336	30,4
Kağıt Kırtasiye Ürünleri	160	6,5	635	4,8	149	5,9	-	-
Duvar Kağıtları	6	0,2	17	0,1	5	0,2	64	5,8
Kağıt ve Kartondan Diğer Ürünler	506	20,6	1.171	8,7	231	9,1	65	5,9
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	2.465	100,0	13.309	100,0	2.541	100,0	1.106	100,0

Tablo 7 : Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılım (2011)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

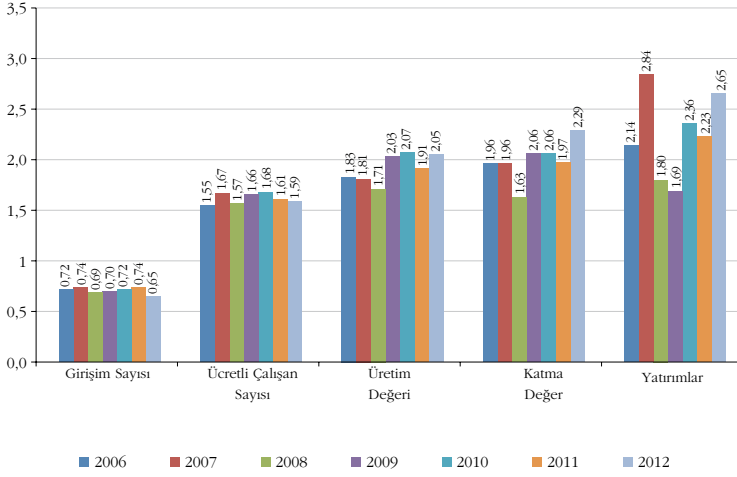
1.2.3. Genel İmalat Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin temel göstergeler itibarıyla imalat sanayinin genelinden aldığı paylar ve bu paylardaki gelişmeler ise aşağıda sunulmaktadır. 2006-2012 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı yüzde 0,72'den yüzde 0,65'e inmiştir. İstihdam içindeki payı ise artarak 2006 yılında yüzde 1,55 iken, 2012 yılında yüzde 1,59'a yükselmiştir. Üretim değeri olarak payı ise kademeli olarak artmaktadır. 2006 yılında yüzde 1,83 olan üretimdeki payı, 2013 yılında ise yüzde 2,05 olmuştur. Yarattığı katma değer içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,96 iken, 2012 yılında ise yüzde 2,29 olarak gerçekleşmiştir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi yatırımlar içinde ise yine artan bir paya sahip bulunmaktadır. 2006 yılında yüzde 2,14 olan payı, 2012 yılında yüzde 2,65 olarak gerçekleşmiştir.



Grafik 1 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Üretim Değerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (Yüzde, 2011)

Kaynak : TÜİK.



Grafik 2 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)

Kaynak : TÜİK.

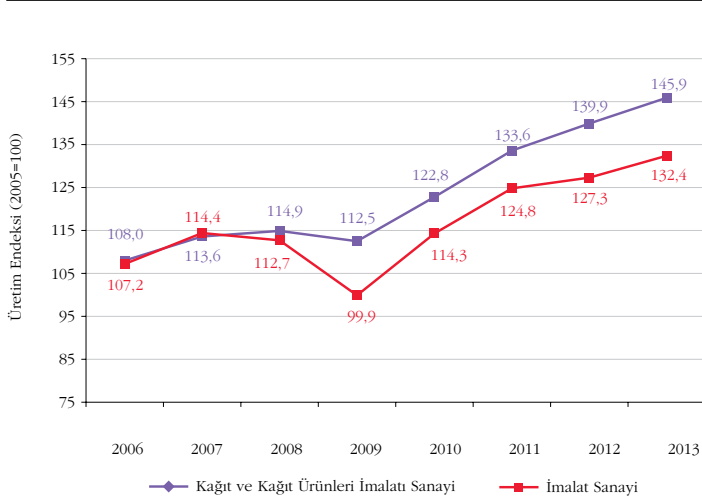
1.2.4. Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim 2006-2013 arasında yüzde 45,9 artmıştır. Böylece sektörde aynı dönemde yüzde 32,4 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin üzerinde sanayi üretimi artışı sağlanmıştır.

Sanayide 2007 yılında yüzde 83,3 ile en yüksek kapasite kullanım oranına ulaşıldıktan sonra kapasite kullanım oranı gerilemiş, 2013 yılında ise tekrar yüzde 79,1'e yükselmiştir. Kapasite kullanım oranındaki gerileme imalat sanayinin geneli ile paralellik gösterirken, sektör imalat sanayinin ortalamasının oldukça üzerinde kapasite kullanılmaktadır.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi (% Değişim)	8,0	5,1	1,2	-2,1	9,2	8,8	4,7	4,3
İmalat Sanayi Üretimi (% Değişim)	7,2	6,7	-1,5	-11,3	14,4	9,2	2,0	4,0
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	108,0	113,6	114,9	112,5	122,8	133,6	139,9	145,9
İmalat Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	82,4	83,3	78,6	70,8	75,4	76,9	77,3	79,1
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	81,0	80,2	76,7	65,2	72,7	75,4	74,2	74,6

Tablo 9 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları
Kaynak : TÜİK ve TCMB.



Grafik 3 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK

Sanayi üretiminin alt sektörler itibarıyla gelişimi değerlendirildiğinde 2005-2013 dönemi arasında üretim kağıt kırtasiye ürünleri ile duvar kağıdında gerilerken, diğer alt sektörlerde artmıştır. 2005-2013 arasında en yüksek üretim artışı yüzde 96,2 ile kağıttan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri alt sektöründe gerçekleşmiştir. Oluklu kağıt ve karton ile mamulleri alt sanayinde üretim yüzde 52,7, kağıt ve karton alt sektöründe ise yüzde 51,8 olarak gerçekleşmiştir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	108,0	113,6	114,9	112,5	122,8	133,6	139,9	145,9
17.11	Kağıt Hamuru	101,5	104,8	106,0	104,0	106,5	118,5	121,5	120,5
17.12	Kağıt ve Karton	109,8	116,0	117,4	114,8	127,4	137,8	143,8	151,8
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	109,7	114,0	117,4	113,9	129,8	138,2	146,3	152,7
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	107,0	125,0	130,9	133,7	139,7	170,4	178,3	196,2
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	110,0	104,3	93,3	84,2	87,7	90,1	84,4	89,4
17.24	Duvar Kağıtları	88,1	70,1	66,4	41,3	71,6	81,1	85,2	70,5
C	İmalat Sanayi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4

Tablo 10 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005 =100)
Kaynak : TÜİK, Sanayi Üretim Endeksleri.

1.2.5. İstihdam

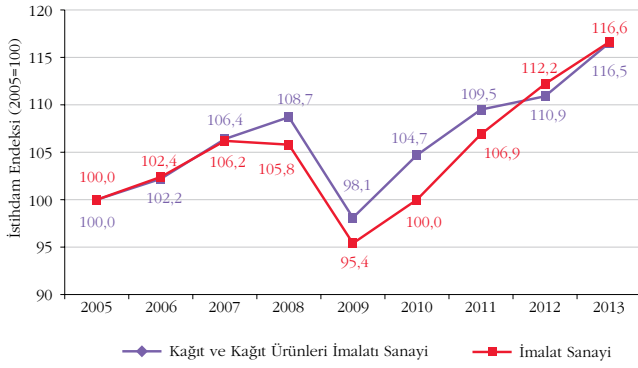
Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde 2005-2013 yılları arasında yedi alt sektörden kağıt hamuru ile duvar kağıdı alt sektörlerinde istihdam

gerilemiştir. Diğer beş alt sektörde istihdam artmıştır. En yüksek istihdam artışı yüzde 33,3 ile kağıt ve kırtasiye ürünleri alt sektöründe gerçekleşmiştir. Kağıt ve karton alt sektöründe de istihdam aynı dönemde yüzde 21,9 artmıştır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	102,2	106,4	108,7	98,1	104,7	109,5	110,9	116,5
17.11	Kağıt Hamuru	95,1	95,5	91,4	83,2	82,7	86,1	89,4	93,0
17.12	Kağıt ve Karton	103,8	108,9	112,7	101,5	109,8	114,9	115,9	121,9
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton İle Mamulleri	101,4	104,5	108,1	94,6	104,7	108,8	110,5	114,0
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	107,1	106,2	105,7	88,0	86,5	89,8	98,7	104,5
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	110,5	121,0	129,8	128,2	138,4	147,4	132,2	133,3
17.24	Duvar Kağıtları	92,2	84,9	86,8	82,2	82,9	77,3	79,2	78,5
C	İmalat Sanayi	102,4	106,2	105,8	95,4	100,0	106,9	112,2	116,6

Tablo 11 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)

Kaynak : TÜİK, İstihdam ve Ücret İstatistikleri.



Grafik 4 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler

Kaynak : TÜİK

1.2.6. İşgücü Verimliliği

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2013 döneminde yüzde 25,2 artmıştır. Bu dönemde üretim istihdamdan daha hızlı yükselmiş ve bu nedenle işgücü verimliliği de artmıştır. Aynı dönemde imalat sanayinde verimlilik veya kişi başına üretim yüzde 13,6 artmıştır.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdam Endeksi	102,2	106,4	108,7	98,1	104,7	109,5	110,9	116,5
İmalat Sanayi İstihdam Endeksi	102,4	106,2	105,8	95,4	100,0	106,9	112,2	116,6
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Endeksi	108,0	113,6	114,9	112,5	122,8	133,6	139,9	145,9
İmalat Sanayi Üretim Endeksi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Kişi Başına Üretim Endeksi	105,7	106,8	105,7	114,7	117,3	122,0	126,1	125,2
İmalat Sanayi Kişi Başına Üretim Endeksi	104,6	107,6	106,3	104,6	114,3	116,7	113,5	113,6

Tablo 12 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)

Kaynak : TÜİK'in Sanayi Üretim Endeksi ile İstihdam ve Ücret Endeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

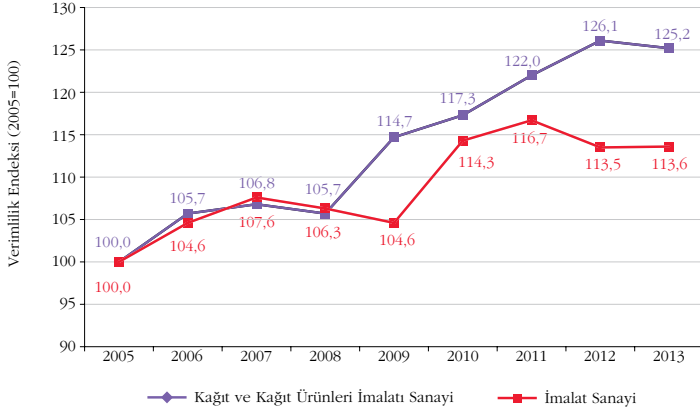
Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde alt sektörler itibariyle verimlilik gelişmeleri de yine kişi başına üretim ile ölçülmektedir. Buna göre

2005-2013 döneminde dört alt sektör verimlilik artışı sağlarken, kağıt kırtasiye ürünleri ile duvar kağıtları alt sektörlerinde verimlilik düşmüştür.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
17	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	105,7	106,8	105,7	114,7	117,3	122,0	126,1	125,2
17.11	Kağıt Hamuru	106,7	109,7	116,0	125,0	128,8	137,6	135,9	129,6
17.12	Kağıt ve Karton	105,8	106,5	104,2	113,1	116,0	119,9	124,0	124,5
17.21	Oluklu Kağıt ve Karton ve Mamulleri	108,1	109,1	108,6	120,4	124,0	127,0	132,4	133,9
17.22	Kağıttan Ev Eşyası, Sıhhi Malzemeler, Tuvalet Malzemeleri	99,9	117,8	123,8	151,9	161,5	189,8	180,6	187,7
17.23	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	99,5	86,2	72,2	65,7	63,4	61,1	63,8	67,1
17.24	Duvar Kağıtları	95,6	82,6	76,5	50,2	86,4	104,9	107,6	89,8
C	İmalat Sanayi	104,6	107,6	106,3	104,6	114,3	116,7	113,5	113,6

Tablo 13 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)

Kaynak : TÜİK'in Sanayi Üretim Endeksi ile İstihdam ve Ücret Endeksi kullanılarak hesaplanmıştır.



Grafik 5 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Verimlilik Endeksinde Gelişmeler

Kaynak : TÜİK.

1.2.7. Dış Ticaret

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin dış ticareti, toplam ve alt sektörler itibariyle ihracat ve ithalat, ihracat pazarları ile ihracat miktar ve birim fiyat gelişmeleri başlıkları altında incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

1.2.7.1. İhracat ve İthalat

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin ihracatı 2006 yılında 625 milyon dolar iken, 2013 yılında 2 milyar dolara yaklaşmıştır. Böylece kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 0,73'den yüzde 1,29'a yükselmiştir.

2006 yılında 2 milyar doları aşan kağıt ithalatı ise 2013 yılında 3,2 milyar dolara yükselirken, toplam ithalat içindeki payı da yüzde 1,46'dan yüzde 1,26'ya inmiştir.

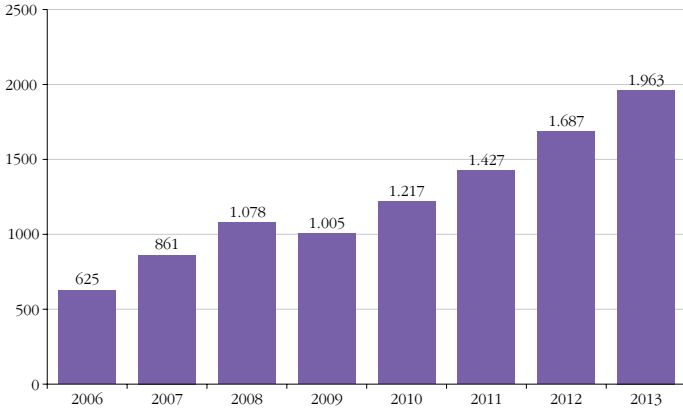
Yıllar	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı	Türkiye İhracatı	Pay (%)	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İthalatı	Türkiye İthalatı	Pay (%)
2006	625	85.535	0,73	2.043	139.576	1,46
2007	861	107.272	0,80	2.470	170.063	1,45
2008	1.078	132.027	0,82	2.605	201.964	1,29
2009	1.005	102.143	0,98	2.211	140.928	1,57
2010	1.217	113.883	1,07	2.820	185.544	1,52
2011	1.427	134.907	1,06	3.110	240.842	1,29
2012	1.687	152.462	1,11	2.963	236.545	1,25
2013	1.963	151.803	1,29	3.171	251.661	1,26

Tablo 14 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)

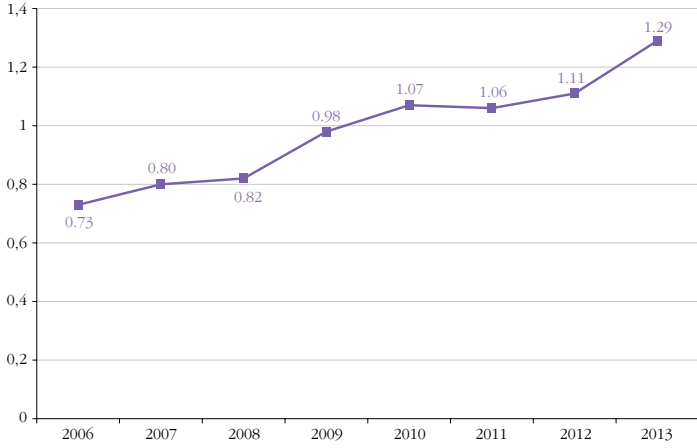
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

1.2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ihracatın alt sektörler itibariyle dağılımı ve gelişimi de aşağıda sunulmaktadır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üç alt sektörde veya ürün grubunda daha yüksek ihracat gerçekleşmektedir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi alt sektör grupları içinde en yüksek ihracat temizlik ve tuvalet kağıtları ile bebekler için bezler grubunda yapılmaktadır. 2013 yılında temizlik ve tuvalet kağıtları ile bebekler için bezler ihracatı 1,2 milyar dolara yaklaşmıştır. İkinci en yüksek ihracatı kağıt ve kartondan ambalaj ürünleri grubu gerçekleştirmektedir. Bu alt ürün grubunun ihracatı 2013 yılında 355 milyon dolar olmuştur. Kağıt ve karton ihracatı ise 2013 yılında 304 milyon dolardır. Kağıt kırtasiye ürünleri ile duvar kağıtları ihracatı ise daha sınırlı gerçekleşmektedir.



Grafik 6 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK.



Grafik 7 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)
Kaynak : TÜİK.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
48	Kağıt ve Karton ile Mamulleri	861	1.078	1.005	1.217	1.427	1.687	1.963
4802-4805 4810-4811- 4823	Kağıt ve Karton	170	215	171	202	245	269	304
4803-4818* 9619*	Temizlik ve Tuvalet Kağıtları, Bebekler İçin Bez	400	536	523	644	754	945	1.154
4819	Kağıt ve Kartondan Ambalaj Ürünleri,	188	212	210	250	294	319	355
4816-4817- 4820-4821	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	76	81	70	72	82	89	95
4801-4804- 4806-4807- 4808-4809- 4812-4813- 4814-4822	Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	27	33	30	49	53	65	56

Tablo 15 : Alt Sektörler İtibariyle Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

(*) 481840 GTİP numaralı ürün 2012 yılından itibaren 961900 GTİP numarası ile kodlandırılmıştır.

Kağıt imalatı sanayinde ithalatın alt sektörler itibariyle gelişimi ise aşağıda yer almaktadır. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ithalatında en büyük payı kağıt ve kartonlar almaktadır. Kağıt ve karton ithalatı yıllar itibariyle artmakta olup 2013 yılında 2 milyar dolara yaklaşmıştır. Diğer

kağıt ve karton ürünleri 2013 yılındaki 913 milyon dolar ithalat ile en çok ithalat yapılan ikinci ürün grubunu oluşturmaktadır. İthalat diğer alt ürün gruplarında ise sınırlı ölçüde yapılmakta olup yıllar itibariyle ithalat artışı da sınırlı kalmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
48	Kağıt ve Karton ile Mamülleri	2.470	2.605	2.211	2.820	3.110	2.963	3.171
4802-4805-4810-4811-4823	Kağıt ve Karton	1.468	1.520	1.319	1.704	1.883	1.808	1.967
4803-4818*-9619*	Temizlik ve Tuvalet Kağıtları, Bebekler için Bez	63	65	87	87	98	121	117
4819	Kağıt ve Kartondan Ambalaj Ürünleri,	67	68	57	69	65	68	68
4816-4817-4820-4821	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	106	110	84	117	119	112	106
4801-4804-4806-4807-4808-4809-4812-4813-4814-4822	Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	765	843	665	844	945	854	913

Tablo 16 : Alt Sektörler İtibariyle Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

(*) 481840 GTİP numaralı ürün 2012 yılından itibaren 961900 GTİP numarası ile kodlandırılmıştır.

1.2.7.3. İhracat Miktar ve Birim Değer Gelişmeleri

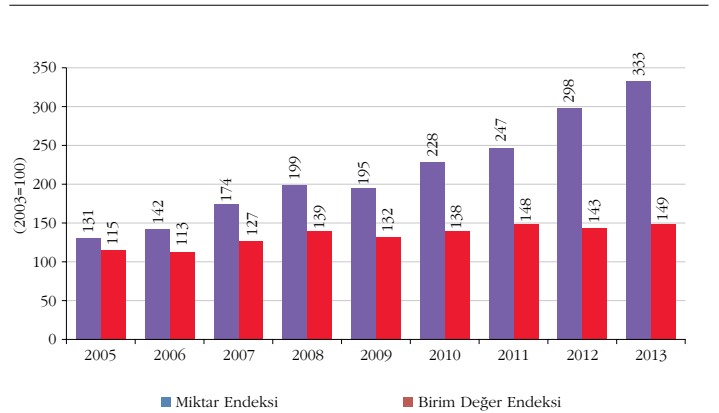
Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ihracatta miktar ve ihracat ürünleri ortalama birim değerleri 2003-2013 döneminde artmıştır. İhracat birim değeri 2003=100 endeksi ile hesaplandığında 2013 yılında 149 olarak gerçekleşmiştir. 2003-2013 arasında Dolar cinsinden ihracat birim değeri ortalama yüzde 49 artmış, ancak bu değer artışı, imalat sanayi ortalama değer artışının 9 puan altında kalmıştır.

İhracat miktarı ise yine 2003-2013 arasında çok önemli bir artış göstermiştir. 2003 yılında 100 olarak ölçülen ihracat miktar endeksi 2013 yılında 333'e yükselmiştir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ihracatı 2003 yılına göre miktar bazında yüzde 233 artmış ve bu artış imalat sanayinin aynı dönemdeki ortalama yüzde 104 ihracat miktar artışının oldukça üzerinde gerçekleşmiştir.

Göstergeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Birim Değer Endeksi	115	113	127	139	132	138	148	143	149
Genel İhracat Birim Değer Endeksi	123	128	144	168	140	146	163	157	158
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Miktar Endeksi	131	142	174	199	195	228	247	298	333
Genel İhracat Miktar Endeksi	126	141	157	167	155	165	175	206	204

Tablo 17 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endeksleri (2003=100)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret Endeksleri.



Grafik 8 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Miktar ve Birim Değer Endekslerinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK.

1.2.7.4. İhracat Pazarları

Türkiye'nin kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ihracat pazarları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Sektörün en önemli pazarları yakın ve komşu ülkeler, AB ülkeleri, Ortadoğu ile Kuzey ve Orta Asya ülkeleridir.

Irak, İran, İngiltere, Azerbaycan ve İsrail en büyük ilk on pazardan beşini oluşturmaktadır. Mısır ve Gürcistan da yakın pazarlar olarak ilk on pazar içindedir.

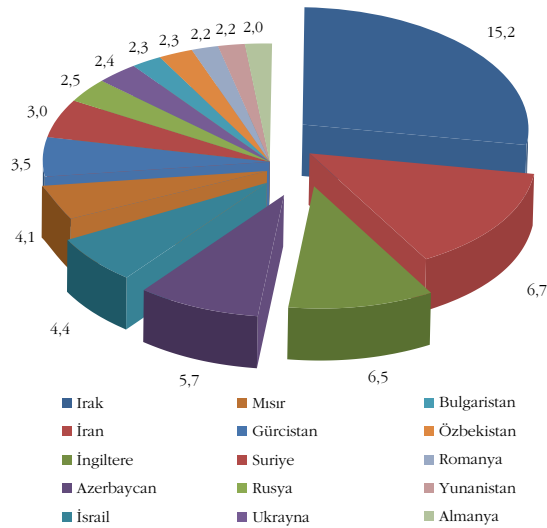
Suriye, Rusya ve Ukrayna da ilk on içindeki diğer pazarlardır. Bulgaristan, Özbekistan, Romanya ve Yunanistan 2013 yılında en çok ihracat yapılan ilk on beş ülke içindedir.

AB ülkeleri içinde ise İngiltere dışında Almanya geleneksel pazar olmayı azalan payı ile sürdürmektedir.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin özellikle yakın coğrafyasındaki pazarlarda etkili ve bu pazarlara önemli ölçüde bağımlı olduğu gözükmektedir.

2006				2013			
Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)	Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Irak	48	7,7	1	Irak	298	15,2
2	Bulgaristan	47	7,5	2	İran	131	6,7
3	İsrail	44	7,0	3	İngiltere	128	6,5
4	Romanya	43	6,9	4	Azerbaycan	112	5,7
5	Serbest Böl	41	6,6	5	İsrail	86	4,4
6	İngiltere	39	6,2	6	Mısır	80	4,1
7	Ukrayna	25	4,0	7	Gürcistan	68	3,5
8	Azerbaycan	24	3,8	8	Suriye	59	3,0
9	Cezayir	24	3,8	9	Rusya	49	2,5
10	Yunanistan	23	3,7	10	Ukrayna	47	2,4
11	İran	19	3,0	11	Bulgaristan	46	2,3
12	Kıbrıs	19	3,0	12	Özbekistan	45	2,3
13	G.Afrika	18	2,9	13	Romanya	40	2,2
14	Almanya	15	2,4	14	Yunanistan	43	2,2
15	Rusya	14	2,2	15	Almanya	39	2,0

Tablo 18 : Türkiye'nin Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü verilerinden hesaplanmıştır.



Grafik 9 : Türkiye'nin Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Yüzde, 2013)
Kaynak : TÜİK.

Alt ürün gruplar itibarıyla en çok ihracat gerçekleştirilen ilk beş pazar bilgileri ise aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

Hijyenik Havlular ve Tamponlar, Bebek Bezleri ve Benzeri Hijyenik Eşya (GTİP 961900)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Irak	221.502.386
2	Azerbaycan	59.751.572
3	Mısır	51.945.222
4	Suriye	50.174.973
5	Özbekistan	34.331.668
Toplam	Dünya	822.143.995

Diğer Torba ve Çantalar (Külahlar Dahil) (GTİP 481940)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Irak	10.383.140
2	Azerbaycan	7.769.627
3	Almanya	6.865.764
4	İngiltere	5.312.025
5	İran	5.308.442
Toplam	Dünya	73.651.974

Tuvalet-Temizlik Kağıtları (GTİP 480300)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	İngiltere	59.274.459
2	İsrail	35.724.114
3	ABD	18.557.292
4	Ukrayna	16.974.874
5	Yunanistan	11.550.550
Toplam	Dünya	213.604.281

Kağıt Mendil, Kurutma, Silme Havluları (GTİP 481820)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Irak	7.742.016
2	Azerbaycan	4.103.518
3	Gürcistan	4.030.386
4	Ukrayna	2.932.133
5	İngiltere	1.932.167
Toplam	Dünya	44.191.897

Oluklu Kağıt veya Kartondan Kutu ve Mahfazalar (GTİP481910)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Irak	26.592.622
2	Serbest Bölgeler	18.880.804
3	İngiltere	14.666.140
4	İsrail	7.135.301
5	İran	6.535.324
Toplam	Dünya	129.021.198

Dokunmamış Mensucat Emdirilmiş, Sıvanmış, Kaplanmış veya Kağıt/Kartondan Baskılı Etiketler (GTİP 482110)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Mısır	4.589.114
2	Serbest Bölgeler	3.087.089
3	İran	2.525.479
4	Romanya	2.255.750
5	Irak	2.195.317
Toplam	Dünya	40.476.505

Oluksuz Kağıt veya Kartondan Katlanabilir Kutu-Mahfazalar (GTİP 481920)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	İngiltere	18.282.701
2	Srbistan	10.540.155
3	Mısır	8.758.626
4	Romanya	4.791.362
5	Bulgaristan	4.652.720
Toplam	Dünya	111.464.788

Ambalaj Kutuları (Plak Poşetleri Dahil) (GTİP 481950)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	İngiltere	21.108.052
2	Almanya	15.096.601
3	Irak	12.200.166
4	Serbest Bölgeler	9.717.852
5	Fransa	8.497.196
Toplam	Dünya	36.125.801

Kağıt/Kartonlar, Plastik Sıvalı, Emdirilmiş/Kaplı; Beyazlatılmış; Diğerleri (GTİP 481159)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	İran	35.544.336
2	Libya	15.902.027
3	Tunus	15.600.650
4	Suudi Arabistan	3.838.280
5	Azerbaycan	3.769.156
Toplam	Dünya	91.651.363

Çok Katlı Kağıt/Kartonlar; Kaolin vb. Sıvanmış (GTİP 481092)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Bulgaristan	5.118.659
2	Ukrayna	4.030.035
3	İspanya	3.369.873
4	Romanya	2.503.488
5	Azerbaycan	2.074.236
Toplam	Dünya	34.993.807

1.2.8. Net Döviz Kazancı

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin nihai ürünlerin ihracat ve ithalat farkı ile ölçülen net döviz kazancı yıllar itibariyle açık vermektedir. Sektörün net döviz açığı 2008 yılında 1,5 milyar dolara ulaştıktan sonra 2011 yılında da 1,7 milyar dolara yükselmiştir. 2012 ve 2013 yıllarında ise net döviz kazancı açığı önemli ölçüde düşmüş ve 2013 yılında 1,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İthalatı	Net İhracat
2005	582	1.767	-1.185
2006	625	2.043	-1.418
2007	861	2.470	-1.609
2008	1.078	2.605	-1.527
2009	1.005	2.214	-1.209
2010	1.217	2.820	-1.603
2011	1.427	3.110	-1.683
2012	1.687	2.963	-1.276
2013	1.963	3.171	-1.208

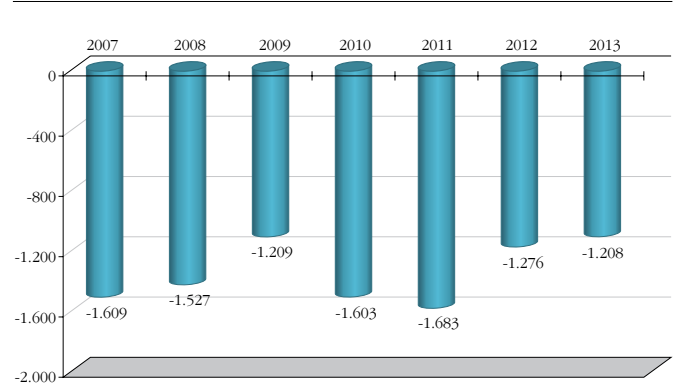
Tablo 19 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

1.2.9. Ar-Ge ve Teknoloji Faaliyetleri

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde teknoloji faaliyetleri, araştırma-geliştirme çalışmaları ve tasarım kapasitesi ile markalaşma rekabetin en önemli unsurlarında biri haline gelmiştir.

Bu çerçevede kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin teknoloji faaliyetleri incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Şirketlerin Ar-Ge faaliyetleri için TÜİK'in Ar-Ge istatistikleri kullanılmaktadır. TÜİK verileri en son 2013 yılına ait bulunmaktadır.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi büyük ölçüde kağıt ithalatını ikame eden bir yapıda gelişme göstermektedir. İhracatın mevcut potansiyele ve kapasiteye göre düşük kalmasının nedeni hızlı büyüyen iç pazarın yarattığı talep artışıdır. İç talebe yönelik üretim ve satış ihracatı sınırlamakta, ancak ithalatın önü kesilerek net döviz kazancına katkı sağlanmaktadır.



Grafik 10 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde Ar-Ge faaliyetleri için istihdam edilenlerin sayısı 2013 yılı itibariyle 57 kişidir. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde Ar-Ge istihdamı 2007 yılından sonra artmakla birlikte oldukça sınırlıdır ve 2011 yılından sonra da düşmektedir.

Ar-Ge faaliyetleri için yapılan harcamalar ise yıllar itibariyle artarak 2013 yılında 5,1 milyon TL olarak ölçülmüştür. Bunun 4,5 milyon TL'si istihdam ağırlıklı cari harcamalar, 0,6 milyon TL'si ise ekipman ve benzerlerini içeren yatırım harcamalarıdır.

Sektörde Ar-Ge faaliyetlerinin henüz oldukça sınırlı kaldığı görülmektedir.

Yıllar	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2007	18	10	5	3
2008	33	18	8	7
2009	51	31	10	10
2010	62	46	14	2
2011	77	29	33	15
2012	73	43	15	15
2013	57	30	21	6

Tablo 20 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)
Kaynak : TÜİK, Araştırma Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2007	1,3	1,3	0,0
2008	1,8	1,2	0,6
2009	4,2	2,3	1,9
2010	4,3	3,8	0,5
2011	4,4	4,2	0,2
2012	5,8	5,0	0,8
2013	5,1	4,5	0,6

Tablo 22 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Araştırma Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2005	12.927	6.930	3.756	2.241
2006	14.202	7.734	4.191	2.277
2007	17.718	9.395	5.568	2.755
2008	19.199	10.688	5.569	2.942
2009	23.445	13.085	7.371	2.989
2010	24.588	13.242	8.120	3.226
2011	28.781	16.036	9.348	5.301
2012	31.334	17.433	10.309	3.592
2013	33.425	19.140	10.353	3.932

Tablo 21 : İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)
Kaynak : TÜİK, Araştırma Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2005	953	774	179
2006	1.186	1.024	162
2007	1.714	1.273	441
2008	1.954	1.581	373
2009	2.105	1.760	255
2010	2.035	1.812	223
2011	2.569	2.119	450
2012	3.124	2.610	514
2013	3.611	3.054	557

Tablo 23 : İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Araştırma Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde teknoloji faaliyetlerinin çıktıkları alınan patentler, marka tescilleri ve endüstriyel tasarım tescillerinin sayısı ile ölçülmektedir.

Buna göre kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde alınan patent sayısı 2000 yılında 2 iken, izleyen yıllarda kademeli ve istikrarlı

olarak artmış ve 2013 yılında 15 olmuştur. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde markalaşma ise daha hızlı gelişmektedir. Alınan marka tescilleri 2000 yılında 299 iken, 2013 yılında 3.616 adet marka tescil alınmıştır. Tescil edilen endüstriyel tasarım sayısı ise 2000 yılında 28 iken, 2013 yılında 120 olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi	Genel Toplam
2000	2	720
2005	20	2.757
2006	16	3.427
2007	29	4.365
2008	20	4.584
2009	19	4.529
2010	24	5.146
2011	33	6.011
2012	23	5.907
2013	15	4.563

Tablo 24 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Alınan Patent Sayısı (Yerli) (Adet)
Kaynak : Türk Patent Enstitüsü (TPE).

Yıllar	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi	Genel Toplam
2000	299	10.736
2005	962	27.192
2006	1.148	34.812
2007	2.303	83.928
2008	2.104	71.763
2009	2.413	85.063
2010	1.790	64.286
2011	1.906	69.466
2012	2.796	104.720
2013	3.616	144.950

Tablo 25 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Marka Tescilleri (Yerli) (Adet)
Kaynak : Türk Patent Enstitüsü (TPE).

Yıllar	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi	Genel Toplam
2000	28	1.679
2005	95	4.389
2006	122	4.970
2007	127	4.871
2008	115	4.798
2009	108	5.247
2010	116	6.363
2011	130	6.968
2012	150	7.385
2013	120	7.837

Tablo 26 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Endüstriyel Tasarım Tescilleri (Yerli) (Adet)
Kaynak : Türk Patent Enstitüsü (TPE).

1.2.10. Türkiye’de Kağıt Sektörünün Gelişimi, Üretim, Tüketim ve İç Pazar Büyüklükleri

1.2.10.1. Türkiye’de Kağıt Sektörünün Gelişimi

Sanayileşmiş toplumların vazgeçilmez tüketim ürünlerinden olan kağıt yaklaşık iki bin yıllık bir geçmişe sahip bulunmaktadır. İlk aşamada yazı yazmak için kullanılan kağıt uygarlıkların ve kültürlerin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Günümüzde kağıt çok farklı amaçlarla kullanılabilir hale gelmiştir. Sanayi devrimi ile ilk kağıt makinesi 1803 yılında bulunmuş, daha sonra geliştirilerek seri üretim yapılan üretim teknolojisine ulaşılmıştır.

Türkiye’de Cumhuriyet öncesi kağıt üretimi girişimleri yaşanmış olmakla birlikte İzmir ve Beykoz’da kurulan üretim tesisleri yabancıların üretim ve ticaret rekabeti ile kapanmıştır.

