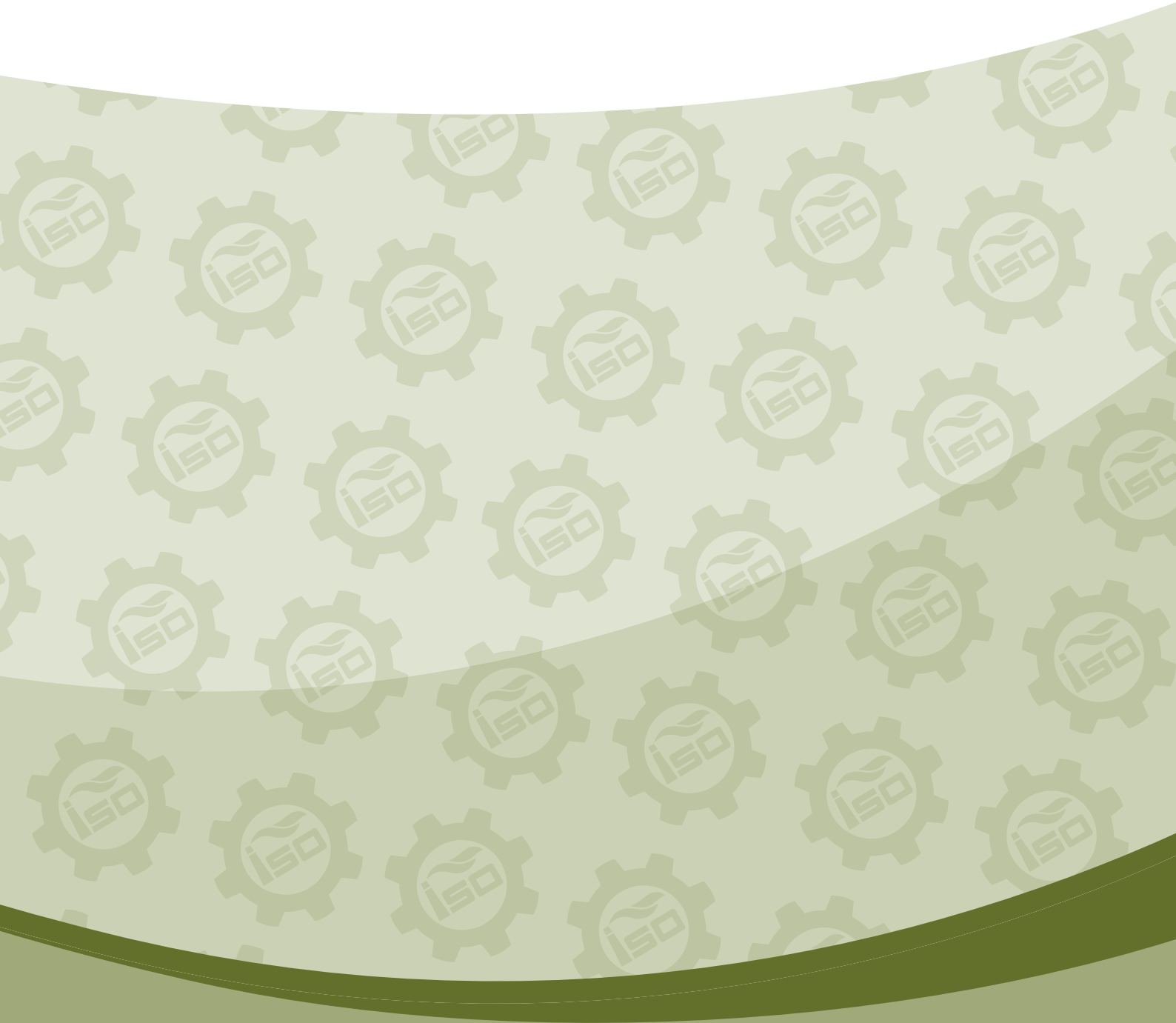




İSTANBUL
SANAYİ ODASI

Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Geliştirmesi Projesi

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi





**İSTANBUL
SANAYİ ODASI**

**Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri
Sektör Stratejileri Geliştirmesi Projesi**

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi

ISBN: 978- 605-137-048-4 (Basılı)
ISBN: 978-605-137-047-7 (Elektronik)
İSO Yayın No:2012/2
Sertifika No: 19176
Baskı, 1.000 Adet

Şubat 2012
İstanbul

İstanbul Sanayi Odası Yayınları No: 2012/2
Araştırma Şubesi
Meşrutiyet Caddesi No:62
Tepebaşı 34430 İstanbul
Tel:(212) 252 29 00 (pbx)
Faks:(212) 245 32 82
www.iso.org.tr

Yapım:
Mürettebat Reklamcılık ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.
Badem 11 Villa 16 Bahçeşehir
34538 İstanbul
Tel: (212) 608 06 08
Faks: (212) 608 16 03
www.murettebat.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
Fax: (212) 886 34 80

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

RAPORUN HAZIRLANMASINA KATKIDA BULUNAN MESLEK KOMİTESİ TEMSİLCİLERİ

29. Grup “Kauçuk Sanayi” Meslek Komitesi

Kamil Berat ÖZTİMUR

29. Grup Meslek Komitesi Başkanı
ARSAN KAUCUK PLASTİK MAKİNE SAN. VE TİC. A.Ş.

Vedat ÖZÇELİK

29. Grup Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
TATKAP PLASTİK KAPLAMA İMALAT SAN. VE TİC. A.Ş.

Bülent SAVAŞ

İSO Yönetim Kurulu Üyesi
BRISA BRIDGESTONE SABANCI LASTİK SAN. VE TİC. A.Ş.

Nurhan KAYA

29. Grup Meclis Üyesi
DERBY KONVEYÖR BANT SAN. VE TİC. A.Ş.

İlker Cenk GÜLER

29. Grup Meslek Komitesi Üyesi
DENİZ KAUCUK VE AKSESUAR SAN. TİC. LTD.ŞTİ.

30. Grup “Plastik Budünöz ve Vakum Mamulleri Sanayi” Meslek Komitesi

Osman ACUN

30. Grup Meslek Komitesi Başkanı
PLAŞ PLASTİK AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.

Nejat ÇETİN

30. Grup Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
P.İ.M.A.Ş. PLASTİK İNŞAAT MALZEMELERİ A.Ş.

Mustafa Aydın ÖZİLHAN

İSO Yönetim Kurulu Üyesi
TEKNİK PLASTİK SEALED AIR AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.

Alaettin TACİR

30. Grup Meclis Üyesi
SÜMER PLASTİK VE KAĞIT SAN. TİC. A.Ş.

Dr. Nevzat DEMİR

30. Grup Meclis Üyesi
FIRAT PLASTİK KAUCUK SAN. VE TİC. A.Ş.

Serkan GÜLEÇ

30. Grup Meslek Komitesi Üyesi
ÖZLİDER PLASTİK VE METAL SAN. TİC. A.Ş.

Vasil LİAZE

30. Grup Meslek Komitesi Üyesi
PLASET PLASTİK AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.

31. Grup “Plastik Enjeksiyon Mamulleri Sanayi” Meslek Komitesi

Ahmet KOÇ

31. Grup Meslek Komitesi Başkanı
YENİKOÇ PLASTİK PET VE KUYUMCULUK ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ.

Erkan AYDIN

31. Grup Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı
AYDINLAR PLASTİK SAN. VE TİC. A.Ş.

Mustafa AKYÜZ

31. Grup Meclis Üyesi
AKYÜZ PLASTİK SAN. VE TİC. A.Ş.

Ömer KARADENİZ

31. Grup Meclis Üyesi
METE PLASTİK SAN. VE TİC. A.Ş.

İslam KAYA

31. Grup Meslek Komitesi Üyesi
KAYAPLAS KAYALAR PLASTİK SAN. VE TİC. A.Ş.

Hüseyin SEMERCİ

PAGDER Yönetim Kurulu Başkanı

Selçuk BOSTANCI

PAGDER Uzmanı

İsmail ERTUNÇ

Kauçuk Derneği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Abdalla M. ABDALLA

Kauçuk Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Proje Koordinatörü:

İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreterliği

Proje Grubu:

Doç. Dr. Ruhi GÜRDAL

Proje Danışmanı

Erol BAHÇEGÜL

Danışman, RGA Yönetim Danışmanlık Ltd. Şti.

Dr. Nesrin Akçay ERİÇOK

İSO Araştırma Şubesi Müdür Yardımcısı

Dr. Şeyma İpek KÖSTEKLİ

İSO Araştırma Şubesi Danışmanı

Yılmaz UYGUN

İSO Araştırma Şubesi Uzmanı

GRAFİKLER VE TABLolar LİSTESİ	IX
SUNUŞ	XVII
YÖNETİCİ ÖZETİ	XXI
EXECUTIVE SUMMARY	XXIX
1. BÖLÜM PLASTİK VE KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ	1
1. Sektörün Tanımı ve Kapsamı	1
1.1. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeler	1
1.1.1. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi	1
1.1.2. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri	2
1.1.3. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı	3
1.1.4. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İşyeri Sayısı	4
1.1.5. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı	4
1.1.6. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Çalışan Başına Üretim ve Katma Değeri	5
1.1.7. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi AR-GE Çabaları	6
1.1.8. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Çıktılarının Kullanım Yerleri	7
1.1.9. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Ara Malı Kullanımları (Girdiler)	8
1.2. Plastik ve Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi Dış Ticareti	8
2. BÖLÜM PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ	11
2. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayinin Tanımı ve Kapsamı	11
2.1. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri	11
2.1.1. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi	11
2.1.2. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri	12
2.1.3. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı	14
2.1.4. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İşyeri Sayısı	15
2.1.5. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı	15
2.1.6. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Çalışan Başına Üretim ve Katma Değeri	16
2.1.7. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejik Girdileri	17
2.2. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti	17
2.2.1. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı	17
2.2.2. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı	18
2.2.3. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	19
2.2.4. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Dünya İthalatı	20
2.3. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Türkiye ve Dünya Dış Ticareti	20
2.3.1. Plastikten Çubuk ve Profil Halinde Monofilamentler	20
2.3.1.1. İhracat	20
2.3.1.2. İthalat	21
2.3.1.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	21
2.3.1.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	21
2.3.2. Plastikten Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları	22
2.3.2.1. İhracat	22
2.3.2.1.1. İhracatta İlk Beş Ülke	22
2.3.2.1.1.1. Plastikten sert (rijit) tüp, boru ve hortumlar	22

2.3.2.1.1.2. Plastikten esnek-takviyesiz t�p, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları	23
2.3.2.2. İthalat	24
2.3.2.2.1. İthalatta İlk Beş �lke	24
2.3.2.2.1.1. Plastikten sert (rijit) t�p, boru ve hortumlar	24
2.3.2.2.1.2 Plastikten esnek-takviyesiz t�p, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları	24
2.3.2.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	25
2.3.2.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	25
2.3.2.4.1. Plastikten sert (rijit) t�p, boru ve hortumlar	25
2.3.2.4.2. Plastikten esnek-takviyesiz t�p, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları	26
2.3.3. Diğer Maddelerle Desteklenmemiş veya Benzer Şekilde Birleştirlmemiş Plastikten Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler	27
2.3.3.1. İhracat	27
2.3.3.2. İthalat	27
2.3.3.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	28
2.3.3.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	28
2.3.4. Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler	28
2.3.4.1. İhracat	29
2.3.4.2. İthalat	29
2.3.4.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	29
2.3.4.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	29
2.3.5. Torba, Çanta, Poşet, Çuval, Kutu, Damacana, Şişe, Makara vb. Paketleme Malzemesi	30
2.3.5.1. İhracat	31
2.3.5.2. İthalat	32
2.3.5.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	32
2.3.5.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	33
2.3.6. Plastikten İnşaat Malzemesi, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları	35
2.3.6.1. İhracat	35
2.3.6.2. İthalat	36
2.3.6.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	37
2.3.6.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	37
2.3.7. Plastikten Prefabrik Yapılar	39
2.3.7.1. İhracat	39
2.3.7.2. İthalat	40
2.3.7.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	40
2.3.7.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	40
2.3.8. Giyim Eşyası ve Giysi Aksesuarları (eldiven dahil)	40
2.3.8.1. İhracat	41
2.3.8.2. İthalat	41
2.3.8.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	41
2.3.8.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	41
2.3.9. Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik �r�nler	42
2.3.9.1. İhracat	42

2.3.9.2. İthalat	43
2.3.9.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	44
2.3.9.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	44
2.3.10. Diğer Plastik Ürünler	45
2.3.10.1. İhracat	46
2.3.10.2. İthalat	46
2.3.10.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	47
2.3.10.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	47
2.4. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Rekabet Gücü	47
2.5. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejileri	49
3. BÖLÜM KAÜÇÜK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ	53
3. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayinin Tanımı ve Kapsamı	53
3.1. Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri	53
3.1.1. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi	53
3.1.2. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri	55
3.1.3. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı	57
3.1.4. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İşyeri Sayısı	58
3.1.5. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı	58
3.1.6. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Çalışan Başına Üretim ve Katma Değeri	59
3.1.7. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejik Girdileri	60
3.2. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti	61
3.2.1. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı	61
3.2.2. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı	62
3.2.3. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	63
3.2.4. Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi Dünya İthalatı	63
3.3. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Türkiye ve Dünya Dış Ticareti	64
3.3.1. Kauçuktan Yapılmış, Otomobillerde Kullanılan Yeni Havalı Lastikler	64
3.3.1.1. İhracat	64
3.3.1.2. İthalat	64
3.3.1.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	64
3.3.1.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	65
3.3.2. Kauçuktan Yapılmış, Otobüslerde, Kamyonlarda veya Hava Taşıtlarında Kullanılan Yeni Havalı Lastikler	65
3.3.2.1. İhracat	65
3.3.2.2. İthalat	65
3.3.2.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	66
3.3.2.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	66
3.3.3. Kauçuktan Yapılmış Tarım Lastikleri ve Diğer Yeni Havalı (Pnömatik) Lastikler	67
3.3.3.1. İhracat	67
3.3.3.2. İthalat	67
3.3.3.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	68
3.3.3.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	68
3.3.4. Kauçuktan İç Lastikler, Dolgu veya Alçak Basıncı Lastikler, Dış Lastikler İçin Değişebilir Sırtlar ve Kolonlar	68
3.3.4.1. İhracat	69
3.3.4.2. İthalat	69

3.3.4.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	69
3.3.4.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	70
3.3.5. Kauçuktan Motosikletlerde ve Bisikletlerde Kullanılan Yeni Havalı Lastikler ve Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılan Şeritler	70
3.3.5.1. İhracat	71
3.3.5.2. İthalat	71
3.3.5.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	71
3.3.5.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	72
3.3.6. Havalı Kauçuktan Sırt Geçirilmiş Dış Lastikler	73
3.3.6.1. Dünya Ticareti ve Türkiye	73
3.3.7. Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar; Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Kordon, Levha, Tabaka, Şerit, Çubuk ve Profiller (Sert Kauçuktan Olanlar Hariç)	73
3.3.7.1. İhracat	73
3.3.7.2. İthalat	74
3.3.7.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	75
3.3.7.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	75
3.3.8. Vulkanize Kauçuktan Tüp, Boru ve Hortumlar (Sert Kauçuktan Olanlar Hariç)	76
3.3.8.1. İhracat	77
3.3.8.2. İthalat	77
3.3.8.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	77
3.3.8.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	77
3.3.9. Vulkanize Kauçuktan Konveyör Bantları veya Taşıma Kayışları	78
3.3.9.1. İhracat	78
3.3.9.2. İthalat	78
3.3.9.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	78
3.3.9.4. Dünya Ticareti ve Türkiye	78
3.3.10. Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Eşyalar; Sert Kauçuk; Sert Kauçuktan Eşyalar	79
3.3.10.1.İhracat	79
3.3.10.2.İthalat	80
3.3.10.3.İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	80
3.3.10.4.Dünya Ticareti ve Türkiye	80
3.3.11. Birincil Formda veya Levha, Tabaka, Şerit Halinde Rejenere Kauçuk, Kord Bezi Hariç Kauçuklu Dokumadan Tekstil Kumaşlar, Vulkanize Kauçuktan Giyim Eşyası ve Giysi Aksesuarları	82
3.3.11.1.İhracat	82
3.3.11.2.İthalat	83
3.3.11.3.İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	83
3.3.11.4.Dünya Ticareti ve Türkiye	83
3.4. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Rekabet Gücü	84
3.5. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejileri	87

GRAFİK LİSTESİ

1. Bölüme Ait Grafikler

Grafik 1	Yıllara Göre Sanayi Üretim Endeksi	2
Grafik 2	Sektörün İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Payı	2
Grafik 3	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Üretimine Dağılımı	2
Grafik 4	Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı	2
Grafik 5	Sektörün İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (Faktör Maliyetleriyle)	3
Grafik 6	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Katma Değerinin Dağılımı	3
Grafik 7	Üretimde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Payı	3
Grafik 8	Sektörün İmalat Sanayi Girişim Sayısındaki Payı	4
Grafik 9	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Girişim Sayısının Dağılımı	4
Grafik 10	Sektörün İmalat Sanayi İstihdamındaki Payı	4
Grafik 11	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde Çalışan Sayısının Dağılımı	5
Grafik 12	Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Çalışan Sayısındaki Payları	5
Grafik 13	Çalışan Başına Üretim	5
Grafik 14	Çalışan Başına Katma Değer (Faktör Maliyetleriyle)	5
Grafik 15	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde Kişi Başına AR-GE Harcamaları	6
Grafik 16	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde AR-GE Harcamalarının GSYİH'ya Oranı	6
Grafik 17	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde Satınalma Gücü Standardına Göre AR-GE Harcamaları	6
Grafik 18	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinin Toplam Kullanımları (Yerli + İthal)	7
Grafik 19	İthal Plastik ve Kauçuk Ürünlerinin Kullanım Yerlerindeki Payları	7
Grafik 20	Sektörün Toplam Ara Mali Arzının Alt Sektörlere Göre Dağılımı	7
Grafik 21	Sektörün Toplam Girdilerinde Alt Sektörlerin Payları (net vergiler hariç)	8
Grafik 22	Sektörün Diğer Sektörlerden Girdi Kullanımlarında İthalatın Payları (temel girdiler)	8
Grafik 23	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Toplam İthal Girdilerinin Sektörlere Göre Dağılımı	8

2. Bölüme Ait Grafikler

Grafik 24	Plastik Ürünleri İmalat Sanayinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payı	11
Grafik 25	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payları	12
Grafik 26	Plastik Ürünleri Sanayi Üretimi	12
Grafik 27	Plastik Ürünleri Sanayi Üretimine Alt Sektörlere Göre Dağılımı	12
Grafik 28	Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde İmalat Sanayi Üretimi İçinde Plastik Ürünleri Sanayinin Payı	12
Grafik 29	Plastik Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payı (Faktör Maliyetleriyle)	13
Grafik 30	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payları	13
Grafik 31	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerine Göre Katma Değer (Faktör Maliyetleriyle)	14
Grafik 32	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerine Göre Katma Değerinin Dağılımı	14
Grafik 33	Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde Plastik Ürünleri Sanayi Katma Değerinin İmalat Sanayi İçindeki Payları	14
Grafik 34	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörleri Üretiminde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Payı	14
Grafik 35	Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde Plastik Ürünleri Üretiminde Katma Değerin Payı	15
Grafik 36	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Girişim Sayısı	15
Grafik 37	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Girişim Sayısının Dağılımı	15
Grafik 38	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Sayıları	16
Grafik 39	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Sayısının Dağılımı	16
Grafik 40	Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde İmalat Sanayi İstihdamında Plastik Ürünleri Sanayinin Payı	16
Grafik 41	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Üretim	16
Grafik 42	Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Faktör Maliyetleriyle Katma Değer	17
Grafik 43	Plastik Ürünleri Sanayi Hammaddeleri İhracatı, İthalatı ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	17
Grafik 44	Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi Dış Ticareti	17
Grafik 45	Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı	18
Grafik 46	Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı	19
Grafik 47	Plastik Ürünler İmalatı Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları	19

Grafik 48	Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti>1mm) Dış Ticareti	20
Grafik 49	Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti>1mm) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	20
Grafik 50	Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti>1mm) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	21
Grafik 51	Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti>1mm) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	21
Grafik 52	Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti>1mm) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	21
Grafik 53	Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti>1mm) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	21
Grafik 54	Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları Dış Ticareti	22
Grafik 55	Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları İhracatı	22
Grafik 56	Türkiye'nin Propilen Polimerlerinden Yapılan Sert Tüp, Boru, Hortumlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	23
Grafik 57	Türkiye'nin Etilen Polimerlerinden Yapılan Sert Tüp, Boru, Hortumlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	23
Grafik 58	Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Sert Tüp, Boru, Hortumlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	23
Grafik 59	Türkiye'nin Plastikten Tüp, Boru ve Hortum Bağlantı Elemanları İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	23
Grafik 60	Türkiye'nin Kırılma Basıncı 27,6 MPA'ya Eşit ya da Büyük Olan Plastikten Esnek Tüp, Boru, Hortumlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	23
Grafik 61	Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları İthalatı	24
Grafik 62	Türkiye'nin Proteinden ve Selülozikten Suni Bağırsaklar (Sosis Kılıfları) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	24
Grafik 63	Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Tüp, Boru ve Hortumlar İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	24
Grafik 64	Türkiye'nin Plastikten Tüp, Boru ve Hortum Bağlantı Elemanları İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	25
Grafik 65	Türkiye'nin Tüpler, Borular, Hortumlar (takviyesiz, donanımsız) İthalatta İlk Beş Ülke (2010)	25
Grafik 66	Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları Gruplarında İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	25
Grafik 67	Proteinden ve Selülozikten Suni Bağırsaklar (Sosis Kılıfları) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	25
Grafik 68	Proteinden ve Selülozikten Suni Bağırsaklar (Sosis Kılıfları) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	25
Grafik 69	Etilen Polimerlerinden Tüpler, Borular, Hortumlar (Sert) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	26
Grafik70	Etilen Polimerlerinden Tüpler, Borular, Hortumlar (Sert) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	26
Grafik 71	Tüpler, Borular, Hortumlar (takviyesiz, donanımsız) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	26
Grafik 72	Tüpler, Borular, Hortumlar (takviyesiz, donanımsız) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	26
Grafik 73	Plastikten Tüp, Boru, Hortum Bağlantı Elemanları Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	26
Grafik 74	Plastikten Tüp, Boru, Hortum Bağlantı Elemanları Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	27
Grafik 75	Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar Ürünleri Dış Ticareti	27
Grafik 76	Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	27
Grafik 77	Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	27
Grafik 78	Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	28
Grafik 79	Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	28
Grafik 80	Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamlar Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	28
Grafik 81	Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Dış Ticareti	28
Grafik 82	Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler İhracatı	29
Grafik 83	Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	29
Grafik 84	Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler İthalatı	29
Grafik 85	Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamlar İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	29
Grafik 86	Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranları	29
Grafik 87	Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	30
Grafik 88	Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	30
Grafik 89	Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamlar Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	30
Grafik 90	Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamlar Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	30
Grafik 91	Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar Dış Ticareti	30
Grafik 92	Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İhracatı	31
Grafik 93	Türkiye'nin Etilen Polimerlerinden Torbalar ve Çantalar (kühahlar dahil) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	31
Grafik 94	Türkiye'nin Plastikten Damacana, Şişe, Matara vb. Eşya İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	31
Grafik 95	Türkiye'nin Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	31
Grafik 96	Türkiye'nin Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	31
Grafik 97	Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İthalatı	32
Grafik 98	Türkiye'nin Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	32
Grafik 99	Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Çanta, Torba, Kühah vb. Eşya İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	32
Grafik 100	Türkiye'nin Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	32

Grafik 101	Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	32
Grafik 102	Etilen Polimerlerinden Torbalar ve Çantalar (küllahlar dahil) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	33
Grafik 103	Etilen Polimerlerinden Torbalar ve Çantalar (küllahlar dahil) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	33
Grafik 104	Diğer Plastiklerden Çanta, Torba, Külah vb. Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	33
Grafik 105	Diğer Plastiklerden Çanta, Torba, Külah vb. Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	33
Grafik 106	Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	33
Grafik 107	Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	33
Grafik 108	Plastikten Damacana, Şişe, Matara vb. Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	34
Grafik 109	Plastikten Damacana, Şişe, Matara vb. Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	34
Grafik 110	Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	34
Grafik 111	Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	34
Grafik 112	Plastikten Eşya Taşıma, Ambalajlama Malzemesi ve Benzeri Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	34
Grafik 113	Plastikten Eşya Taşıma, Ambalajlama Malzemesi ve Benzeri Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	34
Grafik 114	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları Dış Ticareti	35
Grafik 115	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İhracatı	35
Grafik 116	Türkiye'nin Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	35
Grafik 117	Türkiye'nin Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	36
Grafik 118	Türkiye'nin Plastikten Kapılar, Pencere, Panjurlar, Storlar vb. Ürünler İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	36
Grafik 119	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	36
Grafik 120	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İthalatı	36
Grafik 121	Türkiye'nin Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	36
Grafik 122	Türkiye'nin Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	37
Grafik 123	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	37
Grafik 124	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemesi, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	37
Grafik 125	Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	37
Grafik 126	Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	37
Grafik 127	Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	37
Grafik 128	Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	38
Grafik 129	Plastikten Sarnıçlar, Tanklar, Fıçılar vb. Kaplar (hacmi >300 litre) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	38
Grafik 130	Plastikten Sarnıçlar, Tanklar, Fıçılar vb. Kaplar (hacmi >300 litre) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	38
Grafik 131	Plastikten Kapılar, Pencere vb. Çerçeveleri, Pervazları, Kapı Eşikleri Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	38
Grafik 132	Plastikten Kapılar, Pencere vb. Çerçeveleri, Pervazları, Kapı Eşikleri Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	38
Grafik 133	Linoleum (Sıvanmış, Kaplanmış Mensucattan Yer Kaplamaları) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	38
Grafik 134	Linoleum (Sıvanmış, Kaplanmış Mensucattan Yer Kaplamaları) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	39
Grafik 135	Plastikten İnşaat Malzemesi Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	39
Grafik 136	Plastikten İnşaat Malzemesi Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	39
Grafik 137	Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar Dış Ticareti	39
Grafik 138	Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	39
Grafik 139	Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	40
Grafik 140	Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	40
Grafik 141	Plastikten Prefabrik Yapılar Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	40
Grafik 142	Plastikten Prefabrik Yapılar Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	40

Grafik 143	Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya Dış Ticareti	41
Grafik 144	Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	41
Grafik 145	Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	41
Grafik 146	Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	41
Grafik 147	Plastikten Diğer Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	41
Grafik 148	Plastikten Diğer Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	41
Grafik 149	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler Grubu Dış Ticareti	42
Grafik 150	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İhracatı	42
Grafik 151	Türkiye'nin Eni 20 cm.'yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	42
Grafik 152	Türkiye'nin Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	43
Grafik 153	Türkiye'nin Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	43
Grafik 154	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İthalatı	43
Grafik 155	Türkiye'nin Eni 20 cm.'yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	43
Grafik 156	Türkiye'nin Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	43
Grafik 157	Türkiye'nin Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	44
Grafik 158	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranları	44
Grafik 159	Eni 20 cm.'yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	44
Grafik 160	Eni 20 cm.'yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	44
Grafik 161	Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	44
Grafik 162	Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	44
Grafik 163	Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	44
Grafik 164	Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	45
Grafik 165	Plastikten Aydınlatma Cihazlarının Aksam-Parçaları Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	45
Grafik 166	Plastikten Aydınlatma Cihazlarının Aksam-Parçaları Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	45
Grafik 167	Plastikten Okul ve Büro Malzemeleri Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	45
Grafik 168	Plastikten Okul ve Büro Malzemeleri Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	45
Grafik 169	Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler Grubu Dış Ticareti	46
Grafik 170	Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İhracatı	46
Grafik 171	Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Yaprak, Film ve Şeritler İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	46
Grafik 172	Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İthalatı	46
Grafik 173	Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Yaprak, Film ve Şeritler İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	46
Grafik 174	Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranları	47
Grafik 175	Dış Taban ve Topuklar Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	47
Grafik 176	Dış Taban ve Topuklar Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	47

3. Bölüme Ait Grafikler

Grafik 177	Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Üretimindeki Payları	53
Grafik 178	Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payı	54
Grafik 179	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payı	54
Grafik 180	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim	55
Grafik 181	Kauçuk Ürünleri Sanayi Üretiminin Alt Sektörlere Göre Dağılımı	55
Grafik 182	Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Payı	55
Grafik 183	Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payları	55
Grafik 184	Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payı (Faktör Maliyetleriyle)	56
Grafik 185	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payı	56
Grafik 186	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Faktör Maliyetleriyle Katma Değer	56
Grafik 187	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Dağılımı	57
Grafik 188	Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı	57
Grafik 189	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörleri Üretiminde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Payı	57
Grafik 190	Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde Kauçuk Ürünleri Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı	58
Grafik 191	Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Girişim Sayısı	58
Grafik 192	Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Girişim Sayısının Dağılımı	58
Grafik 193	İmalat Sanayi Çalışan Sayısında Sektörlerin Payları	58
Grafik 194	Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Çalışan Sayısı	59

Grafik 195	Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Çalışan Sayısının Dağılımı	59
Grafik 196	Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde İmalat Sanayi İstihdamı İçinde Kauçuk Ürünleri Sanayinin Payı	59
Grafik 197	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Üretim	60
Grafik 198	Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Faktör Maliyetleriyle Katma Değer	60
Grafik 199	Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammadde, Sentetik Kauçuk vb. Ürünler İthalatı	60
Grafik 200	Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammadde, Sentetik Kauçuk vb. Ürünler Dış Ticareti ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	60
Grafik 201	Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammadde, Tabii Kauçuk ve Sakızlar vb. Ürünler İthalatı	61
Grafik 202	Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammadde, Tabii Kauçuk ve Sakızlar vb. Ürünler Dış Ticareti ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	61
Grafik 203	Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi Dış Ticareti	61
Grafik 204	Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı	62
Grafik 205	Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı	62
Grafik 206	Kauçuk Ürünleri Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	63
Grafik 207	Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) Dış Ticareti	64
Grafik 208	Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	64
Grafik 209	Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	64
Grafik 210	Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	65
Grafik 211	Otomobil Dış Lastiği (Yeni) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	65
Grafik 212	Otomobil Dış Lastiği (Yeni) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	65
Grafik 213	Türkiye'nin Otobüs, Kamyon ve Uçak Dış Lastiği (Yeni) Dış Ticareti	65
Grafik 214	Türkiye'nin Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	65
Grafik 215	Türkiye'nin Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	66
Grafik 216	Türkiye'nin Otobüs, Kamyon ve Uçak Dış Lastiği (Yeni) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	66
Grafik 217	Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	66
Grafik 218	Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	66
Grafik 219	Uçak Dış Lastiği (Yeni) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	66
Grafik 220	Uçak Dış Lastiği (Yeni) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	66
Grafik 221	Türkiye'nin Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) Dış Ticareti	67
Grafik 222	Türkiye'nin Tarım ve Orman Taşıtları İçin Diğer Dış Lastik İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	67
Grafik 223	Türkiye'nin Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	67
Grafik 224	Türkiye'nin Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	67
Grafik 225	Türkiye'nin Yapı ve Sanayi Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik (jant ölçüsü > 61cm) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	67
Grafik 226	Türkiye'nin Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	68
Grafik 227	Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	68
Grafik 228	Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	68
Grafik 229	Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Dış Ticareti	68
Grafik 230	Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps İhracatı	69
Grafik 231	Türkiye'nin Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	69
Grafik 232	Türkiye'nin Kauçuktan İç Lastikler İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	69
Grafik 233	Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps İthalatı	69
Grafik 234	Türkiye'nin Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	69
Grafik 235	Türkiye'nin Kauçuktan İç Lastikler İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	69
Grafik 236	Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	70
Grafik 237	Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	70
Grafik 238	Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	70
Grafik 239	Kauçuktan İç Lastikler Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	70
Grafik 240	Kauçuktan İç Lastikler Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	70
Grafik 241	Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Dış Ticareti	71
Grafik 242	Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller İhracatı	71
Grafik 243	Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller İthalatı	71

Grafik 244	Türkiye'nin Motosiklet Dış Lastiği (Yeni) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	71
Grafik 245	Türkiye'nin Bisiklet Dış Lastiği (Yeni) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	71
Grafik 246	Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	71
Grafik 247	Motosiklet Dış Lastiği Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	72
Grafik 248	Motosiklet Dış Lastiği Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	72
Grafik 249	Bisiklet Dış Lastiği Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	72
Grafik 250	Bisiklet Dış Lastiği Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	72
Grafik 251	Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	72
Grafik 252	Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	72
Grafik 253	Türkiye'nin Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Dış Ticareti	73
Grafik 254	Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	73
Grafik 255	Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	73
Grafik 256	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu Dış Ticareti	73
Grafik 257	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İhracatı	74
Grafik 258	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	74
Grafik 259	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	74
Grafik 260	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İthalatı	74
Grafik 261	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	74
Grafik 262	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	75
Grafik 263	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	75
Grafik 264	Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	75
Grafik 265	Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	75
Grafik 266	Diğer Vulkanize Edilmemiş Kauçuktan Çubuk, Boru, Profil vb. Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	75
Grafik 267	Diğer Vulkanize Edilmemiş Kauçuktan Çubuk, Boru, Profil vb. Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	75
Grafik 268	Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İplik ve İpler Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	76
Grafik 269	Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İplik ve İpler Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	76
Grafik 270	Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	76
Grafik 271	Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	76
Grafik 272	Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dış Ticareti	77
Grafik 273	Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	77
Grafik 274	Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	77
Grafik 275	Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	77
Grafik 276	Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	77
Grafik 277	Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	77
Grafik 278	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dış Ticareti	78
Grafik 279	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	78
Grafik 280	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	78
Grafik 281	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	78
Grafik 282	Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	78
Grafik 283	Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	79
Grafik 284	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar Grubu Dış Ticareti	79
Grafik 285	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İhracatı	79
Grafik 286	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya İhracatında İlk Beş Ülke (2010)	80
Grafik 287	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İthalatı	80

Grafik 288	Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	80
Grafik 289	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	80
Grafik 290	Vulkanize Kauçuktan Hijyenik, Eczacılık Eşyası Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	80
Grafik 291	Vulkanize Kauçuktan Hijyenik, Eczacılık Eşyası Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	80
Grafik 292	Sertleştirilmemiş Vulkanize Kauçuktan Yer Döşemesi ve Paspası Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	81
Grafik 293	Sertleştirilmemiş Vulkanize Kauçuktan Yer Döşemesi ve Paspası Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	81
Grafik 294	Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	81
Grafik 295	Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	81
Grafik 296	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb. Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	81
Grafik 297	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb. Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	81
Grafik 298	Sertleştirilmiş Kauçuk vb. Eşya Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	82
Grafik 299	Sertleştirilmiş Kauçuk vb. Eşya Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	82
Grafik 300	Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu Dış Ticareti	82
Grafik 301	Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İhracatı	82
Grafik 302	Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İthalatı	82
Grafik 303	Türkiye'nin Kauçuklu Mensucat İthalatında İlk Beş Ülke (2010)	83
Grafik 304	Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	83
Grafik 305	Rejenere Kauçuk (İlk Şekillerde, Levha, Tabaka/Şerit Halinde) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	83
Grafik 306	Rejenere Kauçuk (İlk Şekillerde, Levha, Tabaka/Şerit Halinde) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	83
Grafik 307	Kauçuklu Mensucat Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	84
Grafik 308	Kauçuklu Mensucat Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	84
Grafik 309	Vulkanize Kauçuktan Her Türlü Giyim Eşyası Aksesuarı (Eldiven) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009)	84
Grafik 310	Vulkanize Kauçuktan Her Türlü Giyim Eşyası Aksesuarı (Eldiven) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009)	84

TABLO LİSTESİ

1. Bölüme Ait Tablolar

Tablo 1	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi İhracatı (2010)	9
Tablo 2	Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi İthalatı (2010)	9

2. Bölüme Ait Tablolar

Tablo 3	Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı	18
Tablo 4	Fasıllara Göre Türkiye İhracatı (2010)	18
Tablo 5	Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı	19
Tablo 6	Fasıllara Göre Türkiye İthalatı (2010)	19
Tablo 7	Plastik Ürünler İmalatı Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları	19
Tablo 8	Plastik Ürünler Sanayi Dünya İthalatı	20
Tablo 9	Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.) Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	21
Tablo 10	Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları Grupları Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	27
Tablo 11	Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	28
Tablo 12	Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler (Gözenekli) Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	30
Tablo 13	Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İhracatı	31

Tablo 14	Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İthalatı	32
Tablo 15	Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	35
Tablo 16	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İhracatı	35
Tablo 17	Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İthalatı	36
Tablo 18	Plastikten İnşaat Malzemesi, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	39
Tablo 19	Plastikten Prefabrik Yapılar Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	40
Tablo 20	Plastikten Diğer Eşya Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	42
Tablo 21	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İhracatı	42
Tablo 22	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İthalatı	43
Tablo 23	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	45
Tablo 24	Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İhracatı	46
Tablo 25	Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İthalatı	46
Tablo 26	Dış Taban ve Topuklar Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	47
Tablo 27	Türkiye Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Güçlü ve Zayıf Yönler Analizi	48
Tablo 28	Türkiye Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Fırsatlar ve Tehditler Analizi	49

3. Bölüme Ait Tablolar

Tablo 29	Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı	61
Tablo 30	Fasillara Göre Türkiye'nin İhracatı (2010)	62
Tablo 31	Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı	62
Tablo 32	Fasillara Göre Türkiye'nin İthalatı (2010)	63
Tablo 33	Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları	63
Tablo 34	Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Dünya İthalatı	64
Tablo 35	Otomobil Dış Lastiği Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	65
Tablo 36	Otobüs, Kamyon ve Uçak Dış Lastiği (Yeni) Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	66
Tablo 37	Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	68
Tablo 38	İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	70
Tablo 39	Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	72
Tablo 40	Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	73
Tablo 41	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İhracatı	73
Tablo 42	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İthalatı	74
Tablo 43	Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı	75
Tablo 44	Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	76
Tablo 45	Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	78
Tablo 46	Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	79
Tablo 47	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İhracatı	79
Tablo 48	Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İthalatı	80
Tablo 49	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	82
Tablo 50	Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İhracatı	82
Tablo 51	Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İthalatı	83
Tablo 52	Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı	84
Tablo 53	Türkiye Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Güçlü ve Zayıf Yönler Analizi	85
Tablo 54	Türkiye Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Fırsatlar ve Tehditler Analizi	86

İstanbul Sanayi Odası, rekabet gücümüzün geliştirilmesi sürecinde, imalat sanayi sektörlerimizin yol haritalarının belirlenmesine katkıda bulunmak amacıyla, 2001 yılından bu yana, “İSO Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi”ni yürütmektedir.

“Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi” sektör raporumuz, proje kapsamında yayınlanan sektör raporları serisinin yedincisini oluşturmaktadır. Proje Danışmanımız Doç. Dr. Ruhi Gürdal tarafından hazırlanan Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi sektör raporu, Odamız bünyesinde plastik ve kauçuk ürünleri imalat sanayi sektörünü temsil eden 29. Grup Kauçuk Sanayi, 30. Grup Plastik Budünöz ve Vakum Mamulleri Sanayi ve 31. Grup Plastik Enjeksiyon Mamulleri Sanayi Meslek Komitelerimizin katkı ve katılımlarıyla gerçekleştirilmiştir.

Genel bir değerlendirme ile ara malı üreten bir sektör niteliğinde olan Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Sektörü, başta inşaat, tarım, dayanıklı tüketim malları, otomotiv ve elektronik olmak üzere imalat sanayi sektörü yanında ambalaj malzemeleri gibi ürünlerle hizmet sektörünün de çok önemli bir tedarikçisi konumundadır.

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi hem imalat sanayi, hem de ülke ekonomisinde yeri ve önemi giderek artan bir sektörümüzdür. 2003 yılında imalat sanayi üretimi içinde %4,02 paya sahip olan plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi, bu payını 2008 yılında %5,16 seviyesine yükseltmiştir.

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi, imalat sanayi toplam istihdamındaki payı açısından yirmi üç sektör arasında sekizinci sırada yer almaktadır.

2010 yılında plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi ihracatı 5,3 milyar ABD Doları, ithalatı ise 3,9 milyar ABD Doları olmuş ve sektör 1,4 milyar ABD Doları dış ticaret fazlası vermiştir. Sektörün toplam dış ticaret hacmi 9,2 milyar ABD Dolarına erişirken, ihracatın ithalatı karşılama oranı 1,36 olmuştur. Aynı yıl plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracat içindeki payı %4,64 ve toplam ithalat içindeki payı ise %2,1 düzeyindedir. Sektörün geneline ait bu temel göstergeler, raporumuzda, “plastik” ve “kauçuk” ürünleri imalatı olmak üzere iki alt sektör bazında ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Çalışmamız, üç bölümden oluşmaktadır. İlk olarak, Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektörünün bir bütün olarak gelişimi ve genel görünümü ortaya konulmuştur. Plastik ürünleri imalatı sanayi, ikinci bölümde değerlendirilmiştir. Üçüncü bölüm, kauçuk ürünleri imalatı sektörüne aittir. Gerek plastik, gerekse kauçuk ürünleri sektörü; gelişimi, sektör temel göstergeleri, rekabet gücü ve sektör stratejileri olarak üç alt başlık altında ele alınmıştır. Sektör temel göstergeleri; üretim, katma değer, istihdam ve ihracat ayırımında verilmiştir. Dış ticaret göstergeleri, GTİP kodlarına göre alt sektörler ve dünya ticareti-Türkiye bazında ayrıntılı olarak irdelenmiştir.

Alt sektör ayırımında baktığımızda, plastik ürünleri imalatı sanayinin, gerek üretim, gerekse katma değer açısından imalat sanayi içinde önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Plastik ürünleri sektörünün imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payıyla yaklaşık aynı düzeydedir. AB-27 ile karşılaştırdığımızda, Türkiye plastik ürünler imalatı sanayi AB-27'nin ortalamasına göre üretimde daha önemli bir yere sahip olmasına karşın, katma değerdeki payında durumunu koruyamamaktadır. Bir başka ifadeyle, plastik ürünleri imalatı sektörünün AB ülkelerine göre katma değer yaratmada rekabet gücü düşüktür. Sektörün rekabet gücü, hammadde maliyetlerinin toplam maliyet içindeki payı yüksek olması nedeniyle girdilerin fiyatına ve tedarik güvencesine büyük ölçüde bağlıdır. Bu açıdan sektör önemli sorunlarla karşı karşıyadır.

İkinci alt sektör olarak kauçuk ürünleri imalatı sanayi sektöründe, iç ve dış lastik imalatı ilk sırada yer almaktadır. Üretimde ikinci sırayı, diğer kauçuk ürünleri almaktadır. Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payından çok daha yüksektir. Diğer yandan kauçuk ürünleri sanayi, imalat sanayi katma değeri içinde payını da artıran sektörler arasındadır. Türkiye kauçuk ürünleri imalatı sanayi, imalat sanayi katma değerindeki payı açısından AB-27 ülkelerine göre de daha iyi konumdadır.

Kauçuk ürünleri imalatı alt sektörü, üretim ve katma değer yanında istihdam açısından da çarpıcı bir performans sergilemiştir. Kauçuk ürünleri imalatı sektöründe çalışan sayısı 2003 ve 2008 yılları arasında %73 oranında artmıştır. Sektördeki istihdam artışında diğer kauçuk ürünleri imalatı alt sektörü çok önemli rol oynamıştır.

Sektör yol haritasının belirlenmesi açısından özel önem taşıyan rekabet gücü analizi, sektör temel göstergeleri ışığında gerçekleştirilmiştir. Plastik ürünleri imalatı sanayi, son yıllarda çevre nedeniyle sorunlu bir sektör olarak algılanmasına karşın giderek her alanda yaygınlaşan ürünleriyle vazgeçilmez bir sektör niteliğindedir. Dış ticaret fazlası veren bu sektörün hammadde başta olmak üzere temel girdilerde önemli sorunları bulunmaktadır. Kalıp tedarikçisi bulunabilirliği, yerli makine tedarikçisi eksikliği ve nitelikli kalıpcı açığı sektörün rekabet gücünü ve yüksek katma değer yaratma gücünü olumsuz yönde etkileyen diğer etmenlerdir. ARGE ve ÜRGE çabalarının eksikliği ise rekabet gücünü olumsuz yönde etkilerken, sektörde katma değeri yüksek alanlara odaklanmayı da engellemektedir. Finansman ise sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen en önemli ana faktörlerden birisidir.