Cumhuriyet döneminde ilk kağıt üretimi bir kamu girişimi olan SEKA ile 1936 yılında başlamıştır. Uzun süre kamu tekeli olarak üretim yapılan kağıt sektöründe SEKA 2000 yılında özelleştirme kapsamına alınmış ve 2006 yılında sektörden tamamen çıkmıştır.

Özel sektörün kağıt yatırımları ve üretimi ise 1960’lı yıllarda başlamış, 1970’li yıllardan itibaren hızlanmıştır. Özel sektör modern ve büyük kapasiteli üretim tesisleri kurmuştur. 1963-1979 dönemi kağıt sektörü için büyüme ve gelişme dönemi olmuştur. Bu yıllara kadar sektör yurtiçi talebi karşılamaya yönelik olarak faaliyet göstermiştir.

Türkiye’de kamu sektörü hakimiyetinde olan ve uzun yıllar dış rekabete kapalı kalan kağıt sektörü 1990’lı yılların ortasından itibaren AB gümrük birliği süreci ve özelleştirmeler ile birlikte yeni ve rekabetçi bir döneme girmiştir. 2001 yılından sonra ekonomideki normalleşme ve genişleme döneminde hızlı bir büyüme ivmesi yakalamıştır.

Türk kağıt sektörü günümüzde özellikle ev ve temizlik kağıtları, kağıt-karton ambalaj ürünleri ve oluklu mukavva üretiminde önemli ve rekabetçi bir sektör haline gelmiştir. Bunun yanı sıra baskı yazı kağıtları üretimi de yapılmaktadır.

Yerli ve uluslararası üreticilerin faaliyet gösterdiği sektör üretim teknolojisinde ve hammadde girdisinde yurtdışına bağımlı olmakla birlikte kaliteli ve yenilikçi ürünleri ile rekabet gücü sağlamakta ve özellikle yakın ve komşu pazarlara ihracatını arttırmaktadır.

Kişi başı kağıt tüketimi ülkeler için hem bir gelişmişlik göstergesi, hem de sektörün büyüme potansiyelinin göstergesidir. Türkiye’de 2013 yılında kişi başı kağıt tüketimi 73,8 kg olmuştur ve gelişme için halen önemli bir potansiyel bulunmaktadır.

1.2.10.2. Üretim, Tüketim ve Pazar Büyüklüğü

Türkiye’de kağıt sektörüne ilişkin temel göstergeler üç başlık altında sunulmaktadır. Bunlar kağıt üretimi, kağıt tüketimi ve kağıt dış ticaretidir.

1.2.10.2.1. Türkiye’de Kağıt Üretim Kapasitesi

Türkiye’de 2007 yılında 2.923.228 ton olan üretim kapasitesi 2008 yılında yüzde 18,6 oranında artarak 3.466.500 tona ulaşmıştır. 2010 yılında ise üretim kapasitesi 3,7 milyon tona yükselmiştir. İzleyen üç yıl içinde üretim

kapasitesindeki genişleme sürmüştür ve üretim kapasitesi 2013 yılında 3.817.500 tona ulaşmıştır.

2013 yıl sonu itibari ile Türkiye’de kağıt-karton üretim kapasitesinin yüzde 48,3’üne 1.843.000 ton ile oluklu mukavva kağıdı sahiptir. İkinci geniş kapasiteye yüzde 18,3 payı ile karton ürünleri sahiptir. Üçüncü sırada yüzde 16,6 payı ile temizlik kağıtları grubu yer almaktadır.

Kağıt Ürünleri	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Yazı Tabı Kağıdı	388.500	392.500	394.500	404.500	393.500	369.500	383.500
Gazete Kağıdı	182.500	182.500	182.500	182.500	182.500	130.000	100.000
Sargılık Kağıt	30.500	30.500	30.500	45.000	44.000	44.000	44.000
Temizlik Kağıtları	306.500	384.500	415.500	491.500	567.500	630.500	635.000
Kraft Torba Kağıdı	80.000	80.000	80.000	80.000	100.000	100.000	100.000
Oluklu Mukavva Kağıdı	1.402.506	1.839.000	1.849.000	1.849.000	1.748.500	1.786.500	1.843.000
Kartonlar	517.722	542.500	556.500	620.000	665.000	642.500	697.000
Sigara İnce Kağıtlar	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Toplam	2.923.228	3.466.500	3.523.500	3.687.500	3.716.000	3.718.000	3.817.500

Tablo 27 : Türkiye’de Kağıt Üretim Kapasitesi (Ton)

Kaynak : Selülöz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

1.2.10.2.2. Türkiye’de Kağıt Üretimi

Türkiye’de kağıt üretimi 2007 yılında ise 2.184.217 ton iken, 2010 yılında 2.537.896 tona ulaşmıştır.

İzleyen üç yıl içinde üretim artışı sürmüştür ve 2013 yılında üretim 3.092.400 tona yükselmiştir.

Kağıt Ürünleri	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Yazı Tabı Kağıdı	337.348	323.621	309.163	316.391	301.300	277.552	257.000
Gazete Kağıdı	5.000	-	-	-	-	2.202	836
Sargılık Kağıt	18.600	22.500	22.500	39.000	31.000	29.000	29.000
Temizlik Kağıtları	270.668	322.500	369.265	371.231	461.936	525.043	568.861
Kraft Torba Kağıdı	69.349	55.030	52.574	73.600	70.278	75.888	54.081
Oluklu Mukavva Kağıdı	1.026.475	1.170.806	1.125.833	1.229.596	1.393.832	1.482.512	1.609.215
Kartonlar	451.777	432.454	410.973	503.078	563.980	534.235	568.407
Sigara İnce Kağıtlar	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Toplam	2.184.217	2.331.911	2.295.308	2.537.896	2.827.326	2.931.432	3.092.400

Tablo 28 : Türkiye’de Kağıt ve Karton Üretimi (Ton)

Kaynak : Selülöz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

1.2.10.2.3. Türkiye’de Kağıt Tüketimi

Türkiye’de kağıt tüketimi 2002 yılından sonra hızla genişleyerek 2007 yılında 4,5 milyon tona ulaşmıştır. 2008 yılında kağıt tüketimi

gerilemiştir. 2010 yılında kağıt tüketimi 5,1 milyon tona yükselmiştir. İzleyen üç yıl içindeki artış ile birlikte kağıt tüketimi 2013 yılında 5,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

Kağıt Ürünleri	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Yazı Tabı Kağıdı	996.565	942.551	931.803	1.153.706	1.081.486	1.156.349	1.204.143
Gazete Kağıdı	556.540	535.361	467.999	510.373	486.336	454.637	435.191
Sargılık Kağıt	117.339	125.154	121.012	177.846	197.576	205.772	220.950
Temizlik Kağıtları	235.399	263.348	319.108	319.767	370.518	374.429	402.222
Kraft Torba Kağıdı	212.578	100.055	101.052	144.995	117.955	116.849	113.245
Oluklu Mukavva Kağıdı	1.603.007	1.578.874	1.640.736	1.864.807	1.968.290	2.114.004	2.261.136
Kartonlar	772.935	698.763	727.049	871.236	935.554	901.218	1.000.810
Sigara İnce Kağıtlar	14.215	15.955	16.235	17.399	16.369	20.058	19.824
Toplam	4.508.578	4.260.061	4.324.994	5.060.129	5.174.084	5.343.316	5.657.521

Tablo 29 : Türkiye'de Kağıt Tüketimi (Ton)

Kaynak : Selüloz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

2013 yılında da en geniş tüketim oluklu mukavva kağıdı grubunda olmuştur. Oluklu mukavva tüketimi toplam tüketimden yüzde

40 pay oranında pay alırken, tüketim 2.261.136 ton olarak gerçekleşmiştir. İkinci sırayı ise 1.204.143 ton ile yazı tabı kağıdı almaktadır.

1.2.10.2.4. Türkiye'de Kağıt Dış Ticareti

Türkiye'de 2002 yılından sonra hızlı genişleyen kağıt tüketimine bağlı olarak kağıt ithalatı da hızlı bir genişleme göstermiştir. Genişleyen iç tüketimin yüzde 53,9'u ithalat ile karşılanmaktadır.

Miktar bazında ithalat ise 2009 yılında 2.325.503 ton iken, 2013 yılında 3.051.653 ton olmuştur. 2013 yılında 963.711 ton yazı tabı kağıdı, 701.406 ton oluklu mukavva kağıdı, 488.175 ton karton ve 435.428 ton gazete kağıdı ithal edilmiştir.

	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt Karton	2.237.877	2.794.260	2.705.867	2.820.529	2.920.940
Kağıt Karton Ürünü	87.626	94.096	107.890	120.823	130.713
Toplam	2.325.503	2.888.356	2.813.757	2.941.352	3.051.653

Tablo 30 : Kağıt İthalatı (Ton)

Kaynak : Selüloz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

Miktar bazında ihracat ise 2009 yılında 555.935 ton iken, 2013 yılında 941.087 ton olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında temizlik kağıtları ihracatı 174.353 ton olmuştur.

Kağıt Ürünleri	2012	2013
Gazete Kağıdı	456.773	435.428
Yazı Tabı Kağıdı	900.983	963.711
Sargılık Kağıtlar	225.310	245.675
Oluklu Mukavva Kağıdı	721.429	701.406
Kraft Torba Kağıdı	59.159	65.407
Kartonlar	434.321	488.175
Temizlik Kağıtları	7.106	5.437
Sigara Kağıdı ve Özel Kağıtlar	15.448	15.701
Kağıt Karton Ürünleri	120.823	130.713

Tablo 31 : Türkiye'nin Kağıt İthalatı (Ton)

Kaynak : Selüloz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt Karton	241.205	289.216	326.988	384.823	393.749
Kağıt Karton Ürünü	314.730	372.760	403.390	474.159	547.338
Toplam	555.935	661.976	730.378	858.982	941.087

Tablo 32 : Kağıt İhracatı (Ton)

Kaynak : Selüloz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

Kağıt Ürünleri	2012	2013
Gazete Kağıdı	2.401	2.786
Yazı Tabı Kağıdı	22.083	16.671
Sargılık Kağıtlar	48.538	53.725
Oluklu Mukavva Kağıdı	82.647	68.999
Kraft Torba Kağıdı	17.721	8.634
Kartonlar	58.633	67.704
Temizlik Kağıtları	152.410	174.353
Sigara Kağıdı ve Özel Kağıtlar	390	877
Kağıt Karton Ürünleri	474.159	547.338

Tablo 33 : Türkiye'nin Kağıt İhracatı (Ton)

Kaynak : Selülöz ve Kağıt Sanayi Vakfı, Yıllık Raporlar.

1.2.10.3. Türk Kağıt Sektöründe Alt Ürün Grupları

Türkiye'de kağıt sektörü üç alt grupta yoğunlaşmış olup, üretim kapasitesi üretim ve ihracat bu üç alt sektörde daha geniş ölçüde yer almaktadır. Bu üç alt sektör oluklu mukavva, temizlik kağıtları ve kağıt-karton ambalaj ürünleridir.

1.2.10.3.1. Oluklu Mukavva Sanayi

Türkiye'de kağıt sektöründe en büyük üretim kapasitesi ve üretim oluklu mukavva sanayinde bulunmaktadır. İlk oluklu mukavva üretimi 1954 yılında SEKA tarafından yapılmıştır. İlk özel sektör üretimi 1968 yılında olmuştur. Oluklu mukavva hammaddesi olan kağıdın yeniden üretilebilen ve yeniden kullanılabilen yani dönüştürülebilir bir madde olması nedeniyle çevre uyumu en yüksek ambalaj çeşidi olarak kabul edilmektedir.

Oluklu mukavva üretiminin önemli bir bölümü Marmara ve Ege bölgesinde toplulaşmış ve yoğunlaşmıştır. Ancak hemen her ilde küçük-orta ölçekli üretim firmaları yaygınlaşmaktadır.

Sektörde yeni yerli oyuncuların katılımının yanı sıra mevcut firmalar üretim kapasitelerini artırmakta ve üretim teknolojilerini sürekli yenilemektedir.

Oluklu mukavva sanayine yabancı uluslararası büyük üretici firmaların da ilgisi yüksektir ve Türk firmalarını satın alarak veya ortaklıklar ile sektöre girmiş bulunmaktadır. Sektörde önemli bir rekabet yaşanmaktadır.

Türkiye kağıt üretiminde kullanılan kağıt hamuru ve hurda kağıt girdilerini de önemli ölçüde ithalat ile karşılamaktadır. Girdi ithalatı 2007 yılında 411,2 milyon dolar iken, 2010 yılında 545 milyon dolara kadar yükselmiştir. 2013 yılında ise kağıt hamuru ve hurda kağıt ithalatı 645,1 milyon dolara yükselmiştir.

Kağıt Ürünleri	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt Hamuru ve Hurda Kağıt	411.2	473.0	342.6	545.0	602,6	560,1	645,1

Tablo 34 : Türkiye'nin Kağıt Hamuru ve Hurda Kağıt İthalatı (47 GTİP Pozisyonu) (Milyon Dolar)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

Oluklu mukavva ambalaj ürünlerinin yurtiçinde kullanımı giderek artmakta ve halen önemli bir potansiyele sahip bulunmaktadır. AB ambalaj ve taşımacılık normlarının kağıt-karton ve oluklu mukavvayı tercih etmesi, özellikle tarım ürünleri alanında kullanımın yaygınlaşması ve Türkiye'nin artan ihracatı oluklu mukavva ambalaj ürünlerine talebi hızlandırmaktadır.

Türkiye'de faaliyet gösteren 7 firma grubu üretimin yüzde 50'sinden fazlasını gerçekleştirmektedir.

Dünyada da hijyen, kolay depolama, düşük maliyet, kolay ve hızlı tedarik unsurları ile oluklu mukavva ambalaj ürünleri artan oranda tercih edilmektedir. Dünya'da kağıt sektörü içinde üretim kapasitesi ve üretimi en hızlı büyüyen alan oluklu mukavva ambalaj ürünleridir. Özellikle gelişen ülkelerde talep ve kapasite hızlı büyümektedir.

Türkiye'de oluklu mukavva sanayi ileri üretim teknolojisi ve ürün kalitesi ile de rekabetçi konumda bulunmaktadır. Avrupa'da Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve İspanya'nın ardından 6. büyük kapasiteye sahip bulunmaktadır.

1.2.10.3.2. Temizlik Kağıtları Sanayi

Türk kağıt sektöründe üç önemli üretim ve ihracat alanından ikincisini temizlik kağıdı sanayi oluşturmaktadır.

Temizlik kağıtları düşük gramajlı (14-40 gr/m²) krepli kağıtlara verilen genel bir tanımdır. Temizlik kağıtlarını oluşturan başlıca ürün grupları tuvalet kağıdı, kağıt havlu, peçete, mendil, kutu mendilleridir.

Son yıllarda üretim teknolojisinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak ıslak mendiller ve ıslak tuvalet kağıtları da üretilirken, hijyenik pedler ile çocuk bezleri de bu grup içinde yer almaktadır.

Türkiye’de temizlik kağıtları sanayi son yıllarda hızlı bir gelişme göstermektedir. 2007 yılında 306,5 bin ton olan üretim kapasitesi, 2013 yılında 635 bin tona yükselmiştir. Sektörde yerli ve yabancı firmaların yeni yatırımları ile üretim kapasitesi önemli ölçüde artmıştır. Avrupa’nın en büyük 5. üretim kapasitesine ulaşılmıştır.

Selüloz ithalatında kolaylıklar, atık kağıt oranının artması ile girdi-üretim maliyetlerinin düşmesi ve yeni üretim teknolojilerinin sağladığı olanaklar sektörde yatırımı cazip hale getirmiştir.

Sektörde üreticilerin önemli bir bölümü kendi markaları için ve kısmen de fason olarak (hastane, otel, restoran vb. için baskılı) üretim yapmaktadır.

Üretim ve ürün teknolojisindeki yenilikler ve kimyasalların daha etkin kullanımı ile birlikte iki-üç katlı emiciliği yüksek ürünler, suya dayanıklı ama sonrasında eriyen kağıtlar, bir yüzü yumuşak, diğer yüzü dayanıklı kağıt ürünler gibi yenilikçi ürünler üretilmektedir.

Türkiye’de kişi başı yıllık temizlik kağıdı kullanımı 5,2 kilogramdır. ABD’de 24 kg, Avrupa Birliği’nde 16 kg olan ortalamalar ile karşılaştırıldığında önemli bir büyüme potansiyeli bulunmaktadır. Ayrıca 2013 yılında 1,6 milyar adet hijyenik ped ve 2,5 milyar adet çocuk bezi tüketilmiştir. Pazar potansiyeli sektör için ilgiyi arttırmaktadır.

Bununla birlikte pazar potansiyelinin gerçekleşme hızı beklentilerin altında kalmaktadır. Temizlik kağıdına olan talep halen potansiyelin altında gelişmektedir. Bu nedenle sektörde mevcutlar ve yeni yapılmakta olan yatırımlar ile birlikte bir arz ve kapasite fazlası oluşacağı öngörülmektedir.

Sanayi mevcut oluşan arz fazlasını özellikle yakın ve komşu ülkelere ihracatını artırarak değerlendirmeyi hedeflemektedir. Sanayi yakın ve komşu pazarlarda markaları ile önemli bir ihracatçı konumuna gelmiştir.

1.2.10.3.3. Kağıt ve Karton Ambalaj Sanayi

Türkiye’de kağıt sektöründe üç önemli alandan bir diğeri kağıt ve karton ambalaj sanayidir.

Kağıt ambalajlar hafif ve esnek ambalaj türü olup gıda, tekstil, kozmetik, ilaç, cam ve daha bir çok sektörde yaygın olarak kullanılmaktadır. Temel kağıt ambalaj ürünleri sargılık kağıtlar olup, bu kağıtlar boya, baskı, yapıştırma ve sağlamlaştırma ve görünümünü değiştirme gibi işlemlerden geçerek tüketicilere sunulmaktadır.

Karton ambalajlar ise daha çok atık kağıdın yeniden işlenmesi sonucu elde edilen ve kağıt ambalajlara göre daha dayanıklı olan ambalaj türüdür. Parlak ve pürüzsüz yüzeyleri ile farklı boyut ve biçimde ürünleri taşıma, saklama ve sunma kolaylığı sağlamaktadır. Karton ambalajlar ihtiyaca göre kolayca şekillenerek ürünleri kapladığından çok sayıda sektör tarafından tercih edilmektedir. Karton ambalajların üretiminde hammadde boyama, kesme ve etiketleme ile baskı gibi bir dizi işlem yapılmaktadır.

Türkiye’de karton ve kağıt ambalaj üretimine yönelik olarak önemli bir üretim kapasitesi bulunmaktadır. Kağıt ve karton ambalaj üretimi son yıllarda önemli ölçüde artış göstermektedir. Karton ambalaj ürünleri üretimi 2006 yılında 362 bin ton iken, 2013 yılında 568 bin tona yükselmiştir.

Karton ve kağıt ambalaj üretimi daha çok Marmara ve Ege bölgesinde yoğunlaşmıştır. Sektördeki yeni yatırımlar ile birlikte üretim kapasitesi

Ürünler	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt	60	80	80	117	106	110	88
Karton	362	395	418	503	564	534	568
Oluşlu Mukavva	1.318	1.387	1.389	1.564	1.703	1.772	1.879
Plastik	1.290	1.530	1.560	1.835	2.013	2.160	2.519
Metal	364	329	310	366	364	375	385
Cam	553	723	567	734	857	951	978
Ahşap	385	385	385	420	454	470	484
Toplam	4.332	4.829	4.709	5.538	6.060	6.372	6.901

Tablo 35 : Türkiye’de Ambalaj Ürünleri Üretimi (Bin Ton)

Kaynak : Ambalaj Sanayicileri Derneği.

genişlemesini sürdürmektedir. İç pazarda özellikle modern perakende sektörünün genişlemesi yerli ve yabancı dayanıklı ve yarı dayanıklı markaların sayısının ve satışlarının artması ile birlikte kağıt ve karton ambalaj ürünlerine yönelik talepte artmaya devam etmektedir.

1.3. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi ve Türkiye'nin Konumu

Dünya kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ve Türkiye'nin konumu bölümünde üretim ve üretici ülkeler, tüketim ve pazarlar, sektörde genel eğilimler ile dünya kağıt ticareti ile ihracatçı ve ithalatçı ülkeler ve Türkiye'nin konumu başlıklarına yer verilmektedir.

1.3.1. Dünya Kağıt Üretim Kapasitesi, Üretim ve Üretici Ülkeler

Dünya kağıt üretim kapasitesi 2013 yılı itibariyle kağıt hamuru için 152,8 milyon tona, kağıt ve ürünleri için ise 274 milyon tona ulaşmıştır. Kağıt ve ürünleri kapasitesi içinde ambalaj ve etiket kağıtları 138,6 milyon ton ile en yüksek üretim kapasitesine sahip alt sektördür. İkinci sırada 76,9 milyon ton üretim kapasitesi ile yazı ve baskı kağıtları almaktadır. Gazete kağıdı üretim kapasitesi 24,9 milyon ton, ev ve temizlik kağıdı üretim kapasitesi ise 22,1 milyon tondur.

	2013
Kağıt Hamuru	152.838
Kağıt ve Ürünleri	273.954
Gazete Kağıdı	24.921
Yazı ve Baskı Kağıt.	76.933
Ev ve Temizlik Kağıdı	22.124
Ambalaj ve Etiket Kağıdı	138.592
Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	13.380

Tablo 36 : Dünya Kağıt Üretim Kapasitesi (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

Dünya kağıt üretimi sınırlı artışlar göstermekte olup 2013 yılında 153,9 milyon ton kağıt hamuru, 265,2 milyon ton kağıt ve ürünleri üretilmiştir. Kağıt hamuru üretimi 2008 yılında 151,4 milyon ton iken, 2013 yılında 153,9 milyon tona yükselmiştir. Kağıt ve ürünleri üretimi ise 2008 yılında 262,1 milyon ton iken, 2013 yılında 265,2 milyon tona yükselmiştir.

Kağıt ve ürünleri içinde en yüksek üretim ambalaj ve etiket kağıtlarında gerçekleşmektedir. 2013 yılında 119,1 milyon ton ambalaj ve etiket kağıdı üretilmiştir. İkinci sırayı 91,3 milyon ton üretim ile yazı ve baskı kağıtları almaktadır.

Kağıt ve ürünleri üretiminde 2008 yılından 2013 yılına kadar olan dönemde gazete kağıdı, yazı ve baskı kağıtları, ev ve temizlik kağıtları ile diğer kağıt ve karton ürünleri üretiminde gerileme yaşanmıştır. Tek üretim artışının gerçekleştiği alt sektör ambalaj ve etiket kağıtları olmuştur.

Kağıt Ürünleri	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt Hamuru	151.410	148.690	150.427	151.344	152.678	153.878
Kağıt ve Ürünleri	262.140	251.125	258.420	262.880	263.724	265.202
Gazete Kağıdı	32.124	30.320	29.880	28.866	28.125	27.452
Yazı ve Baskı Kağıt.	95.916	89.539	91.846	92.020	92.143	91.343
Ev ve Temizlik Kağıdı	21.124	20.615	20.346	20.412	20.220	20.037
Ambalaj ve Etiket Kağıdı	104.856	102.961	108.536	114.038	115.791	119.059
Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	8.120	7.690	7.812	7.544	7.445	7.311

Tablo 37 : Dünya Kağıt Üretimi (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

2013 yılı itibariyle ABD 55 milyon ton üretim kapasitesi ve 49,4 milyon ton üretimi ile kağıt hamuru üretiminde dünyada ilk sırada yer almaktadır. Brezilya ve Japonya kağıt hamuru üretim kapasitesi ve üretimi ile ABD'nin ardından ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır.

İsveç, Finlandiya, Rusya ve Şili ağaç ve orman varlıkları ile kağıt hamurunda önemli üretici ülkelerdir. Avrupa'da Portekiz, Almanya, Fransa ve İspanya diğer önemli üretici ülkelerdir. Dünya kağıt hamuru üretiminde Yeni Zelanda, Avusturya, Güney Afrika ve Norveç de ilk on beş içinde yer almaktadır.

Ülkeler	Üretim Kapasitesi	Üretim	Kapasite Kullanımı (%)
ABD	55.037	49.411	89,8
Brezilya	16.920	15.072	89,1
Japonya	15.820	8.768	55,4
İsveç	12.707	11.721	92,2
Finlandiya	11.772	10.520	89,4
Rusya	9.390	7.171	76,4
Şili	5.637	5.156	91,5
Portekiz	3.165	2.450	77,4
Almanya	3.024	2.610	86,3
Fransa	2.187	1.699	77,7
İspanya	2.200	1.955	88,9
Yeni Zelanda	1.886	1.494	79,2
Avusturya	1.750	1.555	88,9
Güney Afrika	1.630	1.269	77,9
Norveç	1.277	1.088	85,2

Tablo 38 : Dünya Kağıt Hamuru Üreticileri Kapasite ve Üretim (Bin Ton, 2013)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

2013 yılı itibarıyla Çin 104 milyon ton üretim kapasitesi ve 101 milyon ton üretimi ile kağıt ve ürünlerinde ilk sırada yer almaktadır. Çin'i ABD 80,2 milyon ton üretim kapasitesi ve 73,7 milyon ton üretimi ile izlemektedir.

Japonya ve Almanya üretim kapasitesi ve üretimleri itibarıyla Çin ve ABD'yi izlemektedir. Brezilya, Finlandiya, Kanada, İsveç ve Rusya zengin ağaç ve orman varlıkları ile dünya kağıt sanayinde önemli üretici ülkeler arasında yer almaktadır. Kore sınırlı kaynaklarına rağmen önemli bir üretici ülkedir. İtalya, Fransa, İspanya, İngiltere ve Avusturya, Avrupa'daki diğer önemli üreticiler iken, Meksika da önemli bir üretim kapasitesine ve üretime ulaşmıştır.

Ülkeler	Üretim Kapasitesi	Üretim	Kapasite Kullanımı (%)
Çin	104.000	101.000	97,1
ABD	80.224	73.723	91,9
Japonya	30.213	26.242	86,9
Almanya	24.276	22.395	92,3
Brezilya	13.045	10.444	80,0
Finlandiya	12.649	10.592	83,7
Kanada	12.384	11.149	90,0
Kore	11.881	11.801	99,3
İsveç	11.714	10.781	92,0
Rusya	9.800	7.746	79,0
İtalya	9.610	8.536	88,8
Fransa	9.534	8.043	84,4
İspanya	6.787	6.181	91,1
Meksika	5.962	4.835	81,1
Avusturya	5.938	5.840	98,3
İngiltere	5.023	4.561	90,8

Tablo 39 : Dünya Kağıt ve Ürünleri Üreticileri Kapasite ve Üretim (Bin Ton, 2013)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

Dünya kağıt sanayinde üretim kapasitelerine ilişkin yapılan artış öngörülmesi çerçevesinde 2013 yılında 152,8 milyon ton olan kağıt hamuru üretim kapasitesinin 2018 yılında 160,4 milyon tona, yine 2013 yılında 274 milyon ton olan kağıt ve ürünleri üretim kapasitesinin 2018 yılında 279,1 milyon tona yükseleceği öngörülmektedir.

Kağıt ve ürünleri üretim kapasitesindeki artışın büyük bölümü ambalaj ve etiket kağıtları üretim kapasitesi artışından kaynaklanacaktır. Yazı ve baskı kağıtları, gazete kağıdı ve diğer kağıt ve karton ürünleri üretim kapasitesinin de gerileme olacağı öngörülmektedir. Ev ve temizlik kağıdı üretim kapasitesi de artacaktır.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Kağıt Hamuru	152.838	153.750	155.733	157.825	159.757	160.449
Kağıt ve Ürünleri	273.954	273.055	274.715	276.542	278.268	279.106
Gazete Kağıdı	24.921	24.122	23906	23.971	24.302	24.303
Yazı ve Baskı Kağıt.	76.933	75.656	75.540	75.860	75.985	76.262
Ev ve Temizlik Kağıdı	22.124	22.455	22.745	23.049	23.237	23.420
Ambalaj ve Etiket Kağıdı	138.592	139.365	141.248	142.517	143.177	144.075
Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	13.380	13.184	13.125	13.170	13.199	13.282

Tablo 40 : Dünya Kağıt Üretim Kapasitesi Öngörülmesi (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

Dünya kağıt ve ürünleri üretim kapasitesinde 2018 yılına kadar 5,2 milyon ton artış olacağı öngörülmektedir. Önümüzdeki 5 yıl içinde üretim kapasitesinde en büyük ölçeğe sahip ilk 15 ülkede değişiklik olmayacaktır. Bu süre içinde ABD'nin üretim kapasitesinde 1,2 milyon ton bir azalma beklenirken, Çin, Almanya, Brezilya, Rusya, Meksika ve Fransa'da üretim kapasitesinde artışlar olacağı öngörülmektedir. İlk on beş içinde yer alan ülkelerin üretim kapasitelerinde önemli bir değişiklik beklenmemektedir.

Ülkeler	Üretim Kapasitesi (2013)	Üretim Kapasitesi (2018)
Çin	104.000	106.000
ABD	80.224	79.067
Japonya	30.213	30.208
Almanya	24.276	25.071
Brezilya	13.045	13.628
Finlandiya	12.649	12.512
Kanada	12.384	12.378
Kore	11.881	11.781
İsveç	11.714	11.481
Rusya	9.800	11.770
İtalya	9.610	9.480
Fransa	9.534	9.896
İspanya	6.787	6.881
Meksika	5.962	6.517
Avusturya	5.938	5.476
İngiltere	5.023	5.113

Tablo 41 : Dünya Kağıt ve Ürünleri Üreticileri Üretim Kapasitesi Öngörülere (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

1.3.2. Dünya Kağıt Tüketimi

Dünya kağıt ve ürünleri tüketiminde en büyük pazar Çin'dir. Bununla birlikte Çin için kullanılan veriler geçicidir. Çin'in 2013 yılında 89 milyon ton kağıt tükettiği varsayılmaktadır.

İkinci büyük pazar ABD'dir. ABD'de tüketim yıllar itibariyle azalmakta olup 2013 yılında 68,8 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Çin ve ABD ardından en büyük pazarları oluşturmaktadır.

Rusya 2013 yılında 7. büyük, İspanya 8. büyük tüketim pazarıdır. Türkiye de 2013 yılında 5,7 milyon ton tüketim ile 9. büyük tüketim pazarı haline gelmiştir.

Kanada, Polonya, Hollanda, Belçika, Avusturya ve İsveç diğer büyük pazarlardır.

Ülkeler	2009	2010	2011	2012	2013
Çin	76.000	79.000	83.000	86.000	89.000
ABD	72.498	77.328	74.272	68.483	68.843
Almanya	18.494	19.959	20.255	20.070	19.898
İtalya	9.859	11.139	11.080	10.210	9.920
İngiltere	10.416	10.628	10.255	9.268	9.150
Fransa	9.298	9.771	9.515	9.056	8.787
Rusya	5.742	4.521	6.642	6.643	6.431
İspanya	6.742	7.766	6.544	6.132	6.091
Türkiye	4.325	5.060	5.174	5.343	5.658
Kanada	5.945	5.938	5.449	5.494	5.404
Polonya	4.407	4.808	4.922	4.929	5.201
Hollanda	3.525	3.625	3.138	3.389	3.380
Belçika	2.767	2.521	2.813	2.858	2.808
Avusturya	1.951	2.300	2.281	2.276	2.247
İsveç	1.932	23.215	1.700	2.328	1.528

Tablo 42 : Dünya Kağıt ve Ürünleri Tüketiminde Büyük Pazarlar (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

Türkiye'nin yakın ve komşu ülkelerindeki kağıt ve ürünleri tüketimleri de aşağıda sunulmaktadır. Buna göre Ukrayna yakın ve komşu ülkeler içinde 1,5 milyon ton tüketimi ile en büyük pazarı oluşturmaktadır. Diğer pazarlarda da tüketim yıllar itibariyle artış göstermektedir.

Ülkeler	2009	2010	2011	2012	2013
Ukrayna	1.455	1.496	1.546	1.642	1.485
Romanya	674	700	749	825	889
Bulgaristan	422	434	450	465	439
Yunanistan	1.172	1.239	987	809	859
Slovenya	413	439	390	459	496
Hırvatistan	644	626	634	620	620
Sırbistan	572	606	623	576	650
İsrail	896	983	894	861	861
Kazakistan	370	387	404	348	328
Azerbaycan	50	56	64	74	66
Özbekistan	73	81	119	115	115

Tablo 43 : Komşu ve Yakın Ülkelerde Kağıt ve Ürünleri Tüketimi (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

Ülkeler	2009	2010	2011	2012	2013
ABD	37.478	41.947	39.343	39.407	40.311
Almanya	7.532	8.548	8.588	8.551	8.571
İtalya	5.003	5.541	5.532	5.228	5.250
Rusya	2.992	2.549	4.457	4.361	4.426
Fransa	4.066	4.241	4.223	4.044	3.951
İngiltere	3.325	3.427	3.280	3.193	3.191
Polonya	2.405	2.756	2.892	2.927	3.166
İspanya	3.358	4.007	3.092	2.901	2.963
Kanada	2.627	2.577	2.863	2.854	2.895
Hollanda	2.004	2.353	1.996	2.161	2.155
Avusturya	1.055	1.283	1.334	1.359	1.439
Belçika	966	963	1.031	1.145	1.131
Ukrayna	777	837	894	1.077	1.007
Çek Cumhuriyeti	668	755	743	692	763
İsveç	699	1.013	667	1.190	639
Finlandiya	846	936	744	808	575
Danimarka	580	632	587	568	647
Portekiz	593	557	537	502	531
Yunanistan	675	712	616	527	571
Romanya	709	329	391	421	484
Macaristan	271	300	514	379	410
İsviçre	456	451	427	387	377
İsrail	436	492	366	382	382
Sırbistan	213	212	279	231	316
Bulgaristan	270	283	293	302	298
Hırvatistan	236	226	227	271	271
Slovenya	211	242	160	222	248
Slovakya	147	94	237	256	220
Kazakistan	129	140	147	135	130

Tablo 44 : Dünya Ambalaj ve Etiket Kağıdı Tüketiminde Ülkeler (Bin Ton)
Kaynak : UNECE/FAO Forest Products Annual Report.

1.3.3. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti

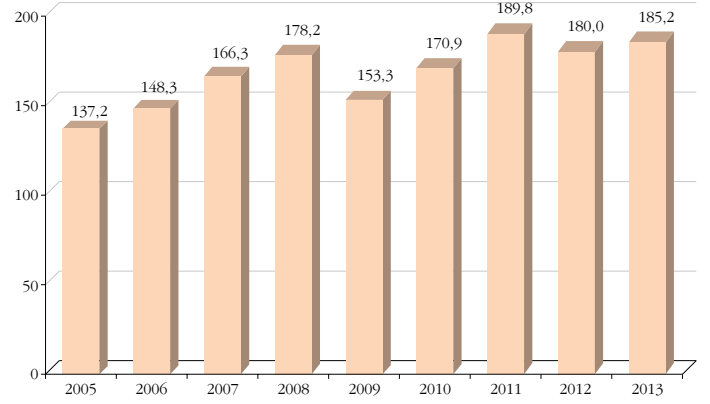
1.3.3.1. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı

Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı 2005 yılında 137,2 milyar dolar iken, 2008 yılında 178,2 milyar dolara yükselmiştir. Ancak sektörün ihracatı küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve 2009 yılında 153,3 milyar dolara gerilemiştir. İhracat izleyen iki yılda yeniden artarak 2011 yılında 189,8 milyar dolara yükselmiştir. 2012 yılında ise tekrar gerileyerek 180 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı yeniden 185,2 milyar dolara yükselmiştir.

Kağıt ve kağıt ürünleri ihracatının dünya mal ihracatı içindeki payı da bu gelişmeler çerçevesinde 2005 yılında yüzde 1,31 ve 2009 yılında yüzde 1,24 olarak gerçekleştikten sonra düşmüş ve 2013 yılında kağıt ve kağıt ürünleri ihracatının dünya ihracatı içindeki payı yüzde 1,01 olmuştur.

Yıllar	Dünya Mal İhracatı (Milyar Dolar)	Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatının Payı (%)
2005	10.475	137,2	1,31
2006	12.113	148,3	1,22
2007	13.883	166,3	1,20
2008	15.820	178,2	1,13
2009	12.380	153,3	1,24
2010	15.240	170,9	1,12
2011	17.816	189,8	1,07
2012	17.850	180,0	1,00
2013	18.270	185,2	1,01

Tablo 45 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı ve Dünya Ticareti İçindeki Payı
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı ve Dünya Ticaret Örgütü.



Grafik 11 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı ve Dünya Ticaret Örgütü.

Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatının alt sektörler itibariyle dağılımı değerlendirildiğinde ise 2013 yılı itibariyle en yüksek ihracat 90,7 milyar dolar ile kağıt ve karton grubunda gerçekleşmektedir. Diğer kağıt ve karton ürünleri 29,5 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Temizlik ve tuvalet kağıtları ile bebekler için bezler ihracatı 29,2 milyar dolardır. Kağıt ve kartondan ambalaj ürünleri ihracatı ise 21,7 dolardır. Kağıt kırtasiye ürünleri ihracatı ise 10,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
48	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	166,3	178,2	153,3	170,9	189,8	180,0	185,2
4802-4805-4810-4811-4823	Kağıt ve Karton	87,4	92,4	78,4	88,0	97,6	89,4	90,7
4803-4818*-9619*	Temizlik ve Tuvalet Kağıtları, Bebekler İçin Bez	20,7	23,5	22,1	23,9	26,5	26,9	29,2
4819	Kağıt ve Kartondan Ambalaj Ürünleri,	16,9	18,3	16,5	18,2	21,2	21,0	21,7
4816-4817-4820-4821	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	10,2	10,7	9,3	10,1	10,9	10,7	10,4
4801-4804-4806-4807-4808-4809-4812-4813-4814-4822	Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	29,2	31,1	24,0	27,0	31,2	28,5	29,5

Tablo 46 : Alt Sektörler İtibariyle Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı ve Dünya Ticaret Örgütü.

1.3.3.2. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatçı ve İthalatçı Ülkeleri

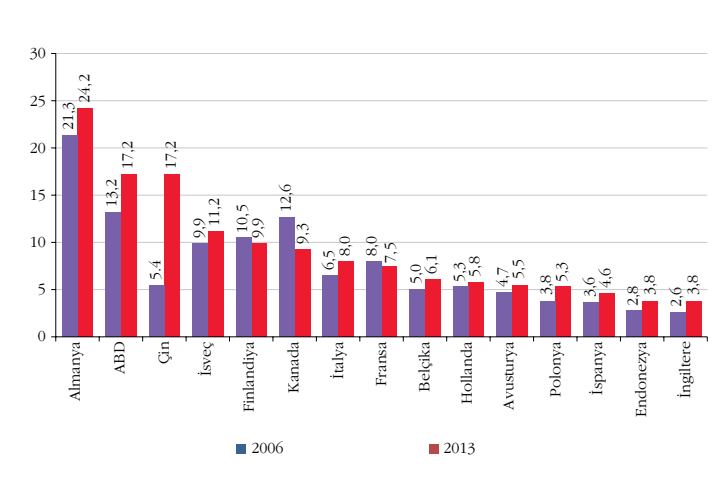
Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ticaretinde ihracatçı ve ithalatçı ülkeler bu bölümde incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

1.3.3.2.1. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatçıları

Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatında ilk 15 sırada yer alan ülkeler 2006 ve 2013 yılları itibariyle sunulmaktadır. Buna göre 2013 yılında Almanya 24,2 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. ABD 17,2 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Çin 17,2, İsveç 11,2 ve Finlandiya 9,9 milyar dolar ile bu iki ülkeyi izlemektedir. Kanada ve İtalya ise ilk beş ülkeyi izlemektedir. İzleyen sekiz ülke içindeki yedi Avrupa ülkesi yine önemli ihracatçılardır.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Almanya	21.294	1	Almanya	24.189
2	ABD	13.217	2	ABD	17.223
3	Kanada	12.596	3	Çin	17.178
4	Finlandiya	10.532	4	İsveç	11.174
5	İsveç	9.893	5	Finlandiya	9.910
6	Fransa	7.997	6	Kanada	9.248
7	İtalya	6.478	7	İtalya	8.017
8	Çin	5.397	8	Fransa	7.548
9	Hollanda	5.322	9	Belçika	6.056
10	Belçika	5.042	10	Hollanda	5.818
11	Avusturya	4.709	11	Avusturya	5.505
12	İngiltere	3.985	12	Polonya	5.340
13	İspanya	3.568	13	İspanya	4.592
14	Endonezya	2.805	14	Endonezya	3.835
15	Polonya	2.599	15	İngiltere	3.792
Toplam	Dünya	148.281	Toplam	Dünya	185.193

Tablo 47 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İhracatçı Ülke (Milyon Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.



Grafik 12 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatçı Ülkeler (Milyar Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

Hijyenik Havlular ve Tamponlar, Bebek Bezleri ve Benzeri Hijyenik Eşya (GTİP 481840/961900) Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Almanya	1.420	1	Almanya	1.761
2	ABD	577	2	Polonya	1.216
3	Kanada	471	3	Çin	1.178
4	Polonya	470	4	Belçika	855
5	Fransa	446	5	ABD	852
Toplam	Dünya	8.259	Toplam	Dünya	14.726

Oluksuz Kağıt/Kartondan Katlanabilir Kutu-Mahfazalar (GTİP 481920) Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Almanya	1.332	1	Almanya	1.681
2	Kanada	485	2	Çin	1.599
3	Hollanda	435	3	Hollanda	567
4	ABD	332	4	ABD	446
5	Çin	296	5	Avusturya	437
Toplam	Dünya	5.635	Toplam	Dünya	8.607

Çok Katlı Kağıt/Kartonlar; Kaolin vb. Sıvanmış (GTİP 481092) Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	İsveç	1.758	1	İsveç	2.432
2	Finlandiya	1.169	2	Finlandiya	1.638
3	Almanya	533	3	Çin	642
4	Kanada	283	4	Almanya	633
5	Hollanda	194	5	Şili	328
Toplam	Dünya	5.464	Toplam	Dünya	8.131

Gazete Kağıdı (Rulo veya Tabaka) (GTİP 480100)
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Kanada	4.323	1	Kanada	2.386
2	İsveç	998	2	İsveç	765
3	Almanya	722	3	Rusya	576
4	Rusya	637	4	Fransa	492
5	Fransa	469	5	Güney Kore	464
Toplam	Dünya	10.003	Toplam	Dünya	7.577

Oluklu Kağıt/Kartondan Kutu ve Mahfazalar (GTİP 481910)
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	ABD	1.076	1	ABD	1.126
2	Almanya	662	2	Almanya	933
3	Belçika	268	3	Çin	840
4	Fransa	235	4	İtalya	373
5	Avusturya	226	5	Avusturya	327
Toplam	Dünya	5.060	Toplam	Dünya	7.096

Kağıt ve Karton; Tabaka (40 = < m2 Ağırlık < 150 Gr.)
(Katlanmamış, Kenarı 435x297 mm) (GTİP 480256)
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	İsveç	494	1	Endonezya	1.017
2	Finlandiya	366	2	Portekiz	834
3	Avusturya	365	3	İsveç	511
4	Fransa	342	4	Brezilya	495
5	Brezilya	300	5	Çin	473
Toplam	Dünya	4.229	Toplam	Dünya	7.024

Kağıt/Kartonlar, Plastik Sıvalı, Emdirilmiş/Kaplı;
Beyazlatılmış; Diğerleri (GTİP 481159)
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Almanya	958	1	Almanya	1.324
2	İsveç	427	2	Singapur	550
3	Japonya	329	3	İtalya	402
4	Fransa	290	4	İsveç	386
5	ABD	264	5	Polonya	305
Toplam	Dünya	4.576	Toplam	Dünya	6.882

Bir/İki Yüzlü Kaolin, İnorganik Madde Sıvanmış Kağıt;
Diğerleri, Tabaka (GTİP 481019)
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Almanya	1.467	1	Almanya	1.266
2	Güney Kore	1.010	2	Güney Kore	1.176
3	Avusturya	793	3	Avusturya	831
4	İtalya	566	4	Çin	785
5	Belçika	475	5	İtalya	407
Toplam	Dünya	7.134	Toplam	Dünya	6.594

1.3.3.2.2. Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İthalat Pazarları ve Tedarikçileri

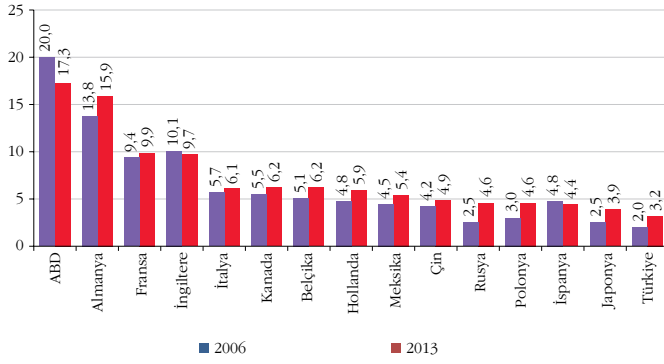
Dünya kağıt ve kağıt ürünleri ithalatında ilk sırayı 17,3 milyar dolar ile ABD almaktadır. Almanya ikinci büyük ithalatçıdır. Almanya'yı Fransa ve İngiltere onları da İtalya, Kanada, Belçika ve Hollanda izlemektedir.

Meksika, Çin, Rusya ve Polonya gelişen ülkeler olarak dünya kağıt ve kağıt ürünlerinde en büyük ithalat pazarları arasında yer almaya başlamıştır.

İspanya ve Japonya'nın ardından Türkiye 2013 yılındaki 3,2 milyar dolar ithalatı ile on beşinci büyük ithalatçı ülke haline gelmiştir.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	19.986	1	ABD	17.304
2	Almanya	13.804	2	Almanya	15.880
3	İngiltere	10.129	3	Fransa	9.909
4	Fransa	9.390	4	İngiltere	9.702
5	İtalya	5.658	5	İtalya	6.114
6	Kanada	5.526	6	Kanada	6.216
7	Belçika	5.123	7	Belçika	6.184
8	Hollanda	4.849	8	Hollanda	5.920
9	İspanya	4.751	9	Meksika	5.384
10	Meksika	4.514	10	Çin	4.868
11	Çin	4.215	11	Rusya	4.633
12	Polonya	2.996	12	Polonya	4.588
13	Rusya	2.547	13	İspanya	4.411
14	Japonya	2.535	14	Japonya	3.915
15	Hong Kong	2.383	15	Türkiye	3.171
Toplam	Dünya	150.884	Toplam	Dünya	187.972

Tablo 48 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İthalatçı Ülke (Milyon Dolar)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.



Grafik 13 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatçı Ülkeler (Milyar Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

**Hijyenik Havlular ve Tamponlar, Bebek Bezleri ve Benzeri Hijyenik Eşya (GTİP 481840/961900)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	926	1	ABD	982
2	Fransa	653	2	İngiltere	971
3	Almanya	507	3	Almanya	904
4	İngiltere	494	4	Fransa	843
5	Rusya	425	5	Rusya	822
Toplam	Dünya	8.347	Toplam	Dünya	14.265

**Oluksuz Kağıt/Kartondan Katlanabilir Kutu-Mahfazalar (GTİP 481920)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	656	1	Fransa	835
2	Fransa	593	2	ABD	783
3	Almanya	330	3	Almanya	568
4	İngiltere	254	4	İngiltere	361
5	Belçika	231	5	İspanya	295
Toplam	Dünya	5.334	Toplam	Dünya	7.794

**Çok Katlı Kağıt/Kartonlar; Kaolin vb. Sıvanmış (GTİP 481092)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Almanya	860	1	Almanya	888
2	İngiltere	404	2	ABD	507
3	ABD	399	3	Çin	448
4	Fransa	369	4	Rusya	441
5	Hollanda	325	5	İngiltere	439
Toplam	Dünya	5.051	Toplam	Dünya	7.783

**Gazete Kağıdı (Rulo veya Tabaka) (GTİP 480100)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	3.229	1	ABD	1.358
2	İngiltere	965	2	Hindistan	889
3	Almanya	862	3	Almanya	664
4	Hindistan	536	4	İtalya	403
5	İtalya	433	5	İngiltere	318
Toplam	Dünya	11.437	Toplam	Dünya	7.920

**Oluklu Kağıt/Kartondan Kutu ve Mahfazalar (GTİP 481910)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Meksika	781	1	Meksika	766
2	Fransa	366	2	Almanya	478
3	Almanya	343	3	Fransa	456
4	ABD	276	4	Hollanda	397
5	Kanada	265	5	ABD	357
Toplam	Dünya	4.706	Toplam	Dünya	6.638

Kağıt ve Karton; Tabaka (40 = < m2 Ağırlık < 150 Gr.) (Katlanmamış, Kenarı 435x297 mm) (GTİP 480256)

Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Almanya	719	1	ABD	638
2	İngiltere	529	2	Almanya	637
3	ABD	373	3	Japonya	514
4	Fransa	368	4	İngiltere	503
5	Japonya	333	5	Singapur	397
Toplam	Dünya	4.993	Toplam	Dünya	6.934

Kağıt/Kartonlar, Plastik Sıvalı, Emdirilmiş/Kaplı; Beyazlatılmış; Diğerleri (GTİP 481159)

Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Almanya	346	1	Almanya	369
2	ABD	325	2	Tayland	327
3	Fransa	256	3	Polonya	315
4	Polonya	235	4	Fransa	294
5	İngiltere	204	5	İngiltere	284
Toplam	Dünya	4.155	Toplam	Dünya	6.406

Bir/iki Yüzlü Kaolin, İnorganik Madde Sıvanmış Kağıt; Diğerleri, Tabaka (GTİP 481019)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	861	1	Almanya	842
2	Almanya	712	2	ABD	522
3	İngiltere	701	3	İngiltere	361
4	Fransa	427	4	Fransa	289
5	İspanya	298	5	Rusya	226
Toplam Dünya		7.021	Toplam Dünya		6.704

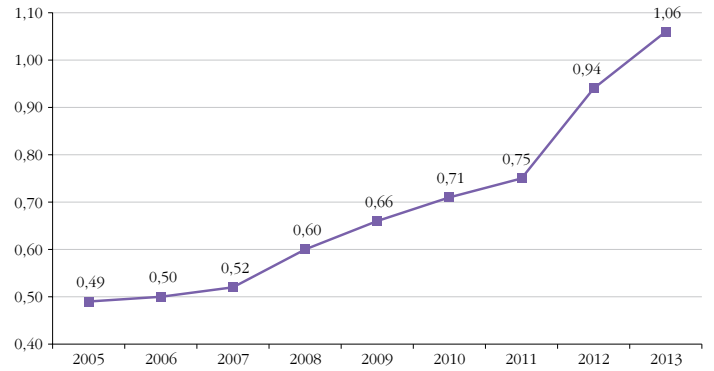
1.3.4. Türkiye'nin Konumu

Türk kağıt ve karton ürünleri sanayi 2013 yılında 3,8 milyon ton üretim kapasitesi ile dünya kağıt üretim kapasitesinin yüzde 1,37'sine sahiptir. Türk kağıt ve karton ürünleri sanayi 2013 yılında gerçekleştirdiği 3,1 milyon ton üretim ile dünya kağıt ve karton ürünleri üretiminin yüzde 1,17'sini yapmıştır. Türkiye 2013 yılında 5,7 milyon ton kağıt ve karton ürünleri tüketimi ile dünya kağıt ve karton ürünleri tüketiminde 9. büyük ülke haline gelmiştir.

Türkiye kağıt ve kağıt ürünleri ihracatında 2013 yılında 2 milyar dolara yaklaşan ihracatı ile dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı içinde yüzde 1,06 pay almaktadır. Türk kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı, dünya kağıt ve kağıt ürünleri ihracatı içindeki payını kademeli olarak artırmayı başarmaktadır. 2005 yılından bu yana dünya ihracatı içindeki payını 0,57 puan yükseltmiştir.

Yıllar	Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	Türkiye Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	Türkiye'nin Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı Payı (%)
2005	137,2	667	0,49
2006	148,3	740	0,50
2007	166,3	861	0,52
2008	178,2	1.078	0,60
2009	153,3	1.005	0,66
2010	170,9	1.217	0,71
2011	189,8	1.427	0,75
2012	180,0	1.687	0,94
2013	185,2	1.963	1,06

Tablo 49 : Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı ve Türkiye'nin Payı
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü



Grafik 14 : Türkiye Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatının Dünya İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü.

Alt sektörlerin dünya ihracatı içindeki payları değerlendirildiğinde temizlik ve tuvalet kağıtları ile bebekler için bezler yüzde 3,95'e ulaşan payı ile ilk sırada yer almaktadır. Temizlik kağıtları payını 2005 yılından bu yana 2,39 puan artırmayı başarmıştır.

Kağıt ve kartondan ambalaj ürünlerinin ihracatı ise yüzde 1,64'tür ve ikinci sıradadır. Payını 2005 yılından bu yana 0,60 puan artırmıştır. Kağıt kırtasiye ürünlerinin dünya ihracatı içindeki payı ise yüzde 0,91'dir.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
48	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	0,52	0,60	0,66	0,71	0,75	0,94	1,06
4802-4805-4810-4811-4823	Kağıt ve Karton	0,19	0,23	0,22	0,23	0,25	0,30	0,34
4803-4818*-9619*	Temizlik ve Tuvalet Kağıtları, Bebekler İçin Bez	1,93	2,28	2,37	2,69	2,85	3,51	3,95
4819	Kağıt ve Kartondan Ambalaj Ürünleri,	1,11	1,16	1,27	1,37	1,39	1,52	1,64
4816-4817-4820-4821	Kağıt Kırtasiye Ürünleri	0,75	0,76	0,75	0,71	0,75	0,83	0,91
4801-4804-4806-4807-4808-4809-4812-4813-4814-4822	Diğer Kağıt ve Karton Ürünleri	0,09	0,11	0,13	0,18	0,17	0,23	0,19

Tablo 50 : Alt Sektör Grupları İtibariyle Türkiye'nin Dünya Kağıt ve Kağıt Ürünleri İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü verilerinden hesaplanmıştır.
(* 481840 GTİP numaralı ürün 2012 yılından itibaren 961900 GTİP numarası ile kodlandırılmıştır.)

1.4. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Gelişmeler

Çalışmanın dördüncü bölümünde kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi rekabet gücünde yaşanan gelişmeler ile uluslararası alandaki rakipleri ile rekabet karşılaştırmalarına yer verilmektedir. Bu amaçla öncelikle kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin temel rekabet unsurları ortaya konulmaktadır. Temel rekabet unsurları değer zinciri halkalarına bağlı olarak gruplandırılmaktadır. Daha sonra temel rekabet unsurlarına ilişkin olarak değerlendirme ve uluslararası karşılaştırmalar yapılmaktadır.

1.4.1. Temel Rekabet Unsurları

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin temel rekabet unsurları değer zincirini oluşturan yedi ana halka gruplandırılmasına bağlı olarak aşağıda sunulmaktadır. Buna göre;

1. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin hammadde olan odun ve selüloz ile kullanılan kimyasalların yerli ve kaliteli esvapta varlığı önem taşımaktadır. Yine aynı şekilde kaliteli ve yeterli atık kağıt varlığı ve kullanılabilirliği rekabette önemli olmaktadır.
2. Üretim maliyetleri içinde enerji yüzde 20-25 arasında pay almaktadır. Bu nedenle enerji fiyatları rekabette belirleyicidir. Atık kağıt çevriminden başlayarak nihai üretime kadar uzanan entegre üretim birimleri rekabette

avantaj sağlamaktadır. Sermaye ve teknoloji yoğun sektörde ölçek ekonomisi belirleyici olmaktadır. Girdi kaynaklarının belirlediği üretim maliyetleri de önem taşımaktadır. Üretim teknolojisine sahip olunması da Ar-ge çalışmalarına olanak sağlamaktadır.

3. Çevre dostu, daha çok atık kullanan, daha az emisyon yaratan, daha az enerji tüketen üretim teknolojilerinin geliştirilmesine yönelik Ar-Ge faaliyetleri rekabette belirleyici olmaktadır. Yine daha hafif ve dayanıklı ürünlerin geliştirilmesi önem taşımaktadır.
4. İç pazarın büyüklüğü üretim kapasitesini belirlemekte ve ölçek ekonomisini desteklemektedir. Hızlı büyüyen potansiyel pazarlara yakınlığı bulunan coğrafi konum da rekabette önemlidir.
5. Sermaye ve teknoloji yoğun bir sektör olan kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde yatırım maliyetleri, finansman olanakları ve finansman maliyetleri belirleyici olmaktadır.
6. İşgücü verimliliği rekabette belirleyici bir unsurdur.
7. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin hammaddesinden biri olan atık kağıtlara ilişkin yasal düzenlemeler ile atık kağıt yönetimi rekabette belirleyicidir. Aynı şekilde firmalara önemli idari ve mali yükümlülükler getiren çevre düzenlemeleri ve yönetimi de önemlidir. İthalat ve iç piyasa gözetimi de adil ve etik bir rekabetin sağlanması açısından önem taşımaktadır.

Değer Zinciri	Belirleyici Rekabet Unsurları
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none">• Yerli kaliteli ucuz hammadde (odun, selüloz, kimyasal) varlığı• Kaliteli ve yeterli atık kağıt kullanımı
Üretim	<ul style="list-style-type: none">• Enerji fiyatları• Üretimde entegrasyon• Üretim ölçeği• Üretim maliyetleri• Üretim teknolojisi
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none">• Araştırma geliştirme• Ürünlerde yenilikçilik inovasyon
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none">• İç pazar büyüklüğü• Coğrafi konum
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none">• Yatırım maliyetleri• Finansman maliyetleri
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none">• İşgücü verimliliği
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none">• Atık kağıt düzenlemeleri ve yönetimi• Çevre düzenlemeleri ve yönetimi• İthalat ve iç piyasa gözetimi

Tablo 51 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları

1.4.2. Temel Rekabet Unsurlarına İlişkin Karşılaştırma ve Değerlendirmeler

1.4.2.1. Hammadde ve Girdi Tedariki

Türkiye’de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi hammadde ve girdi tedarikinde rakipleri ile karşılaştırıldığında sınırlı olanaklara sahiptir ve önemli ölçüde dışa bağımlıdır.

Türkiye’de orman varlıkları yeterli değildir ve mevcut orman varlıklarından yeterli ölçüde selülozluk odun temin edilememektedir. Temin edilebilen odunların fiyatları da çok yüksektir. Kağıtlık kabuklu odun ithalatı da yasaktır.

Türkiye’de kağıt hammadde olan ticari olarak beyazlatılmış ve beyazlatılmamış kimyasal selüloz üretimi sadece bir firma tarafından yapılmakta ve firma bunu kendi içinde kullanmakta olup, baskı yazı ve temizlik kağıtları ile bazı tip kartonların ve sargılık kağıtların ana hammadde olan selüloz ithal edilmektedir.

Orman varlığı yüksek olan ve bu varlıklarını etkin şekilde kullanan ABD, Kanada, Brezilya, Almanya, İsveç, Finlandiya, Rusya, Ukrayna gibi ülkeler uygun maliyetler ve kaliteli selüloz üretimleri ile kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayilerinin rekabet güçlerini arttırmaktadır.

Ülkeler	Üretim Kapasitesi	Üretim
ABD	55.037	49.411
Brezilya	16.920	15.072
Japonya	15.820	8.768
İsveç	12.707	11.721
Finlandiya	11.772	10.520
Rusya	9.390	7.171
Şili	5.637	5.156
Portekiz	3.165	2.450
Almanya	3.024	2.610
Fransa	2.187	1.699
İspanya	2.20	1.955
Yeni Zelanda	1.886	1.494
Avusturya	1.750	1.555
Güney Afrika	1.630	1.269
Norveç	1.277	1.088

Tablo 52 : Dünya Kağıt Hamuru Üreticileri Kapasite ve Üretim (Bin Ton, 2013)
Kaynak : UNECE/FAO, Forest Products Annual Report.

Karton, mukavva ve oluklu mukavva üretiminin ana, kağıt üretiminin de yardımcı malzemesi olan atık kağıt kullanımı oranı Türkiye’de yüzde 45 seviyesindedir. Bu konuda Avrupa Birliği ülkelerinde ortalama atık kağıt kullanım oranı 2013 yılında yüzde 71,7’ye ulaşmıştır.

Türkiye’de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi

Yıllar	Atık Kağıt Çevrim Oranı
1991	40
1995	47
2000	52
2005	62
2010	69
2012	71
2013	71,7

Tablo 53 : Avrupa Birliği’nde Kağıt Çevrim Oranları (Yüzde)
Kaynak : CEPI, European Declaration on Paper Recycling, 2014.

halen yeterince atık kağıt kullanmadığı için atık kağıt kullanımının getirdiği maliyet ve rekabet avantajlarından yararlanamamaktadır.

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü Atık Yönetimi Daire Başkanlığı Türkiye’de kağıt ve karton ambalaj ürünleri üretimi, geri kazanım miktarı ve gerçekleşen geri kazanım oranlarını izlemekte ve yayınlamaktadır.

2013 yılında kağıt ve karton ürünlerinde geri çevrim oranı yüzde 44,9’dur. Tüketilen toplam 5,7 milyon ton kağıda karşılık 2,5 milyon ton hurda kağıt elde edilmiştir.

Yıllar	Hedeflenen Oran	Gerçekleşme Oranı
2009	36	26,0
2010	37	28,1
2011	38	30,4
2012	40	39,5
2013	42	44,9
2014	44	
2015	48	
2016	52	
2017	54	
2018	56	
2019	58	
2020	60	

Tablo 54 : Türkiye’de Kağıt Atıklarının Geri Kazanım Oranları (Yüzde)
Kaynak : Çevre ve Şehircilik Bakanlığı.

1.4.2.2. Üretim

1.4.2.2.1. Enerji Maliyetleri

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde toplam üretim maliyetleri içinde enerji maliyetleri yüzde 20-25 arasında pay almaktadır.

Türkiye ile rakip ülkeler karşılaştırıldığında enerji maliyetleri Türkiye’de oldukça yüksektir ve bu kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

Ülke	Cent/Kwh
Kazakistan	0,046
Rusya	0,050
Norveç	0,058
Kore	0,058
Abd	0,067
Kanada	0,070
Endonezya	0,072
Malezya	0,090
Finlandiya	0,104
Danimarka	0,104
İsveç	0,104
Romanya	0,112
Polonya	0,115
Meksika	0,116
Slovenya	0,118
Hindistan	0,120
Fransa	0,122
Şili	0,127
İngiltere	0,127
Çek Cumhuriyeti	0,145
Portekiz	0,147
Singapur	0,148
Türkiye	0,148
Almanya	0,149
İspanya	0,149
Brezilya	0,175

Tablo 55 : Seçilmiş Ülkelerde Sanayide Elektrik Fiyatları (2012)
Kaynak : IMD, The World Competitiveness Yearbook, 2013.

1.4.2.2.2. Ölçek Ekonomisi

Türk kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ölçekler iki ana eğilim göstermektedir. Sektörde çok sayıda küçük ölçekli firma yer almaktadır. 99 çalışana kadar olan firmaların girişim sayısı içindeki payı yüzde 95,9, buna karşın cirodaki payları yüzde 32,9’dur. Sektörde 100 kişi ve üzerinde çalıştıran toplam 102 firma ise sektör cirosunun yüzde 67,1’ine sahiptir.

Sektörde küresel alanda toplulaşma yaşanmakta olup rekabet için ölçekler sürekli büyümektedir. Türkiye’de ise ölçek ekonomisine sahip az sayıda firma yer almaktadır.

Ölçek Çalışan Sayısı	Girişim Sayısı (Adet)	Ciro (Milyon TL)	Firma Başına Ciro (Milyon TL)	Üretim Değeri (Milyon TL)
Toplam	2.465	13.650	5,5	13.309
1-19	1.977	1.198	0,60	1.161
20-49	302	1.718	5,67	1.663
50-99	84	1.574	18,74	1.485
100-249	69	3.816	55,30	3.777
250-499	28	3.868	138,14	3.757
500-999	5	1.477	295,4	1.465
1000 +	-	-	-	-

Tablo 56 : Ölçeklere Göre Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi Temel Göstergeleri (2011)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

1.4.2.2.3. Üretimde Entegrasyon

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde küresel ölçekte üretim alanında iki yönlü entegrasyon yaşanmaktadır. Bunlardan ilki kağıt üreticilerinin kendi bünyelerinde atık kağıt toplama, çevrim ve geri kazanım üretimi gerçekleştirmeleridir. Entegrasyonun diğer bir yönü ise uluslararası üretici zincirleri ile yerel firmalar arasında kurulan bütünleşmedir. Ulaşım maliyetleri nedeniyle yerel bir ürün olan kağıt ve kağıt ambalaj sanayi ölçek ve sermaye toplulaşması açısından giderek küresel bir sektör haline gelmektedir. Selülozdan nihai ürüne kadar entegre olan küresel üreticiler hem kendi aralarında birleşmekte, hem de daha küçük yerel kağıt üreticilerini satın almakta veya ortak olmaktadır.

Türkiye’de üretim alanında entegrasyon atık kağıtların geri çevrimi aşaması ile başlayabilmekte olup henüz sınırlı ölçüde yaşanmaktadır. Uluslararası üreticilerin Türkiye’de yerli üreticileri satın alma veya ortaklık yolu ile sektöre katılımı ise artarak devam etmektedir.

1.4.2.2.4. Üretim Teknolojisi

ABD, İtalya, Almanya, Japonya, Güney Kore kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim teknolojisini sürükleyen ve kağıt makinelerinde

gelişimi sağlayan ülkelerdir. Türkiye kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır.

1.4.2.2.5. Üretim Maliyetleri

Türkiye’de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin üretim maliyetleri üzerinde ilave yükler oluşturan ve rekabet gücünü olumsuz etkileyen çok sayıda unsur bulunmaktadır.

- a. Türkiye’de kağıt yapımına elverişli odun fiyatları 70-80 dolar/ton arasında değişirken, bu fiyatlar dünyada 20-30 dolar/ton seviyesindedir.
- b. Orman Genel Müdürlüğü tek tedarikçidir ve ihalelerdeki vergi uygulamaları ilave yükler (%8) yaratmaktadır.
- c. Kağıtlık kabuklu odun ithalinin yasak olması hammadde üretim maliyetlerini arttırmaktadır.
- d. Selüloz ve kimyasallarda dışa bağımlılık döviz kurlarındaki artışlar ile maliyetleri yükseltmektedir.
- e. Selüloz ve diğer yardımcı maddelerin vadeli ithalatında uygulanan %6 Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu maliyetleri arttırmaktadır.
- f. Üretim maliyetlerinin yüksek olması selüloz üretimine olanak vermemekte, selülozda dışa bağımlılık üretim maliyetlerini ayrıca arttırmaktadır.
- g. Yeterli atık kağıt toplanamaması (ve ihraç edilmesi) hammadde arzını sınırlamakta ve hammadde fiyatlarını arttırmaktadır.

1.4.2.3. Teknoloji Faaliyetleri, Ürün Geliştirme ve Kalite

Türkiye’de kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır ve bu nedenle üretim teknolojisine yönelik Ar-Ge çalışmaları sınırlı ölçüde yapılabilmektedir. Bu konuda araştırma altyapısı, araştırma mühendisleri ve üniversite-sanayi işbirliği de

sınırlı kalmaktadır. Sektörde daha çok ürün geliştirmeye yönelik faaliyetler sürdürülmektedir. Firmaların bu konuda ayırdıkları bütçelerde henüz sınırlı kalmaktadır. Ürün kalitesinde ise Türkiye rakipleri ile göreceli daha yüksek rekabet gücüne sahip bulunmaktadır.

1.4.2.4. Pazarlama ve Satış

Türkiye iç pazar büyüklüğü ve kağıt tüketiminin mevcut seviyesi itibariyle önemli bir avantaja sahip bulunmaktadır. Ancak Çin, Hindistan, Rusya, Brezilya, Ukrayna, Polonya gibi rakip ülkelerin de iç pazar potansiyelleri oldukça kuvvetlidir.

Türkiye’nin coğrafi konumu da yeni ve gelişen ülkelere olan yakınlığı açısından önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. İç pazar ile birleşince coğrafi konumun sağladığı avantaj yabancı üreticileri Türkiye’ye çekmektedir.

1.4.2.5. Finansal Göstergeler

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi sermaye ve teknoloji yoğun bir sektördür. Küresel ölçekte rekabet için orta-büyük ölçekli yatırımlara daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye’de bu yatırımların önünde iki yatırım maliyeti engeli bulunmaktadır. Bunlardan ilki sanayi arsası sıkıntısı ve yüksek arsa maliyetleridir. İkincisi ise uzun vadeli uygun maliyetler ile yerel para cinsinden yatırım kredisi bulunamamasıdır. Ayrıca işletme döneminde ihtiyaç duyulan ve kullanılan finansman maliyetleri de yüksektir.

Yatırım kredileri, kredi garantileri, alıcı kredileri, ihracat sigortaları ve benzeri uygulamalar rakipler ile karşılaştırıldığında sınırlı ve yüksek maliyetli olmaktadır.

1.4.2.6. Piyasa ve Sektör Koşulları

Hurda (atık) kağıt düzenlemeleri ve yönetimi önemli girdi olan hurda (atık) kağıtların toplanması ve değerlendirilmesi ile rekabet gücünde çok önemli bir belirleyicidir. Bu konuda özellikle Avrupa Birliği ülkelerinin uyguladığı düzenlemeler ve yönetim sistemi Avrupalı üreticilerin rekabet gücünü artırarak

yüksek hurda (atık) kağıt çevrim oranlarına ulaşılmasını sağlamaktadır.

Avrupa Birliği'nde yüksek hurda (atık) kağıt çevrimine olanak sağlayan Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Yönetmeliği (94/62/EEC) Türkiye'de de 2007 yılında yürürlüğe girmiştir.