Türk plastik ürünleri imalatı sanayinin en güçlü yönü ürün ve hizmet kalitesi faktörleridir. Sektör iç pazar potansiyeli, pazarlama çabaları, pazarlara yakınlık, coğrafi konum, pazarlama ve satış giderlerinde rakiplere göre üstünlüğe sahiptir. Bu özellikler sektörün ihracatta sağladığı başarıda önemli rol oynamaktadır. Bölge ülkelerinde uluslararası sermayenin petrokimya alanındaki yatırım eğilimi hammaddeye erişim ve güvencesi açısından sektör için önemli bir fırsat niteliğindedir. Türk plastik ürünler imalatı sanayi için en önemli tehditlerden birisi, yurt içinde hammadde üretimi alanında yatırım yapılamaması sorununun sürmesidir.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin rakip ülkelere göre sentetik kauçuk ve kimyasallar gibi temel girdilerde önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Yurtiçi hammadde kaynaklarına erişim ve maliyeti yanında tedarikte tekeli yapı en önemli darboğazlardan birisini oluşturmaktadır. Nitelikli teknik işgücü bulunabilirliği ise dikkat çeken olumsuz faktörlerden birisidir. Kapasite kullanımındaki yetersizlik yanında işletme ölçeklerinin yetersizliği ise işletmelerin verimliliklerinin düşük olduğunu göstermektedir. ARGE ve ÜRGE alanındaki çabaların eksikliği de sektörün atılım yapmasının önündeki önemli engeller olarak öne çıkmaktadır. Sektörün düzenleyici mekanizmalarda da rakiplerine göre daha olumsuz koşullara sahip olduğu belirtilmelidir.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayi, teknolojik altyapı, atık yönetimi ve esnek üretim becerisinde rakiplerine göre üstünlüğe sahiptir. Sektörün deneyim ve becerisi, mesleki örgütlenmesi, işbirliği kültürü, girişimcilik ve uluslararası standartlara uyum yeteneği diğer önemli üstünlükleri olarak belirtilmelidir. Sektör ürün kalitesi, çeşitliliği, güvenilirliği, satış öncesi ve sonrası hizmet kalitesi, termine uyum, yetkin ihracat işgücü, dağıtım ağı ve ülke imajı açısından rakiplerine göre daha iyi konumdadır. Ancak lastik üretimindeki dünya markaları dışındaki diğer alanlarda markalaşma konusunda yeterli adım atılamamıştır. Finansman olanakları ve bu olanaklara erişim açısından sektör rakiplerine göre daha olumlu konumdadır. Buna karşın işletmeler maliyet açısından rakip ülke işletmelerine göre daha yüksek bedel ödemeye devam etmektedir.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin girdi sağladığı otomotiv, makine ve inşaat vb. sanayinde Türkiye'nin uluslararası oyuncu olma eğilimi sektörün gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Rakip ülkelere Çin ve Hindistan'ın sektöre yatırımı yanında, hammadde kullanımlarındaki artış eğilimi önemli tehdit niteliğindedir. Doğal hammadde kaynaklarının iklim nedeniyle olumsuz yönde etkilenmesi ise girdi tedarik sürecinde diğer tehditlerden birisidir.

Raporumuzda, sektör yol haritasını oluşturan amaç-hedef ve stratejiler, alt sektörler bazında belirlenmiştir. Plastik ürünleri imalatı sanayinin temel amacı, “yeni kullanım yerlerine ve plastiğin üstün özelliklerine dayalı, katma değeri yüksek ürünlerde uluslararası alanda rekabet gücüne sahip bir yapıya kavuşturulması”dır. Bu amaca ulaşabilmesi için stratejiler; sektör ihtiyaçlarına yönelik insan sermayesi, adil, hızlı ve rekabetçi bir girişim ortamı, tasarım ve uygulamada yenilikçi ve yeni kullanım alanlarına yönelik ürünler, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin verimliliklerinin artırılması, etkin pazarlama ve iletişim stratejileri, sektörde geri dönüşüm sisteminin etkinliğinin artırılması ve sektöre özgün destekleme politikaları olarak önerilmiştir.

Kauçuk ürünler imalatı sanayinin temel amacı, “ARGE'ye dayalı teknik, hassas ve özellikli ürünlerde uluslararası alanda rekabet gücüne sahip üretim merkezi konumuna kavuşturulması” dır. Üstünlük sağlayan nitelikli insan sermayesi, rekabetçi bir girişim ortamı, teknik, hassas ve özellikli ürünler güçlü ve verimli işletmeler, etkin pazarlama ve iletişim stratejileri ve sektöre özgün destekleme politikaları, kauçuk ürünleri imalat sanayinin başlıca stratejilerini oluşturmaktadır.

“Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi” Raporumuzu, sektörün, pazarın talep ettiği ürünlerin üretilmesi, geliştirilmesi ve uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması hedeflerine ulaşmasında açılımlar getirmesi ve katkı sağlaması dileğiyle bilgilerinize sunuyoruz. Proje Danışmanımız Sayın Doç. Dr. Ruhi Gürdal'a, çalışmamıza emek ve katkı veren 29, 30 ve 31. Grup Meslek Komitesi Üyelerimize, sektör dernek temsilcilerine ve katkıda bulunan tüm kişilere teşekkür ediyoruz.

Saygılarımızla,

C. Tanıl KÜÇÜK

İstanbul Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi genel olarak ara malı üreten bir sektör niteliğindedir. Sektör başta inşaat, tarım, dayanıklı tüketim malları, otomotiv ve elektronik olmak üzere imalat sanayi yanında ambalaj malzemeleri vb. ürünlerle hizmet sektörünün de çok önemli tedarikçisi konumundadır.

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayinin üretim açısından imalat sanayi ve ülke ekonomisindeki önemi giderek artmaktadır. 2003 yılında imalat sanayi üretimi içinde %4,02 paya sahip olan plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi bu payını 2007 yılı hariç sürekli artırarak 2008 yılında %4,81 düzeyine çıkarmıştır. İmalat sanayindeki katma değeri açısından da sektör ağırlığını artırmaktadır. 2008 yılında 2004 yılına göre sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı %13,1 artarak %5,16 düzeyine erişmiştir. İmalat sanayi toplam katma değeri içindeki payı açısından yirmi üç sektör arasında sekizinci sıraya yerleşmiştir.

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin 2003 yılında yarattığı katma değer sektör üretimine oranı %28,19 olmuştur. Bu pay 2007 yılına kadar giderek düşmüştür. 2008 yılında 2007 yılına göre artmış ve %21,08 olmuştur. Sektörün üretimde katma değerinin payının imalat sanayi ortalamasının üzerinde olması büyümeye sağladığı katkı açısından önemini ortaya koymaktadır.

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi istihdama olumlu katkı yapan sektörler arasındadır. İmalat sanayi toplam istihdamındaki payı açısından yirmi üç sektör arasında sekizinci sırada gelmektedir. Sektörün toplam imalat sanayi içindeki ücretle çalışanlarının payı 2003 yılında %4,34 düzeyinden 2008 yılında %5,12 düzeyine çıkmıştır. Bu eğilim dönem içinde ücretle çalışanların payında %18'lik bir artış oranını ifade etmektedir.

Üretim, katma değer ve istihdamdaki katkıları yanında sektör dış ticaret fazlası vererek Türkiye'nin en önemli sorunlarından olan dış ticaret ve cari açığının kapatılmasında önemli rol oynamaktadır. 2010 yılında plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi ihracatı 5,3 milyar ABD Doları, ithalatı ise 3,9 milyar ABD Doları olmuş ve 1,4 milyar ABD Doları dış ticaret fazlası vermiştir. Sektörün toplam dış ticaret hacmi 9,2 milyar ABD Dolarına erişirken ihracatın ithalatı karşılama oranı 1,36 olmuştur. Aynı yıl plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracat içindeki payı %4,64 ve toplam ithalat içindeki payı ise %2,1 düzeyindedir.

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi AR-GE Çabaları

Pazarın talep ettiği ürünlerin üretilebilmesi, geliştirilmesi ve rekabet gücünün artırılması için sektörün yeni teknolojileri kullanması, yeni ürünler geliştirmesi, yenilikçiliğe önem vermesi ve verimliliğini artırması gereği bulunmaktadır. Plastik ve kauçuk ürünlerinde dünyadaki yeni ürün, yenilikçilik ve kompozit malzemelere yönelik arayışlar göz önüne alındığında AR-GE çabalarının önemi ortaya çıkmaktadır. Ancak mevcut veriler Türkiye de sektörün AR-GE çabalarına gereken önemi vermediğini göstermektedir.

Kauçuk ve Plastik Ürünleri İmalatı sanayinin 2008 yılında yaptığı toplam AR-GE harcamalarının gelişmiş birçok ülkeye göre nüfus başına düşen tutarı çok düşüktür. Karşılaştırma yapılan ülkeler arasında Finlandiya 18,3 Euro ile ilk sırada yer alırken Japonya 15,4 ile ikinci ve Almanya 11 Euro kişi başına harcama ile üçüncü sıradadır. Türkiye'de sektörün nüfus başına ARGE harcaması ise bu ülkelerin çok gerisinde kalmış 2008 yılında 0,4 Euro olarak gerçekleşmiştir. Plastik ve kauçuk ürünler imalatı sektörünün AR-GE harcamalarının GSYİH'ya oranı açısından da durum değişmemektedir. 2008 yılında bu oranda Japonya %0,06 ile ilk sıradadır. Finlandiya %0,05 ile ikinci ve %0,04 ile G. Kore üçüncü sıraya yerleşmiştir. Türkiye'de ise aynı oran %0,01 düzeyinde kalmıştır. Bu veriler sektörün AR-GE çabalarının yetersiz olduğu görüşünü pekiştirmektedir.

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi AR-GE harcamaları, ülke fiyat düzeylerindeki farklılıkların düzeltilmesine yardımcı olan satınalma gücü standardına göre hesaplandığında Japonya çok büyük bir farkla ilk sıraya yerleşmektedir. Bu hesaplama göre kauçuk ve plastik imalatı sanayinde Türkiye'de yapılan toplam ARGE harcaması 2008 yılında 41,6 milyon SGS olmuştur. Bu harcama Güney Kore'de 442,8 milyon, Almanya'da 866,3 milyon SGS'dir. Bu değerler dikkate alındığında Türkiye'ye göre Almanya'nın 21 kat ve Güney Kore'nin yaklaşık 11 kat daha fazla AR-GE harcaması yaptığı ortaya çıkmaktadır. Japonya da ise aynı harcama 1,993 milyon SGS olup Türkiye den yaklaşık 48 kat fazladır.

Tüm göstergeler birlikte değerlendirildiğinde plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi işletmelerinin AR-GE'ye ayırdığı kaynakların, rakip ülkelere göre yetersiz olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna karşın sektörün katma değeri yüksek ürünlerde rekabet gücünü artırabilmesi için AR-GE çabalarında odaklanması gereği açıktır.

Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi

Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi başta inşaat, tarım, gıda olmak üzere imalat sanayi ve hizmet sektörü için ara malı üreten bir sektör niteliğindedir. Ara malı yanında ürettiği nihai ürünlerle günlük yaşamı kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır.

Plastik ürünleri imalat sanayi 2003 yılında imalat sanayi üretimi içindeki %3,15 olan payını 2008 yılında %3,77 düzeyine çıkarmıştır. Bu bulgu sektörün üretim açısından imalat sanayindeki ağırlığını artırdığını ve imalat sanayi içinde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. AB ülkeleri ile yapılan karşılaştırma da bu yargıyı doğrulamaktadır. Türkiye plastik ürünler imalatı sanayinin toplam imalat sanayi üretimi içindeki payı AB-27 ortalamasının üstündedir. Türkiye karşılaştırma yapılan yedi AB ülkesine göre üretimde imalat sanayi içindeki payı açısından üçüncü sırada gelmektedir. AB-27'de sektörün toplam imalat sanayi üretimindeki payı %3,1 olurken, aynı dönemde Türkiye de ise %3,4 ile %3,8 arasında değişmiştir.

Plastik ürünleri imalatı sanayi üretiminde alt sektörlerden plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı 2003 yılından bu yana ağırlığını artırmaktadır. Buna karşın plastik ambalaj malzemesi imalatının payı ise gerilemektedir. Diğer iki alt sektörün payları ise son üç yılda yaklaşık aynı düzeyde kalmıştır.

Plastik ürünleri imalatı sanayinin imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payıyla yaklaşık aynı düzeydedir. 2003 yılında imalat sanayi katma değerinden %3,26 pay alan sektörün payı, 2008 yılında %3,78 olmuştur. Türkiye plastik ürünler imalatı sanayi AB-27'nin ortalamasına göre üretimde daha önemli bir yere sahip olmasına karşın, katma değerdeki payında durumunu koruyamamaktadır. AB-27 plastik ürünleri imalatı sanayinin toplam imalat sanayi katma değeri içindeki payı yaklaşık %3,5 olurken bu oran Türkiye için yaklaşık %3,3 düzeyindedir. Bu bulgu plastik ürünleri imalatı sektörünün AB ülkelerine göre katma değer yaratmada rekabet gücünün düşük olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Üretimde olduğu gibi sektörün katma değeri içinde de plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı alt sektörü ağırlığını sürekli artırmaktadır. Bu alt sektör 2003 yılında toplam plastik ürünleri imalatı sanayi katma değerinden %25,92 pay almış ve 2008 yılında payını %35,35 düzeyine çıkarmıştır. İkinci alt sektör olan plastik ambalaj malzemesi imalatının 2003 yılında %30,02 olan payı 2008 yılında %27,84 düzeyine gerilemiştir. Katma değerdeki pay açısından

önemli ölçüde gerileyen diğer alt sektör plastik inşaat malzemesi imalatı olmuştur. 2003 yılında sektörde katma değerde %27,52 paya sahip olan plastik inşaat malzemesi imalatı için bu oran 2008 yılında %19,84'e gerilemiştir. Diğer plastik ürünlerin imalatı alt sektörünün toplam sektör katma değerindeki payı dönem içinde değişiklik göstermiş ve 2008 yılında %16,97 olarak gerçekleşmiştir.

Sektörün katma değer yaratma gücünün artırılması gereği AB-27 ülkeleri ile yapılan karşılaştırmada da ortaya çıkmaktadır. Karşılaştırma yapılan AB-27 ülkeleri içinde Türkiye, katma değerün üretimdeki payı açısından son sırada gelmektedir. Dikkat çeken bir diğer nokta Türkiye de söz konusu oranın giderek düşmesi ve karşılaştırılan ülkelerle farkın açılmasıdır.

Plastik ürünleri imalatı sanayinin 2003 yılından 2008 yılına kadar toplam istihdamında %50 artış sağlanmıştır. Bu oran alt sektörlerden plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatında yaklaşık %100 ve plastik inşaat malzemeleri imalatı sanayinde ise %69 düzeyine çıkmaktadır. İstihdamda aynı dönemde en düşük artış oranı yaklaşık %14 ile ambalaj malzemeleri imalatı sektöründedir. Plastik ürünleri imalatı sektörünün imalat sanayi istihdamındaki payı ise %3,8 düzeyindedir. Bu oranlar AB-27 ortalamasından düşüktür.

Dış Ticaret

2004 yılında 148,5 milyar ABD doları olan Dünya Plastik Ürünleri ithalatı 2009 yılında 197,3 milyar ABD Dolarına yükselerek %33 artış göstermiştir. "Plastikten diğer eşya" ve "Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar" grupları 2009 yılında tüm grup ithalatının sırasıyla %22,3 ve %19,6 sını oluşturarak ilk iki sırayı almıştır. Türkiye plastik ürünler imalatı sanayi ürünleri ihracatının bu ürünlerin toplam dünya ithalatından aldığı pay 2009 yılında %1,49 düzeyindedir.

Türkiye'nin plastik ürünleri dış ticareti 2010 yılında 3,41 milyar ABD Doları ihracat ve 2,58 milyar ABD Doları ithalat olmak üzere yaklaşık 6,0 milyar ABD Dolarıdır. 2004 yılında 41,7 milyon ABD Doları olan dış ticaret fazlası, 2010 yılında 827,5 milyon ABD Dolarına erişmiştir.

2004 yılında 1,27 milyar ABD Doları olan plastik ürünleri ihracatı 2,7 kat artarak 2010 yılında 3,41 milyar ABD Doları olmuştur. 2004 yılında sektör ihracatından %43 pay alan "Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller" grubu 2010 yılında ihracatını 1,65 milyar ABD Dolarına çıkararak payını %48'e yükseltmiştir. 2004 yılında toplam sektör ihracatından

%17,3 pay alan “Diğer plastik ürünler” grubunun ihracatı ise 2010 yılında 721,5 milyon ABD Dolarına erişirken, toplam ihracat içindeki payı da %21'e yükselmiştir. Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketleme malzemesi “ ve “İnşaat malzemesi” gruplarının 2010 yılındaki ihracatları sırasıyla 525,8 ve 516,6 milyon ABD Dolarıdır ve toplam ihracat içindeki payları %15 civarındadır.

2004 yılında 1,23 milyar ABD Doları olan plastik ürünler ithalatı 2010 yılında 2,58 milyar ABD Dolarına yükselerek 2,1 kat artış göstermiştir. Plastik ürünleri imalatı sanayi ürünleri ithalatı Türkiye'nin toplam ithalatından 2010 yılında %1,4 pay almıştır.

2010 yılında “Diğer plastik ürünler” grubu toplam sektör ürünleri ithalatından %49,4 pay almış, “Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller” grubunun payı ise %39 olmuştur. 2004- 2010 yılları arasında ithalatı en büyük artış “Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler” grubunda görülmektedir. Bu grubun 2004 yılında 188,1 milyon ABD Doları olan ithalatı 2010 yılında 776 milyon ABD Dolarına ulaşarak 4,1 kat artış göstermiştir.

Plastik ürünlerde 2004 yılında %103,4 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %132,1'e yükselmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranları “İnşaat malzemesi” grubunda %428, “Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketleme malzemesi” grubunda %304,6, “plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı” grubunda %162,6'dır. “Diğer plastik ürünler” grubunda ise ihracatın ithalatı karşılama oranı %56,5'dir.

Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejik Girdileri

Sektörün rekabet gücü hammadde maliyetlerinin toplam maliyet içindeki payı yüksek olması nedeniyle büyük ölçüde girdilerin fiyatına ve tedarik güvencesine bağlıdır. Bu açıdan sektörün önemli sorunlarla karşı karşıya olduğu görülmektedir. Plastik hammaddeleri imalatında Türkiye'nin yeterli olduğunu söylemek olası değildir. Türkiye 2010 yılında 7,65 milyar ABD Doları plastik hammadde ithalatı yaparken 705 milyon ABD Doları ihracat gerçekleştirebilmiştir. İhracat ve ithalat rakamları sektörün hammadde açısından dışa bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır. Plastik ürünleri imalatı sektöründe küçük ve orta ölçekli işletmelerin oranının yüksek olması ve yerli üretimin yetersizliği, işletmelerin hammadde tedarik aşamasında miktar ve fiyat sorunu yaşadıklarını göstermektedir.

PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ REKABET GÜCÜ

Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi, son yıllarda çevre nedeniyle sorunlu bir sektör olarak algılanmasına karşın kullanımı giderek her alanda yaygınlaşan ürünleriyle vazgeçilmez niteliğe sahiptir. Dış ticaret fazlası veren bu sektörün rekabet gücünün artması, ekonomik kalkınmaya katkısını artıracaktır. Sektörün rekabet gücünün artırılabilmesi için rakip ülkelere göre güçlü yönlerinin korunması, zayıf yönlerinin ise geliştirilmesi gereklidir.

Sektörün rakip ülkelere göre temel girdilerde önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Hammadde bu girdilerin başında gelmektedir. Yurtiçi hammadde kaynaklarına erişim yanında tedarikte tekelleri yapı en önemli darboğazlardan birisini oluşturmaktadır. Sektörün hammaddede dışa bağımlılığı sürerken hammadde maliyetleri, başta elektrik olmak üzere enerji maliyetleri ve kalitesi sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır.

Kalıp tedarikçisi bulunabilirliği, yerli makine tedarikçisi eksikliği ve nitelikli kalıpcı açığı sektörün rekabet gücünü ve yüksek katma değer yaratma gücünü olumsuz yönde etkileyen diğer etmenlerdir. Başta AB olmak üzere gelişmiş ülkelere göre işgücü maliyeti açısından daha avantajlı konumda olmasına karşın, aynı ürün gruplarında Çin, Hindistan ve benzeri ülkelere göre bu üstünlükten söz etmek olası değildir. Girişimcilik, esnek üretim becerisi, sektörde deneyim ve bilgi birikimi sektörün rekabet gücünü artıran faktörler olarak görülmektedir. Ancak kalıp teknolojisi, kurumsal hafıza, kurulu kapasite, üretim teknolojisi ve sektörde işbirliği konularında eksikliklerin giderilmesi gereği bulunmaktadır. ARGE ve ÜRGE çabalarının eksikliği ise rekabet gücünü olumsuz yönde etkilerken, sektörde katma değeri yüksek alanlara odaklanmayıp da engellemektedir.

Yatırımcı iklimi, yatırım ve diğer teşvikler sektördeki rakip ülkelere göre girişimcileri olumsuz yönde etkileyen ve rekabet gücü kaybına yol açan faktörler arasında yer almaktadır. Haksız rekabete yol açan kayıt dışılık, bürokrasi ve son yıllarda başarı sağlanmış olsa da krizlerle bozulan ekonomik istikrar ve döviz kuru politikaları uluslararası alanda rekabette sektörü olumsuz yönde etkilemektedir.

Türk plastik ürünleri imalatı sanayinin en güçlü yönü ürün ve hizmet kalitesi faktörleridir. Ürün kalitesi ve ürün standartlarında rakiplere göre sektör daha iyi konumdadır. Sektör iç pazar potansiyeli, pazarlama çabaları, pazarlara yakınlık, coğrafi konum, pazarlama ve satış giderlerinde rakiplere göre üstünlüğe sahiptir.

Bu özellikler sektörün ihracatta sağladığı başarıda önemli rol oynamaktadır. Finansman ise sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen en önemli ana faktörlerden birisidir.

Plastik ürünleri imalatı sanayinin girdi sağladığı inşaat ve otomotiv sanayinde Türkiye'nin uluslararası oyuncu olma eğilimi sektörün gelişmesine önemli katkılar sağlayacak niteliktedir. Yakın ve komşu pazarlarda ülke yönetimlerinde yaşanan değişim sonucu bu ülke ekonomilerinde ve dış ticaret rejimlerinde liberalleşme eğilimi sektör için fırsatlar yaratabilecektir.

Tüm olumsuz algılamalara karşın hafiflik ve esneklik nedeniyle sektör ürünlerini daha yaygın biçimde kullanma eğilimi mevcuttur. Plastik ve kompozit ürünler enerji tasarrufu amacıyla; otomotivden, inşaat, uzay araçlarından beyaz ve kahverengi eşyaya yaygın kullanım alanı bulmaktadır. Kara, deniz, hava taşıt araçları v.b. birçok üründe daha çok parça plastik ve polimer kompozit ürünlerden yapılarak enerji tasarrufu amaçlanmaktadır. AR-GE'ye dayalı katma değeri yüksek ürünler için pazarda yeni fırsatlar doğmaktadır.

Bölge ülkelerinde uluslararası sermayenin petrokimya alanındaki yatırım eğilimi hammaddeye erişim ve güvencesi açısından sektör için önemli bir fırsat niteliğindedir. Türk plastik ürünler imalatı sanayi için en önemli tehditlerden birisi yurt içinde hammadde üretimi alanında yeni ve yenileme yatırımları konusunda lisans, yüksek sermaye gereksinimi vb. nedenlerle yatırım yapılamaması sorununun sürmesidir.

İşletmelerin ARGE'ye yatırım ve harcama yapma konusundaki isteksizliğinin sürmesi katma değeri yüksek ürünlere geçişin sağlanamaması sorununu yaratabilecektir. Çevre ülkelerde yaşanan ülke yönetimlerindeki değişimin istikrara kavuşmaması Türk plastik ürünleri imalatı sanayi için çok önemli bir tehdit niteliğindedir. Kısa dönemde bu pazarlara odaklanmış işletmelerin önemli sorunlar yaşaması olasıdır.

PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ STRATEJİLERİ

Plastik ürünler imalatı sanayinin; “yeni kullanım yerlerine ve plastiğin üstün özelliklerine dayalı katma değeri yüksek ürünlerde uluslararası alanda rekabet gücüne sahip” bir yapıya kavuşturulması temel amaç olmalıdır. Sektör için rekabetçi fiyatlarla, kaliteli, uluslararası pazarlarda aranan, hızlı gelişen teknolojiye uyumlu, uluslararası düzeyde ARGE yapan, ölçek ekonomisini yakalamış ve tedarik güvencesini sağlamış plastik ürünler imalatçısı olmak temel amaç çerçevesindeki hedefleri oluşturmaktadır.

Sektör ihtiyaçlarına yönelik insan sermayesi:

Tüm sektörlerde olduğu gibi plastik ürünleri imalatı

sanayinde de insan sermayesinde nitelik açısından sorunlarla karşılaşmaktadır. Türkiye demografik yapısı göz önüne alındığında insan sermayesi açısından rekabet gücü yüksek bir ülkedir. Teknik alanda eğitimin cazip olması ise önemli ayrıcalıklardan birisidir. Gelişmiş ülkelerde teknik alanda eğitime talep giderek azalmakta ve demografik yapı nedeniyle de sektörde istihdam edilecek insan kaynağı sınırlı kalmaktadır. Bu gelişme sektörde Türkiye açısından gelecekte üstünlük yaratabilecek en önemli fırsatlardan birisi olarak ön plana çıkmaktadır.

Adil, hızlı ve rekabetçi bir girişim ortamı:

Düzenleyici mekanizmalar girişimcilerin adil bir ortamda rekabet edebilmesini sağlayacak biçimde oluşturulmalı ve uygulanmalıdır. Bu konuda merkezi ve yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Hammadde tedarik sürecinde tekeli uygulamalara izin verilmemelidir.

Tasarım ve uygulamada yenilikçi ve yeni

kullanım alanlarına yönelik ürünler: AB, Çin, Uzak Doğu ülkeleri ve diğer rakipler ile rekabette Türk plastik ürünleri imalatı sanayinin tasarım ve uygulamada yenilikçi, yeni kullanım alanlarına yönelik, kaliteli ürünleri üretme yetkinliklerini artırması sektöre ayrıcalık üstünlük yaratabilecektir.

Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin

verimliliklerinin artırılması: Türk plastik ürünleri imalatı sanayi genel olarak üretimde katma değer payı açısından sorun yaşamaktadır. İşletme ölçeklerinin küçük oluşu, teknolojik yetersizlikler, işletme ölçeğine bağlı olarak tedarik maliyetlerindeki olumsuzluklar gibi birçok faktör verimsizliğin temel nedenleri olarak öne çıkmaktadır.

Etkin pazarlama ve iletişim stratejileri: Türkiye coğrafi konumu açısından sektörün gelişmesine katkı sağlayacak ülkelere yakınlığı ile önemli bir avantaja sahiptir. Bu potansiyelden yararlanabilmek için işletmelerin ürün, dağıtım kanalı ve tutundurma stratejilerini etkin biçimde geliştirmeleri gereklidir. Bu stratejilerin söz konusu pazarlarda ülke imajına yönelik iletişim stratejileriyle desteklenmesi gereği bulunmaktadır.

Sektörde geri dönüşüm sisteminin etkinliğinin

artırılması: Plastik ürünleri imalatı sanayi toplam üretim maliyetleri içinde hammadde önemli bir yüzdeye sahiptir. Kullanılan ürünlerin geri dönüşümünün sağlanması üretim maliyetlerini ve enerji kullanımını düşürmede önemli rol oynamaktadır. Plastik ürünlerin geri dönüşüm sisteminin gözden geçirilmesi ve iyileştirilmesi gereklidir.

Sektöre özgün destekleme politikaları: Sektör rekabet gücünü sürdürebilmek için üretim alanındaki yeni teknolojilere yatırım yapmak zorundadır. Tedarikçilerin rekabet gücü de sektörün rekabet gücünü çok önemli düzeyde etkilemektedir. Bu nedenle kalıpcılık, petrokimya v.b. tedarikçilerin de sektörün uluslar arası alanda söz sahibi olabilmesi için özendirilmesi gereği açıktır. T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yürüttüğü "Girdi Tedarik Stratejisi" çalışmasında da yer alan pvc, poletilen, polipropilen vb. hammadde üretimine yönelik yatırımlar öncelikli olarak teşvik edilmelidir. İhracat ve AR-GE destekleri ise sektör için hayati önem sahiptir.

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi başta otomotiv olmak üzere, ayakkabı, giyim gibi sektörler yanında boru, hortum, taşıma bantları, kayışlar v.b. ürünlerle imalat sanayinin birçok sektörüne ara malı üretmektedir. Sektörün bir diğer özelliği ürünlerinin birçoğunun aynı zamanda yenileme pazarına yönelik olması nedeniyle nihai ürün niteliğini taşımasıdır.

2004 yılında imalat sanayi üretimi içinde %0,88 paya sahip olan sektörün, 2008 yılında bu payını %1,04 düzeyine çıkardığı görülmektedir. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi 2008 yılı itibarıyla imalat sanayi üretimindeki payı açısından bütün ürünleri, deri ve ayakkabı, büro makineleri ve bilgisayar, tıbbi ve optik aletler gibi birçok ana sektörden daha yüksek paya sahiptir. Uluslar arası karşılaştırmalar da sektörün imalat sanayi içinde önemli bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye kauçuk ürünler imalatı sanayinin, imalat sanayi üretimi içindeki payı 2007 yılı hariç AB-27 ortalaması düzeyindedir. 2007 yılında ise imalat sanayi üretiminden %0,98 pay alan sektör, AB-27 ortalamasının üstüne çıkmıştır.

Kauçuk ürünleri imalatı sektöründe iç ve dış lastik imalatı ilk sırada yer almaktadır. Sektör üretimi içinde 2003 yılında %66,32 olan payı sürekli gerileyerek %49,37 düzeyine düşmüştür. Diğer kauçuk ürünleri, üretim açısından kauçuk ürünleri imalatı sanayinde ikinci sırada yer almaktadır. Sektörün üretiminin kauçuk ürünleri imalatı sanayi içindeki payı 2003 yılında %31,87 düzeyinden 2008 yılında %45,53 düzeyine çıkmıştır.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payından çok daha yüksektir. Diğer yandan kauçuk ürünleri sanayi, imalat sanayi katma değeri içinde payını da artıran sektörler arasında bulunma özelliğini taşımaktadır. Söz konusu sektör imalat sanayindeki 2004 yılında %1,18 olan katma değer içindeki payını 2008 yılında %1,38 düzeyine çıkarmıştır. Türkiye

kauçuk ürünleri imalatı sanayi 2003 ile 2007 yılları arasında imalat sanayi katma değerindeki payı ortalaması %1,0 olan AB-27 ülkelerine göre de daha iyi konumdadır.

İç ve dış lastik imalatı alt sektörü üretimde olduğu gibi imalat sanayi katma değerindeki payı açısından da kauçuk ürünleri imalatı sanayi içinde ilk sırada gelmektedir. Ancak bu sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı giderek azalmaktadır. Kauçuk ürünleri imalatı sektörünün toplam yarattığı katma değerden 2003 yılında %69,53 pay alan iç ve dış lastik imalatının bu payı 2008 yılında %48,97'ye düşmüştür. Aynı dönemlerde diğer kauçuk ürünleri imalatının payı ise %29,37'den %47,58'e çıkmıştır. Diğer kauçuk ürünleri imalatının dönem içinde kauçuk ürünleri ve imalat sanayindeki ağırlığını artırdığı görülmektedir.

Plastik ürünleri imalatı sanayi, üretimde faktör maliyetleri ile katma değerin payı açısından imalat sanayi ortalamasının üstünde değerlere sahiptir. Ancak dikkat çeken bir nokta 2003 yılında %36,21 olan bu oranın 2008 yılında %26,26'ya gerilemesidir. Sektörün üretimde katma değerinin payı imalat sanayi ortalamasından yaklaşık %44 daha yüksektir. Buna karşın kauçuk ürünleri imalatı toplam üretimde yaratılan katma değerin payı, AB-27 ülkelerine göre düşüktür. AB-27 ülkeleri için 2004 yılında %36 olan bu oran daha sonra %33'ler düzeyine düşmüştür. Aynı dönemde Türkiye kauçuk ürünleri imalatı sanayinin üretimde katma değer oranı ise %31,5'den %25'lere gerilemiştir.

Kauçuk ürünleri imalatı sektöründe çalışan sayısı 2003 ve 2008 yılları arasında %73 oranında artmıştır. İstihdamda sağlanan bu gelişme artan işsizlik sorununun çözümünde önemli katkı sağlamıştır. Kauçuk ürünleri imalatının imalat sanayi toplam istihdamı içinde 2004 yılında %0,72 olan payı 2008 yılında %0,93'e çıkmıştır. Bu oranlar %1,1 olan AB-27 ortalamasından düşüktür.

Sektörde istihdam artışında diğer kauçuk ürünleri imalatı alt sektörü çok önemli rol oynamıştır. 2008 yılında diğer kauçuk ürünleri toplam sektör istihdamında %67,81 payla ilk sırada yer almaktadır. Bu sektörü %24,29 payla iç ve dış lastik imalatı ve %7,9 payla lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi alt sektörleri izlemektedir. Kauçuk ürünleri imalatı alt sektörünün üretim ve katma değer yanında istihdamda başarılı olması dikkat çekici niteliktedir.

Dış Ticaret

Kauçuk ürünleri Dünya ithalatı 2004 yılında 74,5 milyar ABD Doları'ndan 2009 yılında 100,5 milyar ABD Doları seviyesine yükselerek %35 artış göstermiştir. Kauçuk ürünleri dünya ithalatı içinde

otomobiller için yeni dış lastikler grubu 2009 yılında 28,6 milyar ABD Doları ithalat ile birinci sırada yer almıştır. Bu ürün grubu toplam kauçuk ürünleri dünya ithalatı içinden %28,5 pay almaktadır. “Vulkanize kauçuktan diğer eşya” ve “Yeni Otobüs-kamyon dış lastiği, uçak dış lastiği” grupları tüm grup ithalatının sırasıyla %15,3 ve %14,3’ünü oluşturmaktadır. Toplam Dünya ithalatında Türkiye kauçuk ürünleri imalatı sanayi ihracatının payı 2009 yılında %1,47 olmuştur.

Türkiye'nin kauçuk ürünleri dış ticareti 1,9 milyar ABD Doları ihracat ve 1,35 milyar ABD Doları ithalat hacmi ile 2010 yılında 3,3 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. 2004 yılında 135,7 milyon ABD Doları olan dış ticaret fazlası 2010 yılında 557,6 milyon ABD Dolarına çıkmıştır.

2004 yılında 867,9 milyon ABD Doları olan kauçuk ürünleri ihracatı 2,2 kat artarak 2010 yılında yaklaşık 1,9 milyar ABD Dolarına çıkış ve toplam Türkiye ihracatından %1,7 pay almıştır. 2010 yılında yeni ve yenilenmiş kauçuk dış ve iç lastik ürünleri ihracatı 996,4 milyon ABD Doları ile toplam kauçuk ürünleri imalatı sektörü ihracatının %52'sini oluşturmuştur. Kauçuk ürünlerinde ikinci alt sektör olan “Diğer kauçuk ürünler” grubu ise 2010 yılında 905,8 milyon ABD Doları ile toplam ihracat içindeki payını %48'e yükseltmiştir. 2004 ile 2010 yılları arasında vulkanize edilmiş kauçuktan tüp, boru ve hortumlar, ihracat artış hızı açısından ilk sırada yer almıştır. Bu ürün grubunun ihracatı 3,2 kat artmıştır. Aynı dönemde başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar grubunun ihracatı 2,8 ve kauçuktan yeni dış ve iç lastikler grubunun ihracatı ise %85 artmıştır.

2004 yılında 731,5 milyon ABD Doları olan kauçuk ürünler ithalatı 2010 yılında 1,8 kat artarak 1,35 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. 2010 yılında sektör ürünlerinin toplam Türkiye ithalatı içindeki payı %0,7 düzeyindedir.

İthalatın yaklaşık olarak yarısını yeni ve yenilenmiş kauçuk dış ve iç lastikler grubu oluşturmaktadır. Kauçuk yeni dış ve iç lastikler ithalatı 2004 ile 2010 yılları arasında %98 oranında artmış, 2010 yılında sektör ürünlerinin ithalatı 660 milyon ABD Dolarına çıkmıştır. 2010 yılında ikinci alt sektör olan “Diğer kauçuk ürünleri” grubu ithalatı içinden “Vulkanize kauçuktan başka yerde sınıflandırılmamış eşyalar, sert kauçuktan eşyalar” grubu 265,5 milyon ABD Doları ile %39 pay almıştır.

Kauçuk ürünler imalatı sanayi toplamında ihracatın ithalatı karşılama oranları yıllar itibariyle artış eğilimi göstermektedir. 2004 yılında 118,5 olan bu oran 2010 yılında 141,5 olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılında alt sektörlerden “Yeni kauçuk dış ve iç lastikler” de %150,7 olan oran, “Diğer kauçuk ürünler” grubunda %132,4'tür.

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejik Girdileri

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin temel girdisini tabii kauçuk, sentetik kauçuklar, karbon siyahı vb. oluşturmaktadır. Doğal girdi olan kauçukta tamamen dışa bağımlılığın yanında karbon siyahı, sentetik kauçuk vb. hammaddelerde de dışa bağımlılık sektörün en önemli sorunlarının başında gelmektedir. Sentetik kauçuk üretimi alanında yatırım eksikliği yanında geleceğe dönük arayışların da yetersiz oluşu kauçuk ürünleri imalatı sanayinin önündeki en önemli tehdittir.

Türkiye sentetik kauçuk vb. ürünlerde 2010 yılında 577,2 milyon ABD Doları ithalat yaparken 29 milyon ABD Doları ihracat yapabilmektedir. Sentetik kauçuklarda ihracatın ithalatı karşılama oranı doğal olarak çok düşük düzeylerdedir. Bu veriler söz konusu hammaddede dışa bağımlılığı açıkça göstermektedir.

Türkiye'nin tabii kauçuk ithalatı 2010 yılında 432,2 milyon ABD Doları olmuştur. Doğal kauçukta dışa bağımlılığı değiştirme olasılığı da bulunmamaktadır. Sentetik kauçuklar dahil toplam dünya kauçuk talebinde, tabii kauçuğun payının %44 düzeyinde olduğu düşünüldüğünde kauçuk ürünleri imalatı sektörünün önemli ölçüde bu doğal hammaddeye bağımlı olduğunu söylemek olasıdır.

KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ REKABET GÜCÜ

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi, tüm taşıt araçları yanında imalat sanayinin birçok sektörü için alternatif olmayan ürünlerin imalatını yapan bir sektör niteliğindedir. Bu sektör uçak sanayinden ayakkabı sanayine, makine imalat sanayinden mobilya sanayine kadar çok farklı sektörlerle girdi sağlayan ve günlük yaşamın parçası olan nihai tüketim ürünlerini üretmektedir. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi öncü niteliğinde olan ileri teknoloji ürünlerine sağladığı girdilerle ve tüketim mallarıyla ekonomik büyümeye önemli katkıda bulunmaktadır.

Sektörün rakip ülkelere göre sentetik kauçuk ve kimyasallar gibi temel girdilerde önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Yurtiçi hammadde kaynaklarına erişim ve maliyeti yanında tedarikte tekeli yapı en önemli darboğazlardan birisini oluşturmaktadır. Sektörün hammaddede dışa bağımlılığı sürerken hammadde maliyetleri, enerji maliyetleri, taşıma malzemeleri maliyetleri ve işgücü maliyetleri sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Nitelikli teknik işgücü bulunabilirliği ise dikkat çeken olumsuz

faktörlerden birisidir. Mevcut işgücü niteliğinin rekabette olumlu faktörler arasında yer aldığı ve nüfusun demografik yapısı düşünüldüğünde bu olumsuz faktörün eğitim politikalarının bir sonucu olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sektör teknolojik altyapı, atık yönetimi ve esnek üretim becerisinde rakiplerine göre üstünlüğe sahiptir. Diğer önemli üstünlükleri ise sektörün deneyim ve becerisi, mesleki örgütlenmesi, işbirliği kültürü, girişimcilik ve uluslararası standartlara uyumu olarak sıralanmaktadır. Kapasite kullanımındaki yetersizlik yanında işletme ölçeklerinin yetersizliği ise işletmelerin verimliliklerinin düşük olduğunu göstermektedir. ARGE ve ÜRGE alanındaki çabaların eksikliği de sektörün atılım yapmasının önündeki önemli engeller olarak öne çıkmaktadır.

Sektörün düzenleyici mekanizmalarda da rakiplerine göre daha olumsuz koşullara sahip olduğunu söylemek olasıdır. Uluslararası anlaşmalara da bağlı olarak giderek azalan teşvik uygulamaları, yatırımcı iklimi ve sektöre özgün sanayi bölgelerinin bulunmaması sıralanabilecek başlıca faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin en önemli üstünlüklerinden birisi ürün ve hizmet kalitesindeki başarısıdır. Sektör ürün kalitesi, çeşitliliği, güvenilirliği, satış öncesi ve sonrası hizmet kalitesi, termine uyum, yetkin ihracat işgücü, dağıtım ağı ve ülke imajı açısından rakiplerine göre daha iyi konumdadır. Ancak sektörde lastik üretimindeki dünya markaları dışındaki diğer alanlarda markalaşma konusunda yeterli adım atılamamıştır. Finansman olanakları ve bu olanaklara erişim açısından sektör rakiplerine göre daha olumlu konumdadır. Buna karşın işletmeler maliyet açısından rakip ülke işletmelerine göre daha yüksek bedel ödemeye devam etmektedir.

Tüm diğer sektörlerde olduğu gibi kauçuk ürünleri imalatı sanayide coğrafi konum açısından önemli avantajlara sahiptir. Üretim ve tüketim pazarlarına yakın olması rakiplerine göre sektöre ayrıcalık sağlamaktadır. Son yıllarda ekonomik istikrar konusunda olumlu gelişmeler sağlanmasına karşın hammadde dışı bağımlılığı nedeniyle özellikle döviz kurlarında ortaya çıkan belirsizliklerden önemli ölçüde etkilenmektedir.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin girdi sağladığı otomotiv, makine ve inşaat v.b sanayinde Türkiye'nin uluslararası oyuncu olma eğilimi sektörün gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Uluslararası alanda Türkiye'nin dayanıklı tüketim ve makine imalat sanayinde sağlayacağı olumlu gelişmeler sektör için fırsatlar yaratırken potansiyel alıcı konumundaki

çevre ülkelerin dış ticaretlerinde yaşanabilecek liberalleşme eğilimi sektörü olumlu yönde etkileyebilecektir.

Tüm bu olumlu eğilimler yanında rakip ülkelerden Çin ve Hindistan'ın sektöre yatırımı yanında hammadde kullanımlarındaki artış eğilimi önemli tehdit niteliğindedir. Doğal hammadde kaynaklarının iklim nedeniyle olumsuz yönde etkilenmesi ise girdi tedarik sürecinde diğer tehditlerden birisidir. Benzer olarak petrol kaynaklarının azalması da sektörü olumsuz yönde etkileyebilecek olumsuz gelişmeler arasındadır.