Türkiye'de yürürlüğe giren yönetmelik ile kağıt ambalaj atıklarının geri kazanım oranı hedefleri belirlenmiş ve 2020 yılı için yüzde 60 oranı hedeflenmiştir. Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği evlerdeki atıklar ile endüstriyel kağıt bazlı atıkların geri dönüşüm süreçlerini düzenlemektedir.

Ancak bu düzenlemelere rağmen uygulamadaki eksiklikler ve sıkıntılar nedeniyle henüz yeterli ölçüde etkin çalışan bir hurda (atık) kağıt çevrim sistemi kurulamamıştır.

Bu nedenle kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi için yeterli hurda kağıt yurtiçinden temin edilememekte ve yurtdışından hurda kağıt ithalatı yapılmaktadır.

Yurtiçinde tüketilen 5 milyon tonu aşkın kağıdın 500 bin tonunun arşivlendiği varsayımı ile çıkan 4,5 milyon ton kağıdın önemli bir bölümünün geri kazanılması gerekmektedir.

13 Haziran 2011 tarihli Ekonomi Bakanlığı/DTM düzenlemesi ile hurda (atık) kağıtların ihracatına yönelik olarak yurtiçindeki en az üç kağıt üreticisinin onayını gerektiren düzenleme ile hurda (atık) kağıt toplayıcıları ile ayırıcılarının faaliyetleri azalmıştır. Bu düzenleme hurda (atık) kağıt toplanmasını teşvik edecek şekilde yeniden ele alınmalıdır.

1.5. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler

Türk kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin SWOT analizi kapsamında sanayinin mevcut güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunulan tehditler ve fırsatlar tespit edilmekte ve değerlendirilmektedir. SWOT

analizi değerlendirmeleri sanayinin değer zinciri halkalarına yönelik tespitler olarak gruplandırılmakta ve sunulmaktadır.

1.5.1. Güçlü Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde gittikçe gelişmekte olan atık kağıt dönüştürme kapasitesi ve bu alanda kullanılan teknoloji ile artan bilgi birikimi.

Üretimde kağıt-karton ambalaj ürünlerinde, oluklu mukavva ürünlerinde ve temizlik kağıtlarında sahip olunan üretim kapasitesi ve kullanılan yüksek üretim teknolojisi.

Teknoloji faaliyetleri, ürün geliştirme ve kalitede yenilikçi ve çevreci ürünlerin üretimi ile özellikle karton, karton oluklu mukavva ve temizlik kağıtlarında yüksek ürün kalitesi.

Pazarlama ve satışta yakın ve komşu ülkelerde Türk kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi ürünleri için oluşan güçlü imaj ve yüksek penetrasyon ile yükselen iç pazar.

Değer Zinciri	Güçlü Yönler
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none">Atık kağıt dönüştürme için kullanılan teknoloji ve bilgi
Üretim	<ul style="list-style-type: none">Yüksek üretim teknolojisiKağıt-karton ambalaj ürünleri-temizlik kağıtları ve oluklu mukavva üretim kapasitesi
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none">Yenilikçi ve çevreci ürünlerin üretimiKarton, karton oluklu mukavva ve temizlik kağıtlarında ürün kalitesi
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none">Yakın ve komşu ülkelerde güçlü imaj ve yüksek penetrasyonYükselen iç pazar

Tablo 57 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Güçlü Yönleri

1.5.2. Zayıf Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde ana hammadde olan selülozda yurtdışına bağımlı olunması, orman varlıklarının iyi kullanılmaması ile endüstriyel ormancılığın olmaması.

Üretimde üretim teknolojisinde yurtdışına bağımlılık, yüksek selüloz ve atık kağıt maliyetleri, yüksek enerji maliyetleri ile küçük ölçekli üretim kapasitesinin yoğunluğu.

Teknoloji faaliyetleri, ürün geliştirme ve kalitede üretim teknolojisinde yurtdışına bağımlılık nedeniyle Ar-Ge faaliyetlerinin sınırlı kalması.

Finansman ve mali yapıda yeni yatırımlar için yüksek yatırım maliyetleri, hızlı teknolojik gelişmeler ile sürekli yatırım ve finansman ihtiyacının ortaya çıkması, Kobi'lerin finansmana erişimde karşılaştıkları sorunlar.

İnsan kaynaklarında nitelikli işgücü açığı.

Piyasa ve sektör koşullarında ithalat ve iç piyasada yetersiz denetim nedeniyle ucuz ve kalitesiz ithal ürünlerin ve kayıt dışı üretilen ürünlerin yarattığı haksız rekabet, yeni yatırımları özendirerek yeterli yatırım teşviklerinin olmaması.

Değer Zinciri	Zayıf Yönler
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none"> Ormanların etkin işletilememesi Endüstriyel ormancılık olmaması Selülozda dışa bağımlılık
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Üretim teknolojisinde yurtdışı bağımlılığı Küçük ölçekli üretim yapısının yoğunluğu Yüksek selüloz ve atık kağıt maliyetleri Yüksek enerji maliyetleri
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Sınırlı Ar-Ge faaliyetleri
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none"> Sürekli yenileme yatırımı ihtiyacı Yüksek yatırım maliyetleri Kobi'lerin sınırlı finansman erişimi
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Nitelikli işgücü açığı
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> İthalat ve iç piyasada yetersiz gözetim Yetersiz yatırım teşvikleri

Tablo 58 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Zayıf Yönleri

1.5.3. Fırsatlar

Üretimde Avrupa'daki üretimin birlik dışı yeni ülkelere kayması ve Türkiye'nin önemli bir üretim yeri alternatifi olması.

Teknoloji faaliyetlerinde atık kağıt ve ambalaj normlarında AB'ye uyumun getireceği katkı.

Pazarlama ve satışta kişi başına tüketimin halen düşük olması, kağıt ambalaj kullanan ihracatta hızlı artış, yakın ve komşu ülkelerde iyileşen Türk malı imajı, Türkiye'nin genç nüfusu ile Türk girişimcisinin esnek ve hızlı hareket kabiliyeti.

Değer Zinciri	Fırsatlar
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> AB'de üretimin birlik dışı ülkelere kayması
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Hurda (atık) kağıt ve ambalaj normlarında AB'ye uyumun sağlayacağı katkı
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none"> Kişi başı tüketimin düşük olması İhracatta hızlı artış Yakın ve komşu ülkelerde Türk malı imajı Genç nüfus Esnek ve hızlı girişimciler

Tablo 59 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Fırsatları

1.5.4. Tehditler

Hammadde ve girdi tedarikinde mevcut düzenlemeler ile ağaç ve orman hammaddeleri kullanımının sınırlanması, kullanılabilenlerin yüksek maliyetleri, atık kağıdın ihrac edilmesi ve hammaddelerde fiyat dalgalanmaları (dışa bağımlılık ile döviz kurlarındaki dalgalanmaların yarattığı).

Üretimde en önemli girdi olan selülozun üretilmesi için yatırım olmaması ve yurtdışına yüzde yüze yakın bağımlılık, enerjide dışa bağımlılık ile oluşan yüksek enerji fiyatlarının düşmemesi.

Teknoloji faaliyetlerinde Ar-Ge faaliyetlerinin sınırlı kalmaya devam etmesi.

Pazarlama ve satışta yayım sanayi tarafında dijitalleşme ve kağıt tüketiminin azalması, Kuzey Avrupa ülkeleri ile Rusya'nın yüksek üretim kapasitesi-düşük hammadde ve enerji fiyatları ile yarattıkları yüksek rekabet gücü.

Finansman ve mali yapıda düşük karlılığın sürmesi (sanayinin genelinde geçerli).

İnsan kaynaklarında nitelikli işgücü açığının kapanmaması ve yeterli planlamanın yapılmaması.

Piyasa ve sektör koşullarında Uzakdoğu ülkelerinden gelen kalitesiz ürün ithalatının engellenememesi, iç piyasada yeterli kalite standardı kullanılmaması ile atık kağıt düzenlemelerinin yeterli atık kağıt elde edilmesi ve geri kazanımını sınırlaması.

Değer Zinciri	Tehditler
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none"> Mevcut düzenlemeler ile ağaç ve orman hammadde kullanımının sınırlanması Yurtiçi hammadde fiyatlarının yüksek kalması Atık kağıt ihracatı İthalatta hammadde fiyat dalgalanmaları
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Enerjide dışa bağımlılık ile enerji maliyetlerinin yüksek kalması Selüloz yatırımı olmaması
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Sınırlı Ar-Ge ve teknoloji faaliyetleri
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none"> Yayım sanayinde dijitalleşme ile kağıda talebin azalması Kuzey Avrupa ülkeleri ve Rusya'nın doğal rekabet avantajları
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none"> Düşük karlılık
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Nitelikli işgücü açığının kapatılamaması
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> Uzakdoğu ülkelerinden kalitesiz ürün ithalatı Yetersiz yatırım teşvikleri İç piyasada yeterli kalite standardı kullanılmaması Atık kağıt düzenlemelerinin etkin uygulanmaması, düşük bilinc

Tablo 60 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayinin Tehditleri

1.6. Sektör Stratejileri ve Politikalar

Çalışmanın ilk beş bölümünde Türk kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi sanayinin ayrıntılı durum tespiti ve uluslararası karşılaştırılmaları yapılmış, sektörün temel rekabet unsurları belirlenmiş ve SWOT analizi ile birlikte güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri ortaya konmuştur. Bu tespit, karşılaştırma ve değerlendirmelere bağlı olarak sektör için stratejiler ve politika önerileri belirlenmiş olup çalışmanın altıncı bölümünde sunulmaktadır.

1.6.1. Stratejik Hedefler

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 13 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 3, üretim için 3, teknoloji faaliyetleri için 1, pazarlama ve satış için 2, finansman ve mali yapı için 1, insan kaynakları için 1 ve piyasa ve sektör koşulları için 2 stratejik hedef belirlenmiştir. Stratejik hedefler aşağıda sunulmaktadır.

Değer Zinciri	Stratejik Hedefler
Hammadde ve Girdiler	1. Endüstriyel ormanların kurulması ve işletilmesi 2. Selüloz üretiminin stratejik ürün kapsamına alınması ve bu kapsamda teşvik edilmesi 3. Atık kağıtların toplanması ve geri kazanım sisteminin iyileştirilmesi
Üretim	4. Yurtiçinde elde edilen kağıt hammaddeleri maliyetlerinin düşürülmesi 5. Vadeli hammadde ve ara girdi ithalatındaki KKDF uygulamasının kaldırılması 6. Enerji maliyetlerinin düşürülmesi, enerji verimliliğinin artırılması
Teknoloji Faaliyetleri	7. Teknoloji faaliyetlerinin geliştirilmesi
Pazarlama ve Satış	8. İhracatın artırılması için pazar ve ürün çeşitlendirmesi 9. Yurtiçi tüketimde çevre ve sağlık dostu ürün kavramının güçlendirilmesi
Finansman ve Mali Yapı	10. Yatırım teşviklerinin iyileştirilmesi ve finansman olanakları sağlanması
İnsan Kaynakları	11. Nitelikli insan kaynakları ve işgücü yetiştirilmesi
Piyasa ve Sektör Koşulları	12. Kağıt ürünleri kullanımını ve kalitesini artıracak standartlar uygulanması 13. Etkin ithalat ve iç piyasa gözetimi sağlanması

Tablo 61 : Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Sanayi İçin Stratejik Hedefler

1.6.2. Politikalar ve Uygulama Hedefleri

Belirlenen 13 stratejik hedefe ulaşılmasına yönelik olarak politikalar ve uygulama önerileri hazırlanmış olup aşağıda her bir stratejik hedef başlığı altında sunulmaktadır.

Strateji 1

Endüstriyel Ormanların Kurulması ve İşletilmesi

Kağıt sektörünün hammaddelerinin üretimi için uygun orman ve ağaç varlığı yaratılmalı ve artırılmalı, bu amaçla endüstriyel ormanlar kurulmalı ve işletilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Sürdürülebilir çevre ilkesi doğrultusunda plantasyon-endüstriyel ormanları kurulmalı; girişimi kamu başlatmalı, özel sektöre devretmelidir.
2. Özel sektörün lisanslı endüstriyel ormancılık yapmasına olanak sağlanmalı ve teşvik edilmeli, endüstriyel ormancılık için uygun alanlar ayrılmalıdır.
3. Endüstriyel ormanların kurulması ve işletilmesi için gerekli hukuki alt yapı hazırlanmalı ve çıkarılmalıdır.

Strateji 2

Selüloz Üretiminin Stratejik Ürün Kapsamına Alınması

Kağıt sektörünün en önemli hammaddesi olan ve dışa bağımlı bulunan selüloz üretimine yönelik yatırımların özendirilmesi için selüloz stratejik ürün kapsamına alınmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Selüloz, Yatırım Teşvikleri kapsamında stratejik ürün olarak belirlenmelidir.
2. Selüloz yatırımı ve üretimini özendirecek uygun hammadde girdisi sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır.
3. Hammadde (odun/tomruk) alanlarına yakın yapılması ekonomik olan selüloz yatırımları için sanayi arsası tahsis edilmeli, ulaşım altyapısı sağlanmalı ve enerji desteği sağlanmalıdır.

Strateji 3

Atık Kağıtların Toplanması ve Geri Kazanım Sisteminin İyileştirilmesi

Kağıt sektörünün hammaddesi olan kağıt hamurunun üretilmesinde kullanılan atık kağıtların toplanması ve geri kazanım sistemi iyileştirilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Atık kağıt üreten ve işleyen tesislere yeniden serbest ticaret hakkı tanınmalı, belediye ihaleleri ile kağıt toplamada imtiyazlı firmalar yaratılması sistemine son verilmelidir.

2. Ambalaj atıklarının kontrolü yönetmeliği etkin şekilde uygulanmalı, evlerdeki ve endüstriyel tesislerdeki atıklar kaynağında ayrıştırılmalı ve tasnif edilmelidir.
3. Toplayıcı, Ayrıştırıcı ve Geri Kazanımcı firmalar serbest rekabet ortamı içinde serbestçe çalışmalıdır.
4. İmar planlarında atık toplama alanları belirlenmeli ve yapılmalıdır.
5. Atık kağıt ayıran ve teslim eden gerçek ve tüzel kişiler çevre temizlik vergisinden muaf tutulmalıdır.
6. Atık kağıt ithalatı 82 No'lu Gümrük Tebliği ile uygulanan "Uygunluk Denetimine Tabi Atıklar Listesi"nden çıkarılmalıdır.
7. Atık kağıdın yurtiçi değerlendirme politikaları geliştirilmelidir.

Strateji 4

Yurtiçinden Temin Edilen Kağıt Hammaddeleri Maliyetlerinin Düşürülmesi

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin rekabet gücünün arttırılmasına yönelik olarak üretimde kullanılan ağaç-orman ürünleri girdilerinin maliyetleri düşürülmelidir.

Politika Önerileri;

1. Orman Genel Müdürlüğü endüstriyel odun (plantasyon ormanları) yetiştirilmesini arttırmalıdır.
2. Odun fiyatları uluslararası pazarlardaki fiyatlara indirilmelidir.
3. Entegre üretim tesislerine tahsisat arttırılmalı, nakliye giderlerinin aşağı çekilmesi için iyi planlama yapılmalıdır (üretici-tedarik alanı).
4. Orman emvali standartları revize edilerek kağıtlık odun ve lif yonga odun standartları kesin çizgilerle ayrılmalıdır.
5. Üretimde makinele üretim modeline geçilmelidir.
6. Kağıtlık kabuklu odun ithalatı serbest bırakılmalıdır.
7. İhaleler ile yapılan odun satışlarında uygulanan %8 ilave Fon, Vergi ve Harç Yüklü azaltılmalıdır.

Strateji 5

Vadeli Hammadde ve Ara Girdi İthalatına Uygulanan KKDF'nin Kaldırılması veya Oranın İndirilmesi

Politika Önerileri;

1. Vadeli hammadde ve ara-girdi yardımcı malzeme ithalatında uygulanan yüzde 6 oranındaki Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu kaldırılmalı veya oran indirilmeli veya hazır selüloz ithalatında KKDF istisnası sağlanmalıdır.

Strateji 6

Enerji Maliyetlerinin Düşürülmesi

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin rekabet gücünün arttırılmasına yönelik olarak üretimde kullanılan enerji maliyetleri düşürülmelidir.

Politika Önerileri;

1. Enerji fiyatları içindeki dolaylı vergi oranları ve kesintiler azaltılarak enerji maliyetleri düşürülmelidir.
2. Atık kağıt işleyen firmaların bu aşamada kullandığı enerji fiyatları vergilerden muaf tutulmalıdır.
3. OSB içindeki firmalara düşük tarifeli enerji fiyatları uygulanmalıdır.

Strateji 7

Teknoloji Faaliyetlerinin Geliştirilmesi

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ar-ge ve ürün geliştirme alt yapısı ve kapasitesinin güçlendirilmesi için teknoloji faaliyetleri geliştirilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Araştırma faaliyetleri için Orman ve Kimya Fakülteleri bünyesinde Araştırma Enstitüleri kurulmalı ve seçilecek "odak projelerin" yürütülmelidir.
2. Uluslararası standartlarda bir kağıt-karton mamulleri laboratuvarı kurulmalı ve firmalara hizmet vermeli.
3. Araştırma mühendisleri ve uzmanları yetiştirilmelidir.
4. Firmalar bünyesinde ürün geliştirme faaliyetlerinin arttırılmalı, proje bazlı kamu desteklerinden daha çok yararlanılmalıdır.

Strateji 8

İhracatın Arttırılması İçin Pazar ve Ürün Çeşitlendirilmesi

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinde ihracat arttırılmalı ve bu amaçla pazar ve ürün çeşitlendirilmesine gidilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Yakın ve komşu ülke pazarlarda tanıtım faaliyetleri arttırılmalı, tedarik ve dağıtım kanalları güçlendirilmelidir.
2. Ürün çeşitliliği arttırılmalı, markalı ürün payı yükseltilmelidir.
3. Nakliye, taşımacılık, depolama ve dağıtım süreçlerinde destekler sağlanmalıdır.

Strateji 9

Yurtiçi Tüketimin Arttırılması İçin Sağlık ve Çevre Dostu Ürün Kavramının Güçlendirilmesi

Kağıt ürünlerinde uluslararası kişi başı tüketim seviyelerine yaklaşmak ve ulaşmak için kağıdın sağlık ve çevre dostu ürün kavramı güçlendirilmeli ve öne çıkarılmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Kağıdın sağlık ve çevre dostu ürün kavramını öne çıkaracak sürekli tanıtım ve etkinlikler yapılmalı, bilinçlendirme ve eğitim kampanyaları düzenlenmelidir.

Strateji 10

Yatırım Teşviklerinin İyileştirilmesi ve Finansman Olanakları Sağlanması

Hammaddesi ve nihai ürünleri ağır ve çok yer kaplayan kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi için hammadde ve pazarlara yakın yerlerde uygun yatırım koşulları, destekleri ve yatırım finansman olanakları sağlanmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayi yatırımları için hammadde ve pazarlara yakın bölgelerde geniş sanayi arsası tahsisleri yapılmalıdır.
2. Entegre tesisler için daha geniş yatırım teşvikleri uygulanmalıdır (Atık kağıt çevrimi yapan vb. süreçleri de barındıran tesisler).
3. Yatırımların finansmanı için uzun vadeli yatırım kredisi kullanılmalı, bu amaçla kalkınma bankacılığı canlandırılmalıdır.

Strateji 11

Nitelikli İnsan Kaynakları ve İşgücü Yetiştirilmesi

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı sanayinin faaliyetlerindeki tüm süreçlerde ihtiyaç duyulan nitelikli insan kaynakları ve işgücü yetiştirilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Sanayide çalışacak işçi ve ara eleman bulunması önünde bir engel oluşturmaya başlayan sosyal yardımlar çalışmayı özendirilecek şekilde yeniden düzenlenmelidir.
2. Üniversite-sanayi işbirliği geliştirilmeli, ihtiyaç duyulan nitelikli insan kaynağı yaratacak programlar oluşturulmalıdır.

Strateji 12

Kağıt Ürünleri Kullanımını ve Kalitesini Artıracak Standartların Uygulanması

Kağıt ürünlerinin kullanımını ve kalitesini arttıracak ürün standartları konulmalı ve uygulanmalıdır.

Politika Önerileri;

1. AB ambalaj standartları başta gıda ambalajları alanında olmak üzere etkin şekilde uygulanmalıdır.
2. İhracatta kağıt-karton oluklu mukavva ambalaj ürünleri kullanımını düzenlemeler ile desteklenmelidir.
3. Yurtiçi taşımacılıkta kağıt-karton-oluklu mukavva ambalaj ürünleri kullanımını düzenlemeler ile desteklenmelidir.
4. Temizlik kağıtları tüketimi kampanyalar ile desteklenmeli ve tüketici bilinçlendirilmelidir.

Strateji 13

Etkin İthalat ve İç Piyasa Gözetimi Sağlanması

İç piyasada haksız rekabet yaratan ucuz, kalitesiz ve standart dışı kağıt ve ürünleri ithalatı ile yurtiçinde kayıt dışı ve asgari standartlar dışı kağıt ve ürünleri üretimi önlenmelidir.

Politika Önerileri;

1. Kağıt ithalatında ürünlerin azami kalite ve standart denetimi yapılmalıdır.
2. Yurtiçinde kullanılan yerli ve ithal edilen kağıt-karton ve ürünlerinin azami kalite ve standart denetimi yapılmalıdır.
3. Kağıt-karton ve ürünlerine ilişkin standartlar AB mevzuatı çerçevesinde güçlendirilmelidir.
4. Kağıt-karton ve ürünlerinin çevre dostu üretimleri belgelenmeli, bu belgelenme aranmalı, sahip olan firmaların özendirilmeli/ödüllendirilmelidir.
5. Sektörün sivil toplum örgütleri üretici kalitesini belgelendirmelidir.

2.1. Basım Sanayinin Tanımı ve Kapsamı

2.1.1. Basım Sanayii

Basım sanayi kökenlerini geleneksel matbaacılık faaliyetlerinin oluşturduğu önemli ve eski bir sanayi sektörüdür. Matbaacılık ile birlikte tarihte sağlanan önemli gelişmelerin ardından yaşanan sanayi devrimi sektörü küçük ölçekli matbaacılık işlerinden büyük ölçekli firmaların yer aldığı basım sanayine dönüştürmüştür.

İmalat sanayinin önemli sektörlerinden biri olan basım sanayi günümüzde basım teknolojisinde ulaşılan seviyenin katkısı ile çok çeşitli basım işlevlerini ve işlerini kapsayan bir sanayi haline gelmiştir.

Basım sanayi günümüzde bilginin dolaşımını hızlandırarak küreselleşmeyi desteklerken, ülkeler ve toplumlar arasındaki yakınlaşmayı da artırmaktadır. Basım sanayi yine bilgi toplumu ve teknolojinin yarattığı yeni koşullar içinde ve özellikle dijital eğilimleri karşısında kendini sürekli yenilemekte ve değişime uyum sağlamaktadır.

Basım sanayi bir endüstri kolu olarak iktisadi faaliyetlerin içinde yer almakla birlikte, sosyal ve toplumsal açıdan da önemli katma değer yaratmaktadır. Basım sanayinin ürünleri toplumsal gelişim için gerekli en önemli unsurlardır. Matbaacılık tarihinin başından itibaren basım sanayinin varlığı toplumsal gelişime büyük katkı sağlamıştır. Bu itibarla basım sanayinin sayısal veriler ile ölçülebilen ekonomik katkılarının yanı sıra önemli toplumsal katkısı da bulunmaktadır.

Basım sanayinin toplumsal katkısı günümüzde sanayinin üretim teknolojisindeki olağan üstü değişimlere rağmen artarak sürmektedir.

2.1.2. Basım Sanayinin Kapsamı

Basım sanayi NACE.2 sektör sınıflandırmaları içinde 18 no'lu grubu oluşturmakta olup "Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması" başlığı ile tanımlanmaktadır. Bu tanımlama ve sınıflandırma içinde basım sanayinin kapsamı aşağıda sunulmaktadır.

18 Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması

Bu bölüm, gazetelerin, kitapların, mecmuaların, iş formlarının, tebrik kartlarının ve diğer materyallerin basılmasını ve ciltçilik, madeni baskı kalıbı yapılması ve veri görüntüleme gibi ortak destekleyici faaliyetleri kapsamaktadır. Bu bölümde kapsanan destekleyici faaliyetler basım sanayinin ayrılmaz bir parçasıdır ve basım sanayinin entegre bir parçası olan bir ürün (bir baskı levhası, kitap cildi ya da bilgisayar diski ya da dosyası) hemen her zaman bu işlemler sonucunda elde edilmektedir.

Basımda kullanılan süreçler; baskı kalıbında, ekranda, ya da bilgisayar dosyasında yer alan bir görüntünün kağıt, plastik, metal, tekstil ürünleri ya da ahşap üzerine baskısını sağlayan değişik yöntemleri içermektedir. Bu yöntemlerin en çok bilineni, görüntünün baskı kalıbından ya da ekrandan litografik baskı (taş baskı), klişe baskı, ekran baskısı, fleksografik baskı (esnek kauçuk ya da plastiğe yapılan baskı) kullanılarak bir ortama baskı yapılmasıdır. Görüntü veya elektrostatik ve diğer tiplerde teçhizatları (dijital veya vuruşsuz baskı) oluşturmak için doğrudan basım sürecinin yürütülmesinde genellikle bir bilgisayar dosyası kullanılmaktadır.

Basım ve yayım faaliyetleri aynı birim tarafından yürütülebilmesine karşın (bir gazete örneğin) bu farklı faaliyetler aynı fiziksel ortamda yürütülmesi giderek azalmaktadır.

Bu bölüm ayrıca kompakt diskler, video kayıtları, diskler ve kasetler üzerine yapılan yazılımlar, kayıtlar vb. gibi kayıtlı medyanın çoğaltılmasını kapsamaktadır.

Bu bölüm, yayım faaliyetlerini hariç tutmaktadır (bkz. Kısım J).

18.1 Basım ve basım ile ilgili hizmet faaliyetleri

18.11 Gazetelerin basımı

18.12 Diğer matbaacılık

18.13 Basım ve yayım öncesi hizmetler

18.14 Ciltçilik ve ilgili hizmetler

18.2 Kayıtlı medyanın çoğaltılması

18.20 Kayıtlı medyanın çoğaltılması

18.1 Basım ve basım ile ilgili hizmet faaliyetleri

Bu grup, gazetelerin, kitapların, mecmuaların, iş formlarının, tebrik kartlarının ve diğer ürünlerin basılmasını ve ciltçilik, madeni baskı kalıbı yapılması ve veri görüntüleme gibi ortak destekleyici faaliyetleri kapsamaktadır. Matbaacılık birçok değişik teknik kullanılarak ve birçok değişik malzeme üzerine yapılabilir.

18.11 Gazetelerin basımı

Bu sınıf haftada en az dört kez yayınlanan diğer süreli yayınların basımını kapsamaktadır.

Kapsam dışı olanlar; basılı ürünlerin yayımlanması (bkz. 58.1), dokümanların fotokopilerinin çekilmesi (bkz. 82.19).

18.12 Diğer matbaacılık

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır;

1. Haftada dört kereden daha az yayınlanan dergilerin ve diğer mecmuaların basılması,
2. Kitapların ve broşürlerin, müzik eserlerinin ve müzik el yazmalarının, haritaların, atlasların, posterlerin, reklam kataloglarının, prospektüslerin ve diğer basılı duyuruların, posta pullarının, vergi pullarının, tapu senetlerinin, çeklerin ve diğer kıymetli evrakların, akıllı kartların, albümlerin, günlüklerin, takvimlerin, iş formlarının ve diğer ticari içerikli basılmış evrakların, kişisel kırtasiye ürünleri ve diğer tip baskı yoluyla basılan ürünlerin, ofset baskı, fotograflar, fleksografik baskı, ekran baskısı ve basım için kullanılan diğer baskı aletleri, teksir makineleri, bilgisayar yazıcıları, kabartmalı baskı yapan makineler, vb. kullanılarak basılması (hızlı basım dahil),
3. Doğrudan tekstil ürünleri, plastik ürünler, cam, metal, ahşap ve seramik üzerine baskı yapılması.

Basılı malzeme tipik olarak telif haklarına sahiptir.

Ayrıca bu sınıf, yaftaların ve etiketlerin basılmasını (litografik, gravür baskı, fleksografik baskı, diğer) da kapsamaktadır.

Kapsam dışı olanlar; ana unsuru bilgi içermeyen eğitim ve ticari kırtasiye malzemeleri (not defterleri, ajandalar, kayıt defterleri, muhasebe defterleri, iş formları vb.) imalatı (bkz. 17.23), basılı ürünlerin yayınlanması (bkz. 58.1).

18.13 Basım ve yayım öncesi hizmetler (Baskı öncesi hizmetler)

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır;

1. Tarama ve optik karakter tanımlanması,
2. Elektronik makyajlama da dahil dizgi, karakter-dizgisi, foto-karakter-dizgisi,
3. Baskı öncesi veri girişi,
4. Multimedya (kağıt üzerine baskı, CD-ROM, Internet) uygulamaları için veri dosyalarının hazırlanması,
5. Resim yerleştirme ve tabaka yerleştirme dahil tabaka yapım hizmetleri (tip baskı ve ofset baskı işlemleri için),
6. Silindirlerin hazırlanması: gravür baskı için silindirlerin kazınması veya asitle aşındırılması,
7. Tabakanın şekillendirilmesi: "bilgisayardan tabakaya" (CTP) (aynı zamanda foto polimeri tabakaları için de), rölyef mühür ve baskı için tabakalar ve kalıpların hazırlanması,
8. Ahşap blokların ve litografik taşların hazırlanması gibi, teknik özellikli sanatsal çalışmaların hazırlanması,
9. Sunumlar için saydamların, asetatların vb. hazırlanması,
10. Taslaklar, planlar, mizanpajlar, vb.nin hazırlanması, baskı provaları.

Kapsam dışı olanlar; özel tasarım faaliyetleri (bkz. 74.10).

18.14 Ciltçilik ve ilgili hizmetler

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır;

1. Ticari ciltçilik, model montajlama ve baskı faaliyetlerini destekleyici baskı sonrası hizmetler, örneğin; ticari kitap kapaklarının hazırlanması ve katlama, kesme ve süsleme, toplama, dikme, lif ile dikme, tutkallama, kesme ve dış kapağının koyulması,
2. Harmanlama, altın pres yapma, spiral veya plastik tel ile tutturularak kitapların, broşürlerin, dergilerin, katalogların vs. ciltlenmesi ve tamamlanması,
3. Basılmış kağıtları veya basılmış mukavvaları katlama, yaldızlama, delme, zımbalama,

delik açma, kabartma, yapışkan sürme, tutkallama, yaprak haline getirme yöntemleriyle ciltlenmesi ve tamamlanması,

4. CD-ROM'lar için tamamlama hizmetleri,
5. Müşterinin tercihleri doğrultusunda katlama, desteleme, zarflama gibi posta tamamlama hizmetleri,
6. Kalıplama, kalıba batırma, kabartma ve Braille alfabesi (kör alfabesi) kopyalama gibi diğer tamamlama faaliyetleri.

18.2 Kayıtlı medyanın çoğaltılması

18.20 Kayıtlı medyanın çoğaltılması

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır;

1. Müzikli veya diğer ses kayıtlı gramofon plaklarının, kompakt disklerin ve kasetlerin ana kopyalarından çoğaltılması,
2. Sinema filmi ve diğer video kayıtları içeren kompakt disklerin ve kasetlerin ana kopyalarından çoğaltılması,
3. CD ve kasetlerdeki bilgisayar yazılım ve verilerin ana kopyalarından çoğaltılması.

Kapsam dışı olanlar; basılı ürünlerin çoğaltılması, (bkz. 18.11, 18.12), bilgisayar yazılımının yayımlanması, (bkz. 58.2), sinema filmlerinin, video kayıt bantları ve filmlerin DVD veya benzer aletler ile üretilmesi ve dağıtılması, (bkz. 59.11, 59.12, 59.13), sinema filmlerinin toplu gösterim amacına yönelik olarak çoğaltılması, (bkz. 59.12), ses kayıtları veya ses malzemeleri için ana kopyaların imalatı, (bkz. 59.20).

2.2. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri

2.2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji

Basım sanayinin gelişimi girişim sayısı, üretim, katma değer, yatırımlar, istihdam, verimlilik, dış ticaret, iç pazar, net döviz kazandırıcı faaliyetler ve teknoloji faaliyetleri gibi temel göstergeler kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu temel göstergeler için başta Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) olmak üzere resmi kurumların istatistik verileri kullanılmaktadır.

Basım sanayinin sanayinin girişim sayısı, üretim, katma değer ve yatırımlar ile istihdam göstergeleri için TÜİK'in Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verileri

kullanılmaktadır. Bu göstergeler için NACE.2 sınıflandırmasında güncel veriler 2009 ile 2012 yılları arasındaki döneme ait bulunmaktadır. Geçmiş yıllar için ise NACE.1 sınıflandırmasında sektörü temsil eden veriler kullanılmaktadır.

Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2002 yılından itibaren Avrupa Birliği'nin 20 Aralık 1996 tarihli 58/97 sayılı ile 11 Mart 2008 tarihli 295/2008 sayılı Konsey yönetmeliklerine dayanılarak üretilmektedir. TÜİK, Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2003-2008 yılları için yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerindeki girişimlerin ekonomik faaliyetlerini Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetleri İstatistik Sınıflaması NACE Revize 1.1'e göre, 2009 yılından itibaren de NACE Revize.2'ye göre sınıflandırmaktadır. Sanayi ve Hizmet İstatistikleri hesaplama yöntemlerinde tamsayım sınırları olarak 20'den fazla çalışanı olan tüm girişimler ile sektörler düzeyinde NACE Revize 2 sınıflarına göre 4'lü sınıf faaliyetleri belirlenmiş olup kullanılmaktadır.

Bu çerçevede öncelikle basım sanayinin girişim sayısı, istihdam, üretim değeri, katma değeri, yatırımlar ve istihdam göstergelerine ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır.

Değerlendirmelerde TÜİK'in Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verileri kullanılmaktadır. Sanayi ve Hizmet İstatistiklerinde kullanılan tanım ve kavramlar şöyledir;

Girişim sayısı; sektörlerde faaliyet gösteren ve referans dönemde aktif olan tüm birimlerin sayısıdır.

Ücretli çalışan sayısı; ücretli çalışanların sayısı, maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişilerin sayısıdır.

Üretim değeri; satışa dayalı, stok değişimlerini ve mal ve hizmetlerin yeniden satışını içeren birim tarafından fiilen üretilen miktarın parasal değeridir.

Faktör maliyetiyle katma değer; işletme sübvansiyonları ve dolaylı vergilerdeki düzeltmelerden sonra, işletme faaliyetlerinden elde edilen gayri safi gelirdir.

Maddi mallara ilişkin brüt yatırım; referans dönemi süresince tüm maddi mallara yapılan yatırımdır.