Çevre ülkelerde yaşanan ülke yönetimlerindeki değişimin istikrara kavuşmaması Türk kauçuk ürünleri imalatı sanayi için çok önemli bir tehdit niteliğindedir. AB uyum çerçevesinde çevre korumaya yönelik yatırım gereksinimi ve ikinci el makine ile sektöre yatırımın kolaylaşması sonucu ortaya çıkabilecek kalitesiz mamul üretimi ise sektörün önündeki diğer önemli tehditler arasında yer almaktadır.

KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ STRATEJİLERİ

Türkiye Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi, ülkeye ekonomik gelişme sürecinde yarattığı katma değerle önemli katkılarda bulunmuş bir sektördür. Kauçuk ürünler imalatı sanayinin, "AR-GE'ye dayalı teknik, hassas ve özellikli ürünlerde uluslararası alanda rekabet gücüne sahip üretim merkezi" konumuna kavuşturulması temel amaç olmalıdır. Sektör için uluslararası düzeyde ARGE yapan, çevreye uyumlu, uluslararası alanda örgütlenmiş, sermaye gücü yüksek ve ölçek ekonomisini yakalamış kauçuk ürünler imalatçısı olma hedefleri oluşturmalıdır.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin hammadde sorunları bir diğer anlatımla tedarik aşaması rekabet gücünü önemli ölçüde etkilemektedir. Sentetik kauçuk üretiminde yerel kaynaklara dayalı tedarik güvencesi konusundaki yatırımların özendirilmesi gereği açıktır. Sektörün ARGE'ye dayalı ürünlere odaklaşması gereklidir. Bu çabalar için gerekli finans kaynağını bulmak ise uluslararası sermayenin faaliyet gösterdiği alanlar dışındaki diğer alanlardaki birçoğu küçük ve orta ölçekli olan sektör işletmeleri için güç gözükmektedir. Bu nedenle işletmelerin kendi aralarında ARGE çabalarına yönelmeleri ve ölçek ekonomisi için ortaklık, işbirliği, yabancı ortaklık gibi arayışlara ağırlık vermeleri gerekmektedir.

Ayrırcı üstünlük sağlayan nitelikli insan

sermayesi: Kauçuk ürünleri imalatı sanayi yapısı gereği nitelikli insan sermayesine ihtiyaç duyan sektörler arasında yer almaktadır. Teknik eleman

istihdamı yoğun bu sektörde rekabet gücü kazanmanın temel koşullarından birisi, bu eleman ihtiyacını sağlayan altyapının varlığıdır. Teknoloji yoğun olan taşıt araçları lastik sanayi de dahil sektörün bu gereksiniminin karşılanması gereklidir.

Rekabetçi bir girişim ortamı: Mevcut yasal altyapı ve işleyiş mekanizmaları girişimcilerin adil bir ortamda rekabet edebilmesini sağlayacak biçimde oluşturulmalı ve uygulanmalıdır. Bu konuda ilgili kurum ve kuruluşlara önemli görevler düşmektedir.

Teknik, hassas ve özellikli ürünler: Sektör uluslararası alanda rekabet gücünü artırabilmek için katma değeri yüksek ürünlere odaklanmalıdır. Teknik, özellikli ve hassas ürünlerde söz sahibi olmanın yolu yeni teknolojilerin kullanımını ve ARGE çabalarına ağırlık vermeyi gerektirmektedir.

Güçlü ve verimli işletmeler: Türk kauçuk ürünleri imalatı sanayi genel olarak üretimde katma değer payı açısından imalat sanayi ortalamasına göre iyi durumdadır. Üretimde katma değer artırılması sektörde verimli işletmelerin varlığına bağlıdır. Kauçuk ürünleri imalatı sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir bölümünün ölçeklerinin küçük oluşu, teknolojik yetersizlikler, işletme ölçeğine bağlı olarak tedarik maliyetlerindeki olumsuzluklar gibi birçok faktör verimsizliğin temel nedenleri olarak öne çıkmaktadır. İşletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için verimliliklerini artırmaları gereklidir.

Etkin pazarlama ve iletişim stratejileri: Türkiye kauçuk ürünleri imalatı sanayi için coğrafi açıdan çok önemli bir üstünlüğe sahiptir. Gerek ara malı gerekse nihai mal açısından önemli üretim merkezleri ve tüketim merkezlerinin ortasındadır. Bu potansiyelden yararlanabilmek için işletmelerin ürün, dağıtım kanalı ve tutundurma stratejilerini etkin biçimde geliştirmeleri gereklidir. İşletmelerin bu pazarlarda başarısı için ülke imajının geliştirilmesi ve Türkiye'nin kauçuk ürünleri imalatı sanayi ürünleri üretim merkezi olduğu imajının yaratılması gereği bulunmaktadır.

Sektöre özgün destekleme politikaları: Hassas ve teknik ürünlerin imalatı ileri teknolojileri gerekli kılmaktadır. Bu nedenle başta yenileme yatırımları olmak üzere ihracat ve AR-GE destekleri sektör için hayati öneme sahiptir. Tüm desteklerin yaygın, çeşitlendirilmiş ve kolay erişilebilir olması gereği açıktır. Sektörün rekabet gücünü önemli ölçüde zayıflatan sentetik kauçuk, karbon siyahı vb. hammadde üretimine yönelik yatırımlar T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yürüttüğü "Girdi Tedarik Stratejisi" çerçevesinde teşvik edilmelidir.

Plastic and Rubber Products Manufacturing Industry is a sector that generally produces intermediate goods. This sector is a very important supplier of the service industry with products such as packaging materials etc. along with the manufacturing industry which mainly comprises of the fields of construction, agriculture, durable consumer goods, automotive and electronics.

In terms of production, the Plastic and Rubber Products Manufacturing Industry becomes more and more important in the manufacturing industry and in the national economy in general. Plastic and Rubber Products Manufacturing Industry had a rate of 4,02% in 2003 in the manufacturing industry. It increased this rate constantly, except from the year 2007 and made it 4,81% in 2008. The sector increases its weight in terms of its added value in the manufacturing industry. In 2008, the rate of the sector in the added value of the manufacturing industry increased by 13,1% when compared to the year 2004 and reached the level of 5,16%. The manufacturing industry was ranked the eighth among twenty three sectors in terms of its share in the total added value.

The proportion of the added value that the plastic and rubber manufacturing industry created in 2003 in the manufacturing of the sector was 28,19%. This share gradually decreased until the year 2007. It increased in 2008 to 21,08%. The fact that the share of the added value of the sector in manufacturing was over the average of the manufacturing industry proves its importance in terms of its contribution to the growth.

Plastic and rubber products manufacturing industry is one of the sectors that contribute to employment. It is ranked eighth among the twenty three sectors in terms of its share in the total employment of the manufacturing industry. The rate of the waged employees of the sector in the total manufacturing industry was 4,34% in 2003 and it increased to 5,12% in 2008. This trend indicates a growth rate of 18% in the rate of the waged employees.

In addition to its contributions in production, added value and employment, the sector has foreign trade surplus, thus it plays an important role in the fields of foreign trade and closing the current deficit, which are two of the most important the problems of Turkey. In 2010, the export of the plastic and rubber manufacturing industry was 5,3 billion US Dollars and its import was 3,9 billion US Dollars,

therefore it had a foreign trade surplus of 1,4 billion US dollars. The total foreign trade volume of the sector reached 9,2 billion US Dollars and the import coverage rate of the export was 1,36. In the same year, the share of the plastic and rubber products manufacturing industry in the total export was 4,64% and its share in the total import was 2,1%.

The Research and Development Efforts of the Plastic and Rubber Products Manufacturing Industry

The sector has to use new technologies, develop new products, do innovations and increase the productivity in order to be able to produce and develop the products that are demanded in the market and increase its power of competition. We see the importance of the research and development efforts when we consider the search for new products, innovations and composite materials in the field of plastic and rubber products. However the current data indicate that the sector in Turkey does not attach enough importance to the research and development efforts.

The amount that the Plastic and Rubber Products Manufacturing Industry spent for Research and Development in 2008, proportioned to the population, was very low when compared to many developed countries. Among the countries that Turkey was compared with, Finland was ranked the first with 18,3 Euros, Japan was ranked the second with 15,4 Euros and Germany was ranked the third with 11 Euros of expenditure. The research and development expenditure of the sector per person in Turkey fell far behind these countries: it was 0,4 Euros in 2008. The situation was not different in terms of the ratio of the research and development expenditure of the plastic and rubber products manufacturing sector to the GDP. Japan was ranked first with the rate 0,06% in 2008. Finland was ranked the second with 0,05% and South Korea was ranked the third with 0,04%. However, Turkey's rate was only 0,01%. These data confirm the opinion that the research and development efforts of the sector are not enough.

When the research and development expenditure of the Plastic and Rubber Products manufacturing industry is calculated according to the purchase power standard that helps in evening out of the national price levels, Japan is ranked the first with

a big difference from the others. According to this calculation, the total Research and Development expenditure made in plastic and rubber manufacturing industry in Turkey was 41,6 million SGS in 2008. This expenditure was 442,8 million SGS in South Korea and 866,3 million SGS in Germany. When we take these values into consideration, we see that the research and development expenditure of Germany was 21 times more and that of Korea was 11 times more than the expenditure of Turkey. For Japan, the same expenditure was 1,993 million SGS and it is 48 times more than the expenditure of Turkey.

When we evaluate this situation with all the indicators, we see that the resources that the plastic and rubber products manufacturing industry businesses allocate for research and development are insufficient when compared to the competition countries. Therefore, it is clear that the sector needs to focus on Research and Development efforts in order to increase its competition power for the products with high added value.

PLASTIC PRODUCTS MANUFACTURING INDUSTRY

Plastic Products Manufacturing Industry is a sector that produces intermediate products for the manufacturing industry including particularly construction, agriculture and food industry and the service sector. It simplifies the daily life with the finished products along with the intermediate goods that it produces.

Plastic products manufacturing industry increased its share of 3,15% in manufacturing industry in 2003 to 3,77% in 2008. This finding indicates that it increased its weight in the manufacturing industry in terms of production and that it has an important place in the manufacturing industry. Comparisons with the European Union countries verify this conclusion. The share of the plastic products manufacturing industry in the total manufacturing industry in Turkey is over the average of EU-27. Turkey is ranked the third in comparison with the seven EU countries in terms of the share of production of the plastic products manufacturing industry in manufacturing industry in total. The share of the sector in the total manufacturing industry was 3,1% in EU-27 and that share in Turkey changed between 3,4% and 3,8% in the same term.

Production of plastic layers, molds, tubes and profiles, one of the sub sectors in the plastic products manufacturing industry has been increasing since the year 2003. However, the share of the manufacture

of plastic packaging materials has not been decreasing. The shares of the two other sub-sectors were nearly on the same level in the last three years.

The share of the plastic products manufacturing industry in the added value of the manufacturing industry is nearly on the same level with its share in the manufacture. The share of the sector, which was 3,26% of the added value of the manufacturing industry in 2003 increased to 3,78% in 2008. Even though the plastic products manufacturing industry in Turkey has a more important place in manufacture when compared to the average of EU-27, it cannot protect its status of its share in the added value.

The share of the EU-27 plastic products manufacturing industry in the added value of the total manufacturing industry is nearly 3,5%, this share for Turkey is 3,3%. This finding clearly indicates that the competition power of the plastic products manufacturing industry in Turkey in creating added value is low when compared the EU countries.

The weight of the sub sector of manufacture of plastic layers, molds, tubes and profiles increases both in the manufacture and the added value of the sector. This sub sector got a share of 25,92% of the added value of the total plastic products manufacturing industry in 2003 and it increased this share to 35,35% in 2008. The share of second sub sector, which is manufacture of plastic packaging materials, was 30,02% in 2003 and this share decreased to 27,84 in 2008. The other sub sector which decreased to an important extent in terms of the share in added value was plastic construction materials manufacturing sector. The plastic construction materials manufacturing had a share of 27,52% in the added value of the sector in 2003. This rate decreased to 19,84 in 2008. The share of the other plastic materials manufacturing sub sector in the added value of the total sector changed in the term and it was 16,97% in 2008.

The need of the sector to increase the power of creation of added value becomes obvious in the comparison with EU-27 countries. In the comparison with EU-27 countries, Turkey was ranked the last in terms of its share in the manufacturing of the added value. Another point that attracts attention is that the rate in question in Turkey decreases gradually and the difference with the other countries of comparison gets bigger.

The total employment of the plastic products manufacturing sector increased by 50% between the years 2003 and 2008. This rate increases to nearly 100% in plastic layer, mold, tube and profile manufacturing and to 69% in plastic construction

materials manufacturing industry. The lowest increase rate in employment in the same term was in packaging materials manufacturing sector: 14%.

The share of the plastic products manufacturing sector in the employment of manufacturing industry is 3,8%. These rates are lower than the EU-27 average.

Foreign Trade

The import of Plastic Products in the World was 148,5 billion US dollars in 2004 and it increased by 33% to 197,3 billion US dollars in 2009. The product groups named "Other goods made of plastic" and "other plates, foils, pellicles and mounts made of plastic" comprised 22,3% and 19,6% respectively of the import of all the groups and were ranked the first and second among these groups. The share that the import of these products in Turkey got was 1,49% of the total import in the world.

In 2010, the foreign trade of plastic products of Turkey was nearly 6,0 billion US dollars, 3,41 billion USD of which was export and 2,58 billion USD of which was import. The foreign trade surplus, which was 41,7 million USD in 2004 increased to 827,5 million USD in 2010.

The export of plastic products in 2004 was 1,27 billion USD and it increased to 3,41 billion dollars in 2010 by multiplying by 2,7. The group "Plastic plates, layers, tubes and profiles, which got a share of 43% in the export of the sector in 2004, increased its share to 48% by increasing its export to 1,65 billion USD in 2010. The export of the group "other plastic products" which was 17,3% in the total export of the sector, reached 721,5 million USD in 2010, and its rate in the total export increased to 21%. The export of the groups "packaging materials: plastic bags, bags, nylon bags, sacs, boxes, carboys, bottles, reels etc." and "construction materials" in 2010 was 525,8 and 516,6 million USD respectively and the share of these groups within total export was around 15%.

The import of plastic products, which was 1,23 billion USD in 2004 multiplied by 2,1 and reached 2,58 billion USD. The import of the products of the plastic products manufacturing industry had a share of 1,4% of the total import of Turkey in 2010.

Of the total import of sector products, the product group "other plastic products" was 49,4% and the group of "plastic plates, layers, tubes and profiles" was 39%. The biggest increase in import between the years 2004 and 2010 was observed in the product group "Other Plastic Products Not Classified

Elsewhere". The import of this group, which was 188,1 million USD in 2004 multiplied by 4,1 and increased to 776 million USD in 2010.

The import coverage ratio of the export, which was 103,4% in 2004 in the case of plastic products increased to 132,1% in 2010. The import coverage ratio was 428% in the group "Construction Materials", 304,6% in the group "Packaging materials: plastic bags, bags, nylon bags, sacs, boxes, carboys, bottles, reels etc." and 162,6% in the group "manufacture of plastic layers, molds, tubes and profiles". The import coverage ratio of the export in the group "other plastic products" was 56,5%.

The Strategic Inputs of Plastic Products Manufacturing Sector

The power of competition of the sector is, to a great extent, dependent on the prices and the supply guarantee of the inputs because of the fact that the rate of the cost of the raw materials is high in the total cost. In this respect, we see that the sector is faced with important problems. It is not possible to say that Turkey is good enough in production of plastic raw materials. Turkey imported plastic raw materials worth 7,65 billion USD in 2010 and it managed to export 705 million USD worth of plastic raw materials. The export and import figures indicate that Turkey is dependent on foreign resources in terms of raw materials. The high rate of small and medium scale businesses in the plastic products manufacturing industry and the insufficiency of the domestic production indicate that the businesses have problems of amount and price in the process of supply of raw materials.

THE POWER OF COMPETITION OF THE PLASTIC PRODUCTS MANUFACTURING SECTOR

Despite the fact that it was considered in the recent years as a problematic sector because of environmental issues, Plastic Products Manufacturing Industry is indispensable with its products which are used more and more in every field. The increase in the power of competition of this sector, which has foreign trade surplus, will increase its contribution in economical development. In order to increase the power of competition of the sector, it is necessary to protect its strong points and to improve its weak points.

The sector has important deficiencies in basic inputs compared to the competition countries. Raw material is the most important of these inputs. The monopolist structure in supply, along with access to the domestic

raw material resources constitutes one of the most important bottlenecks. The dependence of the sector on the foreign resources for raw materials continues and the raw material costs, the energy costs -especially the electricity cost- and the quality of these are some of the important factors that adversely affect the power of competition of the sector.

The availability of the supplier of molds, the lack of domestic machine suppliers and lack of qualified molders are the other factors that adversely affect power of competition and the power of creation of high added value of the sector. It has more advantages when compared to the developed countries, especially the EU countries, in terms of the cost of labour. However it is not possible to mention about such superiority over China, India and similar countries in the case of the same product groups. Entrepreneurship, flexible production skills, experience and accumulation of knowledge are considered among the factors that increase the power of competition of the sector. However it is necessary to remedy the deficiency in the fields of mold technology, corporate memory, installed capacity, production technology and cooperation in the sector. The deficiency in Research and Development and Product Development efforts adversely affects the competition power and it prevents focusing on the areas with high added value in the sector.

The investor climate, investments and other incentives are among the factors that adversely affect the investors in the sector and that cause the loss of power of competition when compared to the competition countries. The black economy, bureaucracy and the economic stability which was successful in the recent years but which was destabilized with crises and foreign exchange rate policies adversely affect the sector in the international sphere in terms of competition.

The biggest strengths of the Turkish plastic products industry are the product and service quality factors. The sector is on a better level when compared to the competitors in terms of the product quality and standards. It is superior to the competition in terms of domestic market potential of the sector, marketing efforts, proximity to the markets, geographical position, marketing and sales costs. These advantages play an important role in the success that the sector has in export. Financing is one of the most important main factors that have adverse effects on the power of competition of the sector.

The tendency of Turkey to be an international player in the construction and automotive sectors,

for which the plastic products manufacturing industry provides input, will do important contribution to the development of the sector. As a result of the changes in the country administrations in the close and neighbouring markets, the tendency of liberalization in these economies and in the foreign trade regimes may create opportunities for the sector.

Despite all the negative perception, there is the tendency to use the sector products more commonly because of the light weight and flexibility. The plastic and composite products have a wide area of usage in automotive, construction, space crafts, white appliances and furniture with the purpose of saving energy. In general, partial plastics and polymer composite products are used in many products such as land, sea and air vehicles etc. with the purpose of saving energy. There are new opportunities in the market for products with high added value depending on Research and Development.

The tendency of the international capital in the region to do investment in the field of petrochemistry is an important opportunity for the sector in terms of access to raw material and raw material guarantee. One of the most important threats against the Turkish plastic products manufacturing industry is that there is still the problem of not being able to do investment because of licensing and the requirement of a high amount of capital for new investments and replacement investments in the field of domestic production of raw material.

The continuation of the reluctance of the businesses to invest in and bear costs for Research and Development may create in the future the problem of not being able to pass on to the products with high added value. The fact that stability is not yet established in the administration of the neighbouring countries is an important threat for the Turkish plastic products manufacturing industry. It is possible for the businesses which have focused on these markets to have problems in the short term.

THE STRATEGIES OF THE PLASTIC PRODUCTS MANUFACTURING INDUSTRY

The main purpose of the plastic products manufacturing industry should be: "development of a structure that has power of competition in the international sphere in the products with high added value, based on new utilization areas and the superior features of the plastic. The other most important target that is complementary to the main purpose is being a plastic products manufacturer

that offers competitive prices and high quality for the sector, that is searched for in the international markets, that is keeping up with the rapidly developing technology, that performs Research and Development activities on an international level, that has reached its economy of scale and that has established the supply guarantee.

Human capital for the needs of the sector: In the plastic products manufacturing sector, as in all the sectors, there are problems faced in terms of qualification in the human capital. When we take into consideration its demographical structure, we see that Turkey has a high power of competition in terms of human capital. The fact that technical education is appealing is one of the important privileges. In the developed countries, the demand for technical education gradually decreases and the human resource to be employed in the sector is limited because of the demographical structure. This development comes to the forefront as one of the most important opportunities that might create superiority in the future for Turkey.

A fair, rapid and competitive atmosphere of entrepreneurship: The regulatory mechanisms should be formed and applied in a way to make it possible for the entrepreneurs to compete in a fair atmosphere. The central and local administrations have important duties in this respect. No monopolist practices should be allowed in the process of the supply of raw materials.

Products that are innovative in design and application and that are targeted at new application areas:

It may provide Turkey with a distinctive superiority if Turkish plastic products manufacturing industry improves its skill to produce high quality products that are innovative in design and application, that are designed for new utilization areas for the competition with EU Countries, China, Far Eastern countries and other competition.

Improvement of the productivity of the businesses active in the sector: The Turkish plastic products manufacturing industry has problems in terms of the share of the added value in production in general. Many factors such as the technological insufficiency, the problems in the supply costs depending on the scale of the business and the fact that the scales of the businesses are small shine out as the basic reasons for the unproductivity.

Efficient marketing and communication strategies: Turkey has an important advantage with its geographical location: it is close to the countries that will contribute in the development of the sector. In order to benefit from this potential, it is necessary for the businesses to develop their products,

distribution channel and promotional strategies effectively. It is necessary to support these strategies with the communication strategies for the country image in the markets in question.

Improvement of the effectiveness of the recycling system in the sector: Among all the production costs in the plastic products manufacturing industry, the raw material has an important rate. Recycling the used products plays an important role in decreasing the production costs and usage of energy. It is necessary to review and improve the recycling system of the plastic products.

Support policies specific to the sector: The sector has to invest in new technologies in the field of production in order to protect its power of competition. The power of competition of the suppliers too has an important effect on the power of competition of the sector. Therefore, it is clear that it is necessary to encourage the suppliers such as molding and petrochemistry businesses in order for the sector to have a say in the international sphere. It is necessary to encourage primarily the investments for the production of raw materials such as pvc, polyethylene, polypropylene etc. that are also covered in the "Input Supply Strategy" carried out by the Undersecretariat of Foreign Trade of the Turkish Republic. Support for export, Research and Development is vital for the sector.

RUBBER PRODUCTS MANUFACTURING INDUSTRY

The Rubber Products Manufacturing Industry produces intermediate products for many sectors of the manufacturing industry of many products such as pipes, hose pipes, conveyor belts, straps etc. along with the sectors such as shoes and clothing sector. Another characteristic of the sector is that most of the products have the nature of finished products as most of them are also produced for the renewal market.

The sector had a share of 0,88% in the manufacturing industry in 2004, which increased to 1,04% in 2008. The rubber products manufacturing industry had a larger share in the manufacturing industry production than many main sectors such as tobacco products, leather and shoes, office machines and computers, medical and optical tools in 2008. The international comparisons also indicate that the sector has an important place in the manufacturing industry. The share of the rubber products manufacturing industry of Turkey in the production of manufacturing industry was on the same level with EU-27 average except from the year 2007. In 2007, the sector got

a share of 0,98% in the production of manufacturing industry and its average got higher than the EU-27 average.

The production of inner tubes and tires is ranked the first in the rubber products manufacturing industry. Its rate in the sector production, which was 66,32% in the year 2003 decreased continuously to 49,37%. The group of other rubber products is ranked the second in the rubber products manufacturing industry in terms of production. The rate of the sector production in the rubber products manufacturing industry, which was 31,87% in 2003, increased to 45,53% in 2008.

The share of the rubber products manufacturing industry in the added value of the manufacturing industry is much higher than its share in the manufacture. On the other hand, rubber products industry is among the sectors which increase their rates in the added value of the manufacturing industry. The sector in question increased its rate of added value in the manufacturing sector, which was 1,18% in 2004, to 1,38% in 2008. The rubber products manufacturing industry of Turkey is in better conditions compared to the EU-27 countries whose average rate in the added value in manufacturing industry between the years 2003 and 2007 was 1,0%.

Inner tube and tire manufacturing sub sector is ranked the first in the rubber products manufacturing industry in terms of its share in the added value of manufacturing industry just like in manufacturing. However, the share of this sector in the added value of manufacturing industry decreases gradually. In 2003, the inner tube and tire production had a share of 69,53% of the total added value created by the rubber products manufacturing sector and this share decreased to 48,97% in 2008. In the same period, the share of the group "other rubber products" increased from 29,37% to 47,58%. It was observed that the "other rubber products" production increased its weight in the rubber products and manufacturing industry.

The plastic products manufacturing industry has values that are higher than the average of the manufacturing industry in terms of the factor costs and the share of the added value in production. However, a point that attracts attention is that this rate, which was 36,21% in 2003 decreased to 26,26% in 2008. The share of the added value of the sector in production is nearly 44% higher than the average of the manufacturing industry. However, the share of the added value created in the total production of the rubber products manufacturing is lower than the EU-27 countries. This rate was 36% in 2004 for

the EU-27 countries, but it decreased to 33% later. In the same term, the rate of added value in the production of Turkish rubber products manufacturing industry decreased from 31,5% to 25%.

The number of the people who work in the rubber products manufacturing industry increased by 73% between the years 2003 and 2008. This development in employment made an important contribution to the solution of the growing unemployment problem. The rate of the rubber products manufacturing industry in the manufacturing industry employment which was 0,72% in 2004 increased to 0,93% in 2008. These rates are lower than the EU-27 average, which was 1,1%.

The "other rubber products" manufacturing sub sector played a very important role in the increase of employment in the sector. The "other rubber products" group was ranked the first in the total employment of the rubber products sector in 2008, with a share of 67,81%. Inner tube and tire manufacturing sector was ranked the second with a share of 24,29% and retreading and reprocessing sub sectors were ranked the third with a share of 7,9%. It does attract attention that the rubber products manufacturing sub sector is successful in employment along with production and added value.

Foreign Trade

The import of rubber products in the world was 74,5 billion USD in 2004 and it increased to 100,5 billion USD in 2009 with an increase rate of 35%. The import of the group of new tires for automobiles was 28,6 billion USD in 2009, and was ranked the first in the import of all the rubber products. This product group gets a share of 28,5% in the world import of all rubber products. The groups named "other products made of vulcanized rubber" and "new tires for buses, trucks and planes" comprise respectively the 15,3% and 14,3% of all the import of the group. The share of the export of rubber products manufacturing industry in Turkey in the total import of the world was 1,47% in 2009.

The foreign trade of rubber products of Turkey reached 3,3 billion USD in 2010 with 1,9 billion USD of export and 1,35 billion USD of import. The foreign trade surplus, which was 135.7 million USD in 2004 increased to 557.6 million USD in 2010.

The export of rubber products which was 867,9 million USD in 2004, increased to 1,9 billion USD in 2010 by multiplying by 2,2 and got a share of 1,7% of the export of Turkey. The export of new and renewed rubber tires and inner tubes was 996,4

million USD in 2010, which comprised 52% of the export of the entire the rubber products manufacturing sector. The export of the second sub-sector in the rubber products, "other rubber products", was 905,8 million USD in 2010 and increased its share in total export to 48%. The vulcanized rubber tubes, pipes and hosepipes were ranked the first in terms of the rate of increase of the export between the years 2004 and 2010. The export of this product group multiplied by 3,2. In the same term, the export of the group "products made of vulcanized goods not classified elsewhere" multiplied by 2,8 and the export of the group "new tires and inner tubes" increased by 85%.

The import of the rubber products, which was 731,5 million USD in 2004 increased to 1,35 billion USD in 2010 by multiplying by 1,8. The share of the sector products in year 2010 was about 0,7% in total import in Turkey.

The group of new and renewed rubber tires and inner tubes make up nearly the half of the imported products. The import of the rubber tires and inner tubes increased by 98% between the years 2004 and 2010 and the import of the sector products increased to 660 million USD in 2010. The sub group named "products made of vulcanized rubber-not classified elsewhere", "products made of hard rubber" of the "Other rubber products", which is the second sub-sector, got a share of 39% with 265,5 million USD in 2010.

The import coverage rate of the export of rubber products manufacturing industry shows a tendency to increase in years. This rate, which was 118,5 in 2004 was 141,5 in 2010. The rate, which was 150,7% in the group "New rubber tires and inner tubes", which is one of the sub-sectors, was 132,4% in the group "Other rubber products".

The Strategic Inputs of Rubber Products Manufacturing Industry

The basic inputs of the rubber products manufacturing industry are natural rubber, synthetic rubber, carbon black, etc. The most important problem of the sector is the dependency on foreign resources for the raw materials such as carbon black, synthetic rubber and rubber, which is the natural input. The most important threat against the rubber products manufacturing industry is that there is not enough future focused search, along with the lack of investment in the field of synthetic rubber production.

In 2010, Turkey imported 577,2 million USD of products such as synthetic rubber but could do 29 million USD of export. Naturally, the import coverage ratio of the export of synthetic rubber is very low. These data clearly indicate the dependence on the foreign resources for the raw materials in question.

The import of natural rubber of Turkey was 432,2 million USD in 2010. It is not possible to eliminate the dependence on foreign resources for natural rubber. When we consider that the share of the natural rubber is 44% of all the world demand of rubber, including the synthetic rubbers, it is possible to say that the rubber products manufacturing industry depends heavily on this natural raw material.

THE POWER OF COMPETITION OF THE RUBBER PRODUCTS MANUFACTURING INDUSTRY

The Rubber Products Manufacturing Industry is a sector that produces products that do not have any alternatives for many sectors of the manufacturing industry along with the entire vehicles sector. This sector provides input for many industries including aircraft industry, shoe industry, machine manufacturing industry and furniture industry and produces many finished products that become parts of daily life. The Rubber Products Manufacturing Industry contributes to a great degree to the economical development with its consumption products and with the inputs that it provides for the high technology products.

The sector has important deficiencies when compared to the competition countries in the basic inputs such as synthetic rubber and chemicals. The monopolist structure in supply, along with the cost of the domestic raw material resources and access to these resources, constitutes one of the most important bottlenecks. The dependence of the sector on the foreign resources for the raw materials continues and the costs of raw materials, energy, reinforcing materials, and labour are some of the important factors that adversely affect the power of competition of the sector. The availability of qualified labour with technical skills is one of the negative factors that attract attention. When we take into consideration the demographic characteristics of the population and the fact that the quality of the available labour force is one of the positive factors in competition, it becomes obvious that this negative factor is a result of the education policies.

The sector is superior to its competition with its technological infrastructure, waste management and flexible production skills. The other superior aspects of the sector are the experience and skill, professional organization, culture of cooperation, entrepreneurship and compliance with the international standards. Along with the deficiency in the usage of capacity, the deficiency of the scales of the firms indicates that the level of productiveness of the firms is low. The insufficient Research and Development and Product Development efforts are some of the important obstacles that prevent the sector from breaking through.

We can also say that the sector has less favourable conditions in the regulatory mechanisms when compared to the competition. The factors here are the decreasing number of incentive practices due also to the international treaties, the investor climate and that there are no industry areas allocated for the sector.

One of the most important superior aspects of the rubber products manufacturing industry is the high quality of its products and services. The sector is better than its competition in terms of its quality, variety, trustability of the products, the quality of the pre-sale and after sale service, compliance with the time schedules, qualified export labour force, distribution network and image of country.

However, the actors of the sector have not taken enough steps for branding in the fields other than the field of tire production with world brands. The sector is in better conditions in terms of financing opportunities and access to these opportunities, when compared to its competition. In spite of this, the firms continue to pay higher costs than the firms in the competition countries.

Just like every sector, the rubber products manufacturing industry has important advantages in terms of geographical position. It is more privileged than its competition because of the fact that it is close to the production and consumption markets. The sector is affected to an important extent by the obscurity especially in the foreign exchange rates because of the dependency on foreign resources for raw materials, even though there have been positive developments in economical stability in the recent years.

The tendency of Turkey to be an international player in the automotive, machinery and construction sectors, for which the rubber products manufacturing industry provides input, will do important contribution to the development of the sector. The positive developments in the durable consumer products and machine manufacturing industries will

create opportunities for the sector and a possible liberalization tendency in the foreign trades of the neighbouring countries, which are potential buyers, may have positive effects on the sector.

Besides all these positive tendencies, the tendency of China and India to increase their usage of raw materials, along with the increase in their investment in the sector is an important threat. The fact that the natural raw material resources are under adverse affect because of climate is one of the other threats in the supply process of inputs. Similarly, the depletion of the petrol resources is one of the adverse events that might have negative effect on the sector.

The fact that stability is not yet established in the country administrations of the neighbouring countries is an important threat for the Turkish rubber products manufacturing industry. Two other important threats that might affect the sector are the requirement for investment for the protection of the environment within the frame of EU harmonization process and the production of low quality products that might result from the usage of second hand machinery, which might be the case as a result of the fact that it became easier to invest in the sector with second hand machinery.

THE STRATEGIES OF THE RUBBER PRODUCTS MANUFACTURING INDUSTRY

The rubber products manufacturing industry is a sector that has contributed to the economical development of the country to a great extent with the added value that it created. The basic aim should be to turn the rubber products manufacturing industry into “the production centre depending on Research and Development with power of competition in the international sphere for technical, sensitive and specific products”. The sector should aim at being rubber products manufacturer that conducts Research and Development on an international level, that is good with the nature, organized in the international platform, powerful in terms of capital and that has reached its economics of scale.

In other words, the problems of raw material of the rubber products manufacturing industry affect the power of competition of the process of supply to an important extent. It is clear that it is necessary to encourage investments for the guarantee of supply based on the local resources in the synthetic rubber production. The sector needs to focus on products based on Research and Development. Finding the necessary financial resource for these

efforts looks hard for the small and medium scale sector firms in the certain areas other than the areas in which the international capital is active. Therefore the firms need to focus on Research and Development efforts among themselves and focus on being partners, on cooperation and finding foreign partners for scale economy.

Qualified human capital that provides

distinctive superiority: Rubber products manufacturing industry is one of the sectors which need qualified human capital because of its nature. This sector employs technically skilled employees very frequently and one of the basic conditions of gaining power of competition in this sector is the presence of the infrastructure that meets this need of employee. It is necessary to meet the needs of this sector, including the industry of vehicle tires in which the technology is used intensely.

A competitive entrepreneurship environment:

The present legal infrastructure and operation mechanisms should be formed and applied in a way that will make it possible for the entrepreneurs to compete in a fair atmosphere. The related agencies and institutes have important duties in this respect.

Technical, sensitive and specific products: The sector has to focus on products with higher added value in order to increase its power of competition in the international sphere. In order to be competitive in the technical, specific and sensitive products, the sector has to use new technologies and put more effort in Research and Development.

Strong and productive business firms: When compared to the manufacturing industry average, rubber products manufacturing industry in Turkey is in a good condition in terms of the share of the added value in production. The increase in the added value in production depends on whether there are productive firms in the sector or not. Many factors such as the technological insufficiency, the problems in the supply costs depending on the scale of the business and the fact that the scales of the majority of the business firms in the rubber products manufacturing industry are small shine out as the basic reasons for the unproductivity. The firms need to increase their productivity in order to be able to compete in the international market.

Efficient marketing and communication

strategies: Turkey has very important superiority in terms of its geographical position for the rubber products manufacturing industry. It is in the middle of important production and consumption centres

of both intermediate and final products. In order to benefit from this potential, it is necessary for the businesses to develop their products, distribution channel and promotional strategies effectively. In order for the businesses to be successful in these markets it is necessary to develop the image of the country and create the image that Turkey is the centre of rubber products manufacturing.

Support policies specific to the sector: The manufacturing of sensitive and technical products necessitates advanced technologies. Therefore, support for export, Research and Development and especially the replacement investments is vitally important for the sector. It is clear that the support should be widespread, varied and easily accessible. The investments for the production of raw materials such as synthetic rubber, carbon black, which weaken the power of competition of the sector, should be promoted within the frame of "Input Supply Strategy" carried out by the Prime Ministry Undersecretariat of Foreign Trade of Turkish Republic.

1. SEKTÖRÜN TANIMI VE KAPSAMI

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi genel olarak ara malı üreten bir sektör niteliğindedir. Tarımdan inşaat, giyimden otomotive kadar çok farklı yapıdaki sanayilere girdi sağlamaktadır. Başta inşaat, tarım, dayanıklı tüketim malları, otomotiv ve elektronik olmak üzere imalat sanayi yanında ambalaj malzemeleri vb. ürünlerle hizmet sektörünün de çok önemli tedarikçisi konumundadır.

İkili NACE kodu nedeniyle Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı aynı grupta olmasına karşın, bu alt sektörler girdileri ve tedarikçisi oldukları sektörler açısından önemli farklılık göstermektedir. Bu iki sektörün girdileri içinde önemli payı olan ana hammaddeyi açısından kimya (petrokimya) sektörüne bağımlılıkları ise ortak yapısal özellikleridir. Petrol fiyatlarında meydana gelen dalgalanmalardan doğrudan ve önemli ölçüde etkilenmeleri ve temel girdilerin uluslararası alanda oligopol bir pazardan sağlanması ise iki alt sektörün diğer ortak özellikleri olarak sıralanabilir.

Bu çalışmada Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi'nin üretim ve katma değer gibi ekonomik göstergelerinin analizinde, TÜİK'in ve Eurostat'ın istatistiklerinde kullanılan NACE 1 gruplaması temel alınmıştır. Dış ticaret analizlerinde ise verilerin NACE 1 sonrası geliştirilen NACE 2 gruplamasına göre uyarlanmış olması nedeniyle daha detaylı olan NACE 2 gruplaması tercih edilmiştir.

NACE 1 gruplandırmasında, Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Nace Kodu: 25 olarak yer almaktadır. Bu grupta Kauçuk Ürünleri İmalatı 251 ve Plastik Ürünleri İmalatı 252 olmak üzere iki alt sektör bulunmaktadır. Sektörün NACE 1 gruplaması aşağıda verilmiştir.

NACE 1

25. Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı

Nace Kodu: 25

- 251. Kauçuk ürünleri imalatı
 - 2511. İç ve dış lastik imalatı
 - 2512. Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi
 - 2513. Diğer kauçuk ürünleri imalatı
- 252. Plastik ürünleri imalatı
 - 2521. Plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı
 - 2522. Plastik ambalaj malzemesi imalatı
 - 2523. Plastik inşaat malzemesi imalatı
 - 2524. Diğer plastik ürünlerin imalatı

NACE 2 gruplamasında 22 kodu altında toplanan sektörün NACE 1 gruplamasından en önemli farkı, plastik ve kauçuk ürünü olmasına karşın daha önce farklı sektörlerin altında yer alan mal gruplarının sektöre dahil edilmesidir. Örneğin NACE 1 gruplamasında Ayakkabı Sanayi altında yer alan "kauçuk tabanlar ve ayakkabıların diğer kauçuk parçaları" NACE 2 de Kauçuk Ürünleri İmalatı altında yer almaktadır. Çalışmada toplam sektöre ilişkin ilk bölümden sonra, plastik ürünleri imalatı ve kauçuk ürünleri imalatı sanayileri ayrı ayrı ele alınmıştır.

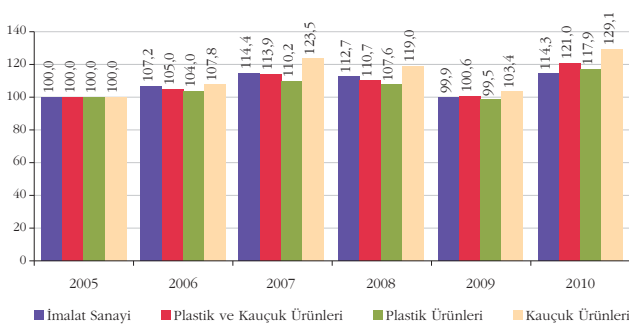
1.1. SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELER

1.1.1. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi

Üretimdeki gelişmeler ve sektör üretiminin toplam imalat sanayi içindeki payı, sektörün ülke ekonomisi içindeki yerini ortaya koyan önemli göstergelerden birisidir. Türk plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi üretim endeksi değeri 2006 ile 2008 yılları arasında toplam imalat sanayine göre daha düşük düzeyde kalmıştır. Son iki yılda ise sektörün üretiminde, imalat sanayi üretimine göre daha olumlu gelişme yaşanmıştır.

Üretim endeksi yıllık ortalama olarak, 2006 yılında imalat sanayi için 107,2 olurken plastik ve kauçuk ürünleri imalatı için bu değer 105 olmuştur. Bir önceki yıla göre üretimde artış sağlanmasına karşın, bu artış oranı imalat sanayi ortalamasının altında gerçekleşmiştir. 2007 yılında da benzer gelişme yaşanmıştır. İmalat sanayi üretim endeksi 114,4 olurken plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi üretim endeksi 113,9 düzeyinde kalmıştır. 2008 yılında son çeyrekte önemli ölçüde hissedilmeye başlayan küresel krizin de etkisiyle imalat sanayi üretim endeksi 112,7'ye gerilemiştir. Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi endeksi ise 110,7 olarak gerçekleşmiştir.

Krizle birlikte üretimde görülen daralma sonucu 2009 yılında da endeks değerlerinde hızlı düşüş yaşanmıştır. 2009 yılı ortalama üretim endeks değerleri imalat sanayi için 99,9 düzeylerinde kalmış ve plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi için ise 100,6 olmuştur. 2010 yılında plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi üretim endeksi hızlı bir artışla 121 düzeyine yükselirken imalat sanayi üretim endeksi değeri ise 114,3 düzeyinde kalmıştır. Bu bulgu 2010 yılında sektörün imalat sanayi üretimi içindeki payını artırdığını göstermektedir.

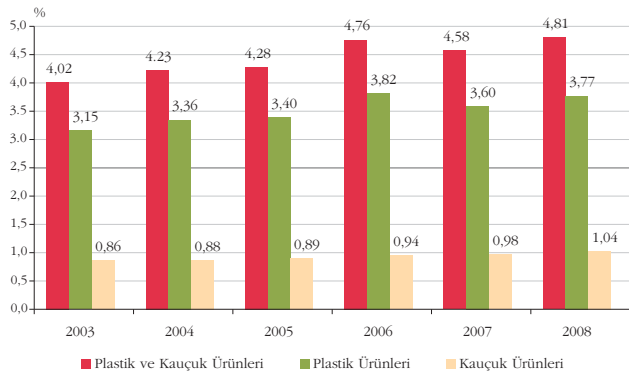


Grafik 1 : Yıllara Göre Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)

Kaynak : TÜİK, Sanayi Üretim Endeksleri

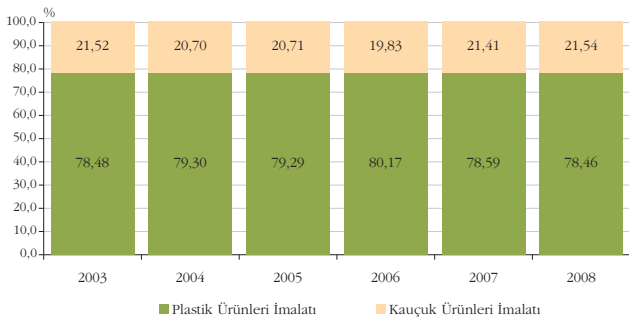
Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi'nin üretim açısından imalat sanayi ve ülke ekonomisi içindeki önemi giderek artmaktadır. 2003 yılında imalat sanayi üretimi içinde %4,02 paya sahip olan plastik ve kauçuk ürünleri imalatı bu payını 2007 yılı hariç sürekli artırarak 2008 yılında %4,81 düzeyine çıkarmıştır.

2008 sonrası için TÜİK istatistiklerinde sektörlerin üretimine ilişkin veriler henüz yayımlanmamıştır. Ancak imalat sanayi üretim endeksi ile plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi üretim endeksi değerleri göz önüne alındığında 2009 ve 2010 yılında da sektörün imalat sanayi içindeki payını artırdığını söylemek olasıdır.