2.2.2. Temel Göstergeler

Basım sanayinde faaliyet gösteren firma sayısı 2006 yılında 12.187 iken yıllar itibariyle dalgalanma gösterdikten sonra 2012 yılında 12.927 olmuştur. Faaliyet gösteren firma sayısı artmıştır. Ücretli çalışanlar ile ölçülen istihdam da 2006 yılında 39.899 iken 2008 yılında 48.250'ye yükselmiş, 2009 yılında gerilemiş ve 2012 yılında 53.217 olarak gerçekleşmiştir. Basım sanayinin üretim değeri ve yaratılan katma değer de nominal olarak artış göstermektedir. Basım sanayinde yatırım eğilimi de sürmektedir.

2.2.2.1. Girişim Sayısı

Basım sanayi beş alt sektör grubundan oluşmaktadır. Bu beş grup gazetelerin basımı, diğer matbaacılık, basım ve yayım öncesi hizmetler, ciltçilik ile ilgili hizmetler ile kayıtlı medyanın çoğaltılmasıdır.

Basım sanayi için yukarıda yer verilen temel göstergeler bu beş alt sektör itibariyle aşağıda

Yıllar	Girişim Sayısı (Adet)	Ücretli Çalışan Sayısı (Kişi)	Üretim Değeri (Milyon TL)	Katma Değer (Milyon TL)	Yatırımlar (Milyon TL)
2006	12.187	39.899	4.113	917	572
2007	12.757	41.198	4.138	983	447
2008	12.455	48.250	5.289	1.200	303
2009	13.111	43.123	4.793	1.222	254
2010	11.286	42.044	5.279	1.192	346
2011	12.617	48.146	5.932	1.284	485
2012	12.927	53.217	6.996	1.547	463

Tablo 62 : Basım Sanayine Ait Seçilmiş Bazı Temel Göstergeler

Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

ayrıntılı olarak sunulmaktadır. TÜİK Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri alt sektörler itibariyle ayrıntılı verilerini en son 2012 yılı için yayınlamış olup, bu nedenle sunumdaki veriler 2006-2012 yılları için yer almaktadır.

Basım sanayinde alt sektörler itibariyle en çok girişim yüzde 87'yi aşan payı ile diğer matbaacılık hizmetleri alt sektöründe yer almaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	12.187	12.757	12.455	13.111	11.286	12.617	12.927
18.11	Gazetelerin Basımı	737	844	815	947	710	871	896
18.12	Diğer Matbaacılık	10.685	11.225	10.803	11.294	9.789	11.092	11.344
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	358	354	395	306	311	220	235
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	364	286	385	503	411	367	384
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	43	48	57	61	65	67	68
C	İmalat Sanayi	309.841	316.596	321.652	320.815	299.928	333.288	336.862
Pay (%)		3,93	4,03	3,87	4,09	3,76	3,79	3,84

Tablo 63 : Basım Sanayi Girişim Sayısı (Adet)

Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

2.2.2.2. Üretim Değeri

Basım sanayinde üretim değerinin gelişimi alt sektörler itibarıyla sunulmaktadır. En yüksek üretim değerine diğer matbaacılık hizmetleri alt sektörü sahiptir. Diğer matbaacılık hizmetleri

alt sektörünün üretim değeri önemli bir artış göstermiştir. Gazetelerin basımı alt sektörü üretim değeri itibarıyla ikinci büyük alt sektör olmakla birlikte üretim değeri gerilemiştir. Diğer alt sektörlerin üretim değerleri ise sınırlı paylar almakta ve sınırlı gelişmeler göstermektedir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	4.113	4.138	5.289	4.793	5.279	5.932	6.996
18.11	Gazetelerin Basımı	778	878	860	538	541	624	736
18.12	Diğer Matbaacılık	3.184	3.078	4.256	4.068	4.533	5.041	5.945
18.13	Basım ve Yayımla Öncesi Hizmetler	105	101	91	118	135	187	220
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	31	69	70	59	59	65	70
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	15	12	12	10	11	15	25
C	İmalat Sanayi	379.215	414.733	477.137	420.381	524.469	696.364	750.375
Pay (%)		1,09	1,00	1,11	1,14	1,00	0,85	0,93

Tablo 64 : Basım Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

2.2.2.3. Yaratılan Katma Değer

Basım sanayinde 2006-2012 yılları arasında beş alt sektörde yaratılan katma değerler nominal olarak

artmıştır. En yüksek katma değeri diğer matbaacılık hizmetleri alt sektörü yaratmaktadır. Gazetelerin basımı alt sektörü ikinci sırada yer almaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	917	983	1.200	1.222	1.192	1.284	1.547
18.11	Gazetelerin Basımı	178	228	236	193	183	151	182
18.12	Diğer Matbaacılık	694	709	914	974	951	1.065	1.283
18.13	Basım ve Yayımla Öncesi Hizmetler	28	26	30	41	43	51	61
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	14	17	17	11	12	14	16
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	3	3	3	3	3	3	5
C	İmalat Sanayi	74.798	79.000	93.804	84.735	99.229	128.950	131.303
Pay (%)		1,23	1,24	1,28	1,44	1,20	1,00	1,18

Tablo 65 : Basım Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

2.2.2.4. Yatırımlar

Basım sanayinde her yıl yeni ve yenileme yatırımları sürmektedir. Genel imalat sanayi yatırımları içinde yaklaşık yüzde 1 pay

alınmaktadır. Basım sanayinde yatırımların çok büyük bölümü diğer matbaacılık hizmetleri alt sektöründe yapılmaktadır. Diğer alt sektörlerde yatırımlar oldukça küçük kalmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	572	447	303	254	346	485	463
18.11	Gazetelerin Basımı	31	105	25	8	83	23	-
18.12	Diğer Matbaacılık	505	290	248	233	242	444	-
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	20	24	23	11	15	15	-
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	15	20	6	2	1	2	-
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	1	8	1	-	5	1	-
C	İmalat Sanayi	53.002	38.773	36.348	36.597	33.711	49.443	49.139
Pay (%)		1,08	1,15	0,83	0,69	1,03	0,98	0,94

Tablo 66 : Basım Sanayi Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımları (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

2.2.2.5. İstihdam

Basım sanayinde istihdamın yaklaşık yüzde 80'i diğer matbaacılık alt sektöründe bulunmaktadır.

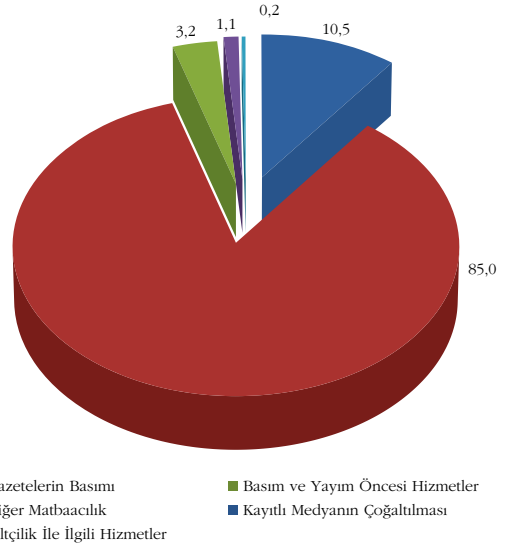
Bu alt sektörde istihdamın önemli ölçüde arttığı da görülmektedir. Gazetelerin basımı en çok istihdamın bulunduğu alt sektör olmakla birlikte son yıllarda istihdam düşmektedir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	39.899	41.198	48.250	43.123	42.044	48.146	53.217
18.11	Gazetelerin Basımı	6.730	8.865	7.953	7.911	7.381	6.528	6.488
18.12	Diğer Matbaacılık	31.256	30.463	38.303	33.322	32.370	38.947	44.308
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	1.268	1.072	1.176	1.059	1.446	1.984	1.765
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	492	673	694	711	751	589	544
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	153	125	124	120	96	98	112
C	İmalat Sanayi	2.368.861	2.459.904	2.538.318	2.264.238	2.564.244	2.842.446	3.126.540
Pay (%)		1,68	1,67	1,90	1,90	1,64	1,69	1,70

Tablo 67 : Basım Sanayi İstihdamı (Ücretli Çalışanlar Sayısı, Kişi)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

2.2.2.6. Alt Sektörler İtibariyle Paylar

Basım sanayinde alt sektörlerin temel göstergelerdeki payları 2011 yılı itibariyle aşağıda sunulmaktadır. Buna göre girişim sayısı olarak en yüksek paya yüzde 87,9 ile diğer matbaacılık işleri alt sektörü sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek paya yüzde 85,0 oranı ile yine diğer matbaacılık işleri alt sektörü sahiptir. Basım sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 82,9 payı ile yine diğer matbaacılık işleri alt sektörü yaratmaktadır. Basım sanayinde en yüksek yatırım yüzde 91,6 payı ile diğer matbaacılık işleri alt sektöründe yapılmaktadır.



Grafik 15: Basım Sanayinde Üretim Değerlerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (Yüzde, 2011)

Kaynak : TÜİK.

	Girişim Sayısı		Üretim Değeri		Katma Değer		Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımlar	
	Adet	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)
Gazetelerin Basımı	871	6,9	624	10,5	151	11,8	23	4,7
Diğer Matbaacılık	11.092	87,9	5.041	85,0	1.065	82,9	444	91,6
Basım ve Yayın Öncesi Hizmetler	220	1,7	187	3,2	51	4,0	25	3,1
Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	367	2,9	65	1,1	14	1,1	2	0,4
Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	67	0,6	15	0,2	3	0,2	1	0,2
Toplam	12.617	100,0	5.932	100,0	1.284	100,0	485	100,0

Tablo 68 : Basım Sanayinde Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibarıyla Dağılım (2011)

Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

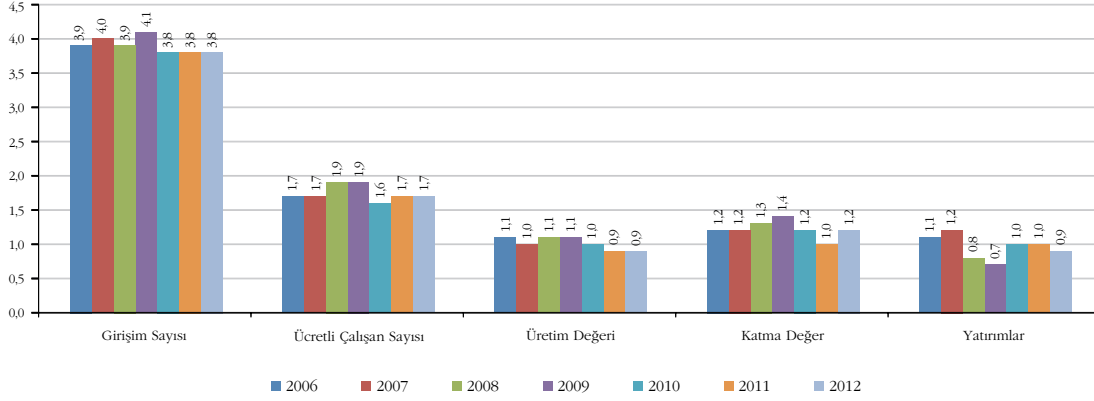
2.2.3. Genel İmalat Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler

Basım sanayinin temel göstergeler itibariyle imalat sanayinin genelinden aldığı paylar ve bu paylardaki gelişmeler ise aşağıda sunulmaktadır. 2006-2012 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı hemen aynı kalmıştır. İstihdam içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,68 iken 2012 yılında yüzde 1,70 olmuştur. Üretim değeri olarak payı ise kademeli olarak bir miktar gerilemiştir. 2006 yılında yüzde 1,09 olan üretimdeki payı ise 2012 yılında yüzde 0,93 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,23 iken 2012 yılında yüzde 1,18 olarak gerçekleşmiştir. Basım sanayi tüm imalat sanayindeki yatırımların 2006 yılında yüzde 1,08'ini yaparken 2012 yılında yüzde 0,94'ünü gerçekleştirmiştir.

Yıllar	Girişim Sayısı	Ücretli Çalışan Sayısı	Üretim Değeri	Katma Değer	Yatırımlar
2006	3,93	1,68	1,09	1,23	1,08
2007	4,03	1,67	1,00	1,24	1,15
2008	3,87	1,90	1,11	1,28	0,83
2009	4,09	1,90	1,14	1,44	0,69
2010	3,76	1,64	1,00	1,20	1,03
2011	3,79	1,69	0,85	1,00	0,98
2012	3,84	1,70	0,93	1,18	0,94

Tablo 69 : Basım Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)

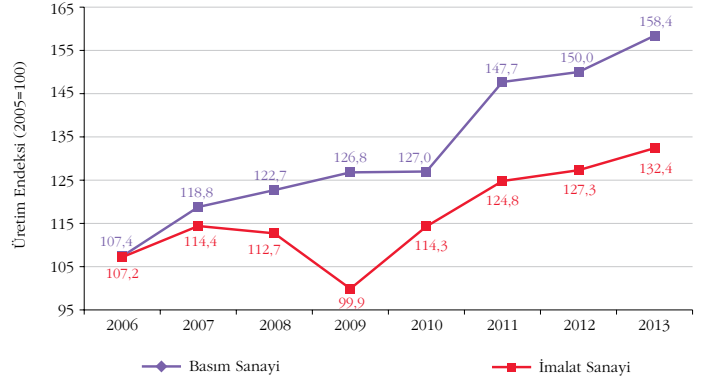
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerinden hesaplanmıştır.



Grafik 16 : Basım Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)
Kaynak : TÜİK.

2.2.4. Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları

Basım sanayinde üretim 2005-2013 yılları arasında yüzde 58,4 artmıştır. Böylece aynı dönemde yüzde 32,4 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin üzerinde bir artış sağlanmıştır. Basım sanayide kapasite kullanım oranı en yüksek 2010 yılında yüzde 75,8 olmuştur. Diğer yıllarda kapasite kullanım oranı düşük gerçekleşmektedir. 2012 ve 2013 yıllarında kapasite kullanım oranları yüzde 69,2 ve yüzde 71,2 olmuş ve imalat sanayi ortalamasının altında kalmıştır.



Grafik 17 : Basım Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Basım Sanayi Üretimi (% Değişim)	7,4	10,6	3,3	3,3	0,2	16,3	1,6	5,6
İmalat Sanayi Üretimi (% Değişim)	7,2	6,7	-1,5	-11,3	14,4	9,2	2,0	4,0
Basım Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	107,4	118,8	122,7	126,8	127,0	147,7	150,0	158,4
İmalat Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4
Basım Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	73,1	73,4	71,5	73,4	75,8	71,9	69,2	71,2
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	81,0	80,2	76,7	65,2	72,7	75,4	74,2	74,6

Tablo 70 : Basım Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları
Kaynak : TÜİK ve TCMB.

Basım sanayinde üretimin alt sektörler itibariyle gelişimi değerlendirildiğinde 2005-2013 dönemi arasında diğer matbaacılık işleri ile basım ve yayım öncesi hizmetler işlerinde önemli üretim

artışları olmuştur. Gazetelerin basımı işlerinde üretim artışı sınırlı kalmışken, ciltçilik ile ilgili hizmetler ve kayıtlı medyanın çoğaltılması işlerinde üretim gerilemiştir.

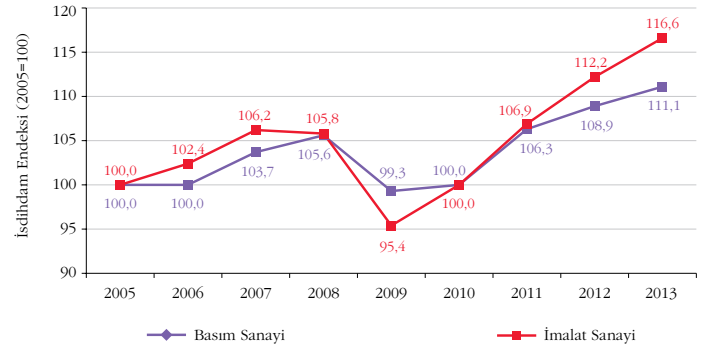
Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	107,4	118,8	122,7	126,8	127,0	147,7	150,0	158,4
18.11	Gazetelerin Basımı	104,5	108,9	121,0	123,3	109,8	112,5	110,0	114,3
18.12	Diğer Matbaacılık	110,3	125,2	124,3	130,1	140,1	170,6	177,7	186,6
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	103,3	145,3	161,5	163,1	143,5	203,5	161,1	176,2
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	87,0	68,6	67,9	65,0	67,6	81,1	97,4	98,6
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	105,4	93,2	84,0	73,2	70,0	71,1	72,4	82,1
C	İmalat Sanayi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4

Tablo 71 : Basım Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005=100)
Kaynak : TÜİK, Sanayi Üretim Endeksleri.

2.2.5. İstihdam

Basım sanayinde istihdam 2005 yılından 2013 yılına kadar olan dönemde yüzde 11,1 artmıştır. Aynı dönemde imalat sanayinde istihdam artışı yüzde 16,6 olarak gerçekleşmiştir. Basım sanayinde istihdam artış oranı, imalat sanayindeki artışın altında kalmıştır.

Basım sanayinde 2005-2013 yılları arasında istihdam en çok gazetelerin basımı işleri alt sektöründe gerçekleşmiştir. Diğer matbaacılık işlerinde istihdam artışı sınırlı kalmıştır. Basım ve yayım öncesi hizmetler, ciltçilikle ilgili hizmetler ve kayıtlı medyanın çoğaltılması işlerinde ise istihdam azalmıştır.



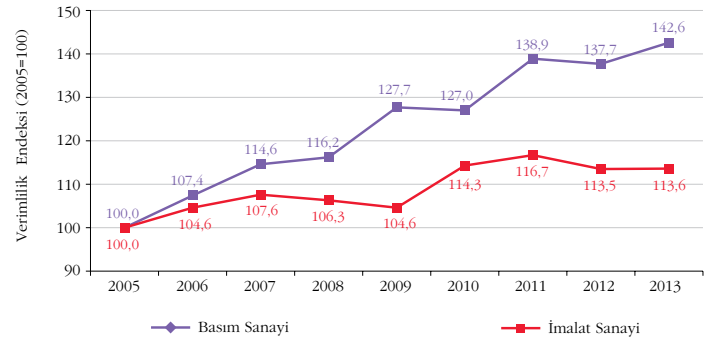
Grafik 18 : Basım Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	100,0	103,7	105,6	99,3	100,0	106,3	108,9	111,1
18.11	Gazetelerin Basımı	112,7	120,7	128,5	117,6	112,8	132,6	131,1	130,3
18.12	Diğer Matbaacılık	96,8	98,6	98,7	94,6	96,8	99,0	102,2	104,7
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	98,6	109,1	111,7	93,1	93,1	88,0	78,0	80,5
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	94,9	108,8	108,6	101,2	107,2	100,8	95,4	95,1
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	109,8	96,6	85,1	70,2	69,2	73,3	75,8	84,5
C	İmalat Sanayi	102,4	106,2	105,8	95,4	100,0	106,9	112,2	116,6

Tablo 72 : Basım Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)
Kaynak : TÜİK, İstihdam ve Ücret İstatistikleri.

2.2.6. İşgücü Verimliliği

Basım sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2013 döneminde yüzde 42,6 artmıştır. Bu dönemde üretim istihdamdan çok daha hızlı artmıştır. Bu nedenle işgücü verimliliği de önemli ölçüde yükselmiştir. Aynı dönemde imalat sanayinde verimlilik veya kişi başına üretim ise sadece yüzde 13,6 artmıştır. Basım sanayinde işgücü verimliliği imalat sanayi ortalamasının üzerinde yükselmiştir.



Grafik 19 : Basım Sanayi Verimlilik Endeksinde Gelişmeler
Kaynak : TÜİK.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Basım Sanayi İstihdam Endeksi	100,0	103,7	105,6	99,3	100,0	106,3	108,9	111,1
İmalat Sanayi İstihdam Endeksi	102,4	106,2	105,8	95,4	100,0	106,9	112,2	116,6
Basım Sanayi Üretim Endeksi	107,4	118,8	122,7	126,8	127,0	147,7	150,0	158,4
İmalat Sanayi Üretim Endeksi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4
Basım Sanayi Kişi Başına Üretim Endeksi	107,4	114,6	116,2	127,7	127,0	138,9	137,7	142,6
İmalat Sanayi Kişi Başına Üretim Endeksi	104,6	107,6	106,3	104,6	114,3	116,7	113,5	113,6

Tablo 73 : Basım Sanayi Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)
Kaynak : TÜİK'in Sanayi Üretim Endeksi ile İstihdam ve Ücret Endeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

Basım sanayinde alt sektörler itibariyle verimlilik gelişmeleri de yine kişi başına üretim ile ölçülmektedir. Buna göre 2005-2013 döneminde gazetelerin basım işleri alt sektörü hariç diğer dört alt sektör verimlilik artışı sağlarken, en

yüksek artış basım ve yayım öncesi hizmetler alt sektörü ile diğer matbaacılık işleri alt sektöründe gerçekleşmiştir. Ciltçilik ile ilgili hizmetler ile kayıtlı medyanın çoğaltılması işlerindeki verimlilik artışı sınırlı kalmıştır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	107,4	114,6	116,2	127,7	127,0	138,9	137,7	142,6
18.11	Gazetelerin Basımı	92,7	90,2	94,2	104,8	97,3	84,8	83,9	87,7
18.12	Diğer Matbaacılık	113,9	127,0	125,9	137,5	144,7	172,3	173,9	178,2
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	104,8	133,2	144,6	175,2	154,1	231,3	206,5	218,9
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	91,7	63,1	62,6	64,2	63,1	80,5	102,1	103,7
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	96,0	96,5	98,7	104,3	101,2	97,0	95,5	102,9

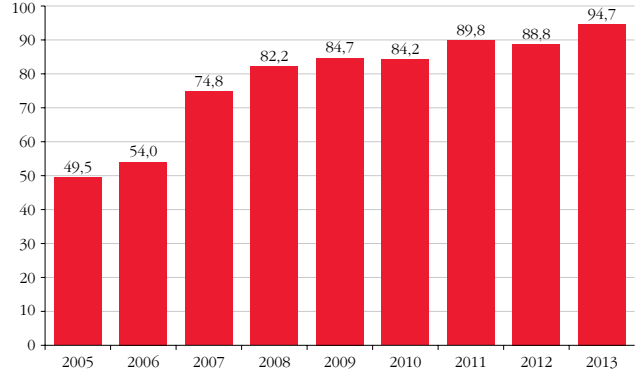
Tablo 74 : Basım Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)
Kaynak : TÜİK'in Sanayi Üretim Endeksi ile İstihdam ve Ücret Endeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

2.2.7. Dış Ticaret

Basım sanayinin dış ticareti toplam ve alt sektörler itibariyle ihracat ve ithalat ile ihracat pazarları başlıkları altında incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

2.2.7.1. İhracat ve İthalat

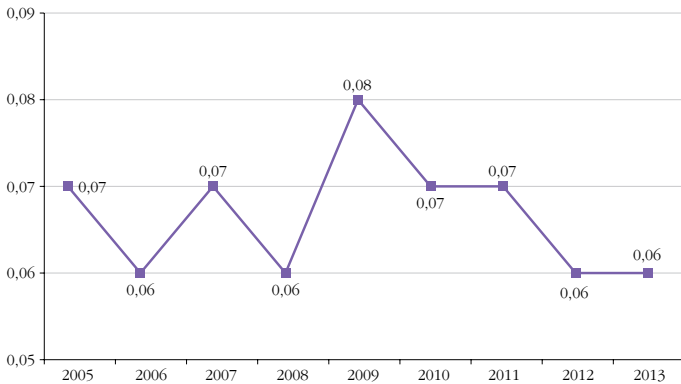
Basım sanayinin ihracatı 2005 yılında 49,5 milyon dolar iken 2013 yılında 94,7 milyon dolara yükselmiştir. Bununla birlikte basım sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 0,06 ile hemen aynı kalmıştır. 2005 yılında 138 milyon dolar olan basım sanayi ithalatı ise 2013 yılında 176,8 milyon dolara yükselirken toplam ithalat içindeki payı da yüzde 0,12'den yüzde 0,07'ye inmiştir.



Grafik 20 : Basım Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK.

Yıllar	Basım Sanayi İhracatı	Türkiye İhracatı	Pay (%)	Basım Sanayi İthalatı	Türkiye İthalatı	Pay (%)
2005	49,5	73.476	0,07	138,0	116.774	0,12
2006	54,0	85.535	0,06	131,6	139.576	0,09
2007	74,8	107.272	0,07	153,6	170.063	0,09
2008	82,2	132.027	0,06	169,6	201.964	0,08
2009	84,7	102.143	0,08	127,8	140.928	0,09
2010	84,2	113.883	0,07	138,1	185.544	0,07
2011	89,8	134.907	0,07	170,9	240.842	0,07
2012	88,8	152.462	0,06	166,2	236.545	0,07
2013	94,7	151.803	0,06	176,8	251.661	0,07

Tablo 75 : Basım Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (Veriler Fasıla 49'u kapsamaktadır).



Grafik 21 : Basım Sanayi İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)
Kaynak : TÜİK.

2.2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat

Basım sanayinde ihracatın alt sektörler itibariyle dağılımı ve gelişimi de aşağıda sunulmaktadır. Basım sanayi alt sektör grupları içinde en yüksek ihracat Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri

Matbuat ürünlerinde yapılmaktadır. Bu ürün grubunun ihracatı 2013 yılında 40,2 milyon dolar olmuştur. Matbu diğer yayınlar ise 29,5 milyon dolar ile en çok ihracat yapılan ikinci ürün grubudur. Gazeteler ve diğer periyodik yayınların ihracatı 8,2 milyon dolar, her türlü çıkartmaların ihracatı ise 5,2 milyon dolardır.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayinin diğer mamulleri; el ve makina yazısı metinler ve planlar	74,8	82,2	84,7	84,2	89,8	88,8	94,7
4901	Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat	33,3	34,6	40,3	35,5	38,0	40,1	40,2
4902	Gazeteler ve Periyodik Yayınlar	14,9	14,7	12,4	12,7	12,1	8,9	8,2
4908	Her Nevi Çıkartmalar	4,4	5,8	3,0	3,9	4,1	2,6	5,2
4909	Kartpostallar, Tebrik Kartları Davetiyeler	3,3	3,7	2,7	3,1	3,0	3,2	4,7
4910	Matbu Her Türlü Takvim	2,5	2,3	3,1	3,2	3,4	3,3	3,1
4911	Matbu Diğer Yayınlar	13,9	19,2	22,3	24,0	28,4	29,8	29,5
4919	Diğer	2,5	1,9	0,9	1,8	0,8	0,9	3,8

Tablo 76 : Alt Sektörler İtibariyle Basım Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (Veriler Fasıla 49'u kapsamaktadır)

Basım sanayinde ithalatın alt sektörler itibariyle gelişimi ise aşağıda yer almaktadır. Basım sanayi ithalatı içinde en büyük payı Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat ürünleri ile Matbu Diğer Yayınlar ürünleri almaktadır. Bu iki ürün

grubunda 2013 yılında 64,5 milyon dolar ve 63,9 milyon ithalat yapılmıştır. Her nevi çıkartmalar ürünlerinde ise 2013 yılında 27,9 milyon dolar ithalat yapılmıştır. Diğer alt ürün gruplarında ise oldukça sınırlı ithalat yapılmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
49	Basılı Kitaplar, Gazeteler, Resimler ve Baskı Sanayinin Diğer Mamulleri; El ve Makine Yazısı Metinler ve Planlar	153,6	169,6	127,8	138,1	170,9	166,2	176,8
4901	Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat	50,9	51,8	43,7	46,4	57,5	62,1	64,5
4902	Gazeteler ve Periyodik Yayınlar	27,2	29,8	21,1	19,4	16,5	14,9	14,3
4903	Çocuklar İçin Resimli Albüm, Kitap, Boyama Kitabı	1,4	1,2	1,5	2,2	3,0	4,1	2,5
4905	Her Nevi Matbu Haritalar	2,1	2,3	2,0	1,4	1,3	1,5	1,5
4906	Planlar ve Çizimler, Reprodüksiyonlar	1,5	1,0	0,6	1,5	3,5	0,3	0,4
4908	Her Nevi Çıkartmalar	17,9	16,8	11,8	12,0	17,1	20,8	27,9
4910	Matbu Her Türlü Takvim	1,3	1,3	1,2	1,1	1,2	1,3	1,2
4911	Matbu Diğer Yayınlar	50,9	64,7	45,2	53,3	70,0	60,7	63,9
Diğer		0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,5	0,6

Tablo 77 : Alt Sektörler İtibariyle Basım Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (Veriler Fasıla 49'u kapsamaktadır)

4901 Kitap, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat Dış Ticareti (2013)

GTİP	Ürün Açıklaması	İhracat (Dolar)	İthalat (Dolar)
490110	Kitap, broşür, risale vb. matbua ayrı sayfalar halinde matbua	11.401.101	7.191.461
490191	Sözlükler; ansiklopediler	340.762	272.341
490199	Diğer kitaplar, broşürler, risaleler vb. matbuat	28.449.939	57.053.224
4901	Kitaplar, Broşürler, risaleler ve benzeri matbuat	40.191.802	64.517.026

4902 Gazeteler ve Periyodik Yayınlar Dış Ticareti (2013)

GTİP	Ürün Açıklaması	İhracat (Dolar)	İthalat (Dolar)
490210	Gazeteler ve periyodik yayınlar (haftada en az dört kere çıkarlar)	5.238.066	7.237.264
490290	Diğer gazete-periyodikler	2.961.537	7.108.074
4902	Gazeteler ve periyodik yayınlar	8.199.603	14.345.338

4911 Basılı Diğer Yayınlar, Resimler, Fotoğraflar Dış Ticareti (2013)

GTİP	Ürün Açıklaması	İhracat (Dolar)	İthalat (Dolar)
491110	Ticari reklam yayınları, kataloglar	15.872.035	27.803.980
491191	Resim, gravür ve fotoğraflar	1.204.235	4.398.106
491199	Diğer basılı eşya	12.382.262	31.672.693
4911	Basılı diğer yayınlar, resimler, fotoğraflar	29.458.532	63.874.779

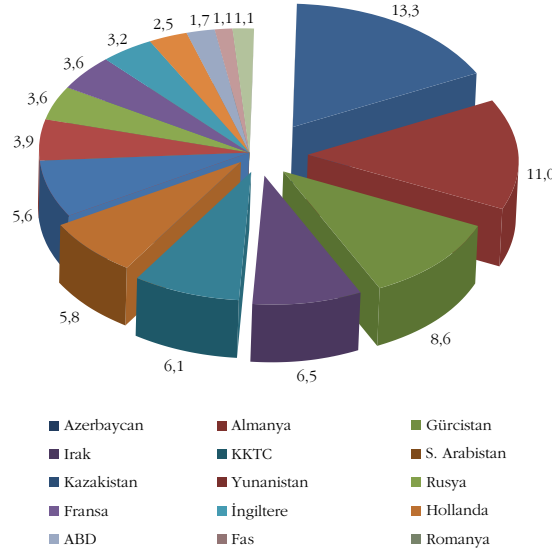
2.2.7.3. Basım Sanayi İhracat Pazarları

İhracatın sınırlı olmasına karşın Türkiye'nin basım sanayinde ihracat pazarları çeşitlilik göstermektedir. Sektörün önemli pazarlarını yakın ve komşu ülkeler ile Avrupa Birliği ülkeleri oluşturmaktadır. Azerbaycan, Gürcistan, Irak,

Yunanistan, KKTC ve Romanya gibi komşu ülkeler en önemli pazarlar olarak görülmektedir. Suudi Arabistan, Rusya, Kazakistan ve Fas gibi yakın ülkeler de diğer pazarları oluşturmaktadır. Avrupa birliği içinde ise Almanya, Fransa, İngiltere ve Hollanda önemli pazarlar olarak yer almaktadır. ABD'ye de ihracat yapılmaktadır.

2006				2013			
Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay %	Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay %
1	KKTC	9,6	17,8	1	Azerbaycan	12,6	13,3
2	Almanya	8,2	15,2	2	Almanya	10,4	11,0
3	Romanya	4,3	8,0	3	Gürcistan	8,1	8,6
4	Azerbaycan	3,6	6,7	4	Irak	6,2	6,5
5	Kazakistan	2,2	4,1	5	KKTC	5,8	6,1
6	Yunanistan	2,2	4,1	6	Suudi Arabistan	5,5	5,8
7	Avusturya	2,1	3,9	7	Kazakistan	5,3	5,6
8	İngiltere	2,0	3,7	8	Yunanistan	3,7	3,9
9	Hollanda	1,8	3,3	9	Rusya	3,4	3,6
10	ABD	1,7	3,2	10	Fransa	3,4	3,6
11	Ege Serbest	1,6	3,0	11	İngiltere	3,0	3,2
12	Gürcistan	1,5	2,8	12	Hollanda	2,4	2,5
13	Fransa	1,5	2,8	13	ABD	1,6	1,7
14	Rusya	1,4	2,6	14	Fas	1,0	1,1
15	Mısır	1,2	2,2	15	Romanya	1,0	1,1

Tablo 78 : Türkiye'nin Basım Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar)**Kaynak** : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü verilerinden hesaplanmıştır.



Grafik 22 : Türkiye'nin Basım Sanayi İhracat Pazarları (2013)
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü verilerinden hesaplanmıştır.

Alt ürün grupları itibarıyla en çok ihracat gerçekleştirilen ilk beş pazar bilgileri ise aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

Kitaplar, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat (GTİP 4901)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Almanya	5.732.471
2	Gürcistan	5.095.536
3	Azerbaycan	4.664.952
4	Kazakistan	3.718.316
5	Irak	3.124.088
Toplam	Dünya	40.191.802

Basılı Diğer Yayınlar, Resimler, Fotoğraflar (GTİP 4911)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	Azerbaycan	7.698.853
2	Irak	2.683.915
3	Rusya	2.230.885
4	Almanya	2.137.242
5	Fransa	1.561.923
Toplam	Dünya	29.458.532

Gazeteler ve Periyodik Yayınlar (GTİP 4902)
Türkiye'nin 2013 Yılında En Fazla İhracat Yaptığı İlk 5 Ülke

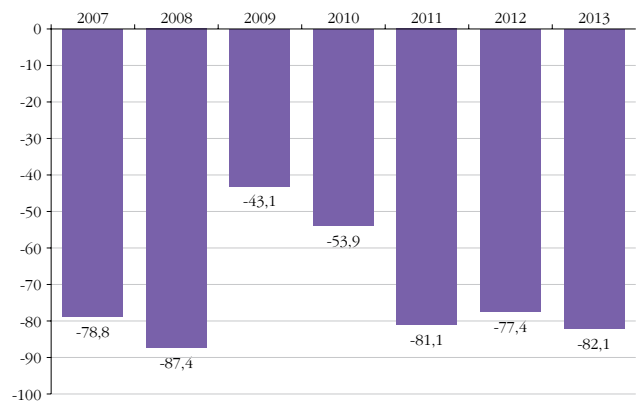
Sıra	Ülke	İhracat (Dolar)
1	KKTC	3.532.387
2	Yunanistan	2.984.948
3	Almanya	950.487
4	İngiltere	245.157
5	Bulgaristan	95.202
Toplam	Dünya	8.199.603

2.2.8. Net Döviz Kazancı

Basım sanayinde ithalat ve ihracat rakamları sınırlı olmakla birlikte yıllar itibarıyla ithalat ihracatın üzerinde gerçekleşmektedir. Bu nedenle basım sanayinin net döviz kazancı yıllar itibarıyla açık vermektedir. Sektörün net döviz açığı 2008 yılında 87,4 milyon dolara ulaştıktan sonra 2009 yılında 43,1 milyon dolara inmiştir. Son üç yılda ise net döviz kazancı açığı bir miktar artmış ve 2013 yılında yeniden 82,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Basım Sanayi İhracatı	Basım Sanayi İthalatı	Net İhracat
2007	74,8	153,6	-78,8
2008	82,2	169,6	-87,4
2009	84,7	127,8	-43,1
2010	84,2	138,1	-53,9
2011	89,8	170,9	-81,1
2012	88,8	166,2	-77,4
2013	94,7	176,8	-82,1

Tablo 79 : Basım Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.