Grafik 2 : Sektörün İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Payı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



Grafik 3 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Üretiminin Dağılımı (%)

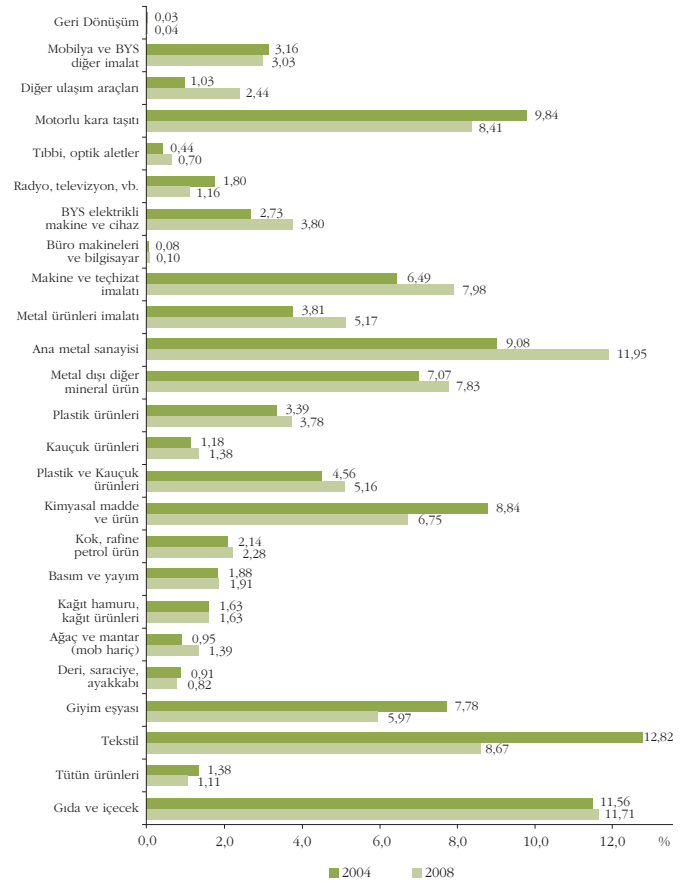
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi üretiminin alt sektörlerlere göre dağılımına bakıldığında toplam içinde plastik ürünleri imalatı alt sektörün payının %78'ler düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu sektörün toplam imalat sanayi içindeki payı ise 2008 yılında %3,77 olarak gerçekleşmiştir.

Kauçuk ürünleri imalatı alt sektörü ise toplam sektör üretimi içinde 2008 yılında %21,54 paya sahip olmuştur. Bu alt sektörün toplam imalat sanayi üretimi içindeki payı 2008 yılında geçmiş dönemlere göre artarak %1,04 düzeyine erişmiştir.

1.1.2. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri

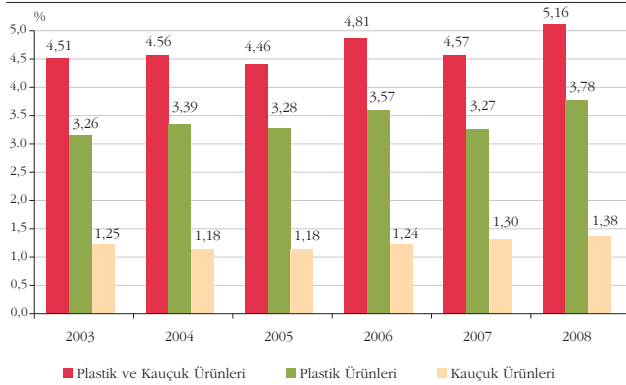
Sektör, imalat sanayi toplam katma değeri içindeki pay açısından 23 sektör arasında 8. sırada yer almaktadır. 2003 ile 2008 yılları bu pay kimi yıllarda bir önceki yıla göre gerilemiştir. 2008 yılında ise 2004 yılına göre sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı %13,1 artarak %5,16 düzeyine erişmiştir. Kısaca, katma değerini imalat sanayi ortalamasının üzerinde artırma başarısı göstermiştir. Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi imalat sanayi içinde katma değeri yüksek sektörler arasında yer almaktadır. Bu özelliği nedeniyle ekonomik kalkınmada ve ülkenin gelişme sürecinde öncü rol oynayan sektörlerden birisidir.



Grafik 4 : Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (%)

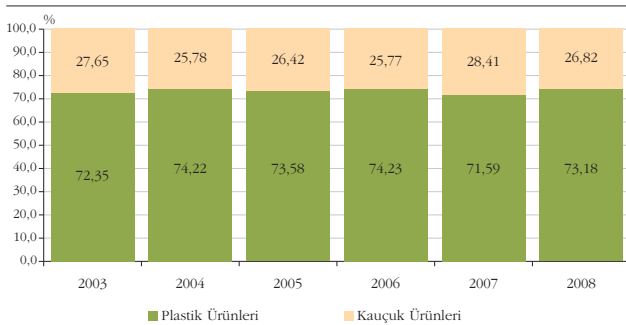
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payından 2007 yılı hariç yüksektir. 2007 yılında alt sektörlerden plastik ürünleri imalatı sanayi katma değerinin imalat sanayi içindeki payında görülen önemli düşüş bu gerilemenin temel nedenidir. Aynı yıl bir önceki yıla göre diğer alt sektör olan kauçuk ürünleri imalatı sanayi imalat sanayi katma değeri içindeki payını yaklaşık %5 artırarak %1,30'a çıkarmıştır. 2008 yılında ise her iki sektör katma değer açısından olumlu bir eğilim yakalamıştır. Plastik ürünleri imalatı sanayi bu payını 2008 yılında %3,78'e çıkarırken kauçuk ürünleri imalatı sanayi ise %1,38 düzeyine yükseltmiştir. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi alt sektörü 2008 yılında toplam imalat sanayi üretiminden %1,04 pay alırken, katma değerden %1,38 pay almıştır. Plastik ürünlerinde ise aynı dönemde üretimdeki ve katma değerdeki pay sırasıyla %3,77 ve %3,78 ile yaklaşık aynı düzeyde kalmıştır.



Grafik 5 : Sektörün İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (Faktör Maliyetleriyle) (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi toplam katma değeri içinde kauçuk ürünleri imalatının payı %26 ile %28 arasında değişmektedir. 2008 yılında plastik ürünleri imalatının toplam sektör katma değerindeki payı %73,18 kauçuk ürünlerinin payı ise %26,82 olmuştur. Dikkat çeken bir nokta, kauçuk ürünleri imalatının sektör katma değerindeki payının üretimdeki payından dönem içinde yaklaşık %25 - %30 daha yüksek olmasıdır. Bu bulgu, alt sektörlerden kauçuk ürünleri imalatı sanayinin plastik ürünleri imalatı sanayine göre katma değer üretmede daha başarılı olduğunu göstermektedir.



Grafik 6 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Katma Değerinin Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

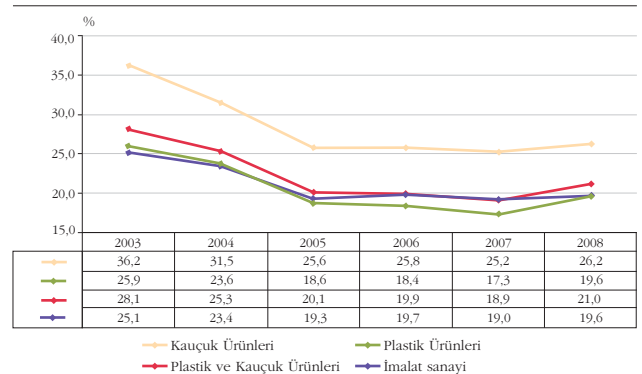
1.1.3. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı

Sektörlerin ekonomik büyümedeki katkısını ortaya koyan bir diğer gösterge, üretim içinde yaratılan katma değer payıdır. Bu oran sektörün katma değer yaratma gücünü göstermektedir. Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin 2003 yılında yarattığı katma değer sektör üretimine oranı %28,19 olmuştur. 2003 yılı sonrası üretimde katma değer payı giderek gerilemiş ve 2007 yılında %19,0'a düşmüştür. 2008 yılında ise artarak %21,08 olmuştur. Katma değer üretimdeki payının azalması sektörde rekabetin yoğunlaştığının ve sermaye yaratma gücünün azaldığını göstermektedir.

Sektör üretiminde katma değer payı 2007 yılı hariç 2003 ile 2008 yılları arasında tüm yıllarda imalat sanayi ortalamasının üzerinde kalmıştır. Sektörün üretimde katma değerinin payının imalat sanayi ortalamasının üzerinde olması büyümeye sağladığı katkı açısından önemini ortaya koymaktadır.

Üretimde katma değer açısından kauçuk ürünleri imalatı sanayi diğer alt sektör olan plastik ürünleri imalatı sanayine ve imalat sanayi ortalamasına göre çok daha iyi durumdadır. Ancak bu alt sektörde de söz konusu oran 2003 ile 2008 yılları arasında gerilemiştir. Buna karşın üretimde katma değer payı bu sektörde 2008 yılında imalat sanayinden ve plastik ürünleri imalatı sanayinden 6,6 puan daha yüksektir. Kısaca sektör katma değer yaratmada çok başarılı gözükmektedir.

Plastik ürünleri imalatı sanayi ise üretimde katma değer açısından pek başarılı görülmemektedir. Sektörde üretimde katma değer payı 2003 ile 2008 yılları arasında imalat sanayi ortalamasına yakın ya da daha düşük düzeyde kalmıştır. Bu bulgu sektörün katma değer yaratmada sorun yaşadığını ortaya koymaktadır.

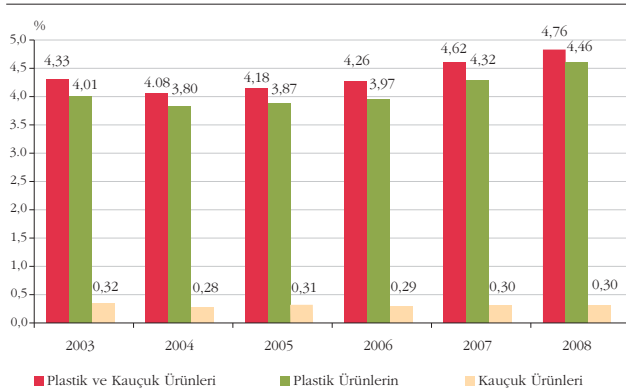


Grafik 7 : Üretimde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Payı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

1.1.4. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İşyeri Sayısı

TÜİK İş İstatistikleri verilerine göre 2003 yılında 236.275 olan imalat sanayindeki işyeri sayısı 2008 yılında 321,652 düzeyine erişmiştir. Beş yılda işyeri sayısında %36 düzeyinde bir artış yaşanmıştır. Aynı dönemde Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi işyeri sayısında ise yaklaşık %50 artış yaşanmış ve 2003 yılında 10.222 olan işyeri sayısı 2008 yılında 15.295'e çıkmıştır. İmalat sanayi işyeri sayısı içindeki payı da %4,33 düzeyinden %4,76'ya çıkmıştır.

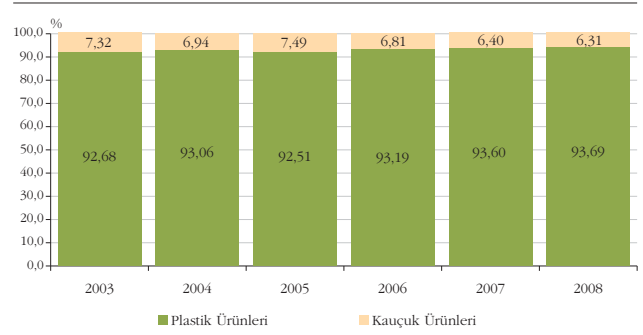
Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi alt sektörlerindeki girişimci sayısındaki gelişim oldukça farklıdır. Girişimci sayısı açısından plastik ürünleri imalatı sanayinde 2003 ile 2008 yılları arasında %51 artış yaşanırken kauçuk ürünleri imalatı sanayinde bu oran %29 düzeyinde kalmıştır. İş İstatistikleri verilerine göre 2008 yılında plastik ürünleri imalatı sanayinde 14.330, kauçuk ürünleri imalatı sanayinde ise 965 işyeri faaliyet göstermektedir. Sektör üretim ve katma değerinin alt sektörler göre dağılımı ve işyeri sayıları birlikte değerlendirildiğinde, kauçuk ürünleri imalatı sanayine göre plastik ürünlerinde daha küçük ölçekli işletmelerin bulunduğu söylemek olasıdır.



Grafik 8 : Sektörün İmalat Sanayi Girişim Sayısındaki Payı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi işyerleri sayısı içinde kauçuk ürünleri imalatı sanayinin payı oldukça düşüktür. Plastik ürünleri imalatı sanayinde işyeri sayısındaki hızlı artış nedeniyle bu pay 2003 yılında %7,32 düzeyinden %6,31'e gerilemiştir. Plastik ürünleri imalatı sanayinin payı ise %92,68'den %93,69'a çıkmıştır.

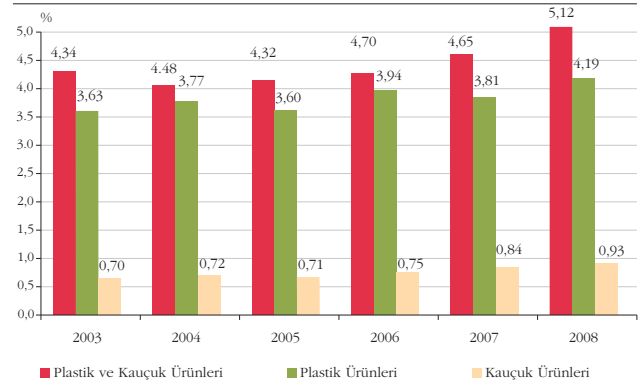


Grafik 9 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Girişim Sayısının Dağılımı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

1.1.5. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı

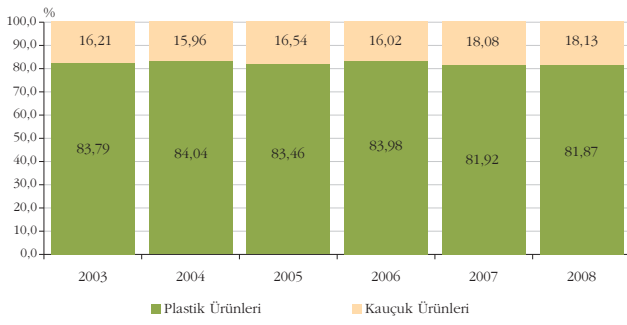
Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi yarattığı istihdam açısından imalat sanayi içinde önemli bir yere sahiptir. Sektörün toplam imalat sanayi içindeki ücretle çalışanlarının payı 2003 yılında %4,34 düzeyinden 2008 yılında %5,12 düzeyine çıkmıştır. Bu eğilim dönem içinde ücretle çalışanların payında %18'lik bir artış oranını ifade etmektedir.



Grafik 10 : Sektörün İmalat Sanayi İstihdamındaki Payı (%)

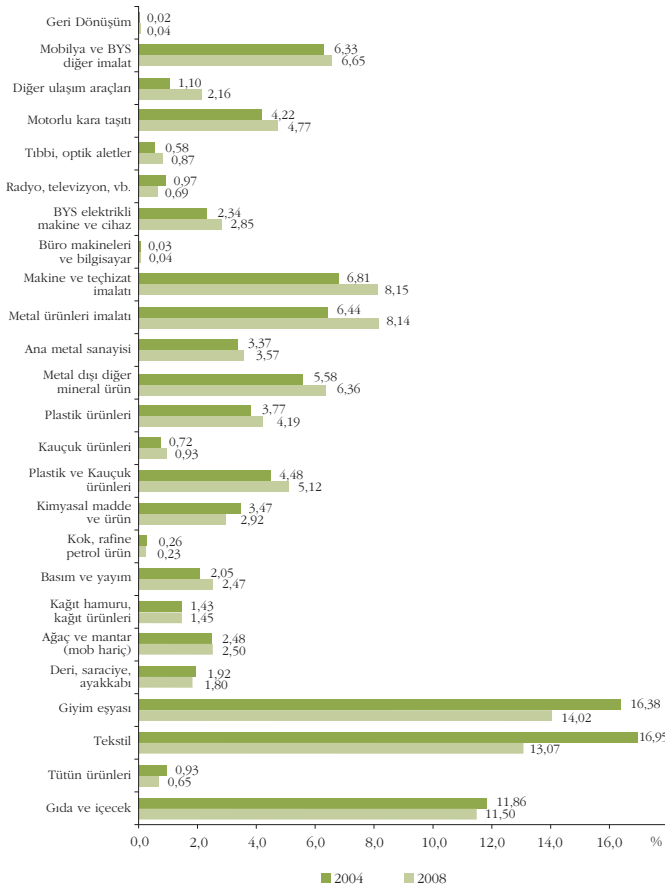
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

TÜİK verilerine göre, Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi'nde 2003 yılında ücretle çalışanlar sayısı 94.639 kişidir. Bu sayı 2008 yılında 146.245 kişi olmuştur. Beş yıllık dönemde istihdamda %54,5 artış sağlanmıştır. Sektörde toplam çalışanlarda plastik ürünleri imalatı alt sektörü daha yüksek bir paya sahiptir. Toplam çalışanların 2008 yılında %81,87'si bu alt sektörde istihdam edilmiştir. Kauçuk ürünleri imalatının toplam sektör çalışanları içindeki payı ise 2003 yılında %16,21 düzeyinden 2008 yılında %18,13'e çıkmıştır.



Grafik 11 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde Çalışan Sayısının Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi, imalat sanayi toplam istihdamındaki payı açısından 23 sektör arasında 8. sırada gelmektedir. Dönem içinde istihdamdaki payı artmasına karşın sıralamadaki yeri değişmemiştir. Kısaca sektör, istihdam sorununun çözümünde olumlu rol oynayan sektörler arasında yer almıştır. 2003 yılı sonrasında özel sektörün istihdama katkısı hızlı bir artış göstermiştir. Sektörün yan sanayi ve satış sonrası hizmet sektöründe yarattığı istihdam da göz önüne alındığında bu sektörün önemi ortaya çıkmaktadır.

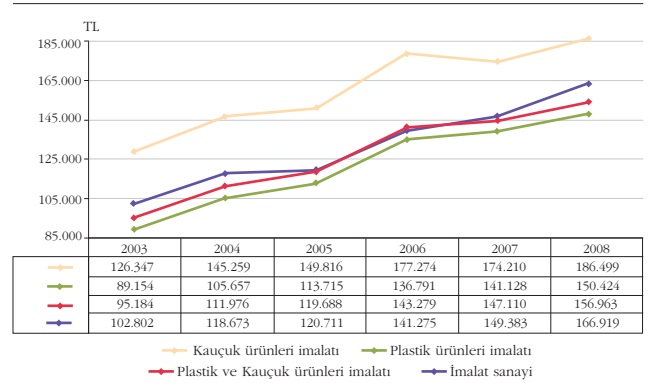


Grafik 12 : Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Çalışan Sayısındaki Payları (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

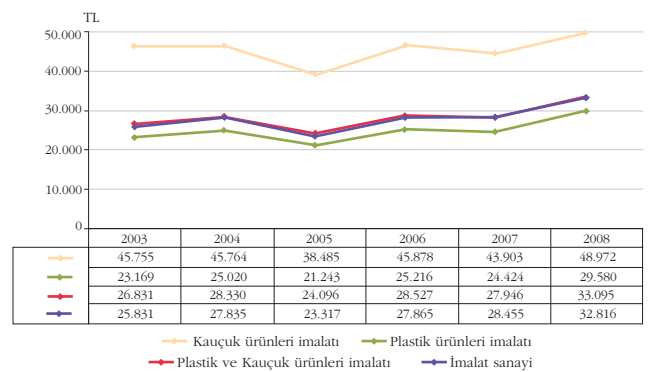
1.1.6. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Çalışan Başına Üretim ve Katma Değeri

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi, çalışan başına üretim değeri açısından 2003 ile 2008 yılları arasında 2006 yılı hariç imalat sanayi ortalamasından düşüktür. Buna karşın çalışan başına katma değer açısından ise 2007 yılı hariç imalat sanayi ortalamasının üzerindedir. Bu bulgu sektörün katma değer yaratmada imalat sanayi ortalamasına göre daha başarılı olduğunu göstermektedir.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayi sektörün ortalamasını yükselten alt sektördür. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi gerek çalışan başına üretim, gerekse çalışan başına katma değerde imalat sanayinin çok üzerinde değerlere sahiptir. Bu bulgu kauçuk ürünleri imalatı sanayinin, imalat sanayi ortalamasına göre katma değeri yüksek ve teknoloji yoğun özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Diğer alt sektör olan plastik ürünleri imalatı sanayinde ise, gerek çalışan başına üretim gerekse çalışan başına katma değer imalat sanayi ortalama değerlerinin altındadır. Bu iki gösterge göz önüne alındığında, plastik ürünleri imalatı sektörünün imalat sanayi ortalamasına göre verimlilikte sorun yaşadığı söylenebilir.



Grafik 13 : Çalışan Başına Üretim (TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

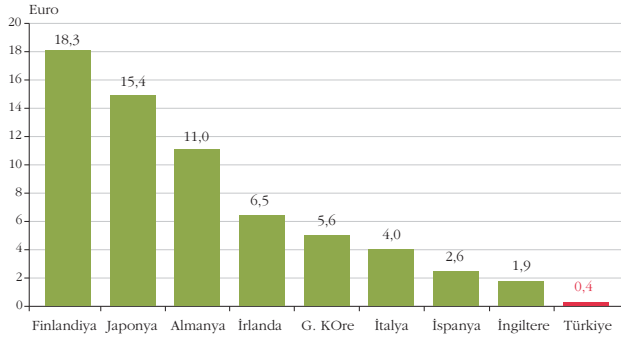


Grafik 14 : Çalışan Başına Katma Değer (Faktör Maliyetleriyle, TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

1.1.7. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi AR-GE Çabaları

Pazarın talep ettiği ürünlerin üretilebilmesi, geliştirilmesi ve rekabet gücünün artırılması için sektörün yeni teknolojileri kullanması, yeni ürünler geliştirmesi, yenilikçiliğe önem vermesi ve verimliliğini artırması gereği bulunmaktadır. Plastik ve kauçuk ürünlerinde dünyadaki yeni ürün, yenilikçilik ve kompozit malzemelere yönelik arayışlar göz önüne alındığında AR-GE çabalarının önemi ortaya çıkmaktadır. AR-GE harcamaları sektördeki gelişme çabalarının durumunu ortaya koyan önemli göstergelerden biridir. Mevcut veriler Türkiye de sektörün AR-GE çabalarına gereken önemi vermediğini göstermektedir.

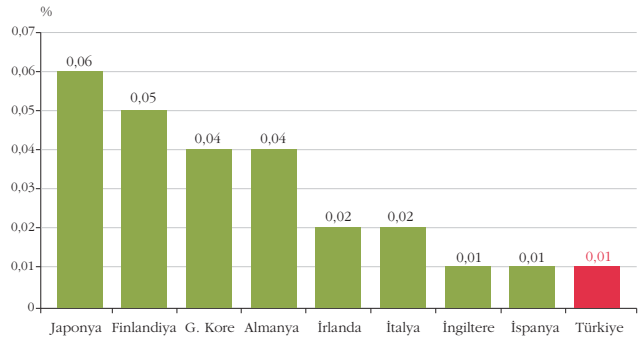
Seçilmiş bazı ülkelerde Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektöründe 2008 yılında nüfus başına yapılan toplam AR-GE harcamaları, sektörün bu konudaki çabalarının yetersizliğini ortaya koyan göstergelerden birisidir. Bu ülkeler arasında Finlandiya 18,3 Euro ile ilk sırada yer alırken; Japonya 15,4 Euro ile ikinci ve Almanya 11 Euro nüfus başına harcama ile üçüncü sıradadır. Nüfus başı AR-GE harcaması İspanya'da 2,6 Euro ve İngiltere'de 1,9 Euro'ya düşmektedir. Türkiye'de nüfus başına AR-GE harcaması ise bu ülkelerin çok gerisinde kalmış; 2008 yılında 0,4 Euro olarak gerçekleşmiştir.



Grafik 15 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde Kişi Başına AR-GE Harcamaları (Euro, 2008)
Kaynak : EUROSTAT

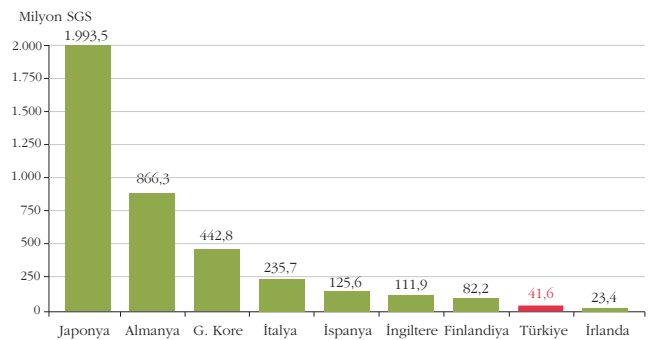
AR-GE harcamalarının önemli göstergelerinden birisi de bu alana ayrılan kaynakların GSYİH'ya oranıdır. Plastik ve Kauçuk Ürünler İmalatı sektörünün AR-GE harcamalarının GSYİH'ya oranı açısından seçilen ülkeler arasında 2008 yılında Japonya %0,06 ile ilk sıradadır. Sektörde kişi başına yapılan AR-GE harcamasında ilk sırada yer alan Finlandiya %0,05 ile ikinci ve %0,04 ile G. Kore ve Almanya üçüncü ve dördüncü sıradadır. 2008 yılında Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektöründe yapılan AR-GE harcamasının GSYİH'ya oranı Türkiye'de ise %0,01'dir. Bu oran da AR-GE harcamalarındaki yetersizliği göstermektedir. Sektörün atılım yapabilmesi için bu

alana kaynak ayırması yanında, bu alandaki çabalara yönelik özendirici mekanizmaların gözden geçirilmesi gereği bulunmaktadır.



Grafik 16 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde AR-GE Harcamalarının GSYİH'ya Oranı (% , 2008)
Kaynak : EUROSTAT

Satın alma gücü standardı (SGS - Purchasing Power Standard/PPS) ülke fiyat düzeylerindeki farklılıkların düzeltilmesine yardımcı olmaktadır. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi AR-GE harcamalarında Japonya SGS'ye göre çok büyük bir farkla ilk sıraya yerleşmektedir. Diğer göstergeler de göz önüne alındığında, Japonya'nın sektörde AR-GE çabalarına en fazla kaynak ayıran ülkeler arasında ilk sıralarda geldiği ortaya çıkmaktadır. Almanya ve Güney Kore de sektörde AR-GE konusuna önem veren ülkeler arasında yer almaktadır. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektöründe Türkiye'de yapılan toplam AR-GE harcaması, 2008 yılında 41,6 milyon SGS olmuştur. Bu harcama G. Kore'de 442,8 milyon, Almanya'da 866,3 milyon SGS'dir. Bu değerler dikkate alındığında, sektörde Türkiye'ye göre Almanya'nın 21 kat ve Güney Kore'nin yaklaşık 11 kat daha fazla AR-GE harcaması yaptığı ortaya çıkmaktadır. Japonya'da ise aynı harcama 1.993 milyon SGS olup, Türkiye'den yaklaşık 48 kat fazladır.



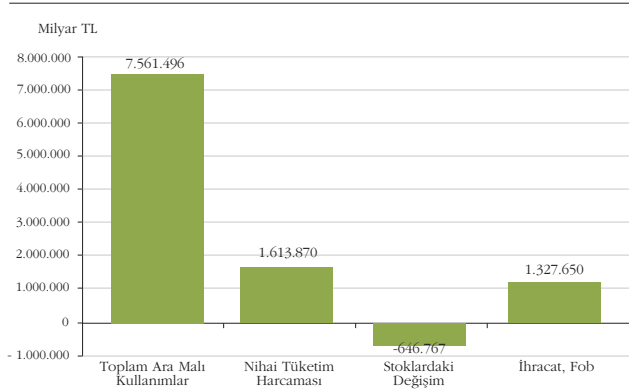
Grafik 17 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinde Satınalma Gücü Standardına Göre AR-GE Harcamaları (Milyon SGS, 2008)
Kaynak : EUROSTAT

Tüm göstergeler birlikte değerlendirildiğinde Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi işletmelerinin AR-GE'ye ayırdığı kaynakların, rakip ülkelere göre yetersiz olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna karşın, sektörün katma değeri yüksek ürünlerde rekabet gücünü artırabilmesi için AR-GE çabalarında odaklanması gereği açıktır.

1.1.8. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Çıktılarının Kullanım Yerleri

TÜİK tarafından hazırlanan girdi-çıkıtı tabloları düzenli olarak yayımlanmamaktadır. 2008 yılında yayımlanan en güncel tablo 2002 yılına aittir. Girdi-Çıkıtı tablolarının genel olarak kısa sürede çok önemli değişim göstermemesi nedeniyle, 2002 yılı tablosunun günümüzü de önemli ölçüde yansıttığını söylemek olasıdır.

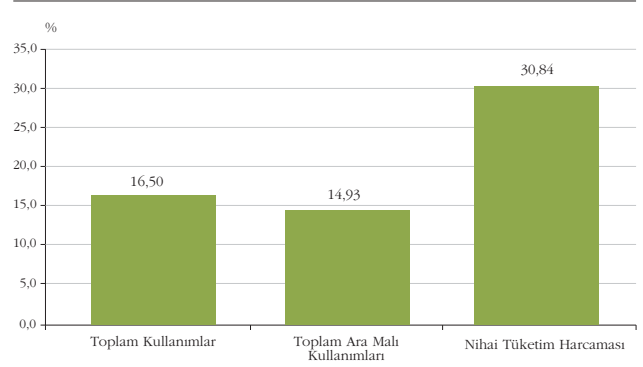
Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi çıktılarının kullanım yerlerine göre dağılımı, sektörün ağırlıklı olarak ara malı ürettiğini ortaya koymaktadır. 2002 yılı girdi-çıkıtı tablosunda sektör çıktılarının kullanım yerlerinin %76,7'sinin ara malı, %16,4'ünün nihai tüketim ve %13,47'sinin ihracat olduğu görülmektedir. Toplamın %100'den büyük olmasının nedeni stok değişiminden kaynaklanmaktadır. Dönemde kullanımların %6,6'sı stoklardan karşılanmıştır.



Grafik 18 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayinin Toplam Kullanımları (Yerli + İthal) (2002 Yılı Temel Fiyatlarla)

Kaynak : TÜİK, 2002 Yılı Girdi-Çıkıtı Tablosu

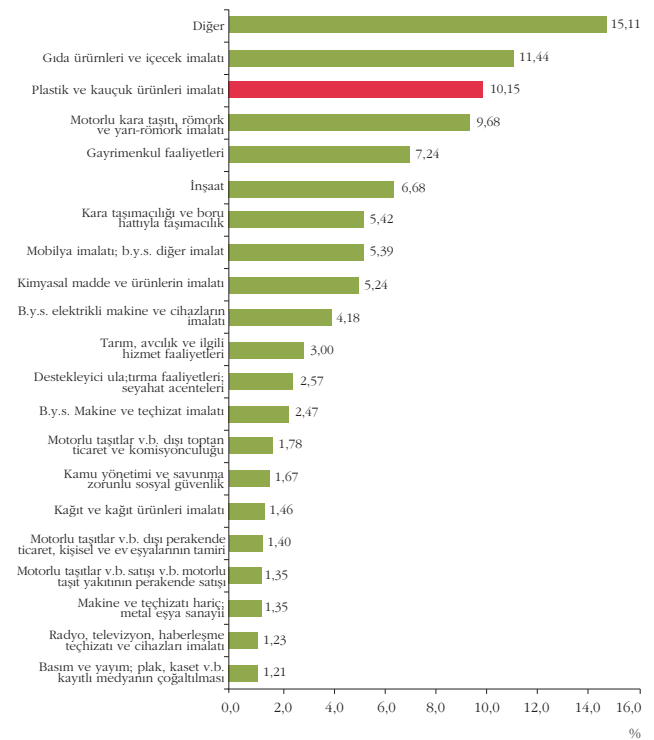
Çıktılarının toplam kullanımında ithalat %16,50 paya sahiptir. Girdi-Çıkıtı tablosu, nihai tüketim harcamalarında sektör çıktılarına olan talebin %30,84'lük bölümünün ithalatla karşılandığını göstermektedir. Söz konusu oran, toplam ara malı kullanımlarında ise %14,93 düzeyinde kalmaktadır. Nihai tüketim harcamalarında yerli çıktılarla talebin karşılaması durumunda, ülke ekonomisine önemli kazanımlar sağlanabilecektir.



Grafik 19 : İthal Plastik ve Kauçuk Ürünlerinin Kullanım Yerlerindeki Payları (%)

Kaynak : TÜİK, 2002 Yılı Girdi-Çıkıtı Tablosu

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi çıktılarını ara malı olarak kullanan sektörlerin başında gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayi gelmektedir. Toplam ara malı arzının %11,44'ü gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayi tarafından kullanılmaktadır. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi çıktılarını ara malı olarak kullanan sektörler içinde ikinci sırayı %10,15 ile sektörün kendisi ve üçüncü sırayı %9,68 ile motorlu kara taşıtları almaktadır. Gayrimenkul faaliyetleri, inşaat, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı sektörleri bu sektörleri takip etmektedir.



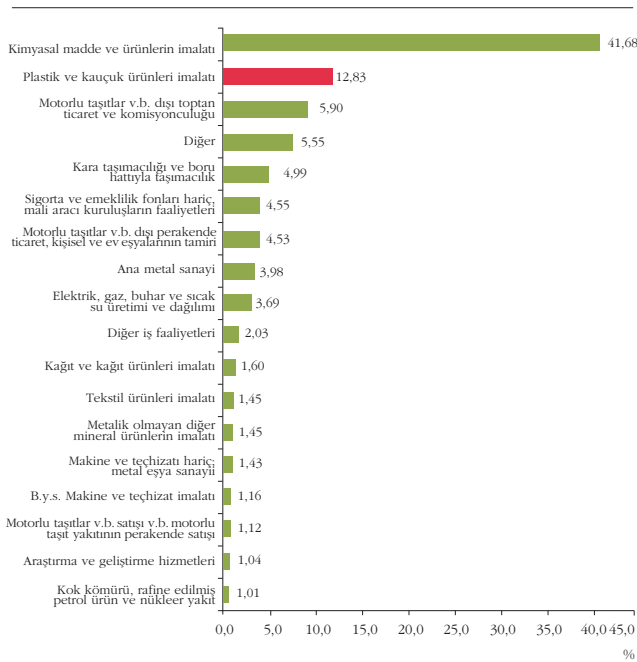
Grafik 20 : Sektörün Toplam Ara Malı Arzının Alt Sektörlere Göre Dağılımı (pay>=%1 olanlar) (%)

Kaynak : TÜİK, 2002 Yılı Girdi-Çıkıtı Tablosu

1.1.9. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Ara Malı Kullanımları (Girdiler)

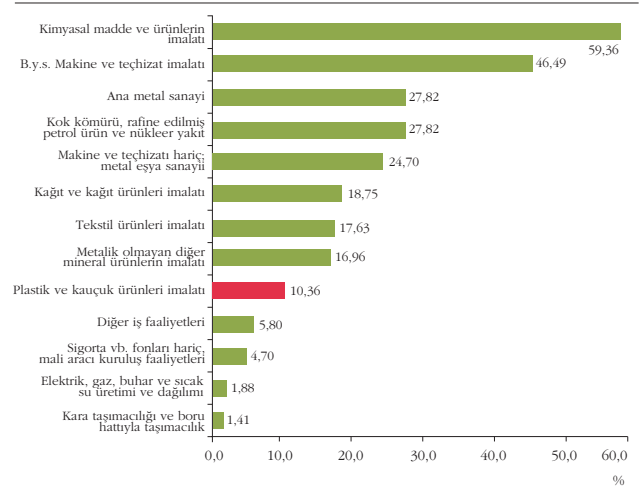
Sektörlerin girdi çıktı ilişkileri birbirlerine bağımlılıklarını ortaya koymaktadır. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi ara malı olarak tüm sektörlerden kullandığı girdilerin %41,68'ini, sadece imalat sanayinden ise %61,52'sini kimyasal madde ve ürünleri imalatı sanayinden karşılamaktadır.

Bu bulgu, sektörün ara malı ihtiyaçlarında kimyasal madde ve ürünleri imalatı sanayine çok önemli ölçüde bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır. Sektör tüm sektörlerden ara malı girdi ihtiyacının %12,83'ünü ise kendi sektöründen karşılamaktadır.



Grafik 21 : Sektörün Toplam Girdilerinde Alt Sektörlerin Payları (net vergiler hariç) (%)
Kaynak : TÜİK, 2002 Yılı Girdi-Çıktı Tablosu

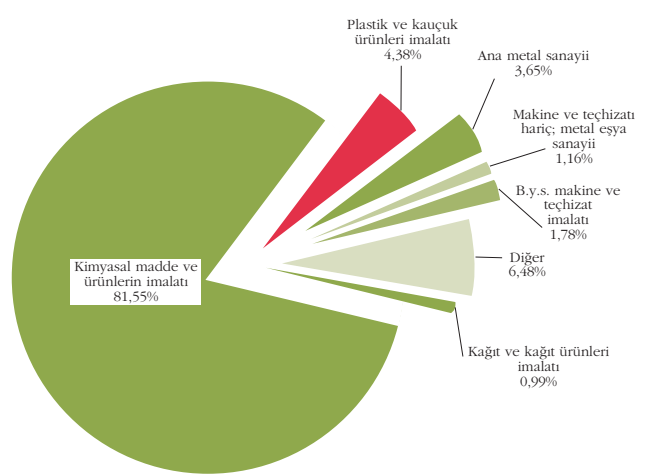
Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sanayinin kimyasal madde ve ürünleri imalatı sektöründen kullandığı girdilerin %59,36'lık bölümü ise ithalatla karşılanmaktadır. Söz konusu sektörün Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektörünün en önemli tedarikçisi olduğu düşünüldüğünde, girdilerde ithalata bağımlılığın önemli boyutta olduğu ortaya çıkmaktadır. Makine ve teçhizat açısından da Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektörünün dışa bağımlılığından söz etmek olasıdır. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi'nin bu sektörden kullandığı girdilerin %46,5'inin ithalatla karşılandığı görülmektedir. Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi'nin ana metal sanayinden kullandığı girdilerde ithalatın payı ise %27,82 düzeyindedir.



Grafik 22 : Sektörün Diğer Sektörlerden Girdi Kullanımlarında İthalatın Payları (temel girdiler) (%)

Kaynak : TÜİK, 2002 Yılı Girdi-Çıktı Tablosu

Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı sektörünün kullandığı toplam ithal girdilerin %81,55'i kimyasal madde ve ürünleri imalatı sanayine aittir. Girdi olarak ithal ettiği kendi sektörünün ürünleri ise toplam ithal girdiler içinde %4,38 ile ikinci sırayı almaktadır. Ana metal sanayi toplam ithal girdiler içinde %3,65 ile üçüncü sırada gelmektedir.



Grafik 23 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi Toplam İthal Girdilerinin Sektörlere Göre Dağılımı (%)

Kaynak : TÜİK, 2002 Yılı Girdi Çıktı Tablosu

1.2. PLASTİK VE KAUKÜK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ DİŞ TİCARETİ

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi 39. ve 40. Fasıllarda yer almaktadır. Bu fasıllarda hammaddeler de bulunmaktadır. Bu ürünler kapsam dışı bırakıldığında 2010 yılında plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi ihracatının 5,3 milyar ABD Doları, ithalatının ise 3,9 milyar ABD Doları olduğu ve sektörün toplam dış ticaret hacminin 9,2 milyar ABD Dolarına eriştiği görülmektedir.

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracat içindeki payı %4,64 düzeyindedir. Plastik ürünleri imalatı sektörü kauçuk ürünleri imalatına göre daha yüksek dış ticaret hacmine sahiptir. Plastik ürünler imalatı sanayi 2010 yılında 3,4 milyar ABD Doları ihracat gerçekleştirerek toplam ihracat içinde %2,98 paya sahip olmuştur. Aynı yıl 1,9 milyar ABD Doları ihracat yapan kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracattaki payı ise % 1,66'dır.

Sıra No	Fasıl No	Fasıl Adı	Milyar USD	İhracattaki Payı
1	87	Motorlu kara taşıtlar, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	13,8	12,12
2	84	Kazan, makina ve cihazlar, aletler, parçaları	9,4	8,25
3	72	Demir ve çelik	8,8	7,69
4	61	Örme giyim eşyası ve aksesuarları	7,7	6,79
5	85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	7,5	6,61
6	73	Demir veya çelikten eşya	4,9	4,26
7	62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	4,6	4,07
8	27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	4,5	3,95
9	71	İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	3,7	3,29
10	39	Plastik ve plastikten mamul eşya	3,7	3,26
11	8	Yenilen meyvalar, kabuklu yemişler, turuncgil ve kavun kabuğu	3,5	3,07
12	25	Tuz, kükürt, toprak ve taşlar, alçılar ve çimento	2,5	2,20
13	76	Alüminyum ve alüminyum eşya	1,9	1,68
10.1	39	Plastik ürünler imalatı sanayi	3,4	2,98
14	40	Kauçuk ürünleri imalatı	1,9	1,66

Tablo 1 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi İhracatı (2010)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam ithalat içindeki payı 2010 yılında %2,1 düzeyindedir. 2010 yılında 2,6 milyar ABD Doları ithalat gerçekleştiren plastik ürünleri imalatı sanayi Türkiye'nin toplam ithalatından %1,40 pay almıştır. Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin toplam ithalat içindeki payı ise %0,7 olmuştur. Bu sektörün 2010 yılı ithalatı 1,3 milyar ABD Doları düzeyinde kalmıştır.

Sıra No	Fasıl No	Fasıl Adı	Milyar USD	İhracattaki Payı
1	27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	38,5	20,75
2	84	Kazanlar, makina ve cihazlar, aletler ve bunların aksam-parçaları	21,3	11,46
3	72	Demir ve çelik	16,1	8,69
4	85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	14,6	7,89
5	87	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	13,4	7,23
6	39	Plastik ve plastikten mamul eşya	9,7	5,24
7	30	Eczacılık ürünleri	4,4	2,38
8	29	Organik kimyasal müstahsallar	4,4	2,37
9	90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar cihazları, tıbbi alet.	3,4	1,85
10	52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	3,4	1,82
11	74	Bakır ve bakırdan eşya	3,3	1,78
12	88	Hava taşıtları, uzay araçları, aksam ve parçaları	3,2	1,70
13	71	İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	3,0	1,64
14	48	Kağıt ve karton: kağıt hamurundan kağıt ve kartondan eşya	2,8	1,52
15	76	Alüminyum ve alüminyum eşya	2,5	1,34
6.1	39	Plastik ürünleri imalatı sanayi	2,6	1,40
16	40	Kauçuktan eşya	1,3	0,70

Tablo 2 : Plastik ve Kauçuk Ürünleri Sanayi İthalatı (2010)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Kısaca özetlemek gerekirse, plastik ve kauçuk ürünleri imalatı sanayi dış ticaret fazlası veren sektörler arasında yer almaktadır. Toplam dış ticaret fazlası 1,4 milyar ABD Doları düzeyine erişmektedir. Sektör dış ticaret fazlası ile ekonomiye önemli katkı sağlayan sektörler arasında yer almaktadır. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise 1,36 düzeyindedir.

2. PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi başta inşaat, tarım, gıda olmak üzere imalat sanayi ve hizmet sektörü için ara malı üreten bir sektör niteliğindedir. Ara malı yanında ürettiği nihai ürünlerle günlük yaşamı kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır.

NACE 1 gruplandırmasında, Plastik Ürünleri İmalatı 252 kodu altında toplanmaktadır. Plastik ürünleri imalatı sanayi alt sektörleri ise;

- 2521. Plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı
- 2522. Plastik ambalaj malzemesi imalatı
- 2523. Plastik inşaat malzemesi imalatı
- 2524. Diğer plastik ürünlerin imalatı

olarak sıralanmaktadır.