Grafik 23 : Basım Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)
Kaynak : TÜİK.

2.2.9. Ar-Ge ve Teknoloji Faaliyetleri

Basım sanayinde teknoloji faaliyetleri, araştırma-geliştirme çalışmaları ve tasarım kapasitesi ile markalaşma rekabetin en önemli unsurlarında biri haline gelmiştir.

Bu çerçevede basım sanayinin teknoloji faaliyetleri incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Şirketlerin Araştırma Geliştirme faaliyetleri için Türkiye İstatistik Kurumu'nun AR-GE istatistikleri kullanılmaktadır. Sektöre ait TÜİK verileri 2009-2013 yılları için bulunmaktadır.

Basım sanayinde araştırma-geliştirme faaliyetleri için istihdam edilenlerin sayısı 2013 yılı itibariyle 103 kişidir. Sanayide ARGE istihdamının 2013 yılında arttığı görülmektedir.

Araştırma geliştirme faaliyetleri için yapılan harcamalar ise yıllar itibariyle hemen aynı kalırken artarak 2013 yılında 5,8 milyon TL olarak ölçülmüştür. Harcamaların tamamı istihdam ağırlıklı cari harcamalar olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2009	97	57	34	6
2010	49	25	15	9
2011	51	29	20	2
2012	58	27	23	8
2013	103	41	36	26

Tablo 80 : Basım Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)
Kaynak : TÜİK, Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2009	23.445	13.085	7.371	2.989
2010	24.588	13.242	8.120	3.226
2011	28.781	16.036	9.348	3.397
2012	31.334	17.433	10.309	3.592
2013	33.425	19.140	10.353	3.932

Tablo 81 : İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)
Kaynak : TÜİK, Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2009	3,5	3,0	0,5
2010	2,9	2,4	0,5
2011	3,2	3,1	0,1
2012	3,6	3,4	0,2
2013	5,8	5,8	0,0

Tablo 82 : Basım Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2009	2.105	1.760	255
2010	2.035	1.812	223
2011	2.569	2.119	450
2012	3.124	2.610	514
2013	3.611	3.054	557

Tablo 83 : İmalat Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

2.2.10. Üretim, Tüketim ve İç Pazar Büyüklükleri

2.2.10.1. Türk Basım Sanayinin Gelişimi

Türk basım sektörünün bir sanayi niteliğinde gelişimi 1950'li yıllarda dönemin tipolojisi kullanılarak başlamıştır. 1950'li yılların başında çoğu küçük ölçekli 1000'e yakın basım sektörü işletmesi bulunmaktadır. Bu sayı 1960 yılında yaklaşık 1500 olmuş, orta ve büyük ölçekli işletmeler oluşmaya başlamıştır.

Türk basım sanayinin gelişme sürecinde ikinci aşama 1960'lı yılların ortasında ofset teknolojisinin kullanılması ile başlamıştır. 1970 yılına gelindiğinde basım sektöründe yer alan toplam firma sayısı 2.471 olmuştur. Bu firmaların 2.282 adeti küçük firmalar 189'u ise orta ve büyük ölçekli firmalardır.

1970-1985 yılları arasında ise Türk basım yayım sanayisinde iki ana eğilim belirleyici olmuştur. Bunlardan ilki ofset teknolojisinin kullanımının daha yaygın hale gelmeye başlamasıdır. İkinci eğilim ise gelişmiş ülkelerde hızlanan teknoloji değişimi ve ofset teknolojisinin kullanımı ile ellerindeki mevcut çok geniş kapasiteli eski (tipolojili) makinelerin gelişmekte olan ülkelere transfer edilmesi ile oluşmuştur. Bu çerçevede 1970-1985 arasında sektörde faaliyet gösteren işletme sayısı hızla artmıştır. Sektörde faaliyet gösteren işletme sayısı 1980 yılında 3.391, 1985 yılında ise 4.137'ye çıkmıştır. 1985 yılına gelindiğinde 4.137 firmanın 3.859'u küçük ölçekli, 278'i ise orta ve büyük ölçekli işletmelerdir.

1985 yılından itibaren Türk basım yayım sanayisi üçüncü önemli ve yeni bir gelişme aşamasına girmiştir. Bu yeni gelişme aşamasına geçiş de yine teknoloji odaklı olarak başlamıştır. Tipolojisinden ofset teknolojiye yoğun bir geçiş başlamıştır. İşletme sayısı 1990 yılında 5.564'e, 1995 yılında 6,269'a, 1997 yılında 7.224'e ve 2002 yılında 9.435'e yükselmiştir.

2000'li yıllarda Türk basım sanayindeki gelişmeleri belirleyen yine teknolojideki ilerlemeler ve yenilikler olmaktadır. Bilgi işlem, elektronik ve dijital baskı alanında yaşanan teknolojik ilerlemeler ile birlikte geleneksel matbaa ve basım işleri yerlerini hızla bilgisayar ve dijital tabanlı matbaacılık ve basım işlerine bırakmaktadır. Bu çerçevede basım sanayindeki firmalarda da önemli bir dönüşüm yaşanmaktadır.

2.2.10.2. Türk Basım Sanayiinde Pazar Büyüklüğü

Türk basım sanayindeki pazar büyüklüğü Türkiye'de mevcut basım firmalarının gerçekleştirmiş olduğu işleri temel alarak değerlendirilmekte ve hesaplanmaktadır. Bu yaklaşıma bağlı olarak Türk basım sanayi firmalarının gerçekleştirmiş oldukları işlerin parasal karşılığı olan ciro büyüklükleri kullanılmaktadır. Basım sanayi firmalarının yıllar itibariyle ciro büyüklükleri aşağıda sunulmaktadır.

Ciro büyüklükleri TÜİK Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verilerinden alınmıştır. TÜİK'in Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistiklerinde ciro büyüklüğü; basım sanayinde faaliyet gösteren tüm firmaların ilgili yıl içinde yaptıkları yurtiçi ve yurtdışı mal ve hizmet satışlarının toplamı ile hesaplanmakta ve sunulmaktadır.

Basım sanayinin bu yöntem ile hesaplanan ciro büyüklüğü 2012 yılında 6 milyar TL, 2013

yılında ise 6,7 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Basım sanayindeki firmaların ihracatının çok sınırlı olduğu düşünüldüğünde mevcut ciro verileri yurtiçi basım sanayi pazar büyüklüğünü önemli ölçüde yansıtmaktadır.

Basım sanayinde en önemli alt pazarı elde edilen ciro büyüklüğü itibariyle diğer matbaacılık işleri pazarı oluşturmaktadır. Onu gazetelerin basımı işleri izlemektedir.

En büyük pazar olan diğer matbaacılık işleri pazarı aşağıdaki işlerden oluşmaktadır; Haftada dört kereden daha az yayınlanan dergilerin ve diğer mecmuaların basılması, kitapların ve broşürlerin, müzik eserlerinin ve müzik el yazmalarının, haritaların, atlasların, posterlerin, reklam kataloglarının, prospektüslerin ve diğer basılı duyuruların, posta pullarının, vergi pullarının, tapu senetlerinin, çeklerin ve diğer kıymetli evrakların, akıllı kartların, albümlerin, günlüklerin, takvimlerin, iş formlarının ve diğer ticari içerikli basılmış evrakların, kişisel kırtasiye ürünleri ve diğer tipo baskı yoluyla basılan ürünlerin, ofset baskı, fotogravür, fleksografik baskı, ekran baskısı ve basım için kullanılan diğer baskı aletleri, teksir makineleri, bilgisayar yazıcıları, kabartmalı baskı yapan makineler, vb. kullanılarak basılması (hızlı basım dahil), doğrudan tekstil ürünleri, plastik ürünler, cam, metal, ahşap ve seramik üzerine baskı yapılması.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
18	Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	4.169	4.137	5.294	5.415	6.046	5.794	6.040	6.720
18.11	Gazetelerin Basımı	791	880	860	562	638	538	561	630
18.12	Diğer Matbaacılık	3.241	3.088	4.272	4.648	5.132	5.068	5.266	5.820
18.13	Basım ve Yayım Öncesi Hizmetler	82	84	73	135	190	118	131	154
18.14	Ciltçilik İle İlgili Hizmetler	31	69	69	59	71	59	64	85
18.20	Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	15	12	13	11	15	10	18	31

Tablo 84 : Basım Sanayi Ciro Büyüklüğü (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

TÜİK'in Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri ciro büyüklüğü basım sanayinde faaliyet gösteren tüm firmaların ilgili yıl içinde yaptıkları yurtiçi ve yurtdışı mal ve hizmet satışlarının toplamı ile hesaplanmaktadır.

Ancak basım sanayinde faaliyet gösteren firmaların mal ve hizmet satışları içinde satın alarak baskı işleri yaptıkları kağıt ve karton ürünleri de bulunmaktadır. Bu itibarla toplam cirolar içinde bu ürünlerin değerleri de bulunmaktadır.

Basım sanayinde satın alınarak basım işlemi yapılan ürünlerin hesaplanması için Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Girişimci Bilgi Sistemi

sektörler arası alış-satış verileri kullanılmaktadır.

Aşağıdaki tabloda 2013 yılında basım sanayinin sektörlerden yaptıkları alışlar sunulmaktadır.

Bunlar içinde kağıt sanayi, plastik sanayi ve kimya sanayinden (bir kısmı) yapılan alışların basım işleri için yapılan alışlar olduğu varsayılmaktadır. 2013 yılında bu alışların toplamı yaklaşık 800 milyon Türk Lirasıdır. Bu büyüklüğün yukarıdaki TÜİK iş istatistiklerinde verilen basım sanayi toplam ciro rakamından düşülmesi (kar marjı ile hesaplanarak) halinde basım sanayi firmalarının sadece basım işleri ile elde ettikleri ciroya ve pazar büyüklüğüne büyük ölçüde ulaşılacaktır.

Satan Sektör	Alan Sektör	18 - Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması
10 - Gıda Ürünlerinin İmalatı		22.123.016
13 - Tekstil Ürünlerinin İmalatı		37.312.052
16 - Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri İmalatı		9.449.191
17 - Kağıt ve Kağıt Ürünlerinin İmalatı		302.162.664
18 - Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması		731.798.730
20 - Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı		166.648.119
22 - Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı		378.059.369
26 - Bilgisayarların, Elektronik ve Optik Ürünlerin İmalatı		20.494.300
27 - Elektrikli Teçhizat İmalatı		51.928.984
28 - Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı		46.849.059

Tablo 85 : Basım Sanayinin Sektörel Satın Alımları (TL, 2013)

Kaynak : Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Girişimci Bilgi Sistemi.

Türk basım sanayinde iş veya pazar büyüklüğü karşılaştırması için aşağıda AB ülkelerinin basım sanayi verileri sunulmaktadır. Sanayilerin ciroları İş İstatistikleri verileri ile elde edilen büyüklüklerdir.

Ülke	Ciro (Milyar Euro)	Girişim Sayısı (Adet)	İstihdam (Bin Kişi)
Almanya	21,0	12.519	166,8
İngiltere	13,5	13.261	120,4
İtalya	11,2	16.577	94,3
Fransa	9,3	17.776	78,0
İspanya	5,9	14.219	65,0
Hollanda	4,2	4.105	27,9
Belçika	3,4	4.685	18,3
Türkiye	2,8	12.927	53,2
İsveç	2,7	3.113	16,1
Polonya	2,6	8.650	46,4
Avusturya	2,4	891	13,3
Çek Cumh	1,5	8.655	24,3
Finlandiya	1,5	1.117	10,1
İrlanda	1,1	359	5,8
Danimarka	1,0	870	7,6
Portekiz	1,0	2.983	16,4
Macaristan	0,9	3.481	15,5
Romanya	0,7	1.933	16,9
Yunanistan	0,6	3.161	10,8
Hırvatistan	0,5	1.602	8,6
Slovenya	0,4	1.214	4,7
Slovakya	0,4	1.452	6,6

Tablo 86 : AB Ülkelerinde Basım Sanayi Göstergeleri (2012)
Kaynak : KPMG, Printing Industry and Packaging Market in Poland, 2014.

2.2.10.3. Basım Sanayinde Alt Pazarlar ve İşler

Basım sanayinde üç önemli alt pazar bulunmaktadır. Bunlar gazete, dergi ve kitapların basımı, ambalaj baskıları ve diğer baskılı ve basılı ürünler pazarlarıdır.

2.2.10.3.1. Gazete, Kitap ve Dergi Basımı

Basım sanayinde önemli bir alt pazar gazeteler, dergiler ve kitapların basım işleridir. Türkiye'de yayınlanan gazete, dergi ve kitap sayıları, tirajları ve satışları basım alt sektörünün büyüklüğünü meydana getirmektedir. Buradaki basım işlemleri baskı öncesi, baskı ve baskı sonrası yapılan tüm işleri kapsamaktadır.

Türkiye'de yayınlanan gazete ve dergi sayıları, tirajları, baskı sayıları ve baskı yerleri ile ilgili verileri Türkiye İstatistik Kurumu Yazılı Medya Araştırması ile yıllık olarak yayınlamaktadır.

Buna göre Türkiye'de ulusal, bölgesel ve yerel bazda 2013 yılında yayınlanan gazete sayısı 3.100, dergi sayısı ise 4.058'dir. Yayınlanan gazetelerin tirajı 2013 yılında 2,3 milyar adet, dergilerin tirajı ise 165,4 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Gazete	Dergi
2005	1.848	2.360
2006	1.993	2.650
2007	2.336	3.338
2008	2.479	3.186
2009	2.604	3.469
2010	2.780	3.679
2011	2.905	3.873
2012	3.004	4.105
2013	3.100	4.058

Tablo 87 : Yıllara Göre Türkiye'de Yayınlanan Gazete ve Dergi Sayısı
Kaynak : TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri.

Yıllar	Gazete	Dergi
2005	1.530.275.540	86.538.861
2006	2.240.851.025	109.491.539
2007	2.341.577.955	129.124.644
2008	2.550.125.909	115.308.545
2009	2.139.981.977	126.935.310
2010	2.432.181.300	139.513.004
2011	2.130.183.241	135.354.912
2012	2.143.479.869	165.027.978
2013	2.299.382.004	165.401.905

Tablo 88 : Yayınlanan Gazete ve Dergi Tirajları
Kaynak : TÜİK, Yazılı Medya İstatistikleri.

Basım pazarını oluşturan bir diğer önemli ürün grubu kitaplardır. Kitaplar ile ilgili resmi veri kaynağı Türkiye İstatistik Kurumunun yayınladığı Uluslar arası Standard Kitap Numarası (ISBN) İstatistikleridir.

2008 yılında basılan kitap sayısı 31.760 iken bu sayı 2013 yılında 42.655 olarak gerçekleşmiştir. Kitapların basım adedi ise 2008 yılında 163,2 milyon adet, 2013 yılında ise 330 milyon adet olmuştur.

Kitap pazarında ISBN numarası alarak basılan ve yayımlanan kitapların dışında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından basılan veya bastırılan ve ücretsiz olarak dağıtılan ders kitapları bulunmaktadır. 2013-2014 eğitim döneminde 206,2 milyon adet ders kitabı dağıtılmıştır.

Kitaplar	2008	2011	2012	2013
Yayın Evi Sayısı	1.432	1.676	1.811	1.732
Basılan Kitap Sayısı	31.760	39.247	39.367	42.655
Bandrol Alan Kitap Adeti	163.165.695	289.193.982	293.257.824	330.017.405
Ücretsiz Dağıtılan Ders Kitabı	128.233.848	204.275.661	187.000.000	206.241.635
Toplam Üretilen Kitap Adeti	291.399.543	493.469.643	480.257.824	536.259.040

Tablo 89 : Türkiye'de Kitap Pazarı (Adet)

Kaynak : Türkiye Yayıncılar Birliği, Türkiye Kitap Pazarı Raporu.

Türkiye'de kitap pazarı büyüklüğü 2013 yılında 2,34 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye Yayıncılar Birliğinin Türkiye Kitap Pazarı Raporu verilerine göre 2008 yılında 1,1 milyar dolar olan kitap pazarı son beş yıl içinde hızlı bir büyüme göstermiştir. Eğitim kitapları 1,2 milyar dolar ile en büyük alt pazardır. Kültür yayınları 900 milyon dolarlık büyüklüğe ulaşmıştır. Akademik kitaplar 85 milyon dolar, ithal kitaplar ise 150 milyon dolar pazar büyüklüğüne sahiptir.

Kitaplar	2008	2011	2012	2013
Eğitim Yayınları	515	1.225	1.295	1.179
Ders	180	190	210	164
Yardımcı Ders	110	202	250	230
Sınava Hazırlık	225	833	835	785
Kültür Yayınları	500	780	750	900
Akademik Yayınlar	38	196	70	85
İthal Yayınlar	79	107	110	150
Yabancı Dil Eğitimi	54	38	70	75
Diğer Kitaplar	25	69	40	75
Toplam	1.132	2.308	2.225	2.314

Tablo 90 : Türkiye'de Kitap Pazarı (Milyon Dolar)

Kaynak : Türkiye Yayıncılar Birliği, Türkiye Kitap Pazarı Raporu.

2.2.10.3.2. Ambalaj Baskıları

Basım sanayinde en büyük alt pazarlardan birini ambalaj baskıları pazarı oluşturmaktadır. Basım sanayisi ile ambalaj sanayi içiçe geçmiş durumdadır. Nihai üreticiler büyük ölçüde baskılı ambalaj malzemesi kullandıkları için basım firmaları baskılı ambalaj malzemesi üretiminde de bulunmaktadırlar. Bu nedenle ambalaj baskı pazarı içinde hem ambalaj baskı işlemi, hem de baskılı ambalaj malzemesi üretimi yer almaktadır.

Ambalajlı ürünlerin tüketimi hızlı kentleşme, nüfus artışı, yaşam standartlarının artması,

kadınların iş hayatına katılımı, tüketim alışkanlıklarının değişimi, alışveriş merkezlerinin yaygınlaşması, perakende alışveriş eğilimi, dayanıksız ve yarı dayanıklı tüketim malları harcamalarında artış ve hızlı ihracat artışı gibi nedenlerle sürekli ve düzenli olarak genişlemektedir.

Buna bağlı olarak ambalaj baskı pazarı da genişlemektedir. Bu çerçevede aşağıda Türkiye'de ambalaj baskı pazarında baskı işlemine tabi olabilecek veya baskılı olarak üretililecek ürünlerin üretimindeki gelişme sunulmaktadır.

Basım faaliyetleri için önemli bir ürün grubu olan kağıt-karton ve oluklu mukavva ambalaj ürünleri üretimi 2006 yılında 1,7 milyon ton iken, 2010 yılında 2,2 milyon ton ve 2013 yılında ise 2,5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

İhracat odaklı olarak hızlı büyüyen plastik ambalaj ürünleri üretimi ise 2006 yılında 1.29 milyon ton olduktan sonra hızlı büyümesini izleyen yıllarda da sürdürmüş 2010 yılında 1,8 milyon ton ve 2013 yılında ise 2,5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

Ürünler	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kağıt	60	80	80	117	106	110	88
Karton	362	395	418	503	564	534	568
Oluklu Mukavva	1.318	1.387	1.389	1.564	1.703	1.772	1.879
Plastik	1.290	1.530	1.560	1.835	2.013	2.160	2.519
Metal	364	329	310	366	364	375	385
Cam	553	723	567	734	857	951	978
Ahşap	385	385	385	420	454	470	484
Toplam	4.332	4.829	4.709	5.538	6.060	6.372	6.901

Tablo 91 : Türkiye'de Ambalaj Ürünleri Üretimi (Bin Ton)

Kaynak : Ambalaj Sanayicileri Derneği.

2.2.10.3.3. Diğer Basılı ve Baskılı Ürünler

Diğer basılı ve baskılı ürünler içinde en önemli payı eğitim, iş dünyası ve günlük kullanım için üretilen basılı ve baskılı kırtasiye ürünleri almaktadır. Bu ürünlerin basım ve baskı işleri basım yayım sanayinin önemli bir alt pazarını oluşturmaktadır.

2.2.10.3.4. Reklam ve Yaratıcı Sektör Basılı Ürünleri

Basım sanayinde bir diğer alt pazarı reklam ve yaratıcı sektör için üretilen basılı malzemelerinin yer aldığı pazar oluşturmaktadır. Reklam ve yaratıcı sektör basılı ürünlerini insert ilanlar, el ilanları, kataloglar, broşürler ve her türlü basılı ilan (out door kullanılan) gibi ürünler oluşturmaktadır. Özellikle perakende pazarındaki gelişmeye bağlı olarak basılı ürünler daha çok kullanılmaya başlamıştır ve bu eğilimin hızlanarak süreceği tahmin edilmektedir.

Reklam ve yaratıcı sektör basılı ürünleri reklam harcamalarının bir alt parçası olup Türkiye'deki reklam harcamalarındaki gelişmeye bağlı olarak büyümektedir. Bu çerçevede aşağıda Türkiye'de reklam harcamaları ve basılı malzeme harcamaları yer almaktadır.

	2008	2013
Reklam Harcamaları	3.241	5.081
Televizyon	2.014	2.908
Açık hava	174	348
Radio	86	133
Sinema	24	57
Dijital	101	495
Basın (Gazete, Dergi, vb.)	842	1.140
Reklam Bedeli	676	900
Basılı Malzemeler (Insert, vb.)	166	200
Reklam Yatırımları (*)	979	1.615
Toplam Reklam Pazarı	4.220	6.696

Tablo 92 : Türkiye'de Reklam Harcamaları ve Basılı Malzemeler (Milyon TL)

Kaynak : Reklam Verenler Derneği verilerinden oluşturulmuştur.

(*) Reklam Yapımı, Komisyonlar, Ajans Gelirleri vb.

2.2.10.4. Basım Sanayi Makine Yatırımları ve Mürekkep Kullanımı

Basım sanayi giderek daha ileri teknolojiler kullanmakta ve bu amaçla makine parkını iyileştirmekte ve geliştirmektedir. Geleneksel makine teknolojileri yerini önemli ölçüde ofset makinelerle bıraktıktan sonra son yıllarda dijital makine yatırımları da hızla genişlemeye başlamıştır. Basım yayım sektörü üretim teknolojilerinde ve makine kullanımında daha çok dışa bağımlıdır. Makine parkının önemli bir bölümü ithalat ile karşılanmaktadır.

Basım yayım sanayisinin makine ithalatına ilişkin gelişmeler aşağıda alt detayları ile sunulmaktadır. Basım sanayinin matbaa ve ciltleme makineleri

ile parçaları toplam ithalatı 2006 yılında 375,4 milyon dolar iken 2013 yılında 277,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat içinde ofset makineleri ile dijital makinelerin de yer aldığı diğer makineler ve yardımcı makineler en çok ithalat yapılan iki kalemi oluşturmaktadır.

2009 yılında yaşanan ekonomik kriz ile kapasitede oluşan fazlalık makine ithalatında daha sonra yavaşlamaya yol açmıştır. Makine ithalatı kapasite artırımı ile birlikte daha çok teknoloji yenileme ve yeniden yapılanma amaçlı gerçekleştirilmektedir.

SITC Sınıflamasına Göre Makineler	2006	2008	2010	2012	2013
726 Matbaa ve Ciltleme Makine Parçaları	375,4	316,1	269,2	254,3	277,1
7263 Matbaacılıkta Kullanılan Makineler, Cihazlar vs. Çeşitli Malzemeler	16,7	53,0	40,8	30,8	30,4
7265 Ofset Baskı Makineleri	205,1	162,5	83,7	74,4	75,4
7266 Diğer Makineler ve Yardımcı Makineler	37,4	49,5	96,1	109,0	124,9
7268 Ciltleme Makineleri	60,7	18,4	28,4	16,9	17,3
7269 Makine Parçaları (72631, 7265, 7266 için)	55,4	32,8	20,3	23,2	29,2

Tablo 93 : Basım Sanayi Makine İthalatı (Milyon Dolar)

Kaynak : Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret İstatistikleri ve Veritabanı.

Basım sanayinde makine yatırımlarının önemli bir bölümü finansal kiralama yolu ile yapılmaktadır. Bu nedenle basım sanayi ile ilgili donanımların kiralama işlemlerindeki gelişmeler sektörün yatırım eğilimi için önemli bir göstergedir.

2006 yılında 153,6 milyon dolar ile en yüksek seviyesine ulaşan finansal kiralama işlemleri 2008 yılında 146 milyon dolara indikten sonra 2010 yılında ekonomik krizin etkisi ile birlikte 71,8 milyon dolara gerilemiştir. 2013 yılında ise basım sanayi ile ilgili makine ve donanımlarına ilişkin finansal kiralama işlemleri yeniden 129,2 milyon dolara yükselmiştir.

Basım Yayın Donanımları	2006	2008	2010	2012	2013
Matbaa ve Kağıt İşleme Makineleri (Toplam)	153,2	146,0	71,8	110,6	129,2

Tablo 94 : Basım Sanayi ile İlgili Makine ve Donanımların Finansal Kiralama İşlemleri (Milyon Dolar)

Kaynak : Finansal Kiralama Derneği.

Basım sanayinde kullanılan mürekkep büyüklüğü sektörün gelişme eğilimi için önemli bir göstergedir. Türk basım sanayi sektöründe kullanılan mürekkebin tamamına yakını ithal etmektedir. Bu nedenle ithalat verileri sektörün gelişimini önemli ölçüde yansıtmaktadır.

Basım sanayinin mürekkep ithalatı aşağıda toplam, siyah ve renkli mürekkep ayrımları ile sunulmaktadır. Buna göre 2006 yılında 9.815 ton ve 75,4 milyon dolar olan mürekkep ithalatı 2013 yılında 14.548 ton ile 152,4 milyona çıkmıştır. 2013 yılında renkli mürekkep ithalatı 10.953 ton ve 106,2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

	2006	2008	2010	2012	2013
Mürekkep Toplam (3215) (Milyon Dolar)	75,4	91,9	106,2	135,3	152,4
Mürekkep Toplam Ton	9.815	10.088	12.214	13.479	14.548
Siyah Toplam (321511) (Milyon Dolar)	7,5	10,1	13,3	17,0	19,1
Siyah Toplam (Ton)	1.469	1.601	2.195	2.222	2.360
Renkli Toplam (321519) (Milyon Dolar)	55,3	68,0	75,2	98,4	106,2
Renkli Toplam (Ton)	7.542	7.504	9.180	10.222	10.953
Diğer Yazı Çizim Toplam (321590) (Milyon Dolar)	12,6	13,8	17,7	19,9	27,1
Diğer Yazı Çizim Toplam (Ton)	805	983	839	1.035	1.234

Tablo 95 : Basım Sanayi Mürekkep İthalatı (Milyon Dolar)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

2.2.10.5. Basım Sanayinde Genel Eğilimler

Basım sanayinin son dönemde meydana gelen eğilimlerine ilişkin veriler aşağıda yer almaktadır (Basım Sanayi Eğilim Vakfı, BASEV verileridir) Değerlendirme; üretim, yatırım, ihracat ile dış ticaret ve yabancı yatırımlar alt başlıklarında sıralanmıştır.

2.2.10.5.1. Üretim Eğilimleri

2.2.10.5.1.1. Hammaddeler

1. Sektörün, üretim için kullandığı iki önemli hammadde olan kağıt ve mürekkep ile ilgili ülke dışı bağımlılığı devam etmektedir.
2. Sektör, için önemli bir yere sahip olan gazete kağıdı üretimi çok düşük seviyeye gerilerken; hamur ve kuşe kağıtlara ilişkin üretimde artış gözlenmektedir. Ancak yine de sektörün tüm kullanım ihtiyacını karşılamak henüz mümkün olmamıştır.
3. Özellikle kağıdın hammaddesi olan kağıt hamuru ithalatındaki hızlı artış dikkat çekici olarak kayıtlara düşülmesi gereken bir husustur.
4. Kağıt hamuru imalatı ve duvar kağıdı İmalatı İle İlgili sektörde yüksek yoğunlaşma görülürken, oluklu kağıt ve mukavva imalatı ile kağıt ve mukavvadan yapılan

muhafazaların imalatı alt sınıflarında yoğunlaşma oranları oldukça düşük çıkmıştır.

5. Sektörün mürekkep ithalatı son 5 yıl içinde hızlı artmıştır. Özellikle siyah dışı renkli mürekkep ithalatının artışı dikkat çekicidir.

2.2.10.5.1.2. Kapasite Kullanımı

1. Basım sektörü genel olarak kapasitesini tam anlamıyla verimli bir şekilde kullanamamaktadır. Özellikle toplam imalat ile karşılaştırmalarda, mevcut kapasitesinin altında kullanıma sahiptir.
2. İl bazında kapasite kullanımı ile ilgili verilerde Tekirdağ ve Hatay illerinin öne çıkmaya başladığı görülmektedir.
3. Çalışılan saatlerde ise yıldan yıla düşüş gözlenmektedir.

2.2.10.5.1.3. Kullanılan Teknoloji

1. Sektörün makine yatırımları devam etmektedir. Ofset baskı yatırımları azalırken; dijital, tıfdruk ve flekso baskı ile ilgili yatırımlar hız kazanmıştır.
2. Sektörün dijital baskıya olan ilgisi artarak devam etmektedir.

3. Türkiye'deki tüm sanayi, imalat ve hizmet sektörlerinde olduğu gibi basım sektörü içinde teknoloji kullanımında dışarıya bağımlılık devam etmektedir.
4. Teknoloji yatırımının getirdiği kalifiye işgücü ihtiyacı ve açığı devam etmektedir.

2.2.10.5.2. İşletmelerin Gelişim Eğilimleri

2.2.10.5.2.1. Rekabet Koşulları

1. Sektörün halen büyük bir çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşuyor olmakla birlikte yapılan makine ve sabit yatırımlar, işletmelerin büyüme yolunda adımlar atmaya çalıştıklarını göstermektedir.
2. Basım sanayinin ekonomik krizlerden birincil derece etkilenen sektör olmasına rağmen, yıl bazlı ciro rakamları itibariyle büyümesini sürdürmeyi başarmıştır. Önümüzdeki süreçte verimlilik boyutu ile devam edeceği tahmin edilmektedir.
3. Verimlilik ve kalite arasındaki bağlantı sektör tarafından daha da iyi anlaşılacak şekilde, sektörün kaliteye ve verimliliğe artırıcı yöntemlere yatırımlar yaptığı gözlenmektedir.
4. En büyük rakip olan dijital ortamın varlığına karşı gerekli rekabet sağlayıcı tedbirler alınması için adımların atılması zorunluluğu iyice hissedilmeye başlamıştır.
5. Küçük ölçekli işletmelerin hammadde alımlarında ortak bir platformu kurma girişimleri gündeme gelmiştir.

2.2.10.5.2.2. İşgücü İstihdamı

1. Sektörün iş gücü istihdamı, teknoloji yatırımlarına paralel olarak daha kalifiye eleman ihtiyacına doğru ilerlemektedir.
2. Sektöre, birincil olarak eleman yetiştirdiği öngörülen matbaa meslek lisesi mezunlarının sayısal olarak bakıldığında istihdamı karşılayacak düzeyden uzakta olduğu görülmektedir. 2014 yılında olmasa bile daha sonraki yıllarda sektörün, özellikle üretim

bölümünde ciddi işgücü ihtiyacı olacağı görülmektedir.

3. Sektörde kadın işgücünün istihdamı artış göstermiştir. Bunun daha çok sektörün içindeki beyaz yaka iş konumları için olduğu tahmin edilmektedir.

2.2.10.5.3. Yatırım Eğilimleri

2.2.10.5.3.1. Baskı Öncesi Yatırımlar

1. Baskı öncesi hizmetlere ilişkin yatırımlar CtP ağırlıklı olarak devam etmektedir.
2. Geçmişte olduğu gibi baskı öncesine ilişkin hizmetler müstakil olma eğilimlerini sürdürmektedir. Ancak büyük ölçekli işletmeler yine de baskı öncesi süreçlere ilişkin yapıyı bünyelerinde bulundurmaya devam etmektedir.

2.2.10.5.3.2. Baskı Yatırımları

1. 2000'li yıllardan beri devam eden özellikle tabaka ofset baskı makinesi yatırımını sektör sürdürmektedir.
2. Sektör tıfdruk baskı ile ilgili yatırımlarını artırarak devam etmektedir. Bunun daha çok ambalaj yatırımları ile bağlantılı olduğu gözlenmektedir.
3. Sektörün dijital baskıya olan eğilimleri devam etmektedir. Sektör konvansiyonel baskı türü ile dijital baskıyı bir arada kullanacağı projeler üzerinde çalışmaktadır.
4. Düşük tirajlı ve kişiye özel baskılarda artışların olması dijital baskıya olan talebi attırmaktadır. Sektör rekabet gücünü geliştirmek adına dijital baskı makinelerine yatırım yapmaya devam etmektedir.

2.2.10.5.3.3. Baskı Sonrası Yatırımları

1. Baskı sonrası makine ve ekipmanları ile ilgili makine alımlarında azalmalar olmuştur.
2. Baskı sonrasında, baskı öncesinde olduğu gibi bir uzmanlaşma görülmeye başlanmıştır. Sadece baskı sonrası faaliyetleri yürüten işletmelerin sayısında artış gözlenmiştir.

2.2.10.5.4. Dış Ticaret ve Yabancı Yatırımcı Eğilimleri

1. Basım sektörü halen dış ticaret konusunda iç piyasaya hitap etmeye devam etmektedir. Küçük ihracatlar dışında sektör halen iç piyasaya iş yapmaktadır. Teknoloji ve kapasite bakımından gerekli noktaya gelen sektörün dış ticaret bağlamında gerekli adımları ivedilikle atması gerektiği görülmektedir.
2. Sektöre, doğrudan yabancı yatırımları dalgalı seyir izlemektedir Bununla birlikte az da olsa yabancı yatırımlarında artış devam etmektedir.
3. Sektör, 2010 yılından itibaren yurtdışında yatırım yapmaya başlamıştır. Bu yatırımların başlamış olması sektörün dış ticaret bağlamında ülke dışına açılması açısından önemli bir gelişme olarak durmaktadır. İlerleyen yıllarda yatırımda artış olacağı tahmin edilmektedir.

2.3. Dünya Basım Sanayi ve Türkiye'nin Konumu

Dünya basım sanayi bölümünde dünya basım sanayinde temel büyüklükler, dünya basım sanayinde genel eğilimler ile dünya basım sanayi dış ticareti incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

2.3.1. Dünya Basım Sanayi Temel Büyüklükleri

Dünya basım sanayinde temel büyüklükler basım pazarındaki işler, bölgeler ve ülkelerdeki gelişmeler ile basım türlerindeki gelişmeler başlıkları ile değerlendirilmektedir.