Plastikten tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı alt sektöründe (2521); i) çubuk ve profil halinde filamentler, ii) sert, esnek ve takviyesiz tüp boru ve hortumlar iii) plakalar, film ve şeritler gibi ürünler yer almaktadır. İkinci grupta (2522) çanta, kutu, masura, bobin, kasa, damacana ve şişeler gibi çok farklı sektörlerde kullanılan ürünler bulunmaktadır. Üçüncü alt grupta (2523) yer ve duvar döşemeleri, küvet, lavabo, depo, tank, fiçı, kapı-pencere kasa ve elemanları, prefabrik yapılar gibi inşaat sektöründe yaygın olarak kullanılan ürünler yer almaktadır. Son grupta (2524) ise mutfak eşyaları yanında tekstil, mobilya, büro malzemeleri gibi çok farklı sektörlerde kullanılan plastik ürünler bulunmaktadır.

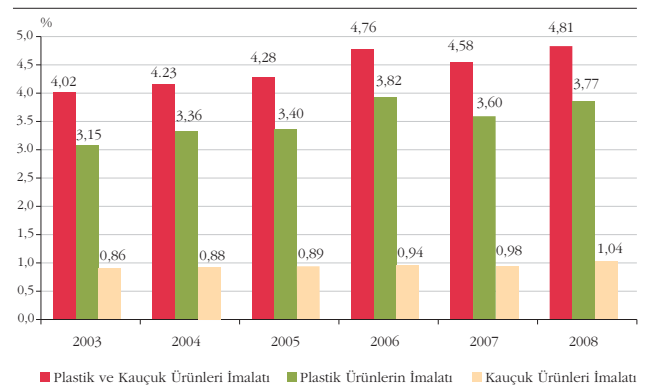
2.1. SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELERİ

2.1.1. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi

Sektörlerin ekonomide önemini ortaya koyan göstergelerden birisi üretimdir. Ancak üretim değeri tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Bu nedenle üretim değerlerinin imalat sanayi içindeki payı ve gelişim eğiliminin incelenmesi gereği bulunmaktadır. Plastik ürünleri imalat sanayi üretiminin yıllara göre imalat sanayi üretimi içindeki payları, sektörün imalat sanayi içinde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. 2003 yılında imalat sanayi üretimi içinde %3,15 paya sahip olan sektörün 2008 yılında bu payını %3,77 düzeyine çıkardığı görülmektedir. Bu bulgu sektör üretiminin imalat sanayi

ortalamasından daha hızlı büyüdüğünü ve sektörün üretim açısından ağırlığını artırdığını ortaya koymaktadır.

Sektörün 2003 ve 2008 yılları arasındaki üretiminin gelişimine bakıldığında, imalat sanayi içindeki payının 2006 yılında %3,82 ile en yüksek düzeye eriştiği ortaya çıkmaktadır. Bu pay 2007 yılında %3,6'ya gerilemiş, kısaca sektörün üretiminde artış hızı imalat sanayi ortalamasının altında kalmıştır. Buna karşın sektör 2008 yılında üretimdeki payını yeniden artırma başarısını göstermiştir.



Grafik 24 : Plastik Ürünleri İmalatı Sanayinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

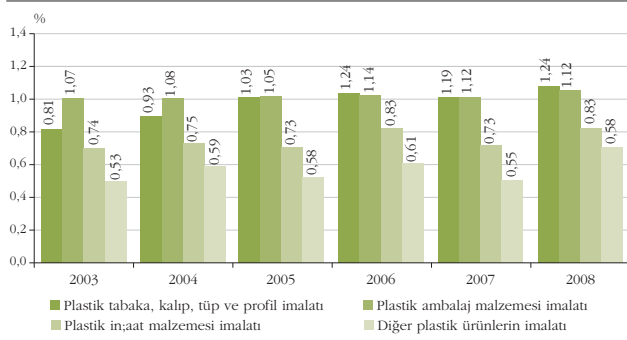
Üretimde gelişmeler alt sektörler göre incelendiğinde plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatının, plastik ürünleri imalat sanayi içinde ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu alt sektörde 2003 yılı ile 2006 yılları arasında üretimde hızlı bir gelişme sağlanmıştır. Plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı alt sektörü bu dönemde imalat sanayi üretimi içindeki payını %0,81 den %1,24 düzeyine çıkarma başarısını göstermiştir. Üretimde 2007 yılında değer olarak cari fiyatlarla artış sağlanmış olmasına karşın, artış hızında imalat sanayine göre daha düşük bir performans söz konusudur. Ancak alt sektör, 2008 yılında imalat sanayi üretimde artış hızı ortalamasına göre daha hızlı büyümüş ve payını yeniden 2006 yılındaki %1,24 düzeyine çıkarmıştır.

Plastik ambalaj malzemeleri imalatı sektör üretiminde ikinci sırada bulunmaktadır. Sektörün imalat sanayi üretimi içindeki payı 2003 yılında %1,07 düzeyinden 2006 yılında %1,14 düzeyine çıkmıştır. 2006 yılı üretimdeki pay açısından sektörün eriştiği en yüksek değer olmuştur. 2007 ve 2008 yıllarında %1,12 olan üretimde imalat sanayi içindeki pay, sektör üretiminin imalat sanayi ortalamasında büyüdüğünü göstermektedir.

Plastik inşaat malzemeleri üretimi alt sektör olarak üretimde üçüncü sırada yer almaktadır. Bu sektörün

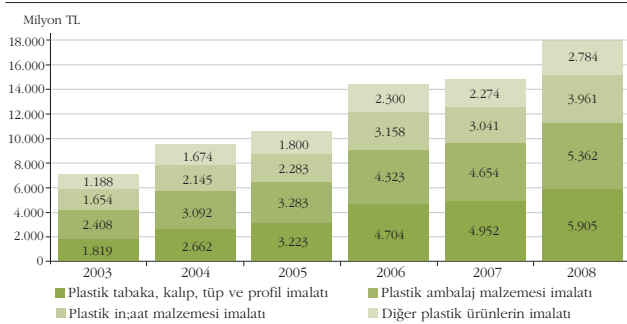
imalat sanayi üretimindeki payı 2003 yılı ile 2008 yılları arasında %0,73 ile %0,83 arasında değişmiştir. Sektör üretimi, niteliği açısından daha çok inşaat sektörüne bağlıdır. 2006 ve 2008 yılları, alt sektörün imalat sanayi üretimindeki payı açısından eriştiği en yüksek düzeydir (%0,83). İmalat sanayi üretimindeki payı 2003 yılı ile 2008 yılları arasında %0,73 ile %0,83 arasında değişmiştir. Sektör üretimi, niteliği açısından daha çok inşaat sektörüne bağlıdır. 2006 ve 2008 yılları, alt sektörün imalat sanayi üretimindeki payı açısından eriştiği en yüksek düzeydir (%0,83).

Diğer plastik ürünleri üretim açısından plastik ürünleri imalat sanayi içinde en düşük paya sahip olan sektördür. Bu sektörün imalat sanayi üretimindeki payı 2006 yılında %0,61 ile en yüksek düzeyine erişmiştir. Sektörün üretiminin imalat sanayi içindeki payı 2007 yılında %0,55 ve 2008 yılında %0,58 olarak gerçekleşmiştir.

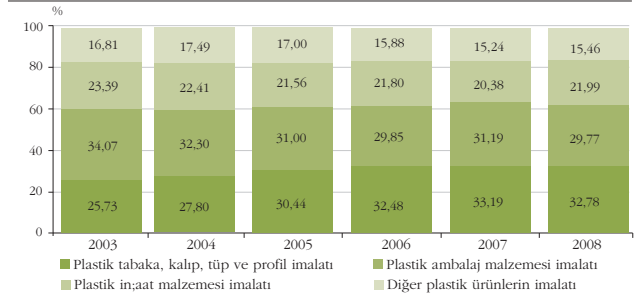


Grafik 25 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payları (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ürünleri imalatı sanayi üretiminde plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatının 2003 yılından bu yana ağırlığını artırdığı görülmektedir. Bu alt sektör 2003 yılında toplam plastik ürünleri imalatı sanayi üretimi içinde %25,73 olan payını 2008 yılında %32,78 düzeyine çıkarmıştır. Buna karşın toplam sektör içinde üretim payı 2003 yılında %34,07 olan plastik ambalaj malzemesi imalatının payı ise 2008 yılında %29,77 düzeyine gerilemiştir. Diğer iki alt sektörün payları ise 2003 yılına göre iki puan gerilese de son üç yılda yaklaşık aynı düzeyde kalmıştır.



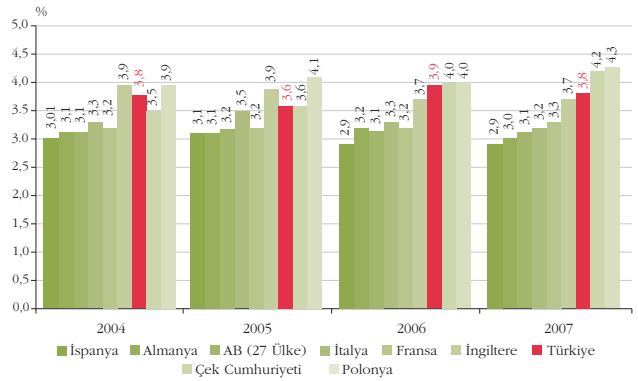
Grafik 26 : Plastik Ürünleri Sanayi Üretimi (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



Grafik 27 : Plastik Ürünleri Sanayi Üretiminin Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ürünler imalatı sanayi Türkiye imalat sanayi içinde önemli bir yere sahiptir. İmalat sanayi üretimi içindeki payı açısından Türkiye plastik ürünler imalat sanayinin payı AB 27 ortalamasının üstündedir. Yayımlanmış en yeni veriler olan 2004-2007 yılları arasında AB 27 imalat sanayi üretiminde sektörün payı %3,1 düzeyindedir. Aynı dönemde Türkiye de en düşük oran %3,4 ile 2004 ve 2005 yıllarında gerçekleşmiştir. Son iki yılda %3,8 ve %3,7 olmuştur.

Türkiye ekonomik büyüklük ve sektörün gelişmişliği açısından karşılaştırılan yedi AB ülkesine göre imalat sanayi içindeki payı açısından üçüncü sırada gelmektedir. Sektörün imalat sanayi üretimindeki payı İspanya, Almanya, İtalya, Fransa gibi AB ülkelerinden daha yüksektir.



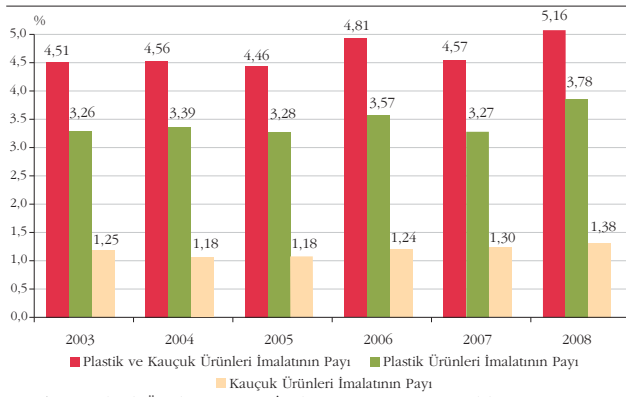
Grafik 28 : Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde İmalat Sanayi Üretimi İçinde Plastik Ürünleri Sanayinin Payı (%)
Kaynak : TÜİK ve EUROSTAT

2.1.2. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri

Plastik ürünleri imalatı sanayinin imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payıyla yaklaşık aynı düzeydedir. 2003 yılında imalat sanayi katma değerinden %3,26 pay alan sektör 2004 yılında bu payını %3,39 düzeyine çıkarmış ancak 2005 yılında bu oran hızlı bir düşüşle %3,28 düzeyine gerilemiştir. 2006 yılında imalat sanayi katma değeri içindeki payını artıran sektörde bu pay 2007 yılında yeniden düşmüş ve 2008 yılında %3,78 olmuştur. Dikkat çeken bir nokta sektörün 2003 ve 2004 yıllarında

imalat sanayi katma değeri içindeki payının üretim içindeki payından yüksek olmasıdır. Bu bulgu katma değer yaratma açısından bu sektörün imalat sanayi ortalamasından daha başarılı olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak sektör 2005 yılı ile birlikte bu özelliğini kaybetmiş ve imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payının gerisine düşmüştür.

Katma değerün ücret, kira, kar, faiz vb. kalemleri içerdiği düşünüldüğünde sektörde sermaye birikimi yaratma gücünün ya da karlılığının imalat sanayi ortalamasına göre düştüğünü söylemek olasıdır. 2008 yılında ise katma değer ve üretimdeki pay yaklaşık aynı düzeyde kalmıştır. Kriz nedeniyle bu düzeltmenin sektörden mi yoksa tüm imalat sanayinde katma değerde düşüşten mi kaynaklandığını söylemek olası değildir.



Grafik 29 : Plastik Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payı (Faktör Maliyetleriyle, %)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

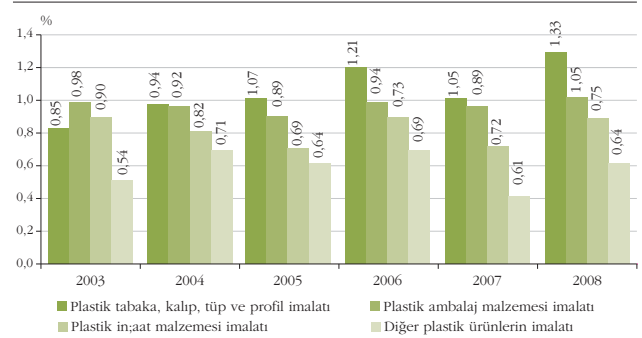
Plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı alt sektörü üretimde olduğu gibi katma değer payı açısından da ambalaj sanayini geride bırakarak ilk sıraya çıkmıştır. Bu sektör imalat sanayi katma değeri içinde 2003 yılında %0,85 olan payını %56 oranında artırarak 2008 yılında %1,33 düzeyine çıkarmıştır. 2003 ile 2008 yılları arasında 2007 yılı hariç payını sürekli artırmıştır.

Buna karşın üretimde olduğu gibi katma değerdeki pay açısından da ikinci sırada yer alan ambalaj sanayinin katma değer açısından sorunlarla karşı karşıya olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu alt sektörün 2003 ile 2008 yılları arasında imalat sanayi katma değerindeki payı üretimdeki payından düşük olmuştur. Diğer bir anlatımla sermaye yaratma gücü imalat sanayi ortalamasının altında kalmıştır. Bir diğer gelişme ise plastik ambalaj sanayinin imalat sanayi katma değeri içindeki payının 2003 ile 2007 yılları arasında 2006 hariç %0,98 düzeyinden %0,89'a gerilemesidir. 2008 yılında ise bu oran %1,05 olmuştur. 2006 yılına göre sektörün üretimdeki payının değişmemesi plastik ambalaj sanayinin katma değer yaratma gücünün imalat sanayi ortalamasına göre iyileştiğini göstermektedir. Ancak 2008 yılının kriz dönemi olduğu ve tüm sektörlerin

katma değer yaratma güçlerinde önemli düşüşler olduğu göz ardı edilmemelidir.

Plastik inşaat malzemeleri katma değer açısından üçüncü sıradadır. Bu sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı 2003 yılı ile 2005 yılları arasında %0,90 dan %0,69'a gerilemiştir. 2006 yılında %0,73 düzeyine yükselirken 2007 yılında yaklaşık aynı düzeyde (%72) kalmış ve 2008 de yeniden artarak %0,75 olmuştur. Dikkat çeken bir nokta 2006 ve 2008 yılları arasında plastik inşaat malzemeleri sektörünün imalat sanayi katma değeri içindeki payının üretimde sahip olduğu paydan düşük olmasıdır. Bu bulgu sektörün üretimde katma değer oranının imalat sanayi ortalamasının altında olduğunu göstermektedir.

Diğer plastik ürünleri sanayi ise diğer alt sektörlerle göre katma değer yaratma gücü açısından daha iyi konumdadır. Sektörün dönem içinde tüm yıllarda imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payından daha yüksektir. Kısaca daha az üretmesine karşın ortalamadan daha yüksek katma değer oranına sahiptir. Bu sektörün 2003 yılında imalat sanayi içinde %0,54 olan payı bazı dönemlerde bir önceki döneme göre gerilese de bu oranın üstünde kalmış ve 2008 yılında %0,64 olmuştur.

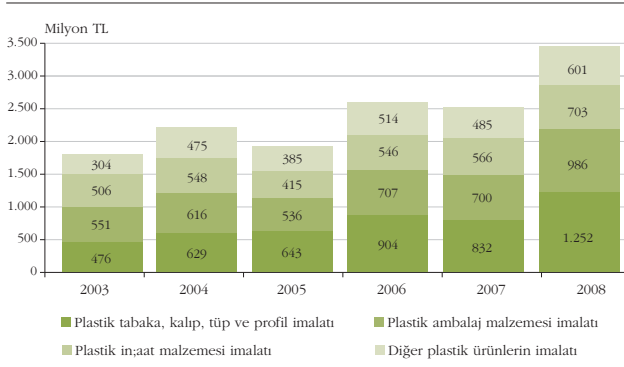


Grafik 30 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payları (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

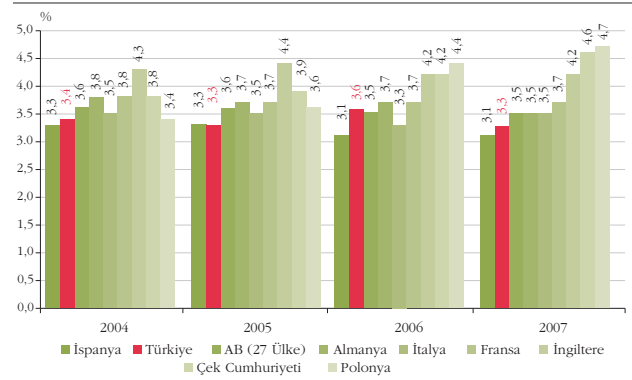
Üretimde olduğu gibi sektörün katma değeri içinde de plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatının 2007 yılı hariç 2003 yılından 2008 yılına kadar ağırlığını sürekli artırdığı görülmektedir. Bu alt sektör 2003 yılında toplam plastik ürünleri imalatı sanayi katma değerinden %25,92 pay almış ve 2008 yılında payını %35,35 düzeyine çıkarmıştır. Buna karşın toplam sektör içinde katma değerden en yüksek payı alan ikinci alt sektör olan plastik ambalaj malzemesi imalatının 2003 yılında %30,02 olan payı 2008 yılında %27,84 düzeyine gerilemiştir.

Katma değerdeki pay açısından önemli ölçüde gerileyen diğer alt sektör plastik inşaat malzemesi imalatı olmuştur. 2003 yılında sektörde katma değerde %27,52 paya sahip olan plastik inşaat malzemesi imalatı için bu oran 2008 yılında %19,84'e gerilemiştir. Diğer plastik ürünlerin imalatı alt sektörünün toplam sektör katma değerindeki payı dönem içinde değişiklik göstermiş ve 2008 yılında %16,97 olarak gerçekleşmiştir.



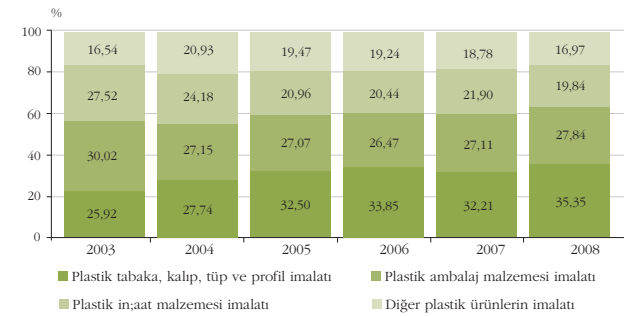
Grafik 31 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerine Göre Katma Değer (Faktör Maliyetleriyle, Milyon TL)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



Grafik 33 : Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde Plastik Ürünleri Sanayi Katma Değerinin İmalat Sanayi İçindeki Payları (%)

Kaynak : TÜİK ve EUROSTAT



Grafik 32 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerine Göre Katma Değerin Dağılımı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

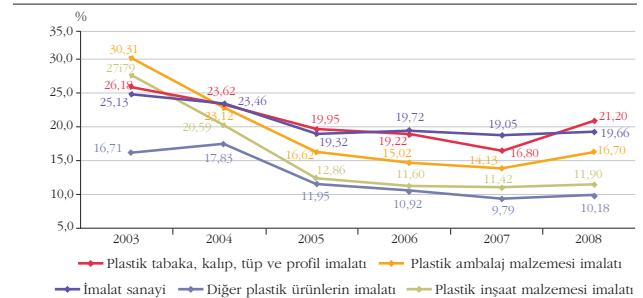
2.1.3. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimde Katma Değerin Payı

Üretimde faktör maliyetleri ile katma değer, sektörlerin ekonomik gelişmeye katkılarını ortaya koyan önemli göstergelerden birisidir. Plastik ürünleri imalatı sanayinin bu oran açısından imalat sanayi ortalamasının altında olduğu görülmektedir. Ancak dikkat çeken bir nokta sektörün 2003 yılı sonrası bu oran açısından sorun yaşamaya başlamasıdır. Diğer plastik ürünleri hariç, 2003 yılında plastik ürünleri imalatının üç sektörü üretimde katma değer payında imalat sanayinin ortalamasının üstündedir. Söz konusu dönemde imalat sanayi ortalaması %25,13 olmasına karşın, aynı oran plastik ambalaj malzemesi imalatında %30,31, plastik inşaat malzemesi imalatında %27,79 ve plastik tabaka, tüp ve kalıp imalatında %26,18 olmuştur. Alt sektörler arasında sürekli gerileyen bu oranlar 2007 yılında en düşük düzeyine inmiştir. 2008 yılında ise tüm alt sektörlerde üretimde katma değer payında iyileşme sağlanmıştır. Ancak sadece plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatında bu oran imalat sanayi ortalamasının üzerine çıkmıştır.

Sektörde yaşanan bu olumsuz gelişmenin nedenlerinin analiz edilmesi gereği bulunmaktadır. Toplam maliyetler içinde hammadde ve enerji maliyetlerinin çok yüksek olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle özellikle hammadde de dönem içinde giderek artan dışa bağımlılık yanında uluslararası tedarikçi piyasasının yapısının katma değer oluşumunda yarattığı aşınmalar analiz edilmelidir.

İmalat sanayi üretimindeki payında Türkiye plastik ürünler imalatı sanayi AB 27'nin ortalamasına göre daha önemli bir yere sahip olmasına karşın, katma değerdeki payında durumunu koruyamamaktadır. Sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı 2006 yılı hariç 2003 ile 2007 yılları arasındaki tüm yıllarda AB 27 ortalamasından düşüktür. AB 27 plastik ürünleri imalatı sanayinin toplam imalat sanayi katma değeri içindeki payı yaklaşık %3,5 olurken bu oran Türkiye için yaklaşık %3,3 düzeyindedir.

Yedi AB ülkesi ile karşılaştırılan Türkiye, sektörün imalat sanayi katma değerindeki payında altıncı sıradadır. Bu oran açısından Türkiye sadece İspanya'dan daha iyi konumdadır. Bu bulgu, plastik ürünleri imalatı sektörünün AB ülkelerine göre katma değer yaratmada rekabet gücünün düşük olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Rakiplere göre katma değer yaratma gücü düşük olan sektörün atılım yapabilecek sermaye birikimi yaratmada önemli eksiklikleri olacağı unutulmamalıdır. Bu nedenle sektörde katma değer yaratma önündeki engellerin kaldırılması yanında, üretimde değer yaratabilecek arayışları özendirerek mekanizmaların geliştirilmesi gereği bulunmaktadır.

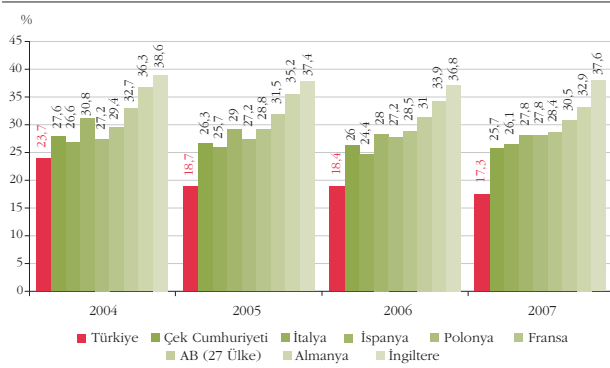


Grafik 34 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörleri Üretimde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Payı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Sektörün katma değer yaratma gücünün artırılması gereği AB 27 ülkeleri ile yapılan karşılaştırmada da açıkça ortaya çıkmaktadır. Karşılaştırma yapılan AB 27 ülkeleri içinde Türkiye, katma değerün üretimdeki payı açısından son sırada gelmektedir. Dikkat çeken bir diğer nokta, Türkiye'de söz konusu oranın giderek düşmesi ve karşılaştırılan ülkelerle farkın açılmasıdır. Bu gelişme sektör açısından oldukça düşündürücüdür.

2003 yılında üretimde katma değerın payı AB 27 ortalaması %32,7'den her yıl az da olsa gerileyerek 2007 yılında %30,5'e düşmüştür. Ancak aynı oranlar Türkiye plastik ürünler imalatı sanayi için %23,7 ve %17,3 olmuştur. Bu gelişme Türkiye plastik ürünleri imalatı sanayinin katma değer yaratma gücünün çok önemli oranda aşındığını açıkça ortaya koymaktadır.



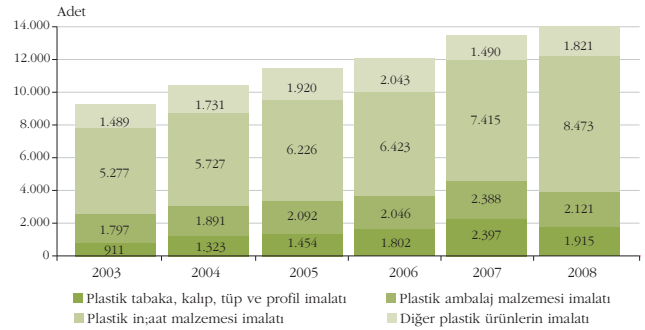
Grafik 35 : Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde Plastik Ürünleri Üretiminde Katma Değerin Payı (%)
Kaynak : TÜİK ve EUROSTAT

2.1.4. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İşyeri Sayısı

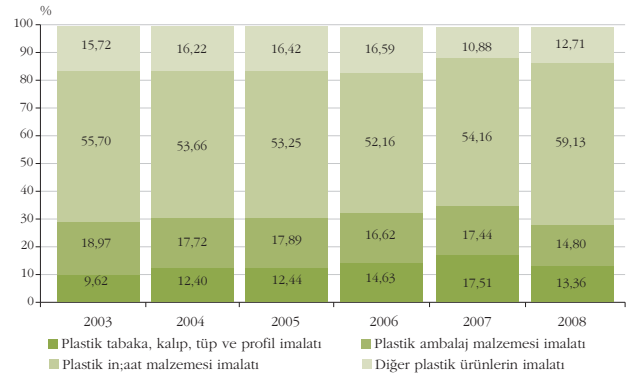
Plastik inşaat malzemeleri alt sektörü girişimci sayısı açısından plastik ürünleri imalatı içinde ilk sırada yer almaktadır. Girişimci sayısı açısından bu alt sektörün payı 2008 yılında %59,13 olmuştur. Üretim ve katma değerde sektör içindeki payı açısından üçüncü sırada yer alan bu alt sektörde, diğer alt sektörler göre küçük ölçekli işletmelerin oranının yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna karşın sektör üretimindeki ve katma değerindeki payı en yüksek olan plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı sektörü ise girişimci sayısındaki pay açısından üçüncü sıradadır. Bu veriler, sektörde diğer alt sektörler göre daha büyük ölçekli ya da teknoloji yoğun işletmelerin faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Dikkat çeken bir diğer nokta plastik ürünleri imalatı sanayinin girişimciler için çekici ve girişi kolay bir sektör olmasıdır. 2003 ile 2008 yılları arasında sektördeki girişim sayısı sürekli artmıştır. Bu gelişimde özellikle plastik inşaat malzemeleri

imalatı girişimci sayısındaki artış önemli rol oynamıştır. Diğer alt sektörlerde bazı yıllarda girişimci sayısı azalmasına karşın inşaat malzemeleri imalatı sanayinde sürekli olarak artmıştır. Bu bulgu, alt sektöre girişin kolay olduğu izlenimini vermektedir.



Grafik 36 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Girişim Sayısı
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

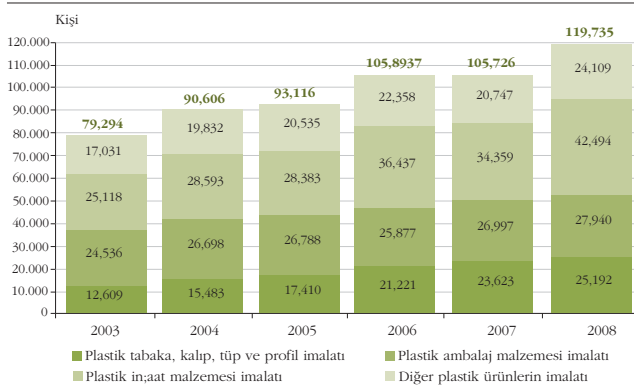


Grafik 37 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Girişim Sayısının Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

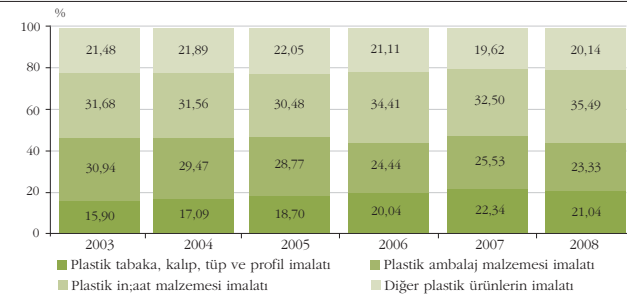
2.1.5. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı

Sektörün 2003 ve 2008 yılları arasında istihdama katkısı sayısal olarak artmıştır. 2003 yılında 20 ve daha fazla işgücü istihdam eden sektör işletmelerinin 2008 yılına kadar toplam istihdamlarında %50 artış sağlanmıştır. Bu oran plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatında yaklaşık %100 ve plastik inşaat malzemeleri imalatı sanayinde ise %69 düzeyine çıkmaktadır. İstihdamda aynı dönemde en düşük artış oranı yaklaşık %14 ile ambalaj malzemeleri imalatı sektöründedir.

Alt sektörlerin üretim ve katma değerden aldıkları pay düşüldüğünde diğer plastik ürünleri imalatı sektörünün diğerlerine göre daha emek yoğun ya da çalışan verimliliklerinin daha düşük olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu sektörün istihdamının toplam içindeki payı %20'ler düzeyindedir. Üretimde ve katma değerde yüksek paya sahip plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatının toplam içindeki payı ise 2008 yılında %21,04 düzeyindedir. Bu sektörün diğerlerine göre teknoloji yoğun olduğunu söylemek olasıdır.

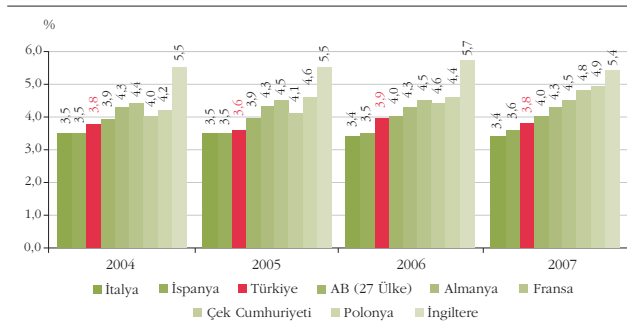


Grafik 38 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Sayıları
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



Grafik 39 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Sayısının Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Plastik ürünleri imalatı sektörünün imalat sanayi istihdamındaki payı 2004 yılında %3,8 düzeyinden 2005 yılında %3,6 düzeyine gerilemiş ve daha sonra 2007 yılında %3,8 olmuştur. Bu oranlar AB 27 ortalamasından düşüktür. Sektörün imalat sanayi istihdamındaki payının İtalya ve İspanya'dan yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. AB-27 ülkeleri içinde istihdamdaki pay açısından 2007 yılında %5,4 ile İngiltere ilk sırada ve Polonya %4,9 ile ikinci sırada yer almıştır.



Grafik 40 : Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinde İmalat Sanayi İstihdamında Plastik Ürünleri Sanayinin Payı (%)
Kaynak : TÜİK ve EUROSTAT

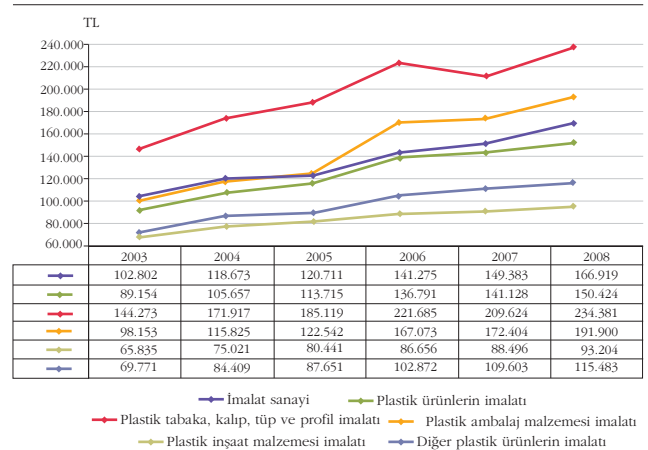
2.1.6. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Çalışan Başına Üretim ve Katma Değeri

Toplam faktör verimliliği, sektörün verimliliğini ortaya koyan göstergelerden birisidir. Ancak toplam faktör verimliliği hesabının yapılamadığı durumlarda, çalışan başına üretim ve katma değer de kullanılabilir önemli göstergedir. Plastik ürünler imalat sanayi çalışan başına katma değer ve üretimde 2003 ile 2008 yılları arasında imalat sanayi ortalamasının altında kalmıştır. Veriler alt sektörler göre değerlendirildiğinde ise görünüm değişmektedir.

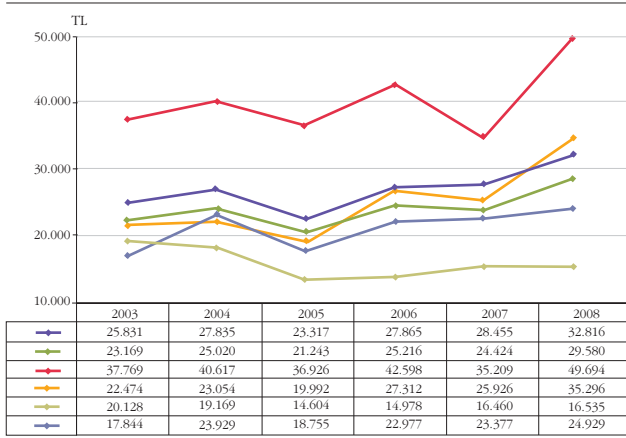
Plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı alt sektörünün çalışan başına üretim ve katma değerde tüm diğer sektörler yanında imalat sanayi ortalamasından da yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır.

Başta çalışan başına üretim olmak üzere çalışan başına katma değerde de son yıllarda olumlu yönde eğilim gösteren ve imalat sanayi ortalamasını geçen diğer alt sektör ise plastik ambalaj malzemeleri alt sektörü olmuştur. Bu sektörün yakalamış olduğu olumlu eğilimin; yeni teknoloji kullanımı, verimlilik artışı, katma değeri yüksek ürünlere yönelme gibi faktörlerden hangisine dayandığını araştırmak sektörün atılımında rol oynayabilecek adımları belirlemek açısından önemlidir.

Çalışan başına üretim ve katma değerde en düşük değerlere sahip olan alt sektör ise plastik inşaat malzemeleri imalatıdır. Söz konusu göstergelerde imalat sanayi ve diğer alt sektörler göre olumsuz değerlere sahip sektörde girişimci sayısındaki artış ise dikkat çekicidir.



Grafik 41 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Üretim (TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

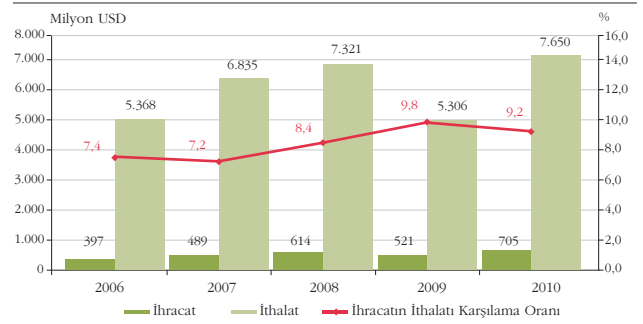


Grafik 42 : Plastik Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Faktör Maliyetleriyle Katma Değer (TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

2.1.7. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejik Girdileri

Plastik ürünleri imalatı sanayinin temel girdisini kimya sanayinden sağlamaktadır. Sektörün rekabet gücü büyük ölçüde bu girdilerin fiyatına ve tedarik güvencesine bağlıdır. Bu açıdan sektörün önemli sorunlarla karşı karşıya olduğu görülmektedir. Plastik hammaddeleri imalatında Türkiye'nin yeterli olduğunu söylemek olası değildir. Türkiye 2010 yılında 7,65 milyar ABD Doları plastik hammadde ithalatı yaparken 705 milyon ABD Doları ihracat gerçekleştirebilmiştir.

İhracat ve ithalat rakamları sektörün hammadde açısından dışa bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır. Plastik ürünleri imalatı hammaddelerinde ihracatın ithalatı karşılama oranı %10 düzeylerinin altındadır. Bu bulgu yerli üretimin yetersizliğini ve tedarik güvencesinde olumsuzluğu ortaya koymaktadır. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yürüttüğü "Girdi Tedarik Stratejisi" çalışmasında yer alan 19 üründen üç tanesinin söz konusu hammaddeler olması dikkat çekicidir. Plastik ürünleri imalatı sektöründe küçük ve orta ölçekli işletmelerin oranının yüksek olması ve yerli üretimin yetersizliği, işletmelerin hammadde tedarik aşamasında miktar ve fiyat sorunu yaşadıklarını göstermektedir. İthalata bağımlılık nedeniyle stoklu çalışma zorunluluğu, stok taşıma maliyetlerini artırırken fiyat dalgalanmalarına karşı işletmelerin riskini artırmakta ve rekabet güçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Kısaca sınırlı maliyetler içinde yüksek paya sahip hammadde nedeniyle sektörün önemli sorunlarla karşı karşıya olduğu ortaya çıkmaktadır.

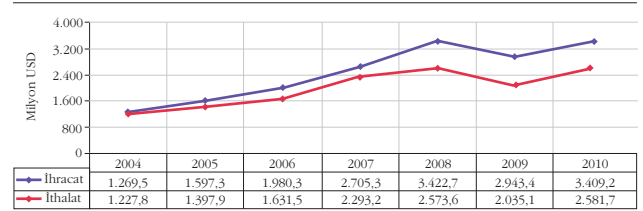


Grafik 43 : Plastik Ürünleri Sanayi Hammaddeleri* İhracatı, İthalatı (Milyon USD) ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
* GTİP 3901-3915: Yüksek ve Alçak Yoğunluklu Polietilen, PVC, Polipropilen, vb.

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

2.2. PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ DİŞ TİCARETİ

Plastik ürünleri dış ticareti 2010 yılında 6,0 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. 2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin etkisiyle sektörün ihracat ve ithalatında düşme görülmüştür. 2004 yılında 41,7 milyon ABD Doları olan dış ticaret fazlası, 2010 yılında 827,5 milyon ABD Dolarına erişmiştir.



Grafik 44 : Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

2.2.1. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı

2004 yılında 1,27 milyar ABD Doları olan plastik ürünleri ihracatı 2,7 kat artarak 2010 yılında 3,41 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. "Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller" grubu 2004 yılında 552,1 milyon ABD Doları ile toplam ihracatın %43'ünü oluştururken, 2010 yılında grup ihracatının 1,65 milyar ABD Dolarına erişmesi ile toplam ihracat içindeki payını %48'e yükseltmiştir.

2004 yılında 219,8 milyon ABD Doları ile toplam ihracatın %17,3'ünü oluşturan "Diğer plastik ürünler" grubunun ihracatı 2010 yılında 721,5 milyon ABD Dolarına erişirken, toplam ihracat içindeki payı da %21'e yükselmiştir. Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketleme malzemesi " ve "İnşaat malzemesi" gruplarının 2010 yılındaki ihracatları sırasıyla 525,8 ve 516,6 milyon ABD Dolarıdır ve toplam ihracat içindeki payları %15 civarındadır.

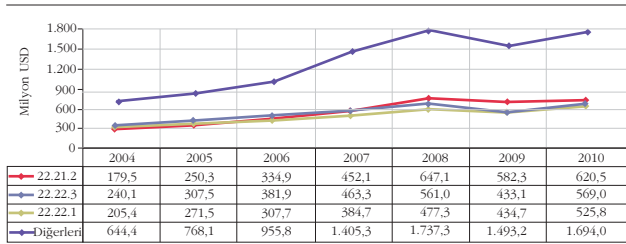
	İHRACAT (Milyon USD)						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Plastik Ürünler	1.269,5	1.597,4	1.980,3	2.705,3	3.422,7	2.943,4	3.409,2
Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller	552,1	766,6	1.022,8	1.340,8	1.703,6	1.394,6	1.645,2
Monofilamentler, enine kesitinin boyutu > 1 mm olanlar, çubuk ve profil halinde	84,4	135,3	206,1	285,3	328,6	217,3	244,7
Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları	179,5	250,3	334,9	452,1	647,0	582,4	620,5
Tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler, (diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş)	240,1	307,5	381,9	463,3	561,0	433,1	569,0
Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve şeritler	48,1	73,4	99,9	140,2	166,9	161,8	211,1
Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemesi	205,4	271,5	307,7	384,7	477,3	434,7	525,8
Torba, Çanta, Poşet, Çuval, Kutu, Damacana, Şişe, Makara vb. paketlenme malzemesi, (tabaka, levha vb. şekilde olanlar ile el çantaları hariç)	205,4	271,5	307,7	384,7	477,3	434,7	525,8
İnşaat Malzemesi	292,0	298,0	358,7	478,5	624,5	540,3	516,6
İnşaat Malzemesi, Plastikten; Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları- Zemin, duvar veya tavan kaplamaları, plastikten, rulo veya karo şeklinde	147,2	184,7	216,1	268,6	345,7	343,7	352,8
Prefabrik yapılar	144,9	113,3	142,6	209,9	278,8	196,6	163,8
Diğer Plastik Ürünler	219,8	261,3	291,1	501,2	617,3	573,8	721,5
Giyim eşyası ve giysi aksesuarları (eldiven dahil), plastikten	103,2	119,1	126,5	153,7	187,7	167,7	222,6
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler	116,6	142,2	164,6	347,5	429,7	406,1	498,9

Tablo 3 : Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

2010 yılında yaklaşık 1,7 milyar ABD Doları olan plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı alt sektörünün ihracatı 2004 ile 2010 yılları arasında 3 kat artmıştır. Bu sektör içinde en yüksek paya sahip “plastik tüp, boru ve hortumlar ile bunların bağlantı elemanları” grubunun ihracatı ise 3,5 kat artış göstermiştir. 2004 yılında 179,5 milyon ABD Doları'ndan 2010 yılında 620,5 milyon ABD Dolarına yükselmiştir.

2004-2010 yılları arasındaki plastik ambalaj malzemeleri alt sektörü ihracatı 2,56 kat artmış ve 2010 yılında 525,8 milyon ABD Dolarına erişmiştir. Aynı dönemde plastikten inşaat malzemeleri imalatı ihracatını %77 artırırken, Diğer plastik ürünlerinde ihracat artışı 3,28 kat olmuştur.



Grafik 45 : Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

22.21.2	Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları
22.21.3	Tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler, (diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş)
22.22.1	Torba, Çanta, Poşet, Çuval, Kutu, Damacana, Şişe, Makara vb. paketlenme malzemesi, (tabaka, levha vb. şekilde olanlar ile el çantaları hariç)

Plastik ürünler imalatı sanayi 39. fasılda yer almaktadır. İhracat tutarı 3,7 milyar ABD Doları olan bu fasıl, plastik hammadde niteliğindeki ürünleri de kapsamaktadır. Bu fasıl Türkiye toplam ihracatı içinde 2010 yılında %3,3 payla 10. sıradadır. Söz konusu fasıl içinde yer alan plastik ürünler imalatı sanayinin toplam ihracatı ise yaklaşık 3,4 milyar ABD Dolarıdır. 39. Fasılda sektörle ilgili ürünlerin ihracatlarının toplamının fasıllar içinde %3 paya sahip olduğu görülmektedir.

Sıra No	Fasıl No	Fasıl Adı	Milyar USD	İhracattaki Payı
1	87	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	13,8	12,1
2	84	Kazan: makina ve cihazlar, aletler, parçaları	9,4	8,3
3	72	Demir ve çelik	8,8	7,7
4	61	Örme giyim eşyası ve aksesuarları	7,7	6,8
5	85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	7,5	6,6
6	73	Demir veya çelikten eşya	4,9	4,3
7	62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	4,6	4,1
8	27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	4,5	4,0
9	71	İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	3,7	3,3
10	39	Plastik ürünler imalatı sanayi	3,4	3,0

Tablo 4 : Fasıllara Göre Türkiye İhracatı (2010)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

2.2.2. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı

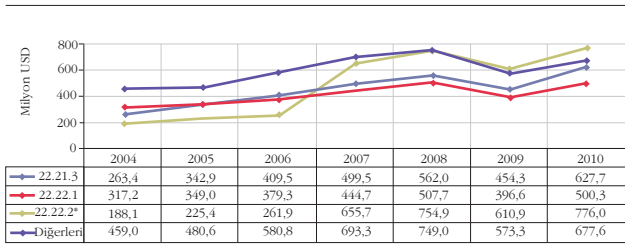
2004 yılında 1,23 milyar ABD Doları olan plastik ürünler ithalatı 2010 yılında 2,58 milyar ABD Dolarına yükselerek 2,1 kat artış göstermiştir. 2010 yılında “Diğer plastik ürünler” grubu toplam ithalat içinde %49,4 paya sahip olurken, “Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller” grubunun payı %39 olmuştur.

2004-2010 yılları arasında ithalatı en büyük artış “Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler” grubunda görülmektedir. Bu grubun 2004 yılında 188,1 milyon ABD Doları olan ithalatı 2010 yılında 776 milyon ABD Dolarına ulaşarak 4,1 kat artış göstermiştir. 2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin etkileri nedeniyle ithalatı düşüş yaşamış, 2010 yılından itibaren ithalat tekrar yükselişe geçmiştir.

Plastik ürünlerinin de içinde yer aldığı 39 nolu fasıl, plastik hammadde niteliğindeki ürünleri de kapsamaktadır. Bu fasıl toplam 9,7 milyar ABD Doları ithalat tutarı ile fasıllar göre ithalatı %5,2 pay sahiptir ve altıncı sırada yer almaktadır. 39. fasıldaki hammaddeler dışındaki plastik ürünleri imalatı sanayi ürünleri toplam ithalatı ise 2010 yılında yaklaşık 2,6 milyar ABD Doları olup toplam ithalatın %1,4 pay almıştır.

	İTHALAT (Milyon USD)						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Plastik Ürünler	1.227,8	1.397,9	1.631,5	2.293,2	2.573,6	2.035,1	2.581,7
Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller	521,2	588,5	705,9	868,4	978,4	777,2	1.012,0
Monofilamentler, enine kesitinin boyutu > 1 mm olanlar, çubuk ve profil halinde	28,7	31,8	42,2	49,9	58,1	40,8	46,1
Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları	99,6	92,4	111,6	143,0	183,0	144,1	149,5
Tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler, (diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş)	263,4	342,9	409,5	499,5	562,0	454,3	627,7
Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve şeritler	129,5	121,4	142,7	175,9	175,3	138,1	188,7
Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemesi	123,3	138,3	171,0	194,2	203,0	149,8	172,6
Torba, Çanta, Poşet, Çuval, Kutu, Damacana, şişe, Makara vb. paketlenme malzemesi, (tabaka, levha vb. şekilde olanlar ile el çantaları hariç)	123,3	138,3	171,0	194,2	203,0	149,8	172,6
İnşaat Malzemesi	77,9	96,8	113,3	130,2	129,7	100,6	120,7
İnşaat Malzemesi, Plastikten; Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları- Zemin, duvar veya tavan kaplamaları, plastikten, rulo veya karo şeklinde	77,9	96,8	113,3	130,2	129,7	100,6	120,7
Prefabrik yapılar	14,2	25,3	19,6	25,8	35,4	23,0	37,9
Diğer Plastik Ürünler	505,4	574,4	641,2	1.100,4	1.262,5	1.007,6	1.276,3
Giyim eşyası ve giysi aksesuarları (eldiven dahil), plastikten	317,2	349,0	379,3	444,7	507,7	396,6	500,3
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler	188,1	225,4	261,9	655,7	754,9	610,9	776,0

Tablo 5 : Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri



Grafik 46 : Türkiye'nin Plastik Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

22.21.3	Tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler, (diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş)
22.29.1	Giyim eşyası ve giysi aksesuarları (eldiven dahil), plastikten
22.29.2*	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler

* 22.29.29 grubuna ait 2004-2006 yılları verileri bulunamadığından hariç tutulmuştur.

2.2.3. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Plastik ürünlerde 2004 yılında %103,4 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %132,1'e yükselmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranları “İnşaat malzemesi” grubunda %428, “Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemesi” grubunda %304,6, “plastik tabaka, kalıp, tüp ve profil imalatı” grubunda %162,6'dır. “Diğer plastik ürünler” grubunda ise ihracatın ithalatı karşılama oranı %56,5'dir.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Plastik Ürünler	103,4	114,3	121,4	118,0	133,0	144,6	132,1
Plastik levhalar, tabakalar, tüpler ve profiller	105,9	130,3	144,9	154,4	174,1	179,4	162,6
Monofilamentler, enine kesitinin boyutu > 1 mm olanlar, çubuk ve profil halinde	293,9	425,9	488,6	571,3	565,8	532,6	530,5
Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları	180,2	270,9	300,0	316,1	353,6	404,2	415,1
Tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler, (diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş)	91,1	89,7	93,3	92,7	99,8	95,3	90,6
Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve şeritler	37,2	60,5	70,0	79,7	95,2	117,2	111,9
Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemesi	166,6	196,4	179,9	198,1	235,1	290,2	304,6
Torba, Çanta, Poşet, Çuval, Kutu, Damacana, şişe, Makara vb. paketlenme malzemesi, (tabaka, levha vb. şekilde olanlar ile el çantaları hariç)	166,6	196,4	179,9	198,1	235,1	290,2	304,6
İnşaat Malzemesi	375,0	307,8	316,5	367,5	481,5	537,3	428,0
İnşaat Malzemesi, Plastikten; Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları - Zemin, duvar veya tavan kaplamaları, plastikten, rulo veya karo şeklinde	189,0	190,8	190,6	206,3	266,5	341,8	292,3
Prefabrik yapılar	1.021,4	446,9	727,3	814,0	787,1	853,7	432,7
Diğer Plastik Ürünler	43,5	45,5	45,4	45,6	48,9	56,9	56,5
Giyim eşyası ve giysi aksesuarları (eldiven dahil), plastikten	32,5	34,1	33,4	34,6	37,0	42,3	44,5
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler	62,0	63,1	62,8	53,0	56,9	66,5	64,3

Tablo 7 : Plastik Ürünler İmalatı Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Sıra No	Fasıl No	Fasıl Adı	Milyar USD	İthalatı Payı
1	27	Mineral yakıtlar,mineral yağlar ve müstahsalları,mumlar	38,5	20,7
2	84	Kazanlar, makina ve cihazlar,aletler ve bunların aksam-parçaları	21,3	11,5
3	72	Demir ve çelik	16,1	8,7
4	85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	14,6	7,9
5	87	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	13,4	7,2
6	39	Plastik ürünleri imalatı sanayi	2,6	1,4

Tablo 6 : Fasillere Göre Türkiye İthalatı (2010)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Plastik ürünlerde ihracatın ithalatı karşılama oranında 2010 yılında önemli bir düşüş görülmektedir. Bu durum 2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin Türkiye'ye de yansması sonucu 2009 yılında ithalattaki önemli düşüş nedeniyle ihracatın ithalatı karşılama oranının %144,6'a yükselmesinden kaynaklanmaktadır. 2010 yılındaki oran 2008 yılıyla yaklaşık aynı düzeydedir.



Grafik 47 : Plastik Ürünler İmalatı Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

2.2.4. Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Dünya İthalatı

2004 yılında 148,5 milyar ABD doları olan Dünya plastik ürünleri ithalatı 2009 yılında 197,3 milyar ABD Dolarına yükselerek %33 artış göstermiştir. “Plastikten diğer eşya” ve “Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar” grupları 2009 yılında tüm grup ithalatının sırasıyla %22,3 ve %19,6 sını oluşturarak ilk iki sırayı almaktadırlar. Diğer gruplara ait Dünya ithalat değerleri aşağıdaki tabloda görülmektedir.

GTİP Kodu	Açıklama	2004	2009
3926	Plastikten diğer eşya	35.171	44.071
3920	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar	27.541	38.658
392340,50,90	*Makara, masura, bobin, tıkaç, kapak, ağ (file) ve taşıma veya paketlenmede kullanılan diğer eşyalar, plastikten *	8.426	11.096
3924	Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası	7.708	11.004
392190	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar	7.432	9.438
391731,32,33,39,40	Diğer Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları, Plastikten	6.528	9.101
391990	Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan	5.409	8.046
392310	Plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşya	6.045	7.683
392321	Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (kühahlar dahil)	4.977	7.167
3921*	Diğer tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler, gözenekli, plastikten	5.147	6.406
392330	Plastikten damacana, şişe, matara vb eşya	4.146	5.986
391710,21,22,23,29	Sünlü Bağıraklar, Serleştirilmiş Proteinlerden veya Sütlü Maddelerden Yapılmış Sert (rijit) Tüp, Boru ve Hortumlar,	3.619	5.243
9406	Prefabrik yapılar	3.584	4.865
391910	Eni 20 cm yi geçmeyen en rulo halinde plastik yapışkanlar	3.536	4.301
3916	Plastikten monofil, çubuk, profiller-enine kesiti > 1mm.	3.068	3.745
3918	Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil	2.300	3.454
392590	Plastikten inşaat malzemesi	2.379	3.361
392329	Diğer plastiklerden çanta, torba, külah vb	2.652	3.276
3922	Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları	2.337	3.002
392520,30	*Kapi, pencere ve bunların kasaları ile pervazları ve kapi eşikleri; panjurlar, storlar, jaluzeiler ve benzeri eşyalar ile bunların parçaları	2.359	2.916
392610	Plastikten okul ve büro malzemeleri	2.025	2.088
640620	Dış taban ve topuklar	1.199	1.217
392510	Plastikten hacmi 300 litreyi >arıncılar, tanklar, fiçiler vb kaplar	342	485
5904	Linoleum (sıvanmış, kaplanmış, mensucatları yer kaplamaları)	252	365
940592	Plastikten aydınlatma cihazlarının aksam-parçaları	305	305
Toplam		148.488	197.281

* GTİP 392190 hariç

Tablo 8 : Plastik Ürünler Sanayi Dünya İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3. PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ ALT SEKTÖRLERİNDE TÜRKİYE VE DÜNYA DIŞ TİCARETİ

2.3.1. Plastikten Çubuk ve Profil Halinde Monofilamentler

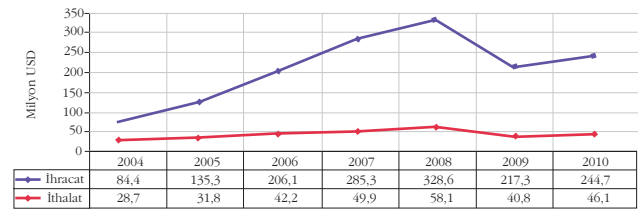
Enine kesitinin boyutu bir milimetreden büyük çubuk ve profil halinde plastikten monofilament (NACE 2: 22.21.10) ürünlerini kapsayan bu grubun GTİP numarası aşağıdaki tabloda verilmiştir. Türkiye'nin bu ürünlerde dış ticaret hacmi 2010 yılında 290,8 milyon ABD Doları düzeyindedir.

NACE 2: 22.21.10
GTİP 3916 Plastikten monofil, çubuk, profiller-enine kesiti bir milimetreden büyük olanlar

Türkiye bu ürünlerde önemli düzeyde dış ticaret fazlası vermektedir. Sektörün ihracatı 2004 ile 2008 yılları arasında hızlı bir artış eğilimine girmiş ve 2008 yılında 328,6 milyon ABD Doları düzeyine erişmiştir. 2008 yılında başlayan ve dünyada yaşanan krizle birlikte ihracatta önemli bir daralma yaşanmış ve 2009 yılında ihracat 217,3 milyon ABD Doları

düzeyine gerilemiştir. 2010 yılında ise ihracatta 2009 yılına göre %12,6 artış sağlanmasına karşın kriz öncesi değerlere erişilememiştir. Ancak sektör ihracatının dünya ithalatı içindeki payı göz önüne alındığında sektörün kriz döneminde de ihracat açısından başarılı bir dönem geçirdiği uluslararası pazarlarda payını artırdığı ortaya çıkmaktadır.

Plastikten çubuk ve profil halinde monofilamentler dış ticareti içinde ithalatın payı oldukça düşük düzeylerde. 2004 yılında 28,7 milyon ABD Doları olan ithalat, 2008 yılında 58,1 milyon ABD Doları ile en yüksek düzeyine erişmiştir. Daha sonra 2009 yılında ekonomik krizin etkisiyle 40,8 milyon ABD Doları'na gerileyen plastikten çubuk ve profil halinde monofilamentler ithalatı 2010 yılında artarak 46,1 milyon ABD Doları olmuştur.



Grafik 48 : Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.)

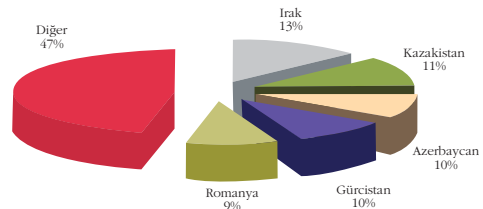
Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.1.1. İhracat

2004 yılında 84,4 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin bu ürünlerdeki ihracatı 2010 yılında 244,7 milyon ABD Dolarına yükselerek 2004 yılına göre 2,9 kat artış göstermiştir.

2010 yılında plastikten çubuk ve profil monofilamentler grubunda en fazla ihracat Irak'a (%13) yapılmıştır. Irak'ı Kazakistan (%11), Azerbaycan (%10), Gürcistan (%10) ve Romanya (%9) izlemiştir. Söz konusu ilk beş ülkeye yapılan ihracatın toplam sektör ihracatındaki payı %53 olmuştur. İhracatın %47'si ise diğer ülkelere gerçekleştirilmiştir. Veriler, komşu ülkelerin sektör açısından önemli ihracat pazarları olduğunu ortaya koymaktadır.



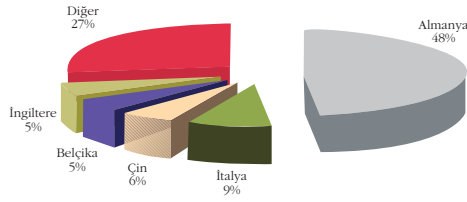
Grafik 49 : Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.1.2. İthalat

2004 yılında 28,7 milyon ABD Doları olan ithalat altı yılda 1,6 kat artarak 2010 yılında 46,1 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Ancak ihracat tutarları göz önüne alındığında ithalatın boyutunun oldukça düşük düzeylerde gerçekleştiği görülmektedir.

Bu ürünlerin 2010 yılı ithalatı ülkelere göre incelendiğinde Almanya ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin bu ürünlerdeki ithalatının %48'i Almanya'dan yapılmıştır. İtalya (%9), Çin (%6), Belçika (%5) ve İngiltere (%5) ise en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke içinde yer alan diğer ülkelerdir. İlk beş ülkeden yapılan ithalatın toplam sektör ithalatı içindeki payı ise %73 düzeyine erişmektedir.



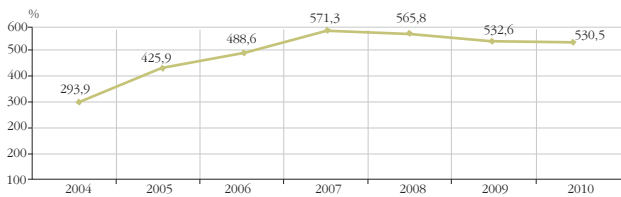
Grafik 50 : Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.)

İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.1.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

2004 yılında % 293,9 olan sektör ihracatının ithalatını karşılama oranı 2007 yılına kadar önemli ölçüde artmış ve %571,3 düzeyine erişmiştir. 2008 ve daha sonraki yıllarda dünyada yaşanan krizin de etkisiyle gerileyerek 2010 yılında %530,5 düzeyine düşmüştür. Sektör 2010 yılında 198,6 milyon ABD Doları dış ticaret fazlası verme başarısını göstermiştir.



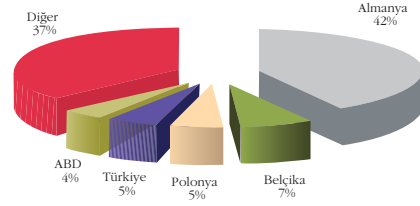
Grafik 51 : Türkiye'nin Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.)

Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.1.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

Plastikten çubuk, profil halinde monofilamentler toplam dünya ihracatında 2009 yılında %42'lik payla Almanya'nın pazar lideri olduğu görülmektedir. Bu alt sektörde Türkiye de %5 payla en fazla ihracat yapan ilk beş ülke arasında yer almaktadır. İhracatta ilk beş ülke arasında yer alan diğer ülkeler ise Belçika (%7), Polonya (%5) ve ABD (%4) olmuştur. İlk beş ülkenin dünya ihracatındaki payı %63 düzeyindedir.

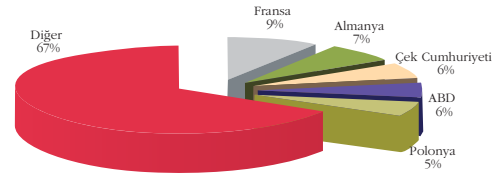


Grafik 52 : Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.)

Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında bu ürünlerde toplam dünya ithalatı ise 3,75 milyar ABD Doları düzeyindedir. Bu alt sektörde en fazla ithalat yapan ülkeler sırasıyla Fransa (%9), Almanya (7), Çek Cum. (%6), ABD (%6) ve Polonya (%5)'dir. Bu sektör ithalatında ilk beş ülkenin toplam sektör ithalatındaki payı %33 düzeyine erişmektedir. En fazla ithalat yapan ilk beş ülke içinde ABD dışındaki ülkeler AB ülkesidir. İlk beşte yer alan AB ülkelerinin toplam dünya ithalatı içindeki payı %27 düzeyine erişmektedir. Coğrafi yakınlık ve AB ile ilişkiler de göz önüne alındığında sektör ürünlerinde bu ülkelerin Türkiye için odaklanılabilecek önemli ihracat pazarları olduğunu söylemek olasıdır.



Grafik 53: Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.)

Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Türkiye bu alt sektörde ilk beş ihracatçı ülke arasında yer alırken dünya ithalatı içindeki ihracatının payını da son yıllarda önemli ölçüde artırmıştır. Bu ürünlerde dünya ithalatı içinde Türkiye'nin ihracatının payı 2004 yılında %2,75 düzeyinden 2009 yılında %5,8 düzeyine çıkmıştır. Bu oran Türkiye'nin bu ürün grubunda uluslararası pazarlarda önemli bir başarı elde ettiğini göstermektedir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
3916	3.068	84,4	2,75	3.745	217,3	5,80

Tablo 9 : Plastikten Monofil, Çubuk, Profiller (enine kesiti > 1mm.)

Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

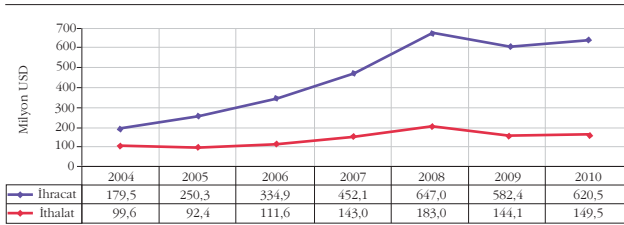
2.3.2. Plastikten Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları

Suni bağırsaklar, sertleştirilmiş proteinlerden veya selülozik maddelerden yapılmış plastikten sert (rijit) tüp, boru ve hortumlar (NACE 2: 22.21.21) ile plastikten esnek-takviyesiz diğer tüp, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanlarını (NACE 2: 22.21.29) kapsayan bu grubun GTİP numaraları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bu grupta Türkiye'nin 2010 yılı toplam dış ticaret hacmi 770 milyon ABD Doları olmuştur.

NACE 22.21.21
GTİP 391710 Suni bağırsaklar (sosis kılıfları) proteinden, selülozikten
GTİP 391721 Tüpler, borular, hortumlar (sert) etilen polimerlerinden
GTİP 391722 Tüpler, borular, hortumlar (sert) propilen polimerlerinden
GTİP 391723 Tüpler, borular, hortumlar (sert) vinil klorür polimerlerinden
GTİP 391729 Tüpler, borular, hortumlar (sert) diğer plastiklerden
NACE 22.21.29
GTİP 391731 Tüpler, borular, hortumlar (esnek) kılınma basıncı $\geq 27,6$ MPA
GTİP 391732 Tüpler, borular, hortumlar-takviyesiz, donanımsız
GTİP 391733 Tüpler, borular, hortumlar-takviyesiz, bağlantı elemanları ile
GTİP 391739 Diğer tüp, boru ve hortumlar-plastikten
GTİP 391740 Plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları

2004 yılında 179,5 milyon ABD Doları olan “Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar” ve “Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru ve Hortumlar ile Bunların Bağlantı Elemanları” gruplarının toplam ihracatı 2010 yılında 620,5 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 2004 yılına göre 3,5 kat artış göstermiştir. 2004 ve 2010 yılları arasında ihracat 647 milyon ABD Doları ile en yüksek düzeyine 2008 yılında ulaşmıştır. 2009 yılındaki ekonomik kriz döneminde ihracatta görülen %10 düşüşün ardından 2010 yılında ise %6,5 düzeyinde artış sağlanmıştır.

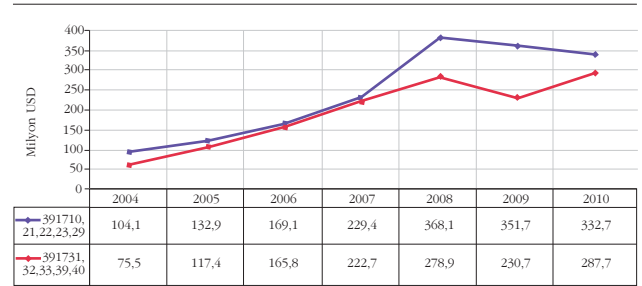
Sektör ürünleri ithalatındaki artış ihracata göre sınırlı düzeylerde kalmıştır. 2004 yılında 99,6 milyon ABD Doları olan ithalat 2004 yılına göre 1,5 kat artarak 2010 yılında 149,5 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. İthalat en yüksek düzeyine ihracatta olduğu gibi 2008 yılında ulaşmış ancak 2009 ekonomik krizi döneminde % 20 civarında gerilemiştir.



Grafik 54 : Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten, Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.1. İhracat

2004 ve 2008 yılları arasında bu sektör grubunda yer alan iki alt sektörde de ihracat hızlı bir artış eğilimi göstermiştir. Plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubunda 2004 yılında 104,1 milyon ABD Doları olan ihracat 3,5 kat artarak 2008 yılında 368,1 milyon ABD Doları düzeyine erişmiştir. Aynı dönemde plastikten esnek/takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bağlantı elemanları grubunda ise ihracatta 3,7 kat artış sağlanmış ve ihracat 75,5 milyon ABD Dolarından 278,9 milyon ABD Doları düzeyine çıkmıştır. 2009 yılında her iki alt sektör ihracatında da daralma yaşanırken bu daralma eğilimi plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubunda 2010 yılında da devam etmiştir. Plastikten esnek/takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bağlantı elemanları grubunda ise 2010 yılında ihracat yeniden artış eğilimine girmiş ve 287,7 milyon ABD Doları ile 2004-2010 yılları arasındaki en yüksek düzeyine çıkmıştır.



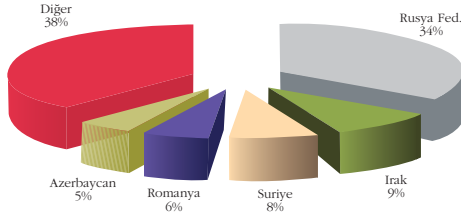
Grafik 55 : Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları İhracatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.1.1. İhracatta İlk Beş Ülke

2.3.2.1.1.1. Plastikten sert (rijit) tüp, boru ve hortumlar (NACE 2: 222121)

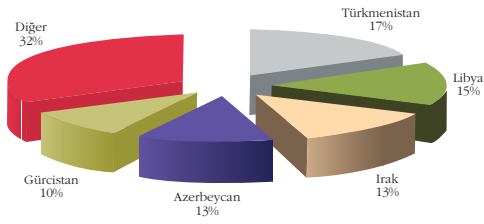
Toplam Türkiye ihracatı 2010 yılında 332,7 milyon ABD Doları olan sert tüp, boru ve hortumlar grubunda; propilen polimerlerinden, etilen polimerlerinden ve diğer plastiklerden yapılan ürünlerin 2010 yılı toplam ihracatı 298,6 milyon ABD Dolarıdır. Bu tutar grup ihracatının %89,8'ini oluşturmaktadır.

Grup ihracatında en yüksek paya sahip olan propilen polimerlerinden sert tüpler, borular ve hortumların ihracatı 2010 yılına 157,4 milyon ABD Doları olmuştur. Bu ürünlerde toplam ihracatın %34'ünün yapıldığı Rusya en önemli ihracat pazarı olarak ilk sırayı almıştır. En fazla ihracat yapılan ilk beş ülke içinde yer alan diğer ülkeler ise Irak (%9), Suriye (%8), Romanya (%6) ve Azerbaycan (%5) olmuştur.



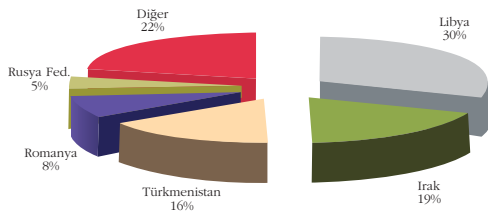
Grafik 56 : Türkiye'nin Propilen Polimerlerinden Yapılan Sert Tüp, Boru, Hortumlar (391722) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında grup içinde ihracat açısından ikinci sırada yer alan etilen polimerlerinden sert plastik tüpler, borular, hortumlar grubunun ihracatı 73,3 milyon ABD Dolarıdır. Bu grup en fazla ihracatı Türkmenistan (%17) ve Libya'ya (%15) yapmıştır. Bu ülkeleri Irak (%13), Azerbaycan (%13) ve Gürcistan (%10) izlemiştir. Libya'nın sektör ürünleri açısından ikinci ihracat pazarı olması, bu ülkede yaşanan olumsuz gelişmeler nedeniyle söz konusu ürünlerin ihracatında kısa dönemde kayıplar yaşanabileceğini göstermektedir.



Grafik 57 : Türkiye'nin Etilen Polimerlerinden Yapılan Sert Tüp, Boru, Hortumlar (391721) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında diğer plastiklerden sert tüpler, borular, hortumlar ürünlerinin ihracatı ise 67,9 milyon ABD Dolarıdır. Bu grupta en fazla ihracat Libya'ya (%30) yapılmıştır. Bu ülkeyi Irak (%19), Türkmenistan (%16), Romanya (%8) ve Rusya Federasyonu (%5) izlemektedir. 2011 yılında Libya da yaşanan olumsuz gelişmeler nedeniyle söz konusu ürünlerin ihracatında önemli sorunlar yaşanması olasıdır.

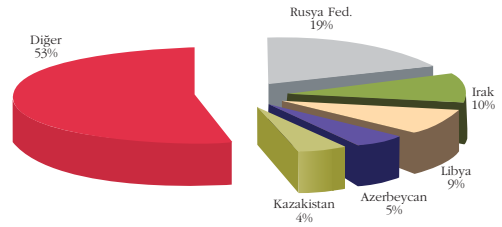


Grafik 58 : Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Sert Tüp, Boru, Hortumlar (391729) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.1.1.2. Plastikten esnek-takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları (NACE 2: 222129)

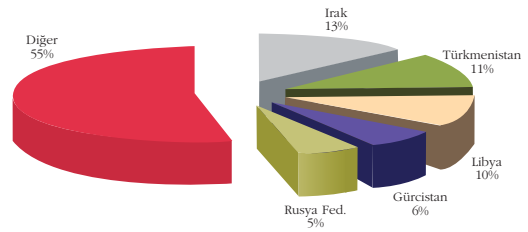
Kırılma basıncı 27,6 MPA'ya eşit ya da büyük olan plastikten esnek tüp, boru, hortumlar alt grubu ile aynı gruptaki plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları alt grubunun 2010 yılında toplam ihracatı 233,4 milyon ABD Dolarıdır. Bu iki alt grup birlikte içinde bulundukları 287,7 milyon ABD Doları olan 2010 yılı grup ihracatından %81 pay almıştır.

2010 yılında "Plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları" grubunun ihracatı 170,8 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ihracat Rusya Federasyonuna (%19) yapılmıştır. Irak (%10), Libya (%9), Azerbaycan (%5) ve Kazakistan (%4) diğer en fazla ihracat yapılan ülkelerdir.



Grafik 59 : Türkiye'nin Plastikten Tüp, Boru ve Hortum Bağlantı Elemanları (391740) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında "kırılma basıncı 27,6 MPA'ya eşit ya da büyük olan plastikten esnek tüp, boru, hortumlar" alt grubunun ihracatı 62,6 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ihracat Irak (%13), Türkmenistan (%11) ve Libya'ya (%10) yapılmıştır. İhracatın %55'i ise diğer ülkelere aittir.



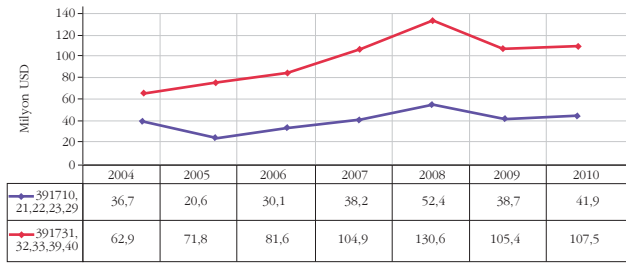
Grafik 60 : Türkiye'nin Kırılma Basıncı 27,6 MPA'ya Eşit ya da Büyük Olan Plastikten Esnek Tüp, Boru, Hortumlar (391731) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.2. İthalat

2004 ile 2010 yılları arasında plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubundaki ithalat artışı yatay bir seyir izlerken plastikten esnek/takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bağlantı elemanları grubundaki ithalat daha hızlı bir artış eğilimi göstermiştir.

2004 yılında 36,7 milyon ABD Doları olan plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubunun ithalatı 2008 yılında 52,4 milyon ABD Doları düzeyine erişmiş ve ekonomik krizle birlikte 2009 yılında 38,7 milyon ABD Dolarına kadar gerilemiştir. 2010 yılında ise 41,9 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Bu ürünlerde 2010 yılında Türkiye'nin toplam dış ticaret hacminin 374,6 milyon ABD Doları olduğu göz önüne alındığında, sektörün 290,8 milyon ABD Doları dış ticaret fazlası verme başarısı gösterdiği ortaya çıkmaktadır.

Plastikten esnek/takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bağlantı elemanları grubunun ithalatı 2004 yılında 62,9 milyon ABD Doları'ndan 2008 yılında 130,6 milyon ABD Dolarına erişmiştir. İthalat 2008 yılında 2004 yılına göre 2,07 kat artmıştır. 2009 yılında gerileyerek 105,4 milyon ABD Dolarına düşmüş ve 2010 yılında çok az bir artışla 107,5 milyon ABD Doları olmuştur. 2010 yılında bu ürünlerde Türkiye'nin toplam dış ticaret hacmi 395,2 milyon ABD Doları olurken, sektör 180,2 milyon ABD Doları dış ticaret fazlası vermiştir.



Grafik 61 : Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları İthalatı (Milyon USD)

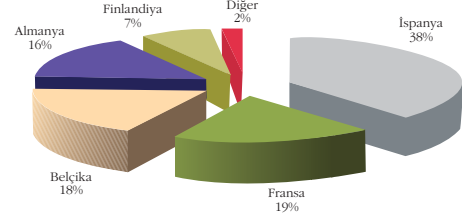
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.2.1. İthalatta ilk Beş Ülke

2.3.2.2.1.1. Plastikten sert (rijit) tüp, boru ve hortumlar (NACE 2: 222121)

Plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubunda “sunî bağırsak lar (sosis kılıfları) proteinden, selülozikten” ile “diğer plastiklerden yapılan sert tüp, boru ve hortumlar” ürünlerinin 2010 yılı toplam ithalatı 27,8 milyon ABD Dolarıdır. Bu tutar 2010 yılında 41,9 milyon ABD Doları olan grup ithalatının %66,3'ünü oluşturmaktadır.

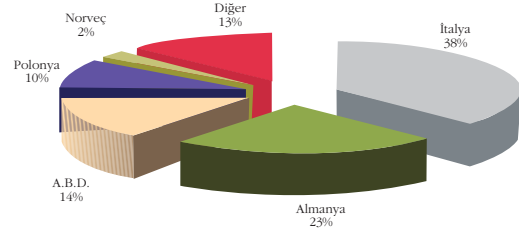
2010 yılında “Sunî bağırsaklar (sosis kılıfları) proteinden, selülozikten” ürünlerinde Türkiye'nin ithalatı 16,9 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat İspanya'dan (%38) yapılmıştır. Fransa (%19), Belçika (%18), Almanya (%16) ve Finlandiya (%7) en fazla ithalat yapılan diğer ülkelerdir.



Grafik 62 : Türkiye'nin Proteinden ve Selülozikten Sunî Bağırsaklar (Sosis Kılıfları) (391710) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında grup ithalatında ikinci sırayı alan diğer plastiklerden sert tüp, boru ve hortumların ithalatı 10,9 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat İtalya (%38) ve Almanya'dan (%23) yapılmıştır. Bu ülkeleri ABD (%14), Polonya (%10) ve Norveç (%2) izlemektedir.



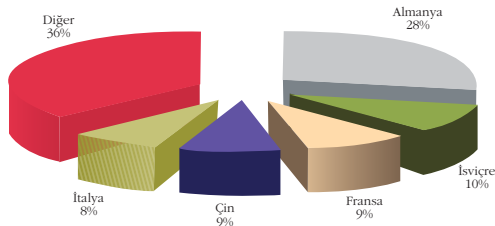
Grafik 63 : Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Tüp, Boru ve Hortumlar (391729) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.2.1.2. Plastikten esnek-takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları (NACE 2: 222129)

Bu grup içinde 2010 yılında “plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları” grubu ile “tüpler, borular, hortumlar-takviyesiz, donanımsız” gruplarının ithalat toplamı 62,6 milyon ABD Dolarıdır ve 107,5 milyon ABD Doları olan içinde bulundukları grup ithalatının %58,2'sini oluşturmaktadır.

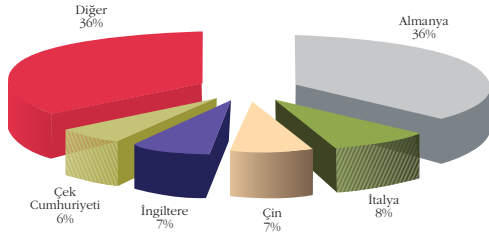
2010 yılında “Plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları” grubu ürünlerinin ithalatı 32,5 milyon ABD Dolarıdır. Almanya (%28) en fazla ithalat yapılan ülkedir. İsviçre (%10), Fransa (%9), Çin (%9) ve İtalya (%8) ithalatta diğer önemli ülkelerdir. İthalatın % 36'sı diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 64 : Türkiye'nin Plastikten Tüp, Boru ve Hortum Bağlantı Elemanları (391740) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında “Tüpler, borular, hortumlar-takviyesiz, donanımsız” grubu ürünlerinin ithalatı 30,1 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapılan ülke Almanya'dır (%36). İtalya (%8), Çin (%7), İngiltere (%7) ve Çek Cumhuriyeti (%6) ithalatı diğer önemli ülkelerdir. İthalatın %36'sı diğer ülkelerden yapılmıştır.

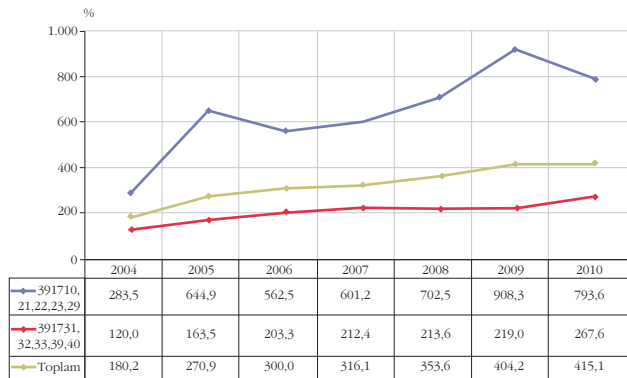


Grafik 65 : Türkiye'nin Tüpler, Borular, Hortumlar (takviyesiz, donanımsız) (391732) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı 2004 yılındaki %283,5 düzeyinden 2010 yılında %793,6'ya yükselmiştir. Plastikten esnek/takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bağlantı elemanları grubunun oranı ise aynı dönemde %120'den %267,6 ya yükselmiştir. 2010 yılında bu iki grubun toplamının ihracatının ithalatını karşılama oranı ise %415,1'dir.



Grafik 66 : Türkiye'nin Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları Gruplarında İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)

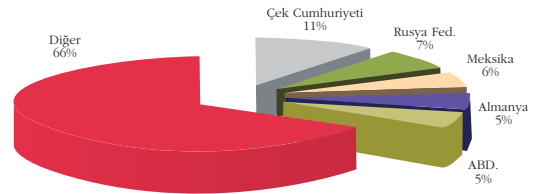
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.2.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında plastikten sert (rijit) tüp, boru ve hortumlar grubu ürünlerinin dünya ithalatı 5,24 milyar ABD Dolarıdır. Buna karşın plastikten esnek-takviyesiz tüp, boru ve hortumlar ile bunların bağlantı elemanları grubu ürünlerini Dünya ithalatı ise ilk grubun yaklaşık iki katı olup 9,1 milyar ABD Doları düzeyine erişmiştir.

2.3.2.4.1. Plastikten sert (rijit) tüp, boru ve hortumlar (NACE 2: 222121)

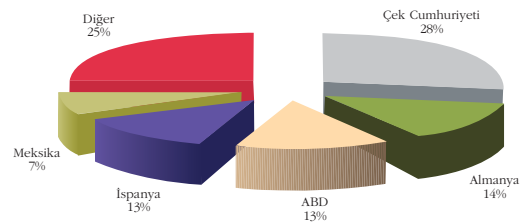
Plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubu içinde “proteinden, selülozikten sosis kılıfları (suni bağırsaklar)” grup ithalatının %25'ini oluşturmaktadır. 2009 yılında dünya ithalatı içindeki payı açısından ilk beş sırada gelen ülkeler Çek Cumhuriyeti (%11), Rusya Fed. (%7), Meksika (%6), Almanya (%5) ve ABD (%5) olmuştur.



Grafik 67 : Proteinden ve Selülozikten Suni Bağırsaklar (Sosis Kılıfları) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

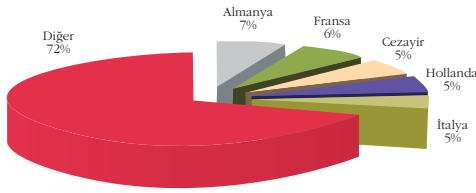
Bu ürün grubunda en fazla ihracat ise Çek Cumhuriyeti (%28), Almanya (%14), ABD (%13) ve İspanya (%13) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çek Cumhuriyeti'nin ithalat ve ihracatta ilk sırada yer alması bu ürün grubunda Çek Cumhuriyeti'nin dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır.



Grafik 68 : Proteinden ve Selülozikten Suni Bağırsaklar (Sosis Kılıfları) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

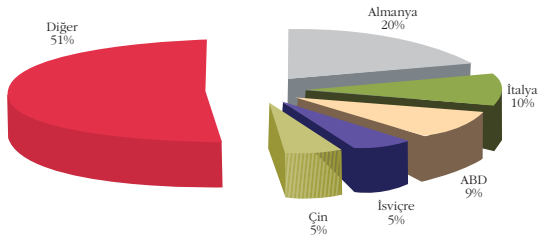
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Etilen polimerlerinden sert plastik tüpler, borular, hortumlar ürünleri içinde bulunduğu grup ithalatının %23'ünü oluşturmaktadır. Almanya (%7), Fransa (%6), Cezayir (%5), Hollanda (%5) ve İtalya (%5) toplam dünya ithalatı içinde payı en yüksek ithalatçı ülkelerdir. Bu ülkeler Türkiye'nin ihracatında en yüksek paya sahip ilk beş ülke arasında yer almamaktadır. Dünya ithalatında dikkat çeken bir nokta, ilk beş ülke arasında yer almayan ithalatçı ülkelerin payının toplam içinde %72 düzeyinde olmasıdır. Bu bulgu ihracatta odaklanılabilecek ülke sayısının oldukça fazla olduğunu göstermektedir.



Grafik 69 : Etilen Polimerlerinden Tüpler, Borular, Hortumlar (Sert) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

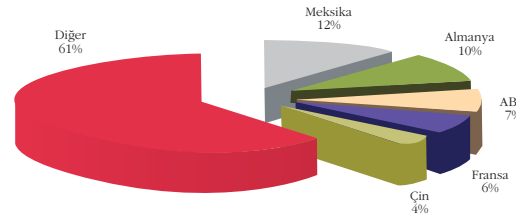
Söz konusu ürünlerde toplam dünya ihracatında en yüksek paya sahip ülkeler sırasıyla Almanya (%20), İtalya (%10) ve ABD (%9) olmuştur. Bu ülkeleri İsviçre ve Çin izlemiştir.



Grafik 70 : Etilen Polimerlerinden Tüpler, Borular, Hortumlar (Sert) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

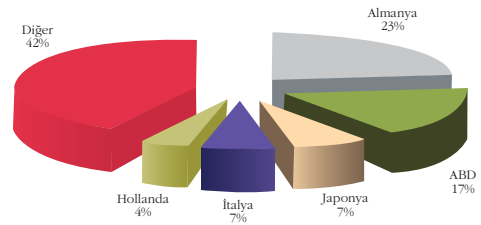
2.3.2.4.2. Plastikten esnek-takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları (NACE 2: 222129)

Plastikten esnek-takviyesiz tüp, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları grubu içindeki “takviyesiz, donanımsız tüpler, borular, hortumlar” ürünleri 2009 yılında bu grubun dünya ithalatının %30'unu oluşturmuştur. 2009 yılında en fazla ithalat Meksika (%12), Almanya (%10) ve ABD (%7) tarafından gerçekleştirilmiştir. Fransa (%6) ve Çin (%4) ilk beşte yer alan diğer ithalatçı ülkeler olmuştur.



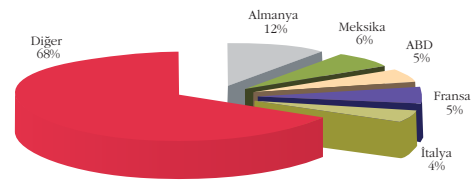
Grafik 71 : Tüpler, Borular, Hortumlar (Takviyesiz, Donanımsız) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Bu ürün grubunun ihracatında ilk beşte yer alan ülkelerin dünya ihracatından aldığı pay %58 düzeyine erişmektedir. 2009 yılında Almanya (%23), ABD (%17), Japonya (%7), İtalya (%7) ve Hollanda (%4) en fazla ihracat yapan ülkelerdir.