2.3.1.1. Dünya Basım Pazarında İşler

Basım sanayi işleri küresel ölçekte özellikle teknolojiye bağlı gelişmelere bağlı olarak önemli gelişim ve değişimler göstermektedir. Dünya basım pazarında iş hacmi 2008 yılında 891 milyar dolar ile zirvesine ulaşmıştır. Ancak 2008 yılsonunda yaşanan küresel krizin etkisi ile iş hacminde önemli bir daralma yaşanmıştır. 2009

yılında iş hacmi yaklaşık yüzde 12 oranında daralarak 784 milyar dolara gerilemiştir. Dünya basım sanayinde iş hacmi 2010 yılından itibaren yeniden ancak kademeli bir toparlanma eğilimine girmiştir. Bu toparlanma eğilimine bağlı olarak dünya basım sanayinde iş hacminin 2014 yılında yeniden 880,9 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir.

2014 yılından sonra ise dünya ekonomisindeki iyileşmenin de katkısı ile dünya basım sanayinde iş hacminin daha hızlı büyümesi beklenmektedir. Bu büyüme beklentisine bağlı olarak 2018 yılında dünya basım sanayi iş hacminin 980 milyar dolara ulaşması tahmin edilmektedir.

Dünya basım sanayinde iş hacmini oluşturan basım işleri arasında da önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Ticari baskı işleri kitap ve dergi, rehberler ve el kitapları, kataloglar, reklam baskıları, broşürler, teknik dokümanlar, baskılı eğitim malzemeleri, kartlar, kartvizitler ile ticari ve kıymetli evraklar gibi ürünlerin basım işlerini kapsamakta olup küresel basım sanayi içinde en geniş payı olmayı sürdürmektedir. Ancak ticari basım işlerinin toplam iş hacmi içindeki payı gerilemektedir. Özellikle dergi, kitap, rehberler, kataloglar gibi basım işleri azalmaktadır.

Gazete basımı geleneksel basım işi olarak 2008 sonrasındaki gerileme ardından gelişen ülkelerdeki büyümenin katkısı ile büyüklüğünü korumakla birlikte dünya basım sanayi toplam iş hacmi içinde payı gerilemektedir.

Ambalaj ve etiket baskıları dünya basım sanayi işleri içinde en hızlı büyüyen, payı artan ve sürükleyici konumda olan basım işlerdir. 2018 yılında ambalaj ve etiket baskıları iş hacminin 343 milyar dolar, payının ise yüzde 35 olacağı öngörülmektedir.

İşyerlerinde veya işyerleri için yapılan baskılar ile diğer baskıların da dünya basım sanayi iş hacmi içinde payı sınırlı ve kademeli olarak gerilemektedir. İşyerlerinde ve işyerleri için baskılar reproduksiyon baskıları, fotokopi baskıları, hızlı baskıları, postalama baskılarını, işyerleri içindeki in-house baskıları ve diğer baskıları kapsamaktadır. Bu alandaki iş hacminin korunmasını daha çok gelişen ülkelerdeki büyümeler destekleyecektir.

	2008		2014		2018	
	Pay (%)	Milyar Dolar	Pay (%)	Milyar Dolar	Pay (%)	Milyar Dolar
Ticari Baskı İşleri	49,4	440,2	47,2	415,5	44,0	431,2
Dergiler	9,0	79,8	8,6	76,0	7,5	73,2
Kitaplar	5,0	44,4	4,5	39,4	3,9	37,9
Rehberler El Kitapçıkları	2,4	21,2	2,2	19,0	1,8	17,8
Kataloglar	5,8	51,4	4,6	40,5	4,0	38,7
Reklam Baskıları	13,8	123,0	13,8	121,4	13,8	134,8
Kırtasiye, Defter Ajanda, Kartlar, Kartvizitler ve Diğer	13,4	117,4	13,5	119,2	13,1	128,8
Ambalaj ve Etiket Baskıları	24,5	218,3	28,9	254,4	35,0	343,0
Gazete Basımı	6,6	58,8	5,5	48,4	5,0	49,0
İşyerlerinde ve Diğer Baskılar	14,6	130,3	12,6	110,9	11,8	115,7
Reprodüksiyon Baskılar	5,6	49,9	5,1	44,9	4,5	44,1
İşyerlerinde Baskılar	3,6	32,1	3,0	26,4	2,7	26,5
Fotokopi Baskıları	1,2	10,7	1,1	9,7	1,1	10,8
Hızlı Baskılar	1,2	10,7	1,1	9,6	1,0	9,8
Postalama Baskıları	1,9	16,9	1,5	13,2	1,9	18,5
Diğer Baskılar	1,1	10,0	0,9	8,0	0,6	6,0
Baskı Sonrası Hizmetler	2,2	19,6	2,4	21,1	2,6	25,5
Baskı Öncesi Hizmetler	2,1	18,7	2,0	17,6	1,8	17,6
Toplam	100,0	891,0	100,0	880,3	100,0	980,0

Tablo 96 : İşlere Göre Dünya Basım Pazarı

Kaynak : Pira-Smithers, The Future of Global Printing, 2014.

2.3.1.2. Bölgelere ve Ülkelere Göre Dünya Basım Pazarı

Dünya basım pazarında gelişmiş ülkelerde iş hacmi durağan kalırken, iş hacmindeki küresel büyüme gelişen ülkelerden kaynaklanmaktadır.

ABD, Kanada ve Meksika'dan oluşan ancak temel büyüklüğünü ABD'nin oluşturduğu Kuzey Amerika bölgesi ile Batı Avrupa'da iş hacmi 2008 yılından sonra önemli ölçüde küçülmüştür. 2018 yılına kadar olan dönemde Kuzey Amerika bölgesinde sınırlı bir büyüme beklenirken Batı Avrupa'da küçülmenin süreceği öngörülmektedir.

Gelişen ülkelerin ağırlıklı olduğu Asya, Güney Amerika ve Doğu Avrupa Bölgesi ile kısmen Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde ise basım sanayi iş hacmi mutlak olarak artmakta, dünya basım sanayi iş hacmi içindeki payları da yükselmektedir.

Özellikle Çin ve Hindistan'ın yer aldığı Asya bölgesinde hızlı bir büyüme yaşanmakta ve hızlı büyümenin süreceği öngörülmektedir.

Güney Amerika ile Orta ve Doğu Avrupa bölgesi de büyümeye devam edeceklerdir.

	2008		2014		2018	
	Pay (%)	Milyar Dolar	Pay (%)	Milyar Dolar	Pay (%)	Milyar Dolar
Kuzey Amerika	31,2	278,0	28,4	250,0	26,5	259,7
Batı Avrupa	27,6	245,9	25,0	220,1	20,0	196,0
Asya	30,0	267,3	34,9	307,2	41,0	401,8
Latin Amerika	5,1	45,4	5,5	48,4	6,0	58,8
Orta ve Doğu Avrupa	3,2	28,5	3,3	29,0	3,5	34,3
Avustralya	1,4	12,5	1,2	10,6	1,0	9,8
Orta Doğu	0,9	8,1	1,0	8,8	1,2	11,8
Afrika	0,6	5,3	0,7	6,2	0,8	7,8
Toplam	100,0	891,0	100,0	880,3	100,0	980,0

Tablo 97 : Bölgelere Göre Dünya Basım Pazarı

Kaynak : Pira-Smithers, The Future of Global Printing, 2014.

Bölgesel olarak en önemli iş hacmi kaybı Batı Avrupa ülkelerinde beklenmektedir.

2008 yılında 245,9 milyar dolar olan iş hacmi 2014 yılı için 220,1 milyar dolar ve 2018 yılı için ise 196,0 milyar dolar olarak öngörülmektedir.

Batı Avrupa basım sanayinde iş hacmi ambalaj ve etiket baskıları dışındaki diğer tüm basım işlerinde gerilemektedir.

	2008	2014	2018
Gazete	8,1	5,7	3,9
Dergiler	23,9	19,1	15,6
Kitaplar	10,9	8,7	6,6
Rehberler El Kitapçıkları	5,1	5,2	2,8
Kataloglar	8,9	7,2	4,4
Reklam Baskıları	34,5	29,6	24,4
Kırtasiye, Defter Ajanda, Kartlar, Kartvizitler ve Diğer	20,0	18,6	18,2
İşyerlerinde Baskılar	25,2	21,0	14,9
Ambalaj ve Etiket Baskıları	83,3	80,7	86,0
Baskı Öncesi ve Sonrası Hizmetler	26,0	24,2	19,2
Toplam	245,9	220,1	196,0

Tablo 98 : İşlere Göre Batı Avrupa Ülkeleri Basım Pazarı (Milyar Dolar)
Kaynak : Pira-Smithers, The Future of Global Printing, 2014.

Dünya basım sanayinde iş hacmi olarak ülkelerin büyüklükleri de aşağıda değerlendirilmektedir. ABD, 2000 sonrası iş hacmindeki daralmaya rağmen en büyük pazar olmayı sürdürmektedir. Çin en hızlı büyüyen ülke olarak 2014 yılında dünyanın ikinci

büyük pazarı haline gelmiştir. Japonya üçüncü pazar konumuna gerilemiştir. Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya ve İspanya'da iş hacmi küçülmektedir. Buna karşın Hindistan, Brezilya ve Meksika'da iş hacmi hızlı büyüme göstermektedir.

2008			2014			2018		
Sıra	Ülkeler	Pazar Büyüklüğü	Sıra	Ülkeler	Pazar Büyüklüğü	Sıra	Ülkeler	Pazar Büyüklüğü
1	ABD	242,2	1	ABD	213,0	1	ABD	219,7
2	Japonya	99,2	2	Çin	97,6	2	Çin	138,0
3	Çin	58,6	3	Japonya	91,1	3	Japonya	94,0
4	Almanya	41,2	4	Almanya	33,8	4	Almanya	31,5
5	İngiltere	32,9	5	İngiltere	27,8	5	Hindistan	30,0
6	İtalya	27,5	6	Fransa	25,5	6	İngiltere	26,0
7	Fransa	26,9	7	İtalya	24,4	7	Brezilya	25,0
8	Kanada	21,8	8	Hindistan	22,8	8	Fransa	24,0
9	Hindistan	16,3	9	Brezilya	20,5	9	İtalya	22,5
10	İspanya	16,2	10	Kanada	18,9	10	Meksika	20,8
11	Brezilya	15,5	11	Meksika	18,5	11	Kanada	19,2
12	Meksika	14,0	12	İspanya	15,0	12	İspanya	13,0
13	G.Kore	14,4	13	G.Kore	12,4	13	G.Kore	13,0

Tablo 99 : Bölgelere Göre Dünya Basım Pazarı (Milyar Dolar)
Kaynak : Pira-Smithers, The Future of Global Printing, 2014.

2.3.1.3. Baskı Türlerine Göre Dünya Basım Pazarı

Dünya basım pazarında baskı teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişme ve ilerlemeler baskı türleri içinde de değişimlere yol açmaktadır.

Ofset baskıların toplam baskı türleri içindeki payı gerilemektedir. Gravür baskıların büyüklüğü durağan seyrederken toplam içindeki payı düşmektedir. Baskı türleri içinde inkjet, elektrofotografi ve flekso baskılar ise hızlı bir büyüme göstermektedir.

	2008	2014	2018
Offset (Shefted Litho)	204,1	197,8	202,5
Offset (Heatsset Litho)	147,9	122,0	105,8
Offset (Coldset Litho)	125,8	99,8	84,1
Gravür	83,6	80,2	82,5
Flekso	150,3	155,6	181,8
Screen	25,9	20,5	16,5
Letterpress	8,7	5,0	4,5
Other	65,7	73,2	88,5
Elektrofotografi	51,4	81,2	125,7
Inkjet	27,6	45,0	88,1
Toplam	891,0	880,3	980,0

Tablo 100 : Basım Türlerine Göre Dünya Basım Pazarı (Milyar Dolar)
Kaynak : Pira-Smithers, The Future of Global Printing, 2014.

2.3.2. Dünya Basım Sanayiinde Genel Eğilimler

Dünya basım sanayiinde yaşanan eğilimler bağımsız araştırma kurumlarının gerçekleştirmiş oldukları yıllık eğilim anketleri, araştırmaları ve çalışmalarını ile küresel ölçekte izlenmektedir. Drupa (Global Trends in Printing Industry) (Drupa Global Insights), Printfuture (İngiltere), PIRA SMITHERS (İngiltere), Wissler and Partner (İsviçre) gibi kurumların çalışmaları dünya basım sanayinde yaşanan genel eğilimleri ortaya koymaktadır.

Basım sanayinde iş aktiviteleri bölgeler arasında önemli farklılıklar göstermeye başlamıştır. Basım sanayi Avrupa'da çok köklü ve güçlü bir sektör olmasına karşın, basım sanayi işlerinde Batı Avrupa genelinde bir gerileme eğilimi yaşanmaktadır. Avrupa'nın lider firmalarının önemli bir bölümü üretimlerini Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya gibi ülkelere kaydırmaktadır. Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya, İspanya, Hollanda ve Belçika'da sanayi ve iş hacmi küçülmektedir.

Gelişen ülkelerde ise basım sanayi ve iş hacmi hızlı büyüme eğilimini sürdürmektedir. Çin, Hindistan, Brezilya, Meksika ve Rusya'da pazar hızlı büyümektedir. Bu ülkeler ABD, Avrupa ve Japonya'daki firmalar için küresel ölçekte rakip olmaya başlamışlardır. Coğrafik konumlarına göre yakın oldukları pazarlarda daha uygun üretim faaliyeti avantajlarını kullanarak iş yapmaktadırlar.

Meksika, ABD ve Kanada için, Çin ve Hindistan, Japonya, Güney Kore, Singapur ve Hong Kong

için, Polonya, Çek Cumhuriyeti ve kısmen Rusya, Batı Avrupa ülkeleri için basım işleri yapmaktadırlar. Kuzey Afrika ülkelerinde de Güney Avrupa için alternatif haline gelmektedir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler basım sanayinde iki ana eğilim ortaya çıkarmaktadır. Bu iki ana eğilim basım sanayinde büyük bir değişim yaratmaktadır. İlk eğilim bilgi işlem teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak basılı-yazılı medya ve görseller ile basılı kitapların daha az kullanılır hale gelmesi ve bu alandaki basım talebinin gerilemesidir. Bu eğilim sürecektir.

İkinci eğilim ise basım sanayinde kullanılan üretim teknolojisindeki değişimdir. Dijital baskı sistemi hızla büyümekte ve işler tamamen bilgisayar ve kısmen web tabanlı hale gelmektedir. Dijital devrim daha önce basılan çok sayıda ürünü dijital elektronik ortama taşımaktadır. Kitaplar, dergiler, gazeteler, elektronik versiyonlara dönüşmektedir. Kataloglar, broşürler, el kitapları ve benzerleri de müşterilere elektronik ortamlarda sunulmaktadır. Finansal, ticari, hukuki işlemlerin (devlet hizmetlerinin) elektronik ortama taşınması ile birlikte basılı malzemelere (evraklara) talep azalmaktadır. Basılı reklam ürünleri de yerlerini dijital ve elektronik ortamlardaki versiyonlarına bırakmaktadırlar.

Dijital devrim yayıncılık sektörünü önemli ölçüde etkilemektedir. Yayıncı şirketleri dijital devrim ile birer multimedya firmalarına dönüşmek zorunda kalmaktadır. Daha önce sadece basılı ürünler ile ulaştıkları müşterilerine artık içeriklerini dijital ve elektronik ortamlarda da sunmaktadırlar. İnternet ve akıllı telefon uygulamaları önemli mecralar haline gelmiş olup yayın firmaları da dijital ve baskılı yayınlar bir arada hibrit yayıncılığına geçmektedirler. Gazete ve dergiler önümüzdeki dönemde sadece baskılı halleri ile yaşayamayacaklar ve mutlaka web-tablet-akıllı telefon-video-web TV gibi elektronik-dijital ortamlarda yer alacaklardır.

Basım sanayinde dijital baskı tekniklerinin kullanımı ise önemli bir diğer eğilimdir. Drupa Global Trends verilerine göre 2008 yılında yüzde 9,5 olan dijital baskının payı 2018 yılında yüzde 19,7 olacaktır.

Ambalaj ve etiket baskıları dışarıda bırakıldığında ise 2008 yılında yüzde 19,8 olan dijital baskının payı 2018 yılında yüzde 38,0'e yükselecektir.

Dünya basım sanayindeki işler içinde ambalaj ve etiket baskıları hızlı büyüyen tek alandır ve önümüzdeki dönemde de ambalaj ve etiket baskıları basım sanayini küresel ölçekte sürükleyecektir. Ambalaj ve etiket baskılarında yaşanan bu eğilim ambalaj ve etiket baskı işini daha küresel hale getirmektedir. Bu büyüyen alanda rekabet artmaktadır.

Basım sanayinde küresel ölçekte yaşanan eğilimler, işler ve bölgeler içinde yaşanan farklı gelişmeler uluslararası basım sanayi firmalarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Firmalar iş taleplerinde değişen eğilimler ve yine bölgelerde değişen iş taleplerine bağlı olarak arz dengesini yeniden kurmakta, gelişen bölgelerde üretimi hedeflemekte, satın alma ve birleşmeler ile birlikte sanayide konsolidasyon artmaktadır. Durağan gelişmiş pazarlarda yer alan firmalar gelişen ülkelere yatırımları ve üretimi işbirlikleri ile bu ülkelere teknoloji transferi de yapmaktadır. Gelişen ülkelere yatırımın artması beklenmektedir.

Müşteriler tarafında da önemli bir eğilim yaşanmaktadır. Yayıncılar, ambalaj satın alanlar ve reklam verenler/üretenler kaliteli, uygun fiyatlı, yenilikçi ürünleri sürekli olarak tedarik edebilecekleri basım firmalarını artık küresel ölçekte aramakta ve hizmet almaktadır.

Basım sanayinde müşterilerin küresel erişimini artması ile birlikte basım pazarı giderek alıcı piyasası haline gelmekte, basım sanayi firmaları için rekabet artmaktadır. Müşterilerin hızlı teslim, kaliteli ürün ve erişilebilir makul fiyat talepleri ile basım firmalarının bir yandan fiyat ve gelirleri baskılanırken, artan rekabet, teknoloji yatırımları ve yüksek katma değerli üretim ihtiyacı ile birlikte maliyetler daha hızlı artmakta ve sanayide karlılık durağan kalmakta veya gerilemektedir.

Nitelikli ve tecrübeli yetişmiş insan kaynakları içerik oluşturma, yenilikçi ve yüksek katma değerli ürün yaratma ile web ve bilgisayar tabanlı baskı işlerinin yönetilmesi alanlarında kritik unsur haline gelmiş olup küresel rekabette en önemli belirleyici haline gelmiştir.

Basım sanayinde yatırım eğilimleri farklı içerikleri ile oluşmaktadır. Yatırımlar; gelişen ülkelere yeni kapasite yatırımları, gelişmiş ülkelere etkinliği ve verimliliği arttırmak için yatırımlar ile tüm ülkelere müşterilere özel, butik, yeni ürün ve hizmetler sunmak için yatırımlar şeklinde yapılmaktadır. Drupa Global Trends 2014 çalışmasındaki ankete göre firmaların yüzde 55'i baskı, yüzde 50'si baskı sonrası, yüzde 41'i ise baskı öncesi hazırlık ve MIS alanlarına yatırım planlamaktadır.

Basım sanayinde ortaya çıkan bu eğilimler karşısında basım sanayi firmalarının öncelikleri maliyetlerin kontrolü ve azaltılması, tam renkli baskı hizmeti sunabilme, müşteriye özel hizmetler sunabilme, ürün çeşitlendirme, web ve bilgisayar tabanlı baskı altyapısına sahip olmak ile dijital baskı kapasitesini genişletmek olmaktadır.

2.3.3. Dünya Basım Sanayi Dış Ticareti

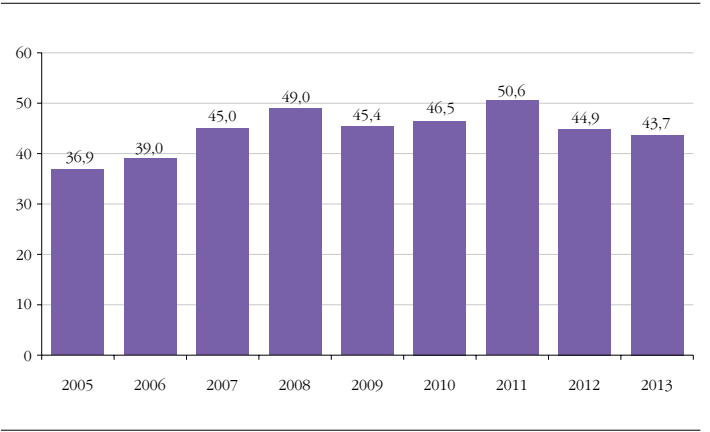
2.3.3.1. Dünya Basım Sanayi İhracatı

Dünya basım sanayi ihracatı 2005 yılında 36,9 milyar dolar iken 2008 yılında 49,0 milyar dolara yükselmiştir. Ancak sektörün ihracatı küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve 2009 yılında 45,4 milyar dolara gerilemiştir. İhracat izleyen iki yılda yeniden artarak 2011 yılında 50,6 milyar dolara yükselmiştir. Ancak 2012 ve 2013 yıllarında ihracat yeniden gerilemiş ve 2013 yılında 43,7 milyar dolara düşmüştür. Basım sanayi ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı ise 2005 yılından bu yana gerileyerek 2013 yılında yüzde 0,2'ye inmiştir.

Yıllar	Dünya Mal İhracatı (Milyar Dolar)	Dünya Basım Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	Dünya Basım Sanayi İhracatının Payı (%)
2005	10.475	36,9	0,4
2006	12.113	39,0	0,3
2007	13.883	45,0	0,3
2008	15.820	49,0	0,3
2009	12.380	45,4	0,4
2010	15.240	46,5	0,3
2011	17.816	50,6	0,3
2012	17.850	44,9	0,3
2013	18.270	43,7	0,2

Tablo 101 : Dünya Basım Ürünleri İhracatı ve Dünya Ticareti İçindeki Payı
Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü (Fasla 49).

Basım sanayi ihracatının alt sektörler itibariyle dağılımı değerlendirildiğinde ise en yüksek ihracat Kitaplar, broşürler, risaleler ve benzeri matbuat alt ürün grubunda gerçekleşmekte olup bu ürünlerin toplam dünya ihracatı 2013 yılında 16,1 milyar dolar olmuştur. Basılı diğer yayınlar, resimler, fotoğraflar dünya basım sanayi ihracatında ikinci büyük alt ürün grubunu oluşturmaktadır. Bu ürün grubunun 2013 yılı ihracatı 12,2 milyar dolardır. Gazeteler ve periyodik yayınlar 5,3 milyar dolar ihracat ile üçüncü büyük ürün grubudur.



Grafik 24 : Basım Sanayi Dünya İhracatı (Milyar Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü (Fasıla 49).

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metinler ve planlar	45,0	49,0	45,4	46,5	50,6	44,9	43,7
4901	Kitaplar, broşürler, risaleler ve benzeri matbuat	17,8	18,5	16,1	16,2	17,3	16,5	16,1
4902	Gazeteler ve periyodik yayınlar	6,7	7,0	6,0	6,0	6,2	5,5	5,3
4903	Çocuklar için resimli albüm ve kitaplar	0,8	1,0	0,9	1,0	1,1	1,1	1,0
4904	Müzik notalar	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
4905	Matbu haritalar, hidrografik vb. haritalar (atlaslar, duvar haritaları, topografya planlar ve küreler dahil)	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
4906	Mimarlık, mühendislik, sınav, ticari, topografik veya benzeri amaçlar için planlar ve çizimler	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
4907	Posta, damga vb. pullar; banknot, hisse senedi, çek defterleri, tahvil vb	3,7	5,0	6,7	7,1	9,8	5,8	5,1
4908	Her nevi çıkartmalar	1,0	1,2	1,1	1,3	1,2	1,2	1,1
4909	Basılı veya resimli kartpostallar, tebrik kartları, davetiyeler vb	1,3	1,4	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
4910	Matbu her türlü takvim	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
4911	Basılı diğer yayınlar, resimler, fotoğraflar	11,7	12,8	10,6	11,6	12,0	11,7	12,2

Tablo 102 : Alt Sektörler İtibariyle Dünya Basım Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü.

2.3.3.2. Dünya Basım Sanayi İhracatçı ve İthalatçı Ülkeleri

Dünya basım sanayi ticaretinde ihracatçı ve ithalatçı ülkeler bu bölümde incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

2.3.3.2.1. Dünya Basım Sanayi İhracatçıları

Dünya basım sanayi ihracatında ilk 15 sırada yer alan ülkeler 2006 ve 2013 yılları itibariyle sunulmaktadır. Buna göre 2013 yılında ABD 5,58 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. Almanya 5,5 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Singapur 4,5 milyar dolar, İngiltere 4,2 milyar dolar ve Çin 3,7 milyar dolar ile ABD ve Almanya'yı izlemektedirler. Dünya basım sanayi ihracatında ilk on beş ülke içinde ağırlıklı gelişmiş ülkeler bulunmaktadır. Gelişen ülkelerden sadece Çin ve Polonya ilk on beş ihracatçı içinde yer almaktadır.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Almanya	5.615	1	ABD	5.582
2	ABD	5.494	2	Almanya	5.543
3	İngiltere	4.554	3	Singapur	4.531
4	Fransa	1.997	4	İngiltere	4.202
5	İtalya	1.837	5	Çin	3.701
6	Hong Kong	1.751	6	Fransa	2.056
7	Kanada	1.598	7	Hollanda	2.004
8	Çin	1.440	8	İtalya	1.652
9	Belçika	1.391	9	Belçika	1.426
10	İspanya	1.207	10	Çek Cumhuriyeti	977
11	Hollanda	1.117	11	İspanya	958
12	Singapur	939	12	Kanada	903
13	Çek Cumhuriyeti	840	13	Polonya	877
14	İsviçre	689	14	Hong Kong	709
15	Kamboçya	652	15	İsviçre	563
Toplam	Dünya	38.969	Toplam	Dünya	43.679

Tablo 103 : Dünya Basım Sanayi İlk 15 İhracatçı Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

Gazeteler ve Periyodik Yayınlar (GTİP 4902)

Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	ABD	1.277	1	ABD	951
2	Almanya	1.087	2	Almanya	902
3	İngiltere	816	3	İngiltere	549
4	Fransa	488	4	Fransa	488
5	İtalya	235	5	Polonya	357
Toplam	Dünya	6.192	Toplam	Dünya	5.292

Posta, Damga vb. Pullar; Banknot, Hisse Senedi, Çek Defterleri, Tahvil vb (GTİP 4907)

Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Kamboçya	652	1	Singapur	3.407
2	ABD	301	2	Almanya	248
3	Namibya	234	3	ABD	234
4	Singapur	151	4	İngiltere	142
5	Kanada	129	5	Malta	114
Toplam	Dünya	2.439	Toplam	Dünya	5.089

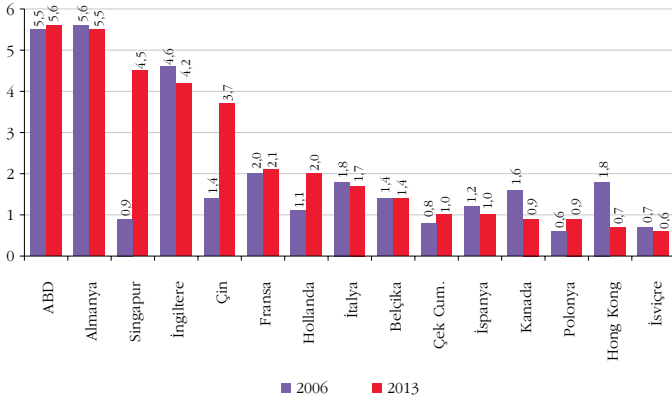
Basılı Diğer Yayınlar, Resimler, Fotoğraflar (GTİP 4911)

Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Almanya	2.137	1	Almanya	2.054
2	ABD	1.152	2	ABD	1.441
3	İtalya	817	3	Hollanda	829
4	Kanada	681	4	Çin	804
5	Belçika	663	5	Belçika	731
Toplam	Dünya	10.324	Toplam	Dünya	12.158

2.3.3.2.2. Dünya Basım Sanayi İthalat Pazarları ve Tedarikçileri

Dünya basım sanayi ithalatında ilk sırayı 4,4 milyar dolar ile ABD almaktadır. Kanada 3 milyar dolar ile ikinci, İngiltere 2,6 milyar dolar ile üçüncü büyük ithalatçı ülkelerdir. Almanya ve Fransa bu ülkeleri takip etmektedir. Çin kısa sürede altıncı büyük ithalatçı ülke haline gelmiştir. Kazakistan ve Rusya hızlı büyüyen iki pazar olarak dikkate çekmektedir. İlk on beş içindeki diğer ithalatçı ülkeleri ise gelişmiş ülkeler oluşturmaktadır.



Grafik 25 : Dünya Basım Sanayi İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

Kitaplar, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat (GTİP 4901)

Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	İngiltere	2.618	1	İngiltere	2.664
2	ABD	2.377	2	ABD	2.617
3	Almanya	1.738	3	Almanya	1.579
4	Hong Kong	1.129	4	Çin	1.194
5	İspanya	783	5	Fransa	834
Toplam	Dünya	15.697	Toplam	Dünya	16.065

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	5.087	1	ABD	4.397
2	Kanada	3.092	2	Kanada	2.988
3	İngiltere	2.911	3	İngiltere	2.617
4	Fransa	2.284	4	Almanya	2.385
5	Almanya	2.202	5	Fransa	2.381
6	İsviçre	1.737	6	Çin	1.897
7	Belçika	1.247	7	İsviçre	1.849
8	Hong Kong	1.090	8	Hong Kong	1.551
9	Avusturya	989	9	Belçika	1.336
10	Hollanda	915	10	Kazakistan	1.267
11	Japonya	821	11	Japonya	1.220
12	Çek Cumhuriyeti	820	12	Hollanda	1.204
13	Meksika	818	13	Avusturya	1.155
14	İtalya	803	14	Rusya	905
15	Avustralya	773	15	Avustralya	900
Toplam Dünya		38.309	Toplam Dünya		43.968

Tablo 104 : Dünya Basım Sanayi İlk 15 İthalatçı Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	1.511	1	Çin	2.057
2	Kanada	1.268	2	Kanada	626
3	İngiltere	479	3	İngiltere	330
4	Meksika	332	4	Meksika	297
5	Hong Kong	216	5	Almanya	172
6	Almanya	197	6	Güney Kore	108
7	Singapur	145	7	İtalya	105
8	Güney Kore	132	8	Japonya	80
9	İtalya	128	9	Fransa	69
10	Japonya	102	10	Hong Kong	59
Toplam Dünya		5.087	Toplam Dünya		4.397

Tablo 105 : ABD'nin Basım Sanayi İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	2.491	1	ABD	2.186
2	Çin	164	2	Çin	333
3	Fransa	107	3	Fransa	100
4	İngiltere	94	4	İngiltere	100
5	Kanada	38	5	Meksika	71
6	Hong Kong	27	6	Kanada	30
7	İtalya	24	7	Almanya	26
8	Almanya	21	8	Hong Kong	18
9	Singapur	16	9	İtalya	16
10	Güney Kore	15	10	Güney Kore	13
Toplam Dünya		3.092	Toplam Dünya		2.988

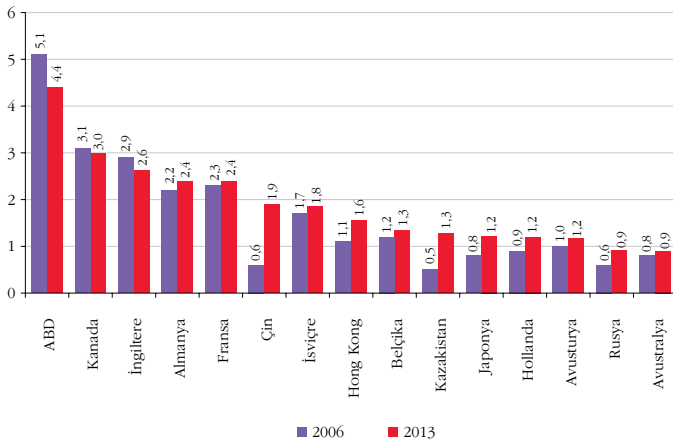
Tablo 106 : Kanada'nın Basım Sanayi İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	752	1	ABD	796
2	Almanya	406	2	Çin	470
3	Çin	362	3	Almanya	268
4	Hong Kong	213	4	Hong Kong	197
5	Hollanda	156	5	Hollanda	105
6	İtalya	134	6	İtalya	104
7	İrlanda	92	7	İrlanda	89
8	İspanya	86	8	İspanya	69
9	Fransa	79	9	Fransa	68
10	Singapur	78	10	Hindistan	50
Toplam Dünya		2.911	Toplam Dünya		2.617

Tablo 107 : İngiltere'nin Basım Sanayi İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.



Grafik 26 : Dünya Basım Sanayi İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı.

En büyük üç ithalatçı ülke ABD, Kanada ve İngiltere'ye en yüksek ihracat gerçekleştiren tedarikçi ülkeler de aşağıda sunulmaktadır. Buna göre ABD'ye en büyük ihracatçı Çin, Kanada ve İngiltere yapmaktadır. Ardından Meksika, Almanya ve Güney Kore gelmektedir.

Kanada'ya en yüksek ihracatı ise ABD ve ardından Çin yapmaktadır. Bu iki ülkeyi Fransa, İngiltere ve Meksika izlemektedir. İngiltere'ye en yüksek ihracat yapan ilk üç ülke ise ABD, Çin ve Almanya'dır.

**Kitaplar, Broşürler, Risaleler ve Benzeri Matbuat (GTİP 4901)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	2.316	1	ABD	1.723
2	İngiltere	1.611	2	İngiltere	1.600
3	Kanada	1.292	3	Kanada	1.220
4	Fransa	839	4	Fransa	907
5	Almanya	732	5	Almanya	727
Toplam	Dünya	16.556	Toplam	Dünya	16.361

**Gazeteler ve Periyodik Yayınlar (GTİP 4902)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Kanada	1.035	1	Kanada	836
2	Fransa	537	2	Almanya	433
3	Almanya	478	3	Fransa	422
4	İsviçre	385	4	İsviçre	377
5	Belçika	357	5	Belçika	342
Toplam	Dünya	6.656	Toplam	Dünya	5.480

**Posta, Damga vb. Pullar; Banknot, Hisse Senedi, Çek Defterleri, Tahvil vb.
(GTİP 4907)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Hindistan	282	1	Kazakistan	1.143
2	Gana	208	2	Pakistan	816
3	İngiltere	107	3	Vietnam	574
4	Yemen	98	4	Çin	500
5	ABD	83	5	Hong Kong	475
Toplam	Dünya	1.592	Toplam	Dünya	5.345

**Basılı Diğer Yayınlar, Resimler, Fotoğraflar (GTİP 4911)
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	1.390	1	ABD	1.394
2	Almanya	786	2	Fransa	881
3	Fransa	764	3	İsviçre	797
4	İsviçre	666	4	Japonya	678
5	İngiltere	531	5	Almanya	673
Toplam	Dünya	9.538	Toplam	Dünya	11.665

2.3.4. Türkiye'nin Konumu

Türk basım sanayi iş hacmi itibari ile Avrupa Birliği'nde sekizinci büyük pazarıdır. Bununla birlikte sektör büyük ölçüde iç pazar odaklı gelişme göstermektedir. Potansiyelinin oldukça altındaki ihracatı ile dünya ihracatından sadece yüzde 0,2 pay almaktadır.