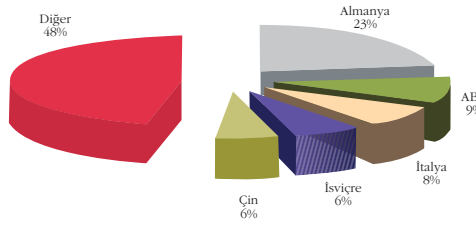
Grafik 72 : Tüpler, Borular, Hortumlar (Takviyesiz, Donanımsız) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları ürünleri içinde bulunduğu grubun ithalatının % 37,5'ini gerçekleştirmiştir. Söz konusu ürünlerde en fazla ithalat Almanya (%12), Meksika (%6), ABD (%5), Fransa (%5) ve İtalya (%4) tarafından yapılmıştır. İlk beşte yer alan ithalatçı ülkeler içinde üç AB ülkesinin payı %21 düzeyindedir.



Grafik 73 : Plastikten Tüp, Boru, Hortum Bağlantı Elemanları Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları ürünlerinin 2009 yılı dünya toplam ihracatında Almanya yüksek bir paya sahiptir. Bu ürünlerin ihracatında ilk beş ülkenin payı %52 düzeyine erişmektedir. İhracat açısından ilk sırayı alan Almanya'yı (%23), ABD (%9), İtalya (%8), İsviçre (%6) ve Çin (%6) izlemektedir.



Grafik 74 : Plastikten Tüp, Boru, Hortum Bağlantı Elemanları Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Plastikten sert tüp, boru ve hortumlar grubunda dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı 2004 yılında %2,88'den, 2009 yılında %6,71'e yükselmiştir. Bu bulgu, ürün grubunda Türkiye'nin ihracatının dünya ithalatı içindeki payını beş yılda 2.33 kat artırma başarısını gösterdiğini ortaya koymaktadır. Aynı dönemde plastikten (esnek/takviyesiz) diğer tüp, boru, hortumlar ve bunların bağlantı elemanları grubunda da Türkiye'nin ihracatının dünya ithalatı içindeki payı 2,18 kat artmıştır. 2009 yılında Türkiye ihracatının payı dünya ithalatı içinde %2,53 olarak gerçekleşmiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
391710,21,22,23,29	3.619	104,1	2,88	5,243	351,7	6,71
391731,32,33,39,40	6.528	75,5	1,16	9,101	230,7	2,53

Tablo 10 : Plastikten Sert Tüp, Boru ve Hortumlar ile Plastikten Esnek-Takviyesiz Tüp, Boru, Hortumlar ve Bağlantı Elemanları Grupları Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

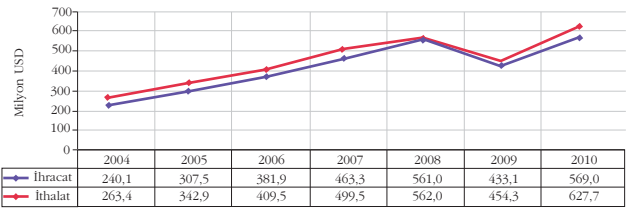
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3.3. Diğer Maddelerle Desteklenmemiş veya Benzer Şekilde Birleştirilmemiş Plastikten Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler

Diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş plastikten tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritleri kapsayan bu grubun GTİP numarası aşağıdaki tabloda verilmiştir. Söz konusu ürünlerde Türkiye'nin toplam dış ticaret hacmi 2010 yılında yaklaşık 1,2 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

NACE 2: 22.21.30
GTİP 3920

2004 yılında 240,1 milyon ABD Doları olan plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar grubu ihracatı 2008 yılında 561 milyon ABD Dolarına erişmiştir. 2009 yılında önemli ölçüde gerileyen ihracat ekonomik kriz sonrası 2010 yılında 2004 yılına göre 2,4 kat artarak 569 milyon ABD Doları ile en yüksek düzeyine çıkmıştır. Aynı dönemde söz konusu ürünlerin ithalatında da benzer bir eğilim görülmektedir. 2004 yılında 263,4 milyon ABD Doları olan ithalat, 2010 yılında 627,7 milyon ABD Dolarına ulaşmış ve 2,4 kat artmıştır. Bu grup plastik ürünleri imalatı sanayi ürünlerinde dış ticaret açığı veren dört alt sektörden birisidir.

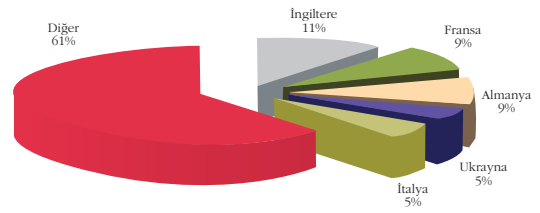


Grafik 75 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar Ürünleri Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.3.1. İhracat

2010 yılında plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar ürün grubunda Türkiye'den en fazla ihracat İngiltere'ye yapılmıştır. Toplam ihracat içinde 2010 yılında İngiltere'nin payı %11 olmuştur. Fransa (%9), Almanya (%9), Ukrayna (%5) ve İtalya (%5) en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke içindedirler. İhracatın %61'i diğer ülkelere yapılmıştır. Dikkat çeken bir nokta ilk beşte ihracatın önemli bir bölümünün AB ülkelerine gerçekleştirilmiş olmasıdır.

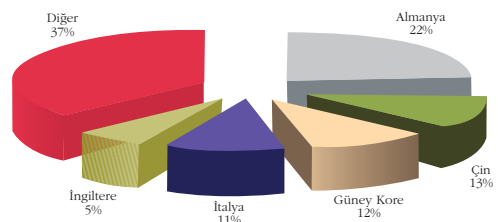


Grafik 76 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar (3920) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.3.2. İthalat

Ürün grubunda 2010 yılında toplamda 627,7 milyon ABD Doları olan Türkiye ithalatının en büyük bölümü Almanya'dan (%22) yapılmıştır. Çin (%13), G. Kore (%12), İtalya (%11) ve İngiltere (%5) ithalattaki önemli diğer ülkelerdir. Türkiye bu ürün grubunda 2010 yılında ihracatta ve ithalatta ilk beşe giren Almanya ve İngiltere'ye karşı dış ticaret fazlası verirken, Çin ve İtalya'ya karşı dış ticaret açığı vermektedir.



Grafik 77 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar (3920) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.3.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş plastikten tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranları 2004-2010 yılları arasında benzer bir seyir izlemiş ve oran % 89,7 ile % 99,8 arasında değişmiştir.

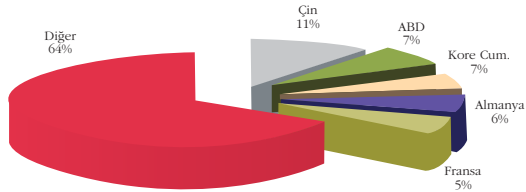


Grafik 78 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar (3920) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.3.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

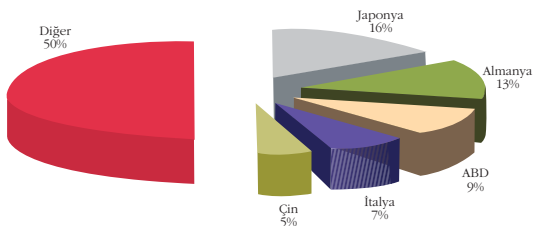
2009 yılında diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş plastikten tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler ürün grubunda dünya ithalatı 38,7 milyar ABD Dolarıdır. Grup bu büyüklüğü ile Plastik Ürünler Dünya ithalatı sıralamasında ikinci sıradadır. Toplam Dünya ithalatı içindeki payları açısından Çin (%11), ABD (%7), Kore Cumhuriyeti (%7), Almanya (%6) ve Fransa (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 79 : Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Bu ürün grubunda Japonya toplam dünya ihracatından %16 pay alarak ilk sırada gelmektedir. Dünya ihracatında Japonya'yı Almanya (%13), ABD (%9), İtalya (%7) ve Çin (%5) izlemektedir.



Grafik 80 : Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Diğer maddelerle desteklenmemiş veya benzer şekilde birleştirilmemiş plastikten tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler ürün grubunda 2004 yılında 240 milyon ABD Doları olan Türkiye ihracatı 2009 yılında 433 milyon ABD Dolarına yükselirken, dünya ithalatı içindeki Türkiye ihracatının payı da %0,87'den 2009 yılında %1,12 düzeyine yükselmiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
3920	27.541	240,1	0,87	38.658	433,1	1,12

Tablo 11 : Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül ve Lamalar Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3.4. Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler

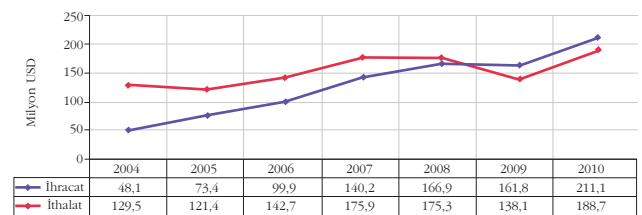
Diğer tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler ürün grubunun GTİP numaraları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir. Bu ürünlerde Türkiye'nin dış ticaret hacmi 2010 yılında 399,8 milyon ABD Doları düzeyindedir.

NACE 22.21.41	
GTİP 392111	Stiren polimerlerinden levha, yaprak, film, folye ve şerit (gözenekli)
GTİP 392112	Vinilklorür polimerlerinden levha, yaprak, film, folye ve şerit (gözenekli)
GTİP 392113	Poliüretanlardan gözenekli levha, yaprak, pelikül, lamalar
GTİP 392114	Rejenere selülozdan levha, yaprak, film, folye ve şerit (gözenekli)
GTİP 392119	Diğer plastiklerden gözenekli levha, yaprak, pelikül, levhalar

NACE 22.21.42	
GTİP 392190	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar

2004 yılında 48,1 milyon ABD Doları olan "Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler" ürün grubunun toplam ihracatı 2010 yılında 211,1 milyon ABD Dolarına ulaşarak 4,4 kat artış göstermiştir. İthalat ise aynı dönemde 1,5 kat artarak 2010 yılında 188,7 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır.

2004 ile 2008 yılları arasında grup ithalatı ihracatından yüksektir. 2009 ve 2010 yıllarında ihracatta sağlanan artışla ihracat, ithalatın önüne geçmiştir.

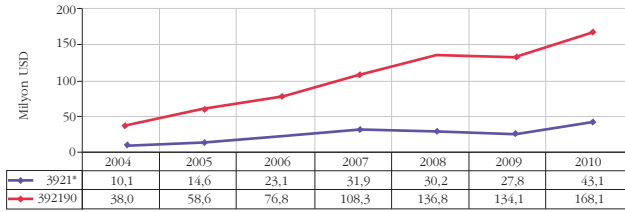


Grafik 81 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.4.1. İhracat

Grup ürünlerinin ihracatı içinde “Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar (392190)” ihracatı istikrarlı bir artış göstermektedir ve 2010 yılında grup ihracatının %80'ini gerçekleştirmiştir.

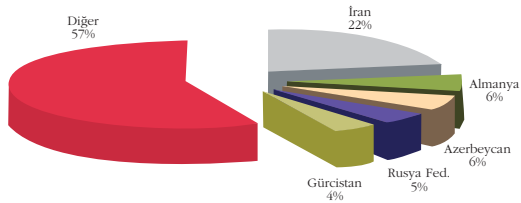


* 392190 hariç

Grafik 82 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

Grup ihracatında çok yüksek paya sahip “Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar (392190)” grubu 2010 yılında en fazla ihracatı İran'a (%22) yapmıştır. İran'ı Almanya (%6), Azerbaycan (%6), Rusya Federasyonu (%5) ve Gürcistan (%4) izlemiştir. İhracatın %57'si diğer ülkelere yapılmıştır.

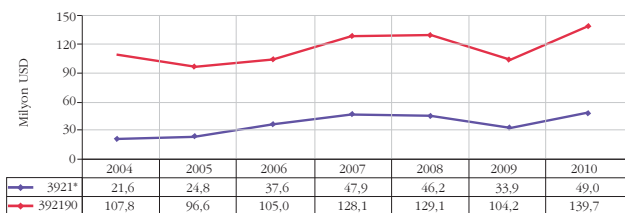


Grafik 83 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamalar (392190) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.4.2. İthalat

2010 yılında grup ithalatının %66,2'si “Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar (392190)” ürün grubuna aittir. Grup ürünlerinin ithalatında bir artış eğilimi gözlenmektedir.

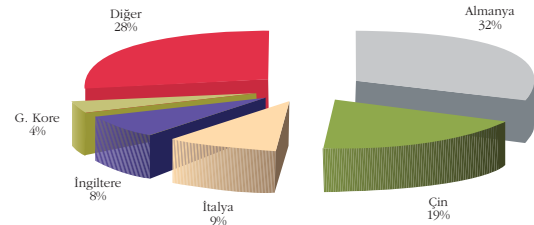


* 392190 hariç

Grafik 84 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

Grup ithalatında önemli paya sahip olan “Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar (392190)” ürün grubunda 2010 yılında en fazla ithalat Almanya'dan (%32) gerçekleştirilmiştir. Çin (%19), İtalya (%9), İngiltere (%8) ve G. Kore (%4) en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke içindedirler.

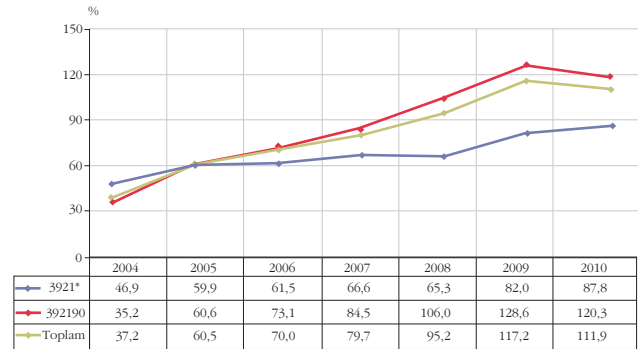


Grafik 85 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamalar (392190) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.4.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Grup toplamında ihracatın ithalatı karşılama oranı 2004-2010 yılları arasında %37,2'den %111,9'a yükselmiştir. Dünyadaki ekonomik krizin Türkiye'ye de yansıdığı 2009 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı en yüksek düzeyine erişmiştir (%117,2).



* 392190 hariç

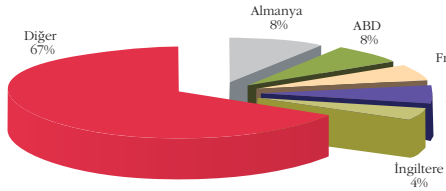
Grafik 86 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.4.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında “Diğer tabakalar, levhalar, filmler, folyolar ve şeritler” grubunun tamamını oluşturan 3921 GTİP no lu ürün grubunun Dünya ithalatı 15,85 milyar ABD Dolarıdır. Bu grubun %59,6'sını oluşturan 392190 GTİP no lu “Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar” ürünlerinin Dünya ithalatı ise 9,44 milyar ABD Dolarıdır.

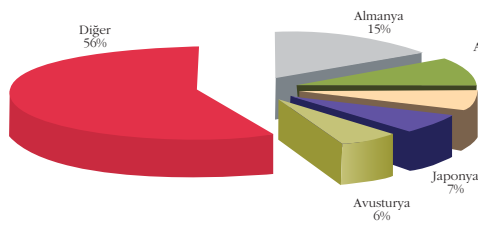
2009 yılında 3921 GTİP no lu ürün grubunda en fazla ithalat yapan ülkeler Almanya (%8), ABD (%8), Fransa (%7), Çin (%6) ve İngiltere (%4)'dir. Toplam ithalatın %67'si diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 87 : Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

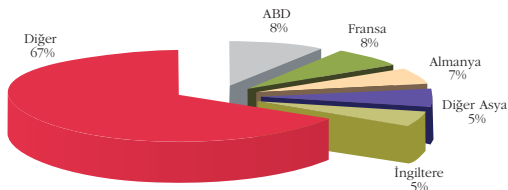
2009 yılında 3921 GTİP no lu ürün grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Almanya (%15) ve ABD (%9) olmuşlardır. İhracatta bu ülkeleri İtalya (%7), Japonya (%7) ve Avusturya (%6) izlemektedir. İhracatın %56'sı diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 88 : Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

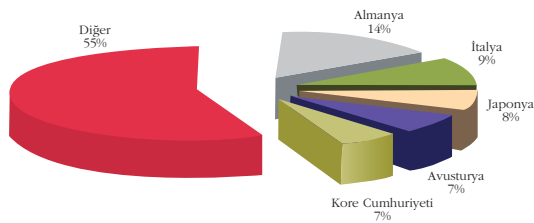
2009 yılında 392190 GTİP no lu "Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar" ürün grubunda en fazla ithalat ABD (%8), Fransa (%8) ve Almanya (%7) tarafından yapılmıştır. Bu ülkeleri İngiltere ve diğer Asya Ülkeleri izlemiştir.



Grafik 89 : Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamalar (392190) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında "Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar" ürün grubunda en fazla ihracat Almanya (%14), İtalya (%9), Japonya (%8), Avusturya (%7) ve Kore Cum. (%7) tarafından gerçekleştirilmiştir. İhracatın % 55'i diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 90 : Plastikten Diğer Levha, Yaprak, Pelikül, Varak ve Lamalar (392190) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

"Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül, varak ve lamalar" ürün grubunda Türkiye ihracatı 2009 yılında 134,1 milyon ABD Doları, Dünya ithalatı içindeki payı ise %1,42 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye 2004 yılına göre payını yaklaşık 2,8 kat artırma başarısını göstermiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	%		Milyon USD	%	
Dünya İthalatı	5.147			6.406		
Türkiye İhracatı	10,1	0,20		27,8	0,43	
3921*	7.432	38,0	0,51	9.438	134,1	1,42

*392190 hariç

Tablo 12 : Plastikten Diğer Tabakalar, Levhalar, Filmler, Folyolar ve Şeritler (Gözenekli) Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

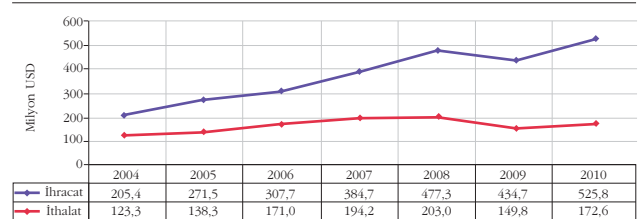
2.3.5. Torba, Çanta, Poşet, Çuval, Kutu, Damacana, Şişe, Makara vb. Paketleme Malzemesi

Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketleme malzemesi grubundaki GTİP numaraları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

NACE 22.22.11	
GTİP 392321	Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (küllahlar dahil)
NACE 22.22.12	
GTİP 392329	Diğer plastiklerden çanta, torba, külah vb.
NACE 22.22.13	
GTİP 392310	Plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşya
NACE 22.22.14	
GTİP 392330	Plastikten damacana, şişe, matara vb. eşya
NACE 22.22.19	
GTİP 392340	Plastikten makara, masura, bobin vb. mesnetler
GTİP 392350	Tapalar, tıplar, kapsül, kapak gibi plastik eşya
GTİP 392390	Plastikten eşya taşıma, ambalajlama malzemesi, benzeri eşya

2010 yılında ürün grubunda Türkiye'nin dış ticaret hacmi 698,4 milyon ABD Doları olarak gerçekleşirken grup 353,2 milyon ABD Doları dış ticaret fazlası vermiştir. 2004-2010 yılları arasında ihracatta yukarı doğru artış eğilimi gözlenmektedir. 2004 yılında 205,4 milyon ABD Doları olan grubun ihracatı 2010 yılında 525,8 milyon ABD Dolarına ulaşırken 2,6 kat artış göstermiştir.

2004 yılında 123,3 milyon ABD Doları olan ithalat 172,6 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır. 2004-2010 yılları arasında ithalat yataya yakın bir seyir izlemiştir.



Grafik 91 : Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.5.1. İhracat

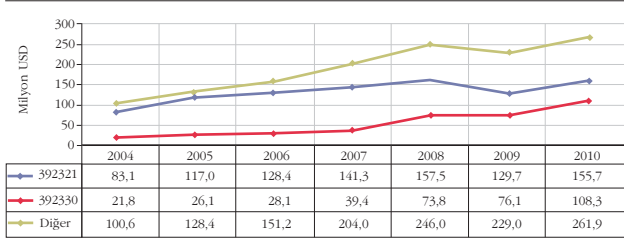
“Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (küllahlr dahil)” grubu ürünleri 155,7 milyon ABD Doları ve “Plastikten damacana, şişe, matara vb. eşya” grubu ürünleri 108,3 milyon ABD Doları ile 2010 yılında toplam grup ihracatının %50,6'sını oluşturmıştır.

GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
392321	83,1	117,0	128,4	141,3	157,5	129,7	155,7
392329	33,5	42,0	40,1	56,6	62,4	57,8	65,8
392310	21,2	32,8	41,4	60,4	76,6	76,9	94,7
392330	21,8	26,1	28,1	39,4	73,8	76,1	108,3
392340,50,90	45,9	53,6	69,7	87,0	107,0	94,2	101,4
Toplam	205,4	271,5	307,7	384,7	477,3	434,7	525,8

Tablo 13 : Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

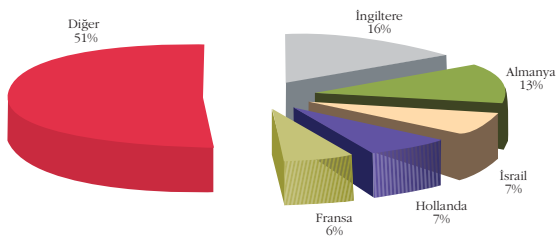
Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (küllahlr dahil) ürün grubunun (392321) ihracatı 2007 ile 2010 yılları arasında yatay bir seyir göstermektedir. Plastikten damacana, şişe, matara vb. eşya grubu ihracatı ise 2007'den itibaren artış eğilimine girmiştir.



Grafik 92 : Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File vb. Eşyalar İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

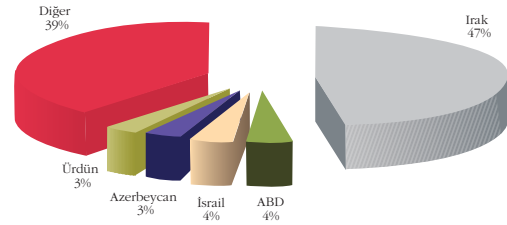
“Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (küllahlr dahil)” ürün grubu 2010 yılında 155,7 milyon ABD Doları ile toplam grup ihracatının %29,6'sını gerçekleştirmiş, en fazla ihracatı İngiltere (%16) ve Almanya'ya (%13) yapmıştır. İsrail (%7), Hollanda (%7) ve Fransa (%6) ihracatta ilk beş ülke içinde yer almaktadır. İhracatın %51'i diğer ülkelere yapılmıştır. İhracatta ilk beş ülke arasında önde gelen gelişmiş dört AB ülkesinin yer alması dikkat çekicidir. İngiltere, Almanya ve Fransa dünya ithalatı içindeki payı açısından da ilk beş arasında yer almaktadır. Sektörün söz konusu pazarlarda önünde fırsatların olduğunu söylemek olasıdır.



Grafik 93 : Türkiye'nin Etilen Polimerlerinden Torbalar ve Çantalar (küllahlr dahil) (392321) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

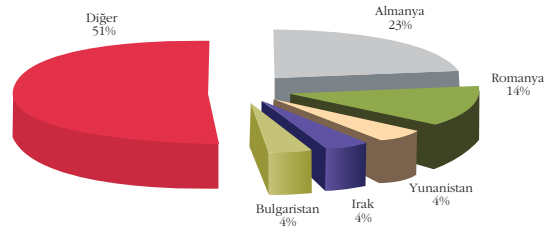
“Plastikten damacana, şişe, matara vb. eşya” ürün grubu 2010 yılında toplam grup ihracatının %20,6'sını gerçekleştirmiş, en fazla ihracatı Irak'a (%47) yapmıştır. ABD (%4), İsrail (%4), Azerbaycan (%3) ve Ürdün (%3) ihracatta ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar.



Grafik 94 : Türkiye'nin Plastikten Damacana, Şişe, Matara vb. Eşya (392330) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

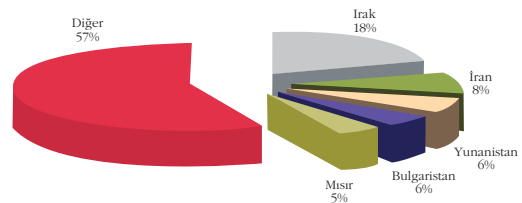
“Plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşya” ürün grubu 2010 yılında 94,7 milyon ABD Doları ile toplam grup ihracatının %18'ini gerçekleştirmiştir. En fazla ihracat Almanya (%23) ve Romanya'ya (%14) yapılmıştır. Yunanistan (%4), Irak (%4) ve Bulgaristan (%4) ihracattaki diğer önemli ülkelerdir.



Grafik 95 : Türkiye'nin Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya (392310) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

“Tapalar, tıplar, kapsül, kapak gibi plastik eşya” ürün grubu 2010 yılında toplam grup ihracatının %12,8'ini gerçekleştirmiştir. Bu grupta en fazla ihracatın yapıldığı ülke %18 ile Irak olmuştur. İhracatta bu ülkeyi İran (%8), Yunanistan (%6), Bulgaristan (%6) ve Mısır (%5) izlemektedir. İhracatın %57'si ise diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 96 : Türkiye'nin Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya (392350) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.5.2. İthalat

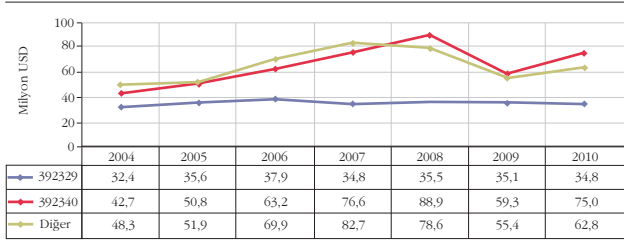
“Plastikten makara, masura, bobin vb. mesnetler”, “Tapalar, tıplar, kapsül, kapak gibi plastik eşya” ve “Plastikten eşya taşıma, ambalajlama malzemesi, benzeri eşya” ürün gruplarının 2010 yılında toplam ithalatı 75 milyon ABD Doları ile toplam grup ithalatının %43,4'ünü gerçekleştirmiştir.

GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
392321	11,8	11,1	13,6	14,1	18,2	13,4	15,3
392329	32,4	35,6	37,9	34,8	35,5	35,1	34,8
392310	23,0	28,8	37,1	46,8	36,4	23,4	29,9
392330	13,5	12,0	19,3	21,9	24,0	18,7	17,6
392340,50,90	42,7	50,8	63,2	76,6	88,9	59,3	75,0
Toplam	123,3	138,3	171,0	194,2	203,0	149,8	172,6

Tablo 14 : Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

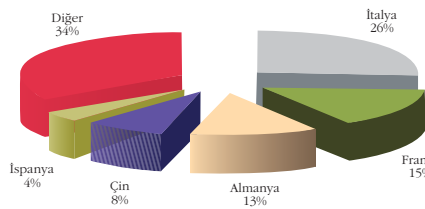
2010 yılında toplam grup ithalatının %20'sini gerçekleştiren “Diğer plastiklerden çanta, torba, külah vb.” ürün grubu (392329) ithalatı 2004 ile 2010 yılları arasında yatay bir seyir izlemiş ve kayda değer bir artış gösterememiştir.



Grafik 97 : Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

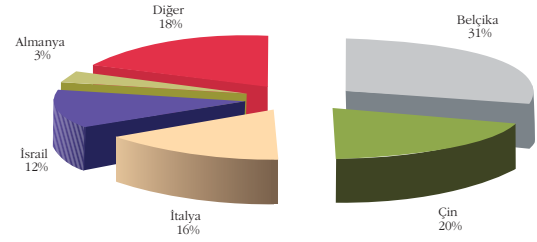
2010 yılında toplam grup ithalatının %29,2'sini oluşturan “Tapalar, tıplar, kapsül, kapak gibi plastik eşya” grubunda en fazla ithalat İtalya (%26), Fransa (%15) ve Almanya'dan (%13) yapılmıştır. Çin (%8) ve İspanya (%4) ithalatı ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar.



Grafik 98 : Türkiye'nin Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya (392350) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

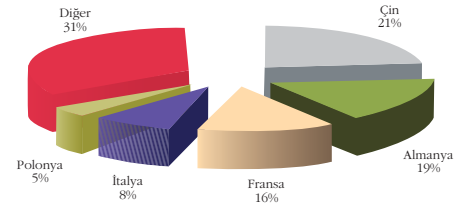
2010 yılında toplam grup ithalatının %20,2'sini oluşturan “Diğer plastiklerden çanta, torba, külah vb.” grubunda en fazla ithalat Belçika (%31), Çin (%20) ve İtalya'dan (%16) yapılmıştır. İsrail (%12) ve Almanya (%3) ithalatı ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar.



Grafik 99 : Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Çanta, Torba, Külah vb. Eşya (392329) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında toplam grup ithalatının %17,3'ünü gerçekleştiren “Plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşya” grubunda en fazla ithalat Çin (%21), Almanya (%19) ve Fransa'dan (%16) yapılmıştır. İtalya (%8) ve Polonya (%5) ithalatı ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar. İthalatın %31'i diğer ülkelerden yapılmıştır.

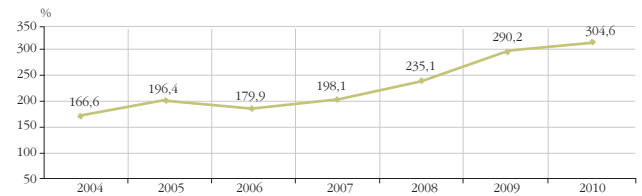


Grafik 100 : Türkiye'nin Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya (392310) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.5.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

“Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketleme malzemesi” grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı istikrarlı bir artış eğilimi göstermektedir. 2004 yılında %166,6 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %304,6'a yükselmiştir. Grup içindeki “etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (külahlar dahil)” ürünlerinin ihracatı, ithalatının 10 katına erişmektedir.

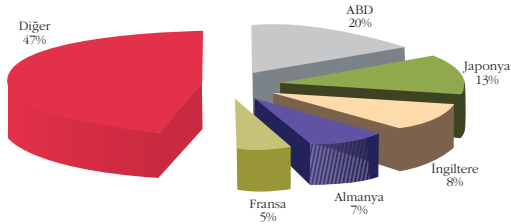


Grafik 101 : Türkiye'nin Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.5.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

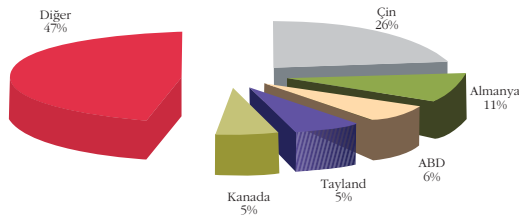
2009 yılında “Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (küllahlar dahil)” ürün grubunda Dünya ithalatı 7,2 milyar ABD Dolarıdır ve Dünya plastik ürünler ithalatı sıralamasında sekizinci sıradadır. Bu grupta en fazla ithalat yapan ülkeler ABD (%20), Japonya (%13), İngiltere (%8), Almanya (%7) ve Fransa (%5)'dir.



Grafik 102 : Etilen Polimerlerinden Torbalar ve Çantalar (küllahlar dahil) (392321) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

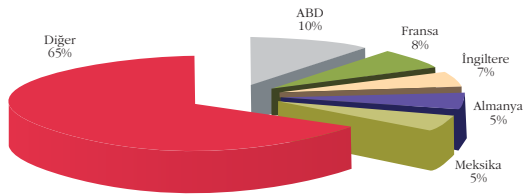
“Etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar (küllahlar dahil)” ürün grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Çin (%26) ve Almanya (%11)'dir. ABD (%6), Tayland (%5) ve Kanada (%5) ise Dünya ihracatında ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar.



Grafik 103 : Etilen Polimerlerinden Torbalar ve Çantalar (küllahlar dahil) (392321) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

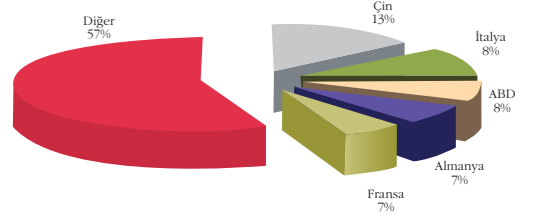
2009 yılında “Diğer plastiklerden çanta, torba, külah vb.” ürün grubunda Dünya ithalatı 3,28 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%10), Fransa (%8), İngiltere (%7), Almanya (%5) ve Meksika (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 104 : Diğer Plastiklerden Çanta, Torba, Külah vb. Eşya (392329) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

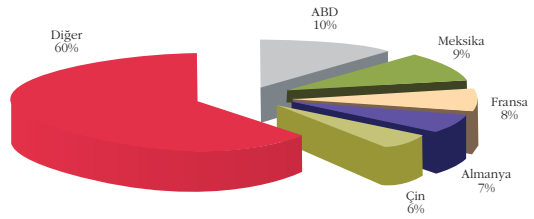
“Diğer plastiklerden çanta, torba, külah vb.” ürün grubunda Çin (%13), İtalya (%8), ABD (%8), Almanya (%7) ve Fransa (%7) en fazla ihracat yapan ülkelerdir. İhracatın %57'si ilk beş dışında kalan ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 105 : Diğer Plastiklerden Çanta, Torba, Külah vb. Eşya (392329) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

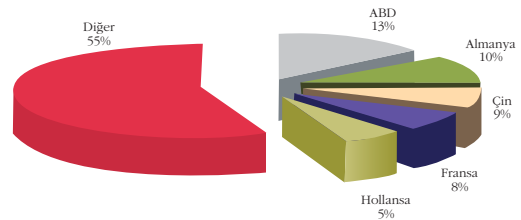
2009 yılında “Plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşya” ürün grubunun Dünya ithalatı 7,68 milyar ABD Dolarıdır ve Dünya plastik ürünler ithalatı sıralamasında 7. sıradadır. ABD (%10), Meksika (%9), Fransa (%8), Almanya (%7) ve Çin (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 106 : Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya (392310) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

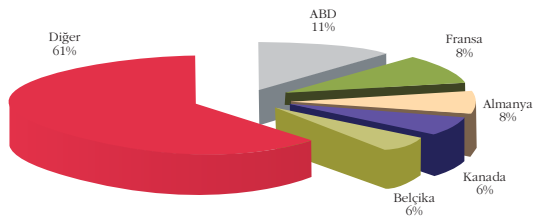
“Plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşya” ürün grubunda en fazla ihracat ABD (%13), Almanya (%10), Çin (%9), Fransa (%8) ve Hollanda (%5) tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 107 : Plastikten Kutular, Kasalar, Sandıklar vb. Eşya (392310) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

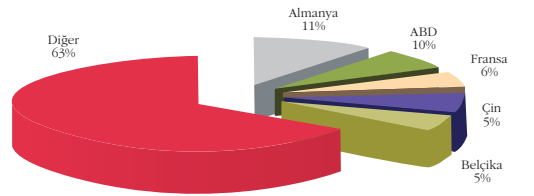
2009 yılında “Plastikten damacana, şişe, matara vb. eşya” grubunun Dünya ithalatı 5,99 milyar ABD Doları olmuştur. ABD (%11), Fransa (%8), Almanya (%8), Kanada (%6) ve Belçika (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. İthalatın % 61'i diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 108 : Plastikten Damacana, Şişe, Matara vb. Eşya (392330) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

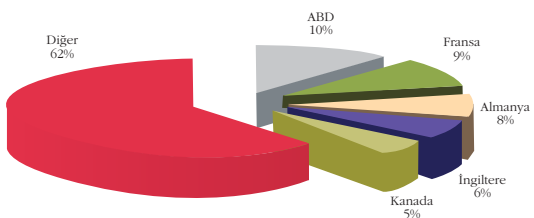
“Plastikten damacana, şişe, matara vb. eşya” grubunda Almanya (%11), ABD (%10), Fransa (%6), Çin (%5) ve Belçika (%5) en fazla ihracat yapan ülkelerdir.



Grafik 109 : Plastikten Damacana, Şişe, Matara vb. Eşya (392330) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

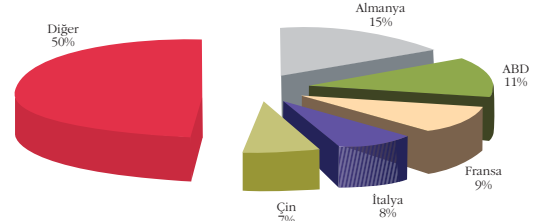
2009 yılında “Tapalar, tıplar, kapsül, kapak gibi plastik eşya” ürün grubunun Dünya ithalatı 5,42 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%10) Fransa (%9) ve Almanya (%8) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. İngiltere (%6) ve Kanada (%5) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 110 : Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya (392350) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

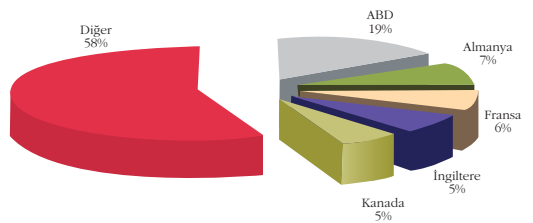
“Tapalar, tıplar, kapsül, kapak gibi plastik eşya” ürün grubunda en fazla ihracat Almanya (%15), ABD (%11) ve Fransa (%9) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri İtalya (%8) ve Çin (%7) izlemektedir. İhracatın %55'i ilk beş dışında kalan ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 111 : Tapalar, Tıplar, Kapsül, Kapak Gibi Plastik Eşya (392350) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

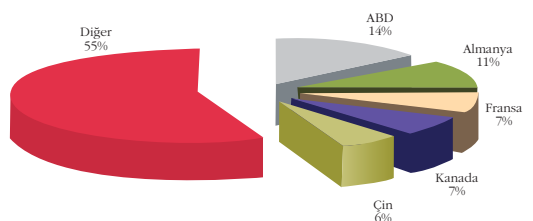
2009 yılında “Plastikten eşya taşıma, ambalajlama malzemesi, benzeri eşya” ürün grubunun Dünya ithalatı 5,13 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%19), Almanya (%7), Fransa (%6), İngiltere (%5) ve Kanada (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 112 : Plastikten Eşya Taşıma, Ambalajlama Malzemesi ve Benzeri Eşya (392390) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten eşya taşıma, ambalajlama malzemesi, benzeri eşya” ürün grubunda en fazla ihracat ABD (%14), Almanya (%11), Fransa (%7) ve Kanada (%7) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri Çin (%6) izlemektedir. İhracatın %55'i ilk beş dışında kalan diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 113 : Plastikten Eşya Taşıma, Ambalajlama Malzemesi ve Benzeri Eşya (392390) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemesi” ürün grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı tüm gruplarda artmıştır. Dünya ithalat hacmi içinde ilk beşte yer alan ithalatçı ülkeler ve Türkiye'nin ihracatı göz önüne alındığında “etilen polimerlerinden torbalar ve çantalar”, “plastikten kutular, kasalar, sandıklar vb. eşyalar” ile “eşya taşıma ambalajlama malzemesi vb. eşya” ürün gruplarında sektörün dış pazarlarda potansiyele sahip olduğunu söylemek olasıdır.

	2004			2009		
	Milyon USD		%	Milyon USD		%
GTİP Kodu	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
392321	4.977	83,1	1,67	7.167	129,7	1,81
392329	2.652	33,5	1,26	3.276	57,8	1,76
392310	6.045	21,2	0,35	7.683	76,9	1,00
392330	4.146	21,8	0,53	5.986	76,1	1,27
392340,50,90	8.426	45,9	0,54	11.096	94,2	0,85

Tablo 15 : Torba, Çanta, Kutu, Sandık, Damacana, Şişe, Makara, File ve Benzeri Eşyalar Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

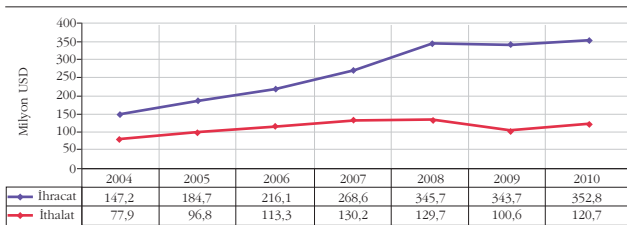
2.3.6. Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları

Plastikten inşaat malzemesi, yer muşambası ve plastik olmayan sert yer kaplamalarına ait GTİP numaraları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

NACE 22.23.11	
GTİP 3918	Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil
NACE 22.23.12	
GTİP 3922	Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları
NACE 22.23.13	
GTİP 392510	Plastikten hacmi 300 litreyi >sarnıçlar, tanklar, fiçiler vb. kaplar
NACE 22.23.14	
GTİP 392520	Plastikten kapılar, pencereler vb. çerçeveleri, pervazları, kapı eşikleri
GTİP 392530	Plastikten panjurlar, storlar vb. eşya ve aksam, parçaları
NACE 22.23.15	
GTİP 5904	Linoleum (sıvanmış, kaplanmış mensucatın yer kaplamaları)
NACE 22.23.19	
GTİP 392590	Plastikten inşaat malzemesi

Türkiye'nin "Plastikten inşaat malzemeleri, yer muşambası ve plastik olmayan sert yer kaplamaları" ürün grubu ihracatı 2004 ile 2007 yılları arasında sürekli artış gösterirken 2008-2010 yılları arasında yatay bir seyir izlemiştir. 2004 yılında 147,2 milyon ABD Doları olan ihracat 2010 yılında 352,8 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 2004 yılına göre 2,4 kat artış göstermiştir.

İthalat 2004-2010 yılları arasında oldukça yatay bir seyir izlemiştir. Türkiye'nin 2004 yılında 77,9 milyon ABD Doları olan ithalatı 2010 yılında 120,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşirken, 2004 yılına göre 1,6 kat artmıştır.



Grafik 114 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.6.1. İhracat

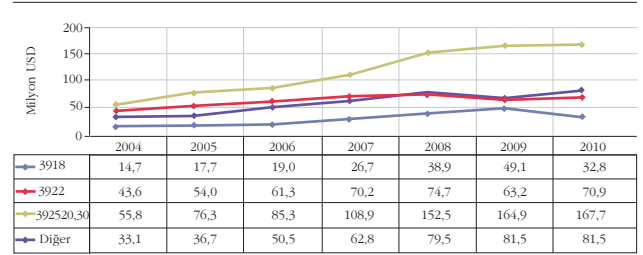
2010 yılında "Plastikten kapılar, pencereler vb. çerçeveleri, pervazları, kapı eşikleri" ve "Plastikten panjurlar, storlar vb. eşya ve aksam, parçaları" ürün grupları birlikte toplam grup ihracatının %47,5'ini oluşturmaktadır.

GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
3918	14,7	17,7	19,0	26,7	38,9	49,1	32,8
3922	43,6	54,0	61,3	70,2	74,7	63,2	70,9
392510	2,2	1,0	3,0	3,3	5,0	3,6	4,2
392520,30	55,8	76,3	85,3	108,9	152,5	164,9	167,7
5904	0,2	0,1	0,1	0,7	1,8	1,8	1,8
392590	30,6	35,5	47,4	58,8	72,7	61,2	75,5
Toplam	147,2	184,7	216,1	268,6	345,7	343,7	352,8

Tablo 16 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

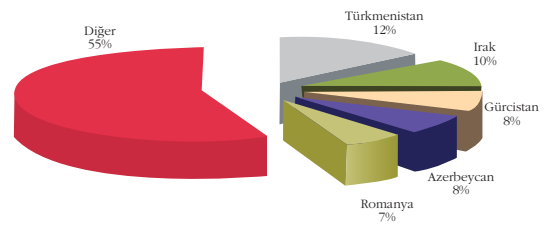
2004 ile 2010 yılları arasında ihracattaki en büyük artış "Plastikten kapılar, pencereler vb. çerçeveleri, pervazları, kapı eşikleri" ve "Plastikten panjurlar, storlar vb. eşya ve aksam, parçaları" ürün gruplarının toplamında görülmektedir. Bu ürünlerin ihracatı altı yılda üç kat artmıştır.