Yıllar	Dünya Basım Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	Türkiye Basım Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	Türkiye'nin Basım Sanayi İhracatı Payı (%)
2006	38.969	54,0	0,1
2007	44.991	74,8	0,2
2008	49.029	82,2	0,2
2009	45.395	84,7	0,2
2010	46.450	84,2	0,2
2011	50.612	89,8	0,2
2012	44.922	88,8	0,2
2013	43.679	94,7	0,2

Tablo 108 : Dünya Basım Sanayi İhracatı ve Türkiye'nin Payı

Kaynak : BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü.

2.4. Basım Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Gelişmeler

Çalışmanın dördüncü bölümünde basım sanayi rekabet gücünde yaşanan gelişmeler ile uluslararası alandaki rakipleri ile rekabet karşılaştırmalarına yer verilmektedir. Bu amaçla öncelikle basım sanayinin temel rekabet unsurları ortaya konulmaktadır. Temel rekabet unsurları değer zinciri halkalarına bağlı olarak gruplandırılmaktadır. Daha sonra temel rekabet unsurlarına ilişkin olarak değerlendirme ve uluslararası karşılaştırmalar yapılmaktadır.

2.4.1. Temel Rekabet Unsurları

Sanayi üretiminde kullanılan mürekkep baskı kimyasalları, kalıplar gibi ara girdilerin kalitesi rekabette belirleyici olmaktadır.

Üretimde teknoloji seviyesi, kullanılan baskı teknolojileri önemlidir. Sanayide üretim teknolojisi hızlı yenilenmektedir ve rekabette belirleyicidir. Bu nedenle üretim teknolojisine sahip olunması avantaj sağlamaktadır. Üretim maliyetleri küresel ölçekte karlılığın durağan olduğu bir ortamda çok önemli bir rekabet unsurudur. Firma ölçekleri etkinlik ve verimlilikte önemli hale gelmiştir. Baskı işlerinde kullanılan kağıdın kalitesi, ölçülebilmesi ve tescili önemlidir.

Baskı kalitesi rekabetin en önemli unsurlarından biridir. Müşterilerin küresel erişiminin giderek arttığı bir süreçte müşterilerin çeşitlenen taleplerine ve değişen teknolojilere uyum sağlamaya yönelik yenilikçilik kapasitesi önemli hale gelmiştir. Web ve bilgisayar tabanlı işler alt yapısına sahip olunması da temel bir rekabet unsurudur.

İç pazar büyüklüğü ile sahip olunan iç talep potansiyeli önemlidir. Ayrıca gelişmiş ve gelişen-potansiyel pazarlara yakınlık da avantaj sağlamaktadır.

Giderek teknoloji ve bilgi yoğun hale gelen basım sanayinde diğer zincirinin her aşaması için nitelikli insan kaynakları rekabette belirleyici olmaktadır.

Piyasalarda adil ve etik rekabeti sağlayacak koşulların, düzenlemelerin ve denetim-gözetim sisteminin varlığı haksız rekabeti önlemekte ve sanayinin rekabet gücünü arttırmaktadır.

Değer Zinciri	Belirleyici Rekabet Unsurları
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none"> Kaliteli ara girdi (mürekkep, baskı kimyasalları, kalıpvb.) tedariki ve kullanımı
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Üretimde teknoloji seviyesi Üretim teknolojisine sahip olmak Üretim maliyetleri Firma ölçekleri Kaliteli kağıt kullanımı
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Baskı kalitesi Değişen teknoloji ve taleplere karşı yenilikçilik kapasitesi Web ve bilgisayar tabanlı işler alt yapısı
Pazarlama Satış	<ul style="list-style-type: none"> İç pazar büyüklüğü Coğrafi konum
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none"> Karlılık
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Nitelikli insan kaynakları
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> Adil ve etik rekabet

Tablo 109 : Basım Sanayinde Temel Rekabet Unsurları

2.4.2. Temel Rekabet Unsurlarına İlişkin Karşılaştırma ve Değerlendirmeler

2.4.2.1. Hammadde ve Girdi Tedariki

Türk basım sanayi ara girdilerde kaliteli ürünleri tercih etmekte ve sanayinin önemli bir bölümünde kaliteli ara girdiler kullanılmaktadır. Sanayi böylece kendine rekabet gücü sağlamaktadır. Ancak ara girdilerin tamamı ithal edilmektedir ve dışa bağımlıdır. Ara girdi üreticileri dünyada giderek konsolide olmaktadır. Türkiye'de ara girdilerin aracı ve dağıtıcı sayısı

azalmaktadır. İthalata bağımlılık döviz kuru artışları ile maliyetleri yükseltmektedir.

Ara girdilerde teknoloji ve kalite konusunda sektör dışa bağımlı olup herhangi bir yenilikçilik de yaratamamaktadır. Bu nedenlerle ara girdilerde dışa bağımlılık rekabeti olumsuz etkilemektedir. Rakip ülkeler aynı zamanda ara girdilerin de üreticisidirler veya üreticisi konumuna gelmektedirler. (Çin, Hindistan, Brezilya, Polonya) ve rekabet güçleri daha yüksek olmaktadır.

2.4.2.2. Üretim

Türk basım sanayi üretimde en ileri teknolojiyi kullanmakta ve modern makine parkına sahip bulunmaktadır. Bu makine parkı rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak Türkiye üretim teknolojisinde dışa bağımlıdır. Üretim teknolojisine sahip ülkeler teknolojik ilerlemeler ile yüksek katma değer, verimlilik, etkinlik, ürün çeşitliliği, yenilikçilik gibi alanlarda rekabet avantajına sahip olurken Türkiye bu konuda teknoloji kullanımını ile izleyicisi ve uyarlayıcı olabilmektedir.

Üretim maliyetleri açısından Türkiye gelişmiş ülkelere göre avantajlı, gelişen ülkelere göre ise dezavantajlı konumdadır. Türkiye'de enerji, işgücü, vergiler, ithalat (KKDF) , çevre, çalışma hayatı gibi alanlarda ilave maliyet yaratan çok sayıda düzenleme, dolaylı vergi kesinti, fon vb. bulunmaktadır.

Avrupa'da yatırımların ve üretimin kaydığı Polonya, Çek cumhuriyeti, Slovakya gibi ülkelerde üretim koşulları daha rekabetçidir.

Küresel eğilimler ile birlikte ölçeklerin büyüdüğü basım sanayinde Türkiye çoğunlukla küçük ölçekli bir sanayiye sahip bulunmaktadır.

Sektörde çok sayıda küçük ölçekli firma yer almaktadır. 99 çalışana kadar olan firmaların girişim sayısı içindeki payı yüzde 99,7 buna karşın cirodaki payları yüzde 74,9'dur. Sektörde 100 kişi ve üzerinde çalıştırılan toplam 38 firma ise sektör cirosunun yüzde 25,1'ine sahiptir.

Sektörde küresel alanda toplulaşma yaşanmakta olup rekabet için ölçekler sürekli büyümektedir. Türkiye'de ise ölçek ekonomisine sahip az sayıda firma yer almaktadır.

Ölçek (Çalışan Sayısı)	Girişim Sayısı (Adet)	Ciro (Milyon TL)	Üretim Değeri (Milyon TL)
Toplam	12.617	6.046	5.932
1-19	12.248	2.629	2.603
20-49	282	1.307	1.268
50-99	49	590	582
100-249	29	717	676
250-499	6	448	447
500-999	3	356	357
1000 +	-	-	-

Tablo 110 : Ölçeklere Göre Basım Sanayi Temel Göstergeleri (2011)

Kaynak : TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

2.4.2.3. Teknoloji Faaliyetleri

Türkiye’de baskı kalitesi iyileşmekte ve artmaktadır. Baskı kalitesi ile önemli bir rekabet gücü sağlanmaktadır. Ancak baskı kalitesinin iyileştirilmesinde de üretim teknolojisi, ara girdiler ve kağıtlar itibarıyla dışa bağımlı olunması kalite artışını da yurtdışındaki gelişmelere bağımlı hale getirmektedir.

Basım sanayinde hızlı değişen üretim süreçleri ve teknolojisi ile müşterilerin değişen taleplerine karşı yenilikçilik kapasitesi çok önemlidir. Türk basım sanayinde bu konuda daha çok maliyet-fiyat odaklı geleneksel ürünlerin üretiminin ağırlıklı olduğu ve yenilikçilikten ziyade maliyet-fiyat rekabetine önem verildiği görülmektedir.

Sektörde iç pazarın müşteri talebi henüz yenilikçi ve yüksek katma değerli ürünlere yönelmemiş olup firmaların bu alana geçişleri de sınırlanmaktadır. Rakip ülkelerde özellikle üretim teknolojisine de sahip gelişmiş ülkelerde yenilikçiliğe dayalı yüksek katma değerli ürünlere yönelik kapasite rekabet gücünü arttırmaktadır.

2.4.2.4. Pazarlama ve Satış

Türk basım sanayi iç pazar büyüklüğü açısından önemli bir avantaja sahiptir. Ancak Çin, Hindistan, Brezilya, Meksika, Rusya, Polonya gibi rakip ülkelerde de iç pazar potansiyeli kuvvetlidir.

Coğrafi konum itibarıyla de Türk basım sanayi gelişme potansiyeline sahip ülkelere yakınlık avantajına sahiptir. Ancak bu avantaja daha etkin değerlendirmelidir. Nitekim Polonya ve Çek Cumhuriyeti Avrupa’ya yakınlıklarını Birliğin üretim merkezi olma hedefine yönelik olarak değerlendirmektedirler.

2.4.2.5. Finansman ve Mali Yapı

Türk basım sanayi alıcı-müşteri hakim bir piyasada maliyet-fiyat rekabeti içinde geleneksel ürünler ağırlıklı yapısı ile karlılığın durağanlaştığı bu süreçtedir. Ancak dünyada da sektörde aynı eğilimler yaşanmakta olup karlılık baskılanmakta ve gerilemektedir.

2.4.2.6. İnsan Kaynakları

Türk basım sanayinde mevcut nitelikli ve tecrübeli insan kaynağı ve işgücü önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak Türk basım sanayinde teknoloji ve bilgi yoğunluklu hale gelen, bilgisayar web ve dijital tabanlı yapıya dönüşen basım sanayinde vasıflı ve vasıfsız iş gücü açığı artmaktadır.

Rakip gelişmiş ve gelişen ülkelerde ise Üniversiteler, Enstitüler, Araştırma Merkezleri, Araştırma Kurumları gibi yapılar içinde nitelikli insan kaynakları yetiştirilmektedir. Almanya, Polonya, Çek Cumhuriyeti altyapısı ve işbirliği bu konuda önemli bir örnek oluşturmaktadır. Bu ülkeler eğitim alanında AB fonlarından önemli ölçüde yararlanılmaktadır.

2.4.2.7. Piyasa ve Sektör Koşulları

Basım sanayinde son on yılda yaşanan sektöre kontrolsüz serbest girişler ve yapılan ölçüsüz-plansız yatırımlar ile piyasanın sağlıklı işleyişi bozulmuş olup, yine adil ve etik rekabet koşullarından uzaklaşmıştır.

Sanayide talep öngörülerini yapılamadan gerçekleştirilen yatırımlar atıl-fazla kapasitenin oluşmasına yol açmıştır. Finansal kiralama ile sağlanan finansman kolaylıkları, ucuz Çin malı makinelerin ithalatı, üretim-kapasite envanteri eksikliği ve çalışanların kendi girişimlerini kurma eğilimleri ile birlikte yapılan yatırımlar ve oluşan kapasite fazlası sektörün dinamiklerini bozmuştur.

Yeni oluşturulan kapasiteler ile mevcut benzer işler yapılmakta, atıl kapasiteler nedeniyle işler maliyetler gözetilmeden yapılır hale gelmekte ve keskin fiyat rekabeti ile sektörün rekabet koşulları bozulmaktadır.

Yanlış makine yatırımları sonucu sektörde yüzde 60 düz ofset makine kapasitesi fazlası yaratıldığı öngörülmektedir. Sektörde yatırımlar ve yeni girişler kapasite envanteri temelli olarak kontrol edilmediği ve yönlendirilmediği takdirde sektörde önemli sıkıntılar yaşanması olasıdır.

2.5. Basım Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler

Türk basım sanayinin SWOT analizi kapsamında sanayinin mevcut güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunulan tehditler ve fırsatlar tespit edilmekte ve değerlendirilmektedir. SWOT analizi değerlendirmeleri sanayinin diğer zinciri halkalarına yönelik tespitler olarak gruplandırılmakta ve sunulmaktadır.

2.5.1. Güçlü Yönler

Üretimde yüksek teknoloji makine parkının varlığı ve bu makine parkı ile yapılan üretim. Uzun yılların getirdiği üretim bilgisi ve tecrübesi. Modern üretim tesislerinin varlığı.

Teknoloji faaliyetlerinde yüksek kaliteli ürün üretime kapasitesine sahip olunması. Türk basım sanayi rakipleri ile aynı kalitede ürünler üretebilmektedir. Ancak bunun sektör geneline yaygınlaşması gerekmektedir. Yeniliklere uyum ve uygulama becerisi de sanayinin güçlü yönlerindedir. Teknolojik gelişmeler yakından izlenmekte dinamik yapı ile yenilikler çok kısa sürede uygulanabilmektedir. Bu açıdan sürekli gelişme sergilenmektedir.

Pazarlama ve satışta yükselen iç pazar ile gelişme potansiyeli yüksek olan pazarlara yakınlık sanayinin bir diğer güçlü yönünü oluşturmaktadır.

Değer Zinciri	Güçlü Yönler
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Yüksek teknoloji makine parkı ile üretim Üretim bilgisi ve tecrübesi Modern üretim tesisleri
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Yüksek kaliteli ürün üretime kapasitesi Yenilikleri uygulama becerisi
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none"> Yükselen iç pazar Coğrafi konum

Tablo 111 : Basım Sanayinin Güçlü Yönleri

2.5.2. Zayıf Yönler

Hammadde ve girdilerde mürekkep, kalıp, merdane, baskı kimyasallarında dışa bağımlılık ile baskı işlemlerinin yapıldığı kağıt ve karton ürünlerinde de dışa bağımlı olunması.

Üretimde üretim teknolojisinde dışa bağımlılık, kayıt dışı üretim ve küçük ölçek ağırlıklı yapı zayıf yönlerdir.

Teknoloji faaliyetlerinde yeterli katma değerli ürün geliştirememek. Üretim teknolojilerinde dışa bağımlı olunması ile iç pazarın maliyet-fiyat odaklı talep yapısı katma değerli ürün geliştirmeyi sınırlamaktadır.

Pazarlama ve satışta alıcı hakim iç piyasa maliyet-fiyat odaklı rekabet ve haksız rekabet zayıf yönleri oluşturmaktadır. Alıcı hakim piyasa nedeniyle yoğun bir fiyat rekabeti yaşanmaktadır. Bu nedenle oluşan maliyet-fiyat rekabeti içinde yoğun fiyat kırmaları yaşanmaktadır. Bazı alt baskı işlerinde yoğunlaşan kayıt dışı üretim ise önemli bir haksız rekabet yaratmaktadır.

Finansman ve mali yapıda piyasa koşullarının yarattığı rekabet ortamında karşılaşılan düşük karlılık. Yüksek maliyet yapısı ile artan maliyetler karşısında piyasada oluşan fiyat rekabetinin düşük karlılık yaratması. Gelişmiş bölgelerde toplulaşmış olan basım sanayi için yeterli yatırım teşvikleri olmaması.

İnsan kaynaklarında vasıflı ve vasıfsız iş gücü açığı, yeterli kalifiye işgücü bulunamaması ve çalıştırılmaması.

Değer Zinciri	Zayıf Yönler
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none"> Mürekkep, kalıp, baskı kimyasallarında dışa bağımlılık Kağıtta ve kartonda dışa bağımlılık
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> Üretim teknolojilerinde dışa bağımlılık Kayıt dışı üretim Küçük ölçek ağırlıklı yapı
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> Yeterli katma değerli ürün geliştirememek
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none"> Alıcı hakim iç piyasa Maliyet-fiyat odaklı rekabet (fiyat kırma) Haksız rekabet
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none"> Düşük karlılık yatırım teşvikleri olmaması
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Vasıflı ve vasıfsız işgücü açığı

Tablo 112 : Basım Sanayinin Zayıf Yönleri

2.5.3. Fırsatlar

Üretimde hızlı teknolojik gelişmeler ile rekabet gücünü artırma olanakları ve Avrupa'da üretimin yeni ülkelere kayması. Türk basım sanayi teknolojik gelişmeleri yakından izleyerek, uyum sağlayarak ve uygulayarak bu fırsattan azami ölçüde yararlanmaya çalışmaktadır. Avrupa'da gelişmiş teknoloji ve üretim kapasitesine sahip basım sanayi yüksek maliyetler nedeniyle üretimini uygun yatırım ve üretim koşullarının olduğu ülkelere kaydırmaktadır. Türk basım sanayi bu fırsat iyi değerlendirmelidir.

Teknoloji faaliyetlerinde ürün, hizmet ve süreçlerde inovasyon olanakları ile multimedya firmalarının ortak baskı/internet/sosyal medya uygulamalarının yarattığı yeni iş fırsatları.

Pazarlama ve satışta ihracat olanakları, gelişen ülke pazarları, Türkiye'nin artan ihracatı ile ambalaj etiket baskıları alanında oluşan potansiyel, genç nüfus ve yükselen iç pazar. İhracat basım sanayi için önemli bir olanak sunmaktadır. Fazla kapasite ihracat ile değerlendirilebilecektir. İhracatta hızlı bir gelişme potansiyeli bulunmaktadır. Yakın ve komşu pazarlar ihracat için önemli bir açılım potansiyeli taşımaktadır. En hızlı büyüyen iş alanı olan ihracat ve perakende sektörlerinin uzun vadeli hedefleri ile hızlı büyüme potansiyeli olan ambalaj ürünleri alt sektöründe fırsatlar bulunmaktadır. Genç nüfus ve kentleşme, kişisel gelir artışları ile desteklenen yükselen iç pazar fırsatlar sunmaktadır.

Değer Zinciri	Fırsatlar
Üretim	<ul style="list-style-type: none">Hızlı teknolojik gelişmeler ile rekabet gücünü artırma olanaklarıAvrupa'da üretimin yeni ülkelere kayması
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none">Ürün, hizmet ve süreçlerde inovasyon olanaklarıOrtak baskı/internet/sosyal medya uygulamaları
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none">İhracat olanaklarıGelişen ülke pazarlarıTürkiye'nin artan ihracatı ile ambalaj etiket baskı alanında oluşan potansiyelGenç nüfusYükselen iç pazar

Tablo 113 : Basım Sanayinin Fırsatları

2.5.4. Tehditler

Hammadde ve girdilerde kağıt ve ara girdilerde kalitesiz ve standart dışı ürünlerin kullanımı ile oluşan haksız rekabet, böylece bozulan ürün imajı ve tüketici sağlığının bozulması riskleri. Girdilerde dışa bağlı kalınması da tehdit oluşturmaktadır. Dünya'da ara girdi üreticileri konsolide olmaktadır. Yurtiçinde araçlar azalmaktadır ve dünyada oligopol bir piyasaya yaklaşılmaktadır.

Üretimde teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile birlikte geleneksel matbaa işlerinde daralma. Basım sanayinde oluşan kapasite fazlası. Yüksek enerji maliyetleri. Arz-talep dengesizliği. Fazla kapasitenin piyasada bozucu etki yapması.

Teknoloji faaliyetlerinde araştırma geliştirme altyapısının sınırlı olması, yeterli eko –sistemin oluşmaması, piyasa talebinin ARGE faaliyetlerini tetiklememesi ile oluşan sınırlı araştırma ve ürün, geliştirme faaliyetleri. Ölçeklerin ve karlılığın ARGE için yeterli olmaması.

Pazarlama ve satışta pazarda basılı medya ve görsel talebinin azalması. Düşük üretim maliyetleri ve ürün fiyatları ile Çin, Güney Doğu Asya ve Afrika ülkelerinin rekabet baskısı. Ticari matbaacılık ve yayıncılıkta daralan pazar.

Finansman ve mali yapıda maliyetleri arttıran ilave yükler tehdit oluşturmaya devam etmektedir. Yüksek enerji maliyetleri, işgücü üzerindeki yükler, kesinti ve vergiler, KKDF uygulamaları, iletişim vergileri vb.

İnsan kaynaklarında meslek liselerine talebin azalması ve meslek lisesi mezunlarının sektörde çalışmak istememesi. Sektörün geçmişinde oluşan usta-çırak ilişkisi ile insan kaynağı artık yetişmemektedir. Mesleki eğitim sağlayan liselere talep azalmaktadır. Mesleğin eğitimini gören mezunlar ise sektörde çalışmak istememektedir.

Piyasa ve sektör koşulları içinde sanayinin tehlikeli işler yönetmeliği kapsamında yer almaya devam etmesi, yeni iş sağlığı ve güvenliği yasası ile getirilen düzenlemelerin yarattığı ilave yükler, fikri mülkiyet haklarının yeterince korunamaması ile oluşan "korsan" basım faaliyetleri. Çalışma hayatında yeşil kart, işsizlik sigortası ve sosyal yardım uygulamalarının işgücünü ve çalışmayı caydırması ve giderek işgücü açığı yaratması.

Değer Zinciri	Tehditler
Hammadde ve Girdiler	<ul style="list-style-type: none"> • kağıt ve girdilerde kalitesiz ve standart dışı ürünlerin kullanımı • Girdilerde dışa bağımlı kalınması
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> • Fazla kapasite • Geleneksel matbaa işlerinde daralma • Yüksek enerji fiyatları
Teknoloji Faaliyetleri	<ul style="list-style-type: none"> • Sınırlı araştırma ve ürün geliştirme faaliyetleri
Pazarlama ve Satış	<ul style="list-style-type: none"> • Basılı medya ve görsel talebinin azalması • Çin, güneydoğu asya ve afrika rekabeti (fiyat-maliyet)
Finansman ve Mali Yapı	<ul style="list-style-type: none"> • Maliyetleri artıran ilave yükler (enerji, işçilik, vergi vb.)
İnsan Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> • Meslek liselerine talebin azalması • Meslek lisesi mezunlarının sektörde çalışmak istememesi
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ul style="list-style-type: none"> • Tehlikeli işler yönetmeliği kapsamında kalınması • Yeni iş sağlığı güvenliği vb düzenlemelerin getirdiği yükler • Sosyal yardımların çalışmayı caydırması • Çalışma hayatında yaşanan sorunlar • Fikri mülkiyet haklarının korunmaması (korsan baskılar)

Tablo 114 : Basım Sanayinin Tehditleri

2.6. Sektör Stratejileri ve Politikalar

Çalışmanın ilk beş bölümünde Türk basım sanayinin ayrıntılı durum tespiti ve uluslararası karşılaştırmaları yapılmış, sektörün temel rekabet unsurları belirlenmiş ve SWOT analizi ile birlikte güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri ortaya konmuştur. Bu tespit, karşılaştırma ve değerlendirmelere bağlı olarak sektör için stratejiler ve politika önerileri belirlenmiş olup çalışmanın altıncı bölümünde sunulmaktadır.

2.6.1. Stratejik Hedefler

Basım sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 13 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 2, üretim için 4, teknoloji faaliyetleri için 2, pazarlama ve satış için 1, insan kaynakları için 1, piyasa ve sektör koşulları için 2 stratejik hedef belirlenmiştir. Stratejik hedefler aşağıda sunulmaktadır.

Değer Zinciri	Stratejik Hedefler
Hammadde ve Girdiler	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yurtiçi Girdi Olanaklarının Artırılması 2. Yurtdışı Girdi Tedarikinde Etkinliğin Artırılması
Üretim	<ol style="list-style-type: none"> 3. Üretim Kapasite Envanteri Çıkarılması ve Yeni Girişler İle Yatırımların Kontrolü 4. Avrupalı Üreticiler İle Her Alanda İşbirlikleri ve Ortaklıklar Geliştirilmesi 5. Enerji Maliyetlerinin Düşürülmesi 6. İşgücü Düzenlemelerinde İyileştirmeler Yapılması
Teknoloji Faaliyetleri	<ol style="list-style-type: none"> 7. Yüksek Katma Değerli Ürünlerin Üretimi 8. Test Laboratuvar ve Sertifikasyon Altyapısının Kurulması
Pazarlama ve Satış	<ol style="list-style-type: none"> 9. İhracata Ağırlık Verilmesi ve İhracatın Artırılması
Finansman ve Mali Yapı	<ol style="list-style-type: none"> 10. Yatırım Teşviklerinin İyileştirilmesi
İnsan Kaynakları	<ol style="list-style-type: none"> 11. Nitelikli İnsan Kaynakları İle İş Gücü Yetiştirilmesi ve Sektöre Çekilmesi
Piyasa ve Sektör Koşulları	<ol style="list-style-type: none"> 12. Kayıtdışı Faaliyetlerin Önlenmesi 13. Sağlıklı Bir Rekabet Ortamının Kurulması

Tablo 115 : Basım Sanayi İçin Stratejik Hedefler

2.6.2. Politikalar ve Uygulama Hedefleri

Belirlenen 13 stratejik hedefe ulaşılmasına yönelik olarak politikalar ve uygulama önerileri hazırlanmış olup aşağıda her bir stratejik hedef başlığı altında sunulmaktadır.

Strateji 1

Yurtiçi Girdi Olanaklarının Artırılması

Basım sanayinin kullandığı girdiler yurtiçinde yeterli miktar ve kalite de üretilebilir hale getirilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Basım sanayinin en çok kullandığı kağıt ve karton ile onların hammaddesi olan selülozun yurtiçinde yeterli miktar ve kalitede üretilmesi için kağıt sanayine yönelik destekler genişletilmeli, yabancı sermaye yatırımları özendirilmeli ve yatırım ortamı iyileştirilmelidir.
2. Basım sanayinin kullandığı mürekkep ve kimyasallar ile üretimde kullanılan makinelerin Türkiye'de üretimi için yatırım ve teknoloji destekleri daha etkin kullanılmalıdır.

Strateji 2

Yurtdışı Girdi Tedarikinde Etkinliğin Artırılması

Her türlü girdi kullanımında dışa bağımlı olan

sektörde yurtdışı tedariklerde etkinlik artırılmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Yurtdışı satın almalarında küçük-orta ölçekli işletmeler arasında işbirlikleri yapılmalı, ortak platformlar kurulmalıdır.
2. Tedarik ve satın alma yöneticileri nitelik ve nicelik olarak geliştirilmeli, bilgi tabanlı yönetimler sağlanmalıdır.

Strateji 3

Üretim Kapasite Envanteri Çıkarılması ve Yeni Girişler İle Yatırımların Kontrolü

Sektöre yeni girişler ve yeni kapasite yatırımları otokontrol edilmeli ve bu amaçla sektörün sürekli güncellenen üretim kapasite envanteri çıkarılmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Sektörün üretim kapasitesi envanteri çıkarılmalı, yerli ve yabancı makinelerin şasi numaraları ile sicil alarak envantere kayıt edilmeli, envanter güncel tutulmalıdır.
2. Mevcut kapasite ve talep öngörülerine bağlı olarak sektöre yeni girişlerin ve yatırımların otokontrolü yapılmalıdır.

Strateji 4

Avrupalı Üreticiler ile Her Alanda İşbirlikleri ve Ortaklıklar Geliştirilmesi

Üretim yerlerini daha uygun üretim koşullarının olduğu bölge ve ülkelere kaydıran Avrupalı üreticiler ile başta üretim alanında olmak üzere her alanda işbirlikleri yapılmalı ve ortaklıklar kurulmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Üretim alanında işbirliğine giderek üretim kapasitesi kullanılmalıdır.
2. Üretim teknolojilerinin kullanımında işbirlikleri yapılmalıdır.
3. Ürün geliştirme ve tasarım alanında işbirlikleri yapılmalıdır.
4. İşgücü eğitimi/ işbaşı eğitimi alanlarında işbirlikleri yapılmalıdır.
5. Ortaklıklar ve birleşmeler gerçekleştirilmelidir.

Strateji 5

Enerji Maliyetlerinin Düşürülmesi

Sektörün üretim maliyetlerinde ve rekabet gücünde belirleyici olan unsurlardan biri olan enerji maliyetleri düşürülmelidir.

Politika Önerileri;

1. Enerji fiyatları içinde yer alan yüksek vergi oranları indirilmeli, fonlar ve kaçak kullanım kesintileri kaldırılmalıdır.

Strateji 6

İşgücü Düzenlemelerinde İyileştirmeler Yapılması

Emek yoğun sektörde en az işgücünün doğrudan maliyetleri kadar yük ve aynı zamanda idari ve hukuki sıkıntılara yol açan işgücü ve çalışma düzenlemelerinde iyileştirmeler yapılmalıdır.

Politika Önerileri;

1. İşgücü maliyetleri içinde yer alan her türlü vergi, prim, fon vb. kesintilerinde yükler azaltılmalıdır.
2. İş sağlığı ve iş güvenliği düzenlemelerinde iyileştirmeler yapılarak getirilen yükümlülükler hafifletilmelidir.
3. Yeşil kart, işsizlik sigortası ve sosyal yardım uygulamalarının çalışmayı caydırıcı nitelikleri kaldırılmalı ve bu amaçla yeniden düzenlenmelidir.
4. Kıdem tazminatı için bir fon kurulması yöntemine geçilerek iyileştirme yapılmalıdır.
5. Çoğunlukla ayrılan çalışanların geriye dönük hak arama girişimi ile ortaya çıkan hukuki ihtilafların yarattığı çalışma barışını bozan eğilim sona erdirilmelidir.

Strateji 7

Yüksek Katma Değerli Ürünlerin Üretimi

Sektörde karlılık ve rekabet gücünün artırılması için daha yüksek katma değerli ürünler üretilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Ürün geliştirme ve tasarım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir.
2. Toplam kalite ve ISO 9000 standartları uygulanmalıdır.
3. Hizmet ve süreçlerde inovasyon ile katma değer artırılmalıdır.
4. Basım teknolojileri ile ilgili ISO standartları (PSO vb.) uygulanmalıdır.
5. Üretim ve ürün kalitesi için sertifikasyon ve belgelendirme yaygınlaştırılmalıdır.
6. Web tabanlı işler ve dijital makine parkı genişletilmelidir.

7. Basım/İnternet/Sosyal Medya uygulamalarının bütünleştirilmesi ile ürün geliştirilmelidir.
8. Butik ve tasarıma dayalı yaratıcı kapasite güçlendirilmelidir.

Strateji 8

Test Laboratuvar ve Sertifikasyon Altyapısının Kurulması

Yerli ve yabancı firmaların ürün hizmet ve faaliyetlerinin kalitesi uluslararası standartlarda ölçülmeli ve belgelendirilmelidir.

Politika Önerileri;

1. Yerli ve ithal ürünlerde aranacak asgari uluslararası standartlar belirlenmelidir.
2. İthal ve yerli girdi ve nihai ürünlerin her türlü testlerinin yapılabileceği uluslararası standartlarda akredite ve kabul gören bir laboratuvar ve test sistemi kurulmalıdır.
3. Uluslararası standartlardaki işleri belgeleyen bir sertifikasyon sistemi hayata geçirilmelidir.

Strateji 9

İhracata Ağırlık Verilmesi ve İhracatın Artırılması

Sektörün mevcut üretim ve ürün-hizmet kapasitesini değerlendirmek için ihracata ağırlık verilmeli ve ihracat artırılmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Kapsamlı pazar araştırmaları yapılmalı ve ihracat olanakları belirlenmelidir.
2. Firmaların ihracat yetenekleri ve kapasiteleri geliştirilmelidir.
3. Kullanılan girdi- kağıt- karton kalitesi artırılmalıdır.
4. İhracatta gerekli olan uluslararası baskı kalitesi onayı verecek bir belgelendirme sistemi kurulmalıdır.
5. İhracat destekleri sektörün özelliklerine göre uyarlanmalıdır.
6. Bir ihracatçı birliği ile işbirliği yapılmalıdır.

Strateji 10

Yatırım Teşviklerinin İyileştirilmesi

Sektörün yapısı ve faaliyetleri ile örtüşmeyen ve yararlanma olanağı çok sınırlı olan yatırım teşviklerinde iyileştirmeler yapılmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Basım sanayinin yenilikçi ve yüksek katma

değerli ürünler üretecek yatırımları 1. ve 2. bölge gibi gelişmiş bölgelerde teşvik edilmelidir.

2. Ulaşım ve tedarik-lojistik olanaklarına yakın bölgelerde altyapısı tamamlanmış organize sanayi bölgeleri kurulmalı ve arazi tahsisleri yapılmalıdır.

Strateji 11

Nitelikli İnsan Kaynakları ile İşgücü Yetiştirilmesi ve Sektöre Çekilmesi

Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücü ve teknik elemanlar yetiştirilmeli ve sektörün eğitim kurumlarından mezun olanların sektörde çalışmaları sağlanmalıdır.

Politika Önerileri;

1. Meslek Lisesi mezunlarının statülerinde iyileştirmeler yapılarak teknik eleman olarak çalışmaları özendirilmeli, çalışırken meslek yüksekokulları ve üniversitelerde okuyabilmelerine olanak sağlanmalıdır.
2. Üniversitelerde yazılım, görsel tasarım, dijital tasarım ve benzeri ilgili alanlarda sektör ile ilgili bölümler kurulmalıdır.
3. Her aşamada eğitim kalitesinin artırılması için eğitmenlerin eğitimi ve üniversite sanayi işbirlikleri sağlanmalıdır.

Strateji 12

Kayıt Dışı Faaliyetlerin Önlenmesi

Sektörde haksız rekabet yaratan kayıt dışı üretim faaliyetleri önlenmelidir.

Politika Önerileri;

1. Kamu otoritelerinin denetim işlevi ve kapasitesi güçlendirilmelidir.
2. Sektör içinde oto-kontrol sistemi kurulmalıdır.

Strateji 13

Sağlıklı Bir Rekabet Ortamının Kurulması

Sektör, müşterilerin yönlendirdiği ve fiyat rekabeti üzerine kurulu sağlıklı rekabet ortamından yenilikçi, yaratıcı ve yüksek katma değerli ürün ve hizmetlerin yönlendirdiği kalite rekabeti üzerine kurulu sağlıklı bir rekabet ortamına geçmelidir.

Politika Önerileri;

1. Sanayide oluşturulacak oto-kontrol sistemi ile kalite-fiyat rekabetine geçilmelidir.
2. Etik rekabet kuralları oluşturulmalı ve izlenmelidir.



ISBN: 978-605-137-444-4
ISBN: 978-605-137-445-1 (Elektronik)