Grafik 115 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

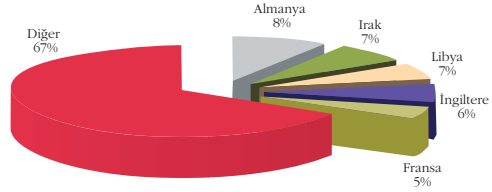
2010 yılında toplam grup ihracatının %9,3'ünü oluşturan "Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil" ürün grubunda en fazla ihracat Türkmenistan (%12), Irak (%10), Gürcistan (%8), Azerbaycan'a (%8) ve Romanya (%7)'ya gerçekleştirilmiştir. İhracatın %55'i diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 116 : Türkiye'nin Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) (3918) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

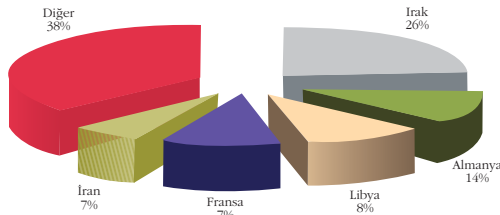
2010 yılında toplam grup ihracatının %20,1'ini gerçekleştiren “Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları” ürün grubunda en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke Almanya (%8), Irak (%7), Libya (%7), İngiltere (%6) ve Fransa (%5) olmuştur. İhracatın %67'si ise diğer ülkelere gerçekleştirilmiştir.



Grafik 117 : Türkiye'nin Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları (3922) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

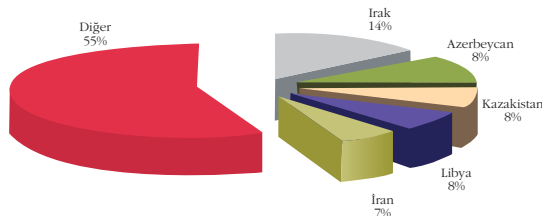
2010 yılında toplam grup ihracatının %45,6'sını oluşturan “Plastikten kapılar, pencereler, panjurlar, storlar, vb.” ürün grubunda en fazla ihracat Irak'a (%26) yapılmıştır. Almanya (%14), Libya (%8), Fransa (%7) ve İran (%7) ihracatta diğer önemli ülkelerdir. İhracatın %38'i diğer ülkelere.



Grafik 118 : Türkiye'nin Plastikten Kapılar, Pencereler, Panjurlar, Storlar vb. Ürünler (392520-30) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında toplam grup ihracatının %21,4'ünü oluşturan “Plastikten inşaat malzemesi” ürün grubunda en fazla ihracat Irak (%14)'a gerçekleştirmiştir. Azerbaycan (%8), Kazakistan (%8), Libya (%8) ve İran (%7) ihracatta diğer önemli ülkelerdir. İhracatın %55'i ilk beş ülke dışında kalan diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 119 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri (392590) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.6.2. İthalat

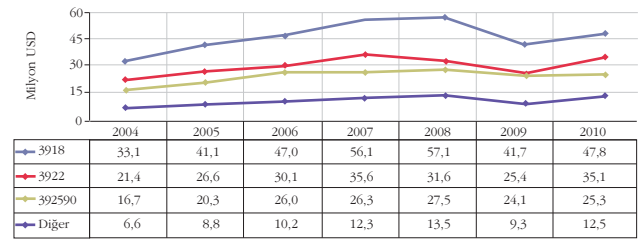
“Plastikten inşaat malzemesi, yer muşambası ve plastik olmayan sert yer kaplamaları” ürün grubu içinde “Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil” ürünleri 2010 yılında toplam ithalatın %39,6'sını gerçekleştirmiştir.

GRİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
3918	33,1	41,1	47,0	56,1	57,1	41,7	47,8
3922	21,4	26,6	30,1	35,6	31,6	25,4	35,1
392510	1,2	1,1	0,9	1,5	1,9	1,8	1,0
392520,30	5,1	7,4	8,6	10,3	10,9	6,9	10,4
5904	0,4	0,3	0,7	0,4	0,7	0,6	1,2
392590	16,7	20,3	26,0	26,3	27,5	24,1	25,3
Toplam	77,9	96,8	113,3	130,2	129,7	100,6	120,7

Tablo 17 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

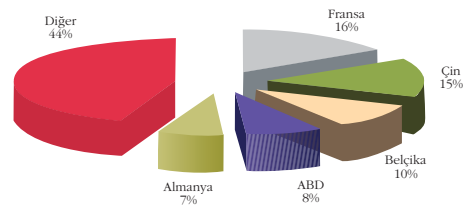
2004 yılından itibaren grup ürünlerinin ithalatındaki artma eğilimi 2007 yılına kadar devam etmiştir. 2008 yılında bir önceki yıl düzeylerinde gerçekleşen ithalat uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin Türkiye'ye yansımaları sonucu 2009 yılında düşmüştür. 2010 yılında ise kriz öncesi düzeylere çıkmıştır.



Grafik 120 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

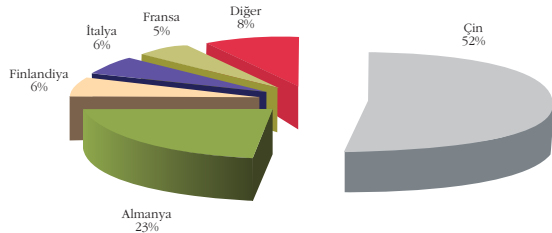
2010 yılında grup ürünleri ithalatından %39,6 pay alan “Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil” ürün grubunda en fazla ithalat Fransa (%16), Çin (%15), Belçika (%10), ABD (%8) ve Almanya'dan (%7) yapılmıştır.



Grafik 121 : Türkiye'nin Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) (3918) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

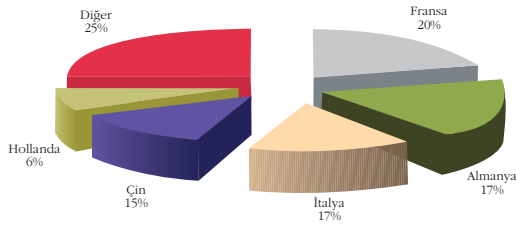
2010 yılında grup ithalatının %29,1'ini gerçekleştiren “Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları” ürün grubunda en fazla ithalat Çin (%52) ve Almanya'dan (%23) yapılmıştır. İthalatta bu ülkeleri Finlandiya (%6), İtalya (%6) ve Fransa (%5) izlemektedir.



Grafik 122 : Türkiye'nin Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları (3922) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında toplam grup ithalatının %21'ini gerçekleştiren “Plastikten inşaat malzemesi” ürün grubunda en fazla ithalat Fransa (%20), Almanya (%17), İtalya (%17), Çin (%15) ve Hollanda'dan (%6) yapılmıştır.



Grafik 123 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemeleri (392590) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.6.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

“Plastikten inşaat malzemesi, yer müşambası ve plastik olmayan sert yer kaplamaları” ürün grubunda 2004-2006 yılları arasında %190 civarında olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2008 yılından sonra artış eğilimine girmiş ve 2010 yılında %292,3 olarak gerçekleşmiştir.

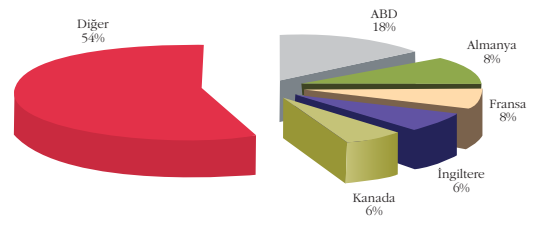


Grafik 124 : Türkiye'nin Plastikten İnşaat Malzemesi, Yer Müşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.6.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

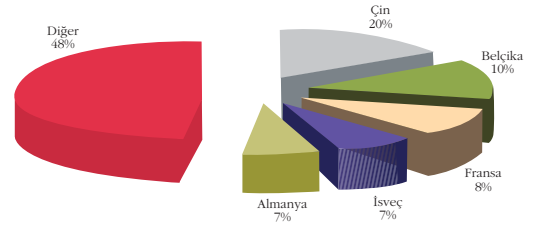
2009 yılında “Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil” ürün grubunun Dünya ithalatı 3,45 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%18) en fazla ithalat yapan ülkedir. İthalatta ABD'ni Almanya (%8), Fransa (%8), İngiltere (%6) ve Kanada (%6) izlemektedir.



Grafik 125 : Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) (3918) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

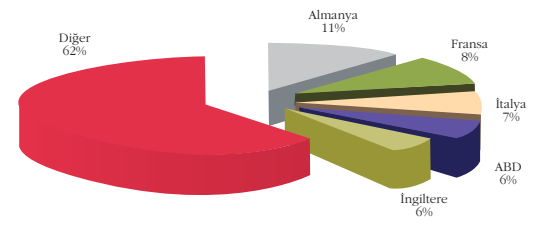
“Plastikten yer kaplamaları-duvar ve tavan kaplamaları dahil” ürün grubu 2009 dünya ihracatında en fazla ihracat yapan ülkeler Çin (%20), Belçika (%10), Fransa (%8), İsveç (%7) ve Almanya'dır (%7).



Grafik 126 : Plastikten Yer Kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil) (3918) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

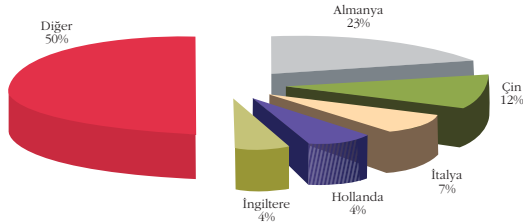
2009 yılında “Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları” ürün grubunun Dünya ithalatı 3 milyar ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler Almanya (%11), Fransa (%8), İtalya (%7), ABD (%6) ve İngiltere'dir (%6).



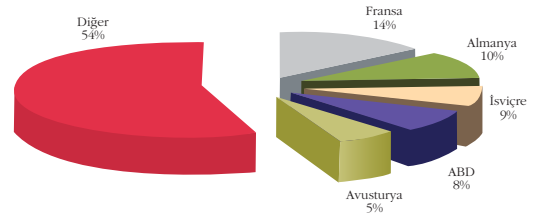
Grafik 127 : Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları (3922) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları” ürün grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Almanya (%23) ve Çin (%12) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri İtalya (%7), Hollanda (%4) ve İngiltere (%4) izlemektedir.

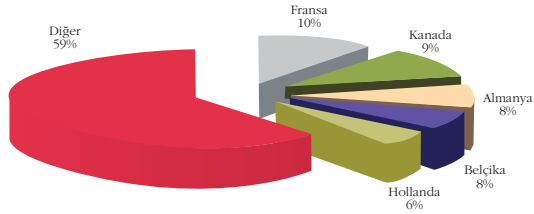


Grafik 128 : Plastikten Küvet, Duş, Lavabo, Bide, Hela Küveti ve Donanımları (3922) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade



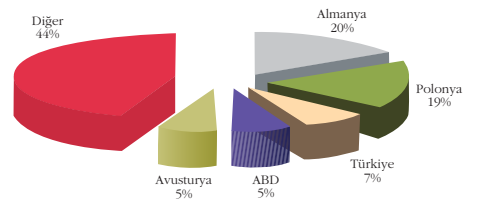
Grafik 131 : Plastikten Kapılar, Pencere vb. Çerçevesi, Pervazları, Kapı Eşikleri (392520) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Plastikten hacmi 300 litreden büyük sarnıçlar, tanklar, fiçiler vb. kaplar” ürün grubu Dünya ithalatı 485,1 milyon ABD Dolarıdır. Fransa (%10), Kanada (%9), Almanya (%8), Belçika (%8) ve Hollanda (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



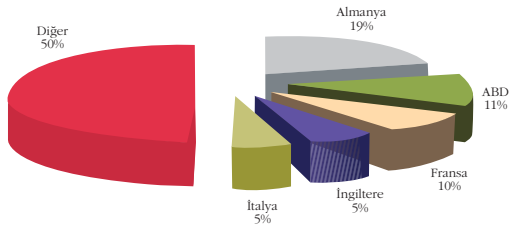
Grafik 129 : Plastikten Sarnıçlar, Tanklar, Fiçiler vb. Kaplar (hacmi >300 litre) (392510) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten kapılar, pencereler vb. çerçeveleri, pervazları, kapı eşikleri” grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Almanya (%20), Polonya (%19), Türkiye (%7), ABD (%5) ve Avusturya (%5) tarafından gerçekleştirilmiştir.



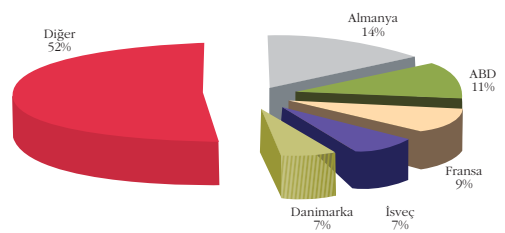
Grafik 132 : Plastikten Kapılar, Pencere vb. Çerçevesi, Pervazları, Kapı Eşikleri (392520) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten hacmi 300 litreden büyük sarnıçlar, tanklar, fiçiler vb. kaplar” ürün grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Almanya (%19), ABD (%11), Fransa (%10), İngiltere (%5) ve İtalya (%5) tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 130 : Plastikten Sarnıçlar, Tanklar, Fiçiler vb. Kaplar (hacmi >300 litre) (392510) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

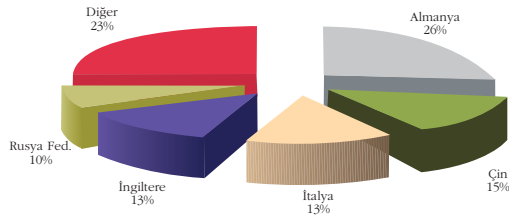
2009 yılında “Linoleum (sıvanmış, kaplanmış mensucattan yer kaplamaları)” grubu Dünya ithalatı 365,3 milyon ABD Dolarıdır. Almanya (%14), ABD (%11), Fransa (%9), İsveç (%7) ve Danimarka (%7) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 133 : Linoleum (Sıvanmış, Kaplanmış Mensucattan Yer Kaplamaları) (5904) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

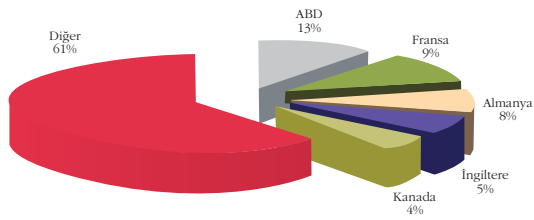
2009 yılında “Plastikten kapılar, pencereler vb. çerçeveleri, pervazları, kapı eşikleri” ürün grubunda Dünya ithalatı 1,8 milyar ABD Dolarıdır. Fransa (%14), Almanya (%10), İsviçre (%9), ABD (%8) ve Avusturya (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.

“Linoleum (sıvanmış, kaplanmış mensucattan yer kaplamaları)” ürün grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Almanya (%26), Çin (%15) ve İtalya (%13) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri İngiltere (%13) ve Rusya Fed. (%10) izlemiştir.



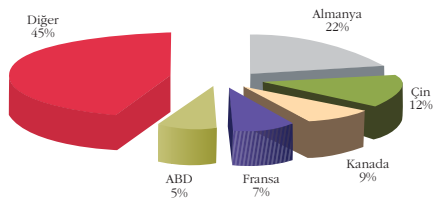
Grafik 134 : Linoleum (Sıvanmış, Kaplanmış Mensucattan Yer Kaplamaları) (5904) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Plastikten inşaat malzemesi” grubunda Dünya ithalatı 3,36 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%13), Fransa (%9) ve Almanya (%8) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. Bu ülkeleri İngiltere (%5) ve Kanada (%4) izlemektedir.



Grafik 135 : Plastikten İnşaat Malzemesi (392590) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten inşaat malzemesi” ürün grubunda en fazla ihracat 2009 da Almanya (%22), Çin (%12), Kanada (%9), Fransa (%7) ve ABD (%5) tarafından gerçekleştirilmiştir. İhracatın %45'i ilk beş ülke dışında kalan diğer ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 136 : Plastikten İnşaat Malzemesi (392590) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Plastikten inşaat malzemesi, yer muşambası ve plastik olmayan sert yer kaplamaları” ürün grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı artış göstermiştir. Plastikten kapılar, pencereler, panjurlar, storlar ve benzeri ürün grubunda Türkiye önemli başarı sağlamış ve dünyadaki payını 2004 yılında %2,37'den 2009 yılında %5,65'e çıkarmıştır. Başarı sağlanan diğer ürün grupları ise plastikten küvet, duş, lavabo grubu yanında plastik inşaat malzemeleri olmuştur.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
3918	2.300	14,7	0,64	3.454	49,1	1,42
3922	2.337	43,6	1,87	3.002	63,2	2,11
392510	342	2,2	0,64	485	3,6	0,74
392520,30	2.359	55,8	2,37	2.916	164,9	5,65
5904	252	0,2	0,08	365	1,8	0,48
392590	2.379	30,6	1,29	3.361	61,2	1,82

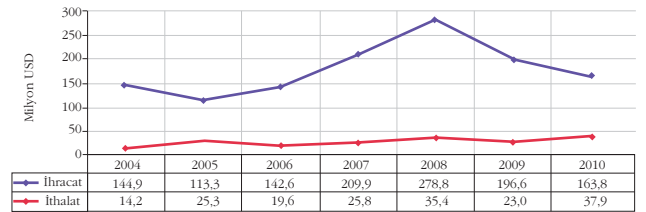
Tablo 18 : Plastikten İnşaat Malzemesi, Yer Muşambası ve Plastik Olmayan Sert Yer Kaplamaları Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3.7. Plastikten Prefabrik Yapılar

Prefabrik yapılara ait GTİP numarası aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.23.20
GTİP 9406
Prefabrik yapılar

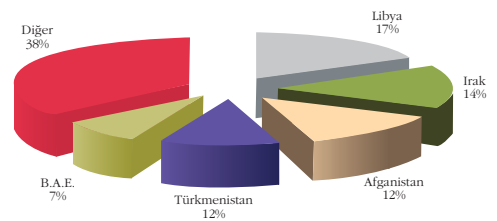
2004 yılında 144,9 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin “Prefabrik yapılar” ürünleri ihracatı 2008 yılında 278,8 milyon ABD Dolarına kadar yükselirken, 2009 yılındaki ekonomik krizin etkisiyle 196,6 milyon ABD Doları'na ve 2010 yılında ise 163,8 milyon ABD Dolarına kadar gerilemiştir. 2004 yılında 14,2 milyon ABD Doları olan ithalat 2010 yılında 37,9 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 2,7 kat artış göstermiştir. 2004 yılında 130,7 milyon ABD Doları olan dış ticaret fazlası 2010 yılında 125,9 milyon ABD Dolarına düşmüştür.



Grafik 137 : Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.7.1. İhracat

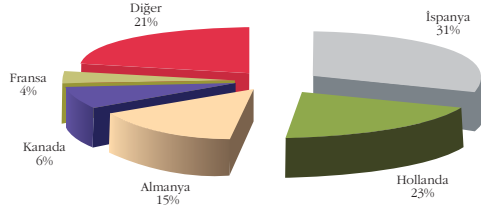
2010 yılında “Prefabrik yapılar” ihracatında ilk beşte gelen ülkeler Libya (%17), Irak (%14), Afganistan (%12), Türkmenistan (%12) ve B.A.E'dir (%7). İhracatın %38'i diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 138 : Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar (9406) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.7.2. İthalat

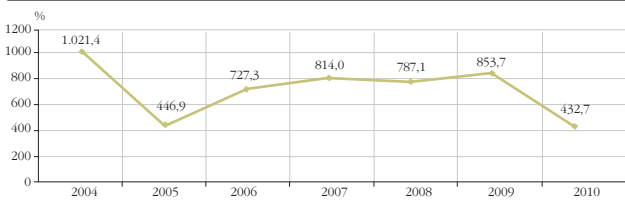
2010 yılında “Prefabrik yapılar” ürün grubu ithalatında İspanya (%31) ve Hollanda (%23) en fazla ithalat yapılan ülkelerdir. Bu ülkeleri Almanya (%15), Kanada (%6) ve Fransa (%4) izlemektedir. İthalatın %21'i diğer ülkelerden yapılmıştır.



Grafik 139 : Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar (9406) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.7.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

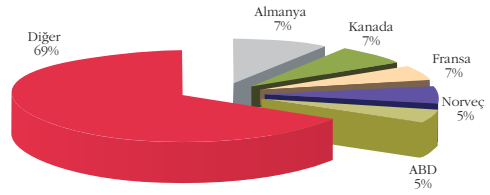
“Prefabrik yapılar” grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı 2006-2009 yılları arasında benzer bir seyir izlerken, oran 2010 yılında sert bir düşüş göstererek %853,7'den %432,7'e düşmüştür. 2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin etkilerinin bu ürün grubuna 2010 yılında önemli düzeyde yansıdığı görülmektedir. 2010 yılında hacmi düşük de olsa kriz öncesi değerlere ulaşılmış, buna karşın ihracat bu değerlerin çok altında kalmıştır.



Grafik 140 : Türkiye'nin Plastikten Prefabrik Yapılar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

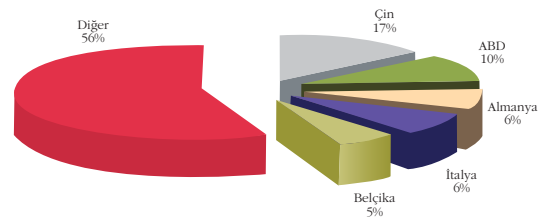
2.3.7.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında “Prefabrik yapılar” grubunda Dünya ithalatı 4,87 milyar ABD Dolarıdır. Almanya (%7), Kanada (%7), Fransa (%7), Norveç (%5) ve ABD (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. İthalatın %69'u ilk beş ülke dışında kalan ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 141 : Plastikten Prefabrik Yapılar (9406) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Prefabrik yapılar” grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Çin (%17) ve ABD (%10) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri Almanya (%6), İtalya (%6) ve Belçika (%5) izlemektedir. Çin dünya pazarlarından önemli bir pay almaktadır.



Grafik 142 : Plastikten Prefabrik Yapılar (9406) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Prefabrik yapılar” grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payında değişiklik görülmemektedir. Türkiye'nin Dünya ithalatı içindeki payı %4 civarındadır.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
9406	3.584	144,9	4,04	4.865	196,6	4,04

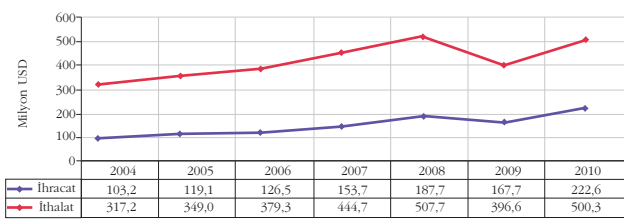
Tablo 19 : Plastikten Prefabrik Yapılar Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3.8. Giyim Eşyası ve Giysi Aksesuarları (eldiven dahil)

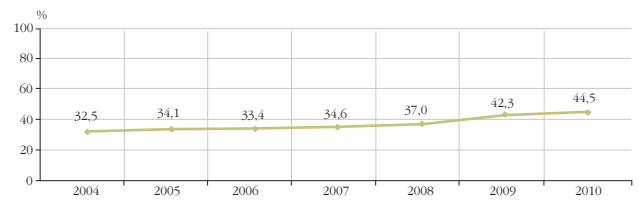
Giyim eşyası ve giysi aksesuarları (eldiven dahil) grubuna ait GTİP numarası aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.29.10	Plastikten diğer eşya
GTİP 3926	

2004 yılında 103,2 milyon ABD Doları olan “Plastikten diğer eşya” grubu ihracatı 2010 yılında 222,6 milyon ABD Dolarına yükselerek 2,2 kat artış göstermiştir. 2004 yılında 317,2 milyon ABD Doları olan ithalat 2010 yılında 500,3 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 1,6 kat artmıştır. 2004 yılında 214 milyon ABD Doları olan dış ticaret açığı ise 2010 yılında 277,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Bu ürün grubu plastik ürünleri imalatı sanayinde Türkiye'nin dış ticaret açığı verdiği dört alt sektörden birisidir.



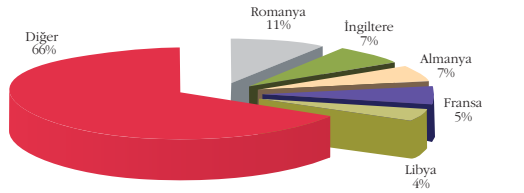
Grafik 143 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı



Grafik 146 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.8.1. İhracat

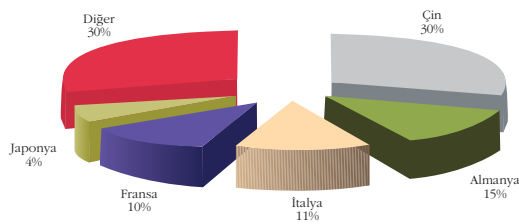
2010 yılında “Plastikten diğer eşya” grubunda en fazla ihracat Romanya'ya (%11) gerçekleştirmiştir. İngiltere (%7), Almanya (%7), Fransa (%5) ve Libya (%4) ihracatta önemli diğer ülkelerdir. İhracatın %66'sı diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 144 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya (3926) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.8.2. İthalat

2010 yılında “Plastikten diğer eşya” ürün grubunda en fazla ithalat Çin'den (%30) gerçekleştirilmiştir. Almanya (%15), İtalya (%11), Fransa (%10) ve Japonya (%4) ithalatı önemli diğer ülkelerdir.



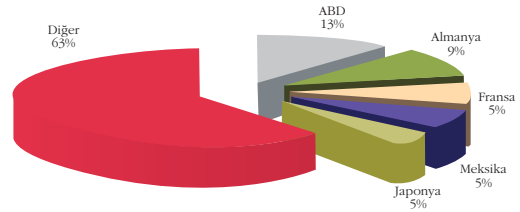
Grafik 145 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Eşya (3926) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.8.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

2004-2010 yılları arasında “Plastikten diğer eşya” grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı %32,5 ile %44,5 arasında yatay bir seyir izlemiştir. Sektörde diğer ürün grupları göz önüne alındığında bu ürün grubunun önemli bir bölümünde Türkiye'nin rekabet gücünün yeterli düzeyde olmadığını söylemek olasıdır.

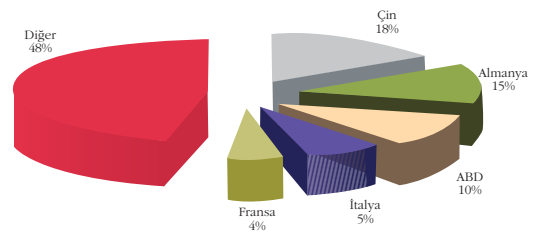
2.3.8.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında “Plastikten diğer eşya” grubu Dünya ithalatı 44,1 milyar ABD Dolarıdır. Grup bu büyüklükle Plastik Ürünler grupları içinde en fazla Dünya ithalatına sahip olan gruptur. Bu grupta ABD (%13), Almanya (%9), Fransa (%5), Meksika (%5) ve Japonya (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. İthalatın %63'ü diğer ülkeler tarafından yapılmaktadır.



Grafik 147 : Plastikten Diğer Eşya (3926) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten diğer eşya” ürün grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Çin (%18), Almanya (%15) ve ABD (%10) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri İtalya (%5) ve Fransa (%4) izlemektedir.



Grafik 148 : Plastikten Diğer Eşya (3926) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten diğer eşya” grubunda Türkiye ihracatı 2009 yılında 167,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında Türkiye'nin Dünya ithalatı içindeki payı %0,38'dir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
3926	35.171	103,2	0,29	44.071	167,7	0,38

Tablo 20 : Plastikten Diğer Eşya Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3.9. Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Plastik Ürünler

Başka yerde sınıflandırılmamış diğer plastik ürünlere ait GTİP numaraları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

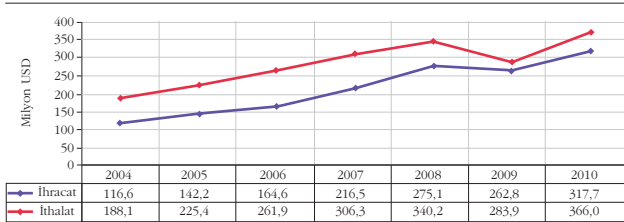
NACE 22.29.21	
GTİP 391910	Eni 20 cm yi geçmeyen; rulo halinde plastik yapışkanlar
NACE 22.29.22	
GTİP 391990	Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan
NACE 22.29.23	
GTİP 3924	Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası
NACE 22.29.24	
GTİP 940592	Plastikten aydınlatma cihazlarının aksam-parçaları
NACE 22.29.25	
GTİP 392610	Plastikten okul ve büro malzemeleri
NACE 22.29.26	
GTİP 392630	Plastik mobilya, karoseri/benzerleri için bağlantı elemanları
GTİP 392640	Plastikten küçük heykeller ve diğer süs eşyası
GTİP 39269050	Plastik drenaj girişinde suyun filtre edilmesi için delikli ızgara vb. eşya

“Başka yerde sınıflandırılmamış diğer plastik ürünler” grubu, plastik ürünler imalatı sanayi içinde Türkiye'nin dış ticaret açığı veren az sayıdaki gruplarından bir tanesidir. 2004 yılında 71,5 milyon ABD Doları olan dış ticaret açığı, 2010 yılında 48,3 milyon ABD Dolarına gerilemiştir. Dış ticaret açığının azalmasında ihracatta sağlanan hızlı artış önemli rol oynamıştır.

2004 yılında 116,6 milyon ABD Doları olan sektörün ihracatı 2010 yılında 317,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 2,7 kat artış göstermiştir.

Türkiye'nin bu ürünlerdeki ithalat artış hızı ihracat artış hızının gerisinde kalmıştır. 2004 yılında 188,1 milyon ABD Doları olan ithalat 2010 yılında 366 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 2 kat artış göstermiştir.

2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin Türkiye'ye yansımalarının etkileri bu grupta da görülmektedir. 2004 yılından itibaren sürekli artma eğilimi gösteren hem ihracat hem de ithalat 2009 yılında düşme göstermiş, 2010 yılından itibaren tekrar artmaya başlamıştır.



Grafik 149 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

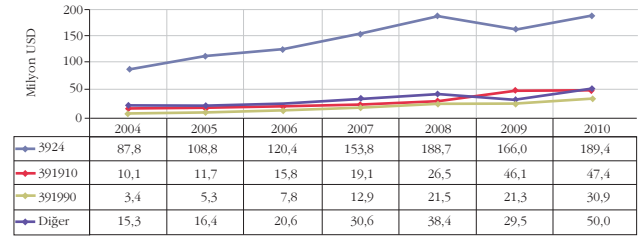
2.3.9.1. İhracat

2010 yılında “Başka yerde sınıflandırılmamış diğer plastik ürünler” grubunda ihracatın %59,6'sı “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası (3924)” ürünlerinde gerçekleştirilmiştir.

GTİP Kodu	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
391910	10,1	11,7	15,8	19,1	26,5	46,1	47,4
391990	3,4	5,3	7,8	12,9	21,5	21,3	30,9
392487,8	108,8	120,4	153,8	188,7	166,0	189,4	
940592	3,1	0,8	0,2	0,6	0,8	0,7	1,2
392610	7,8	8,6	11,3	16,7	22,4	18,2	21,5
392630,40, 39269050	4,4	7,0	9,0	13,3	15,2	10,7	27,3
Toplam	116,6	142,2	164,6	216,5	275,1	262,8	317,7

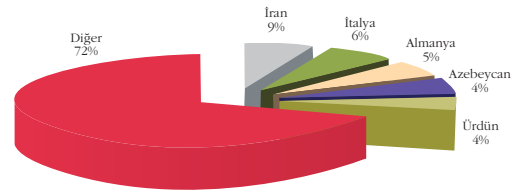
Tablo 21 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2004 ile 2010 yılları arasında “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası (3924)” grubu ihracatı 2,2 kat artarak önemli bir artış gösterirken, diğer gruplardaki artış eğilimi zayıf kalmıştır.



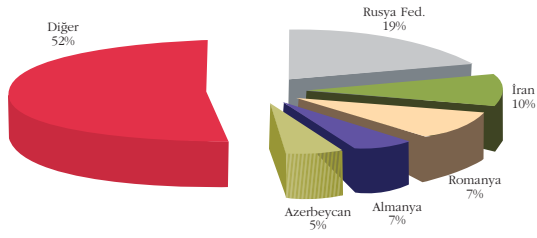
Grafik 150 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İhracatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında grup ürünleri ihracatının %14,9'unu gerçekleştiren “Eni 20 cm yi geçmeyen, rulo halinde plastik yapışkanlar (391910)” grubu ürünlerinde en fazla ihracat İran'a (%9) yapılmıştır. İran'ı İtalya (%6), Almanya (%5), Azerbaycan (%4) ve Ürdün (%4) izlemiştir.



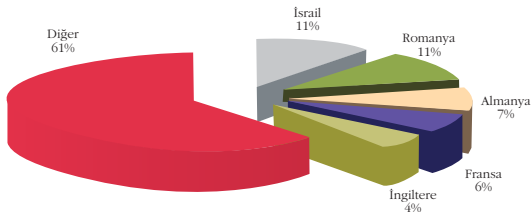
Grafik 151 : Türkiye'nin Eni 20 cm.yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar (391910) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında grup ihracatının %9,7'sini oluşturan “Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan (391990)” ürünler grubunda en fazla ihracat Rusya Federasyonu'na (%19) yapılmıştır. İran (%10), Romanya (%7), Almanya (%7) ve Azerbaycan (%5) ihracatta önemli diğer ülkelerdir.



Grafik 152 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) (391990) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında grup ürünleri ihracatından %59,6 pay alan “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası, (3924)” grubunda en fazla ihracat İsrail (%11) ve Romanya'ya (%11) yapılmıştır. Almanya (%7), Fransa (%6) ve İngiltere (%4) önemli diğer ülkelerdir. İhracatın %61'i ise diğer ülkelere olmuştur.



Grafik 153 : Türkiye'nin Plastikten Sofa, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası (3924) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

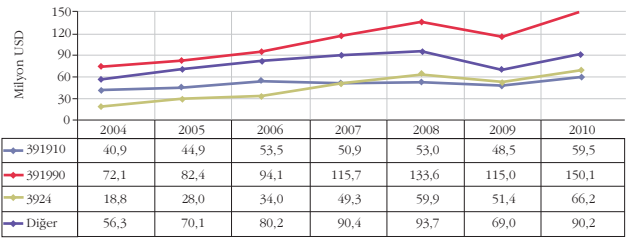
2.3.9.2. İthalat

2010 yılında “Başka yerde sınıflandırılmamış diğer plastikler” grubu içindeki “Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan (391990)” ürünler, bu grubun toplam ithalatından %41 pay almıştır.

GRİP Kodu	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
391910	40,9	44,9	53,5	50,9	53,0	48,5	59,5
391990	72,1	82,4	94,1	115,7	133,6	115,0	150,1
392418,8	28,0	34,0	49,3	59,9	51,4	66,2	
940592	3,3	3,7	3,1	3,3	2,9	2,1	3,3
392610	13,4	16,3	20,3	27,2	28,2	18,3	29,3
392630,40,39269050	39,7	50,1	56,8	59,9	62,5	48,7	57,6
Toplam	188,1	225,4	261,9	306,3	340,2	283,9	366,0

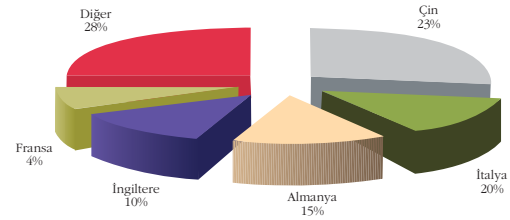
Tablo 22 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2004 ile 2010 yılları arasında ithalattaki en yüksek artış eğilimi 2,1 kat ile “Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan (391990)” ürün grubunda görülmektedir.



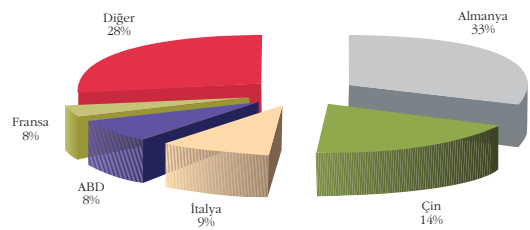
Grafik 154 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında toplam grup ithalatından %16,3 pay alan “Eni 20 cm.yi geçmeyen; rulo halinde plastik yapışkanlar (391910)” grubunda en fazla ithalat Çin'den (%23) yapılmıştır. İtalya (%20), Almanya (%15), İngiltere (%10) ve Fransa (%4) grup ithalatında diğer önemli ülkelerdir.



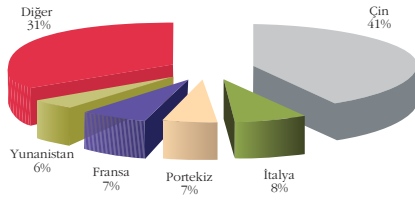
Grafik 155 : Türkiye'nin Eni 20 cm.yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar (391910) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında toplam grup ithalatı içinde %41 paya sahip “Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan (391990)” grubu ürünlerinde en fazla ithalat Almanya'dan (%33) yapılmıştır. Çin (%14), İtalya (%9), A.B.D. (%8) ve Fransa (%8) grup ithalatında ön plana çıkan diğer ülkelerdir.

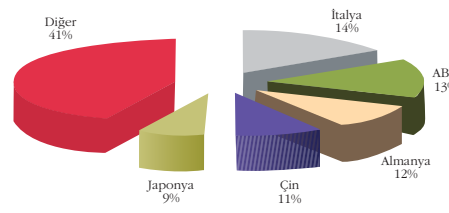


Grafik 156 : Türkiye'nin Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) (391990) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında toplam grup ürünlerinde ithalatın %18,1'ini oluşturan “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası (3924)” grubunda en fazla ithalat Çin'den (%41) yapılmıştır. İtalya (%8), Portekiz (%7) Fransa (%7) ve Yunanistan (%6) ithalatta diğer önemli ülkelerdir.



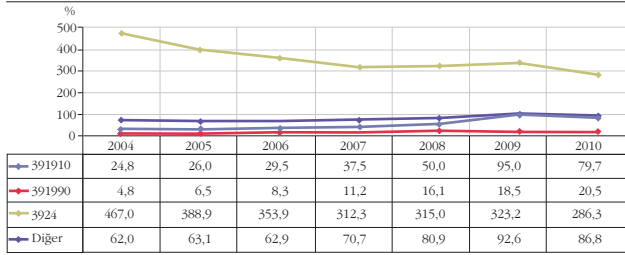
Grafik 157 : Türkiye'nin Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası (3924) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı



Grafik 160 : Eni 20 cm'yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar (391910) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

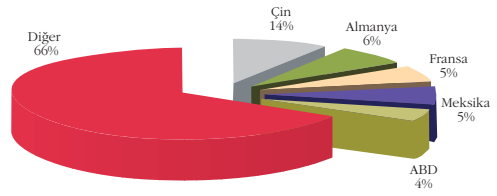
2.3.9.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

2004-2010 yılları arasında “Başka yerde sınıflandırılmamış diğer plastikler” grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı %62'den %86,8'e yükselmiştir. “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası (3924)” grubu, oranının en yüksek olduğu alt sektördür. Bu grupta, 2004 yılında %467 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %286,3'e gerilemiştir.



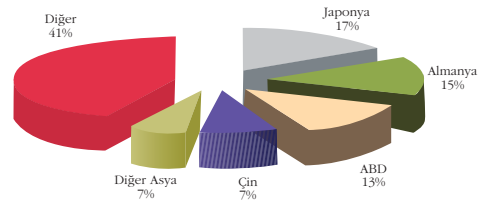
Grafik 158 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2009 yılında “Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan” grubu ürünleri Dünya ithalatı 8,1 milyar ABD Dolarıdır. Çin (%14), Almanya (%6), Fransa (%5), Meksika (%5) ve ABD (%4) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 161 : Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) (391990) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

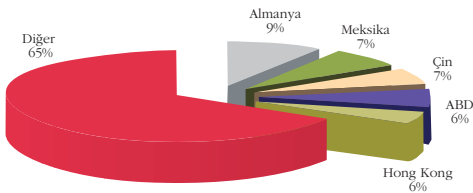
“Plastikten diğer yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb. düz olan” ürün grubunda en fazla ihracat Japonya (%17), Almanya (%15) ve ABD (%13) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri Çin (%7) ve Diğer Asya (%7) izlemektedir.



Grafik 162 : Plastikten Diğer Yapışkan Levha, Yaprak, Şerit, Lam (düz olan) (391990) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.3.9.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

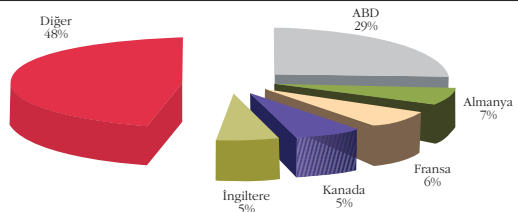
2009 yılında “Eni 20 cm'yi geçmeyen; rulo halinde plastik yapışkanlar” grubu Dünya ithalatı 4,3 milyar ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler Almanya (%9), Meksika (%7), Çin (%7), ABD (%6) ve Hong Kong (%6). İthalatın %65'i ilk beş ülke dışında kalan diğer ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 159 : Eni 20 cm'yi Geçmeyen Rulo Halinde Plastik Yapışkanlar (391910) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

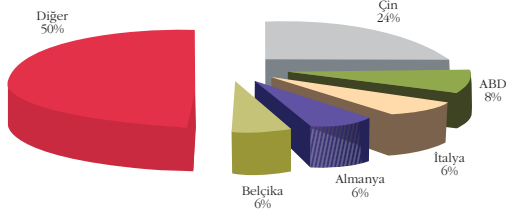
“Eni 20 cm'yi geçmeyen; rulo halinde plastik yapışkanlar” grubu ürünlerinde 2009 yılında en fazla ihracat İtalya (%14), ABD (%13) ve Almanya (12) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeleri Çin (%11) ve Japonya (%9) izlemektedir.

2009 yılında “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası” grubu ürünleri Dünya ithalatı 11 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%29) en fazla ithalat yapan ülkedir. ABD'ni Almanya (%7), Fransa (%6), Kanada (%5) ve İngiltere (%5) izlemektedir.



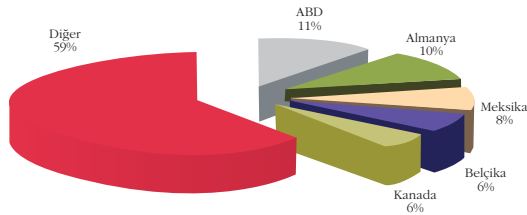
Grafik 163 : Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası (3924) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyası” ürün grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Çin (%24) tarafından gerçekleştirilmiştir. ABD (%8), İtalya (%6), Almanya (%6) ve Belçika (%6) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



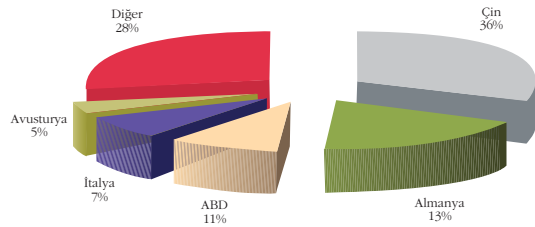
Grafik 164 : Plastikten Sofra, Mutfak ve Diğer Ev Eşyası, Tuvalet Eşyası (3924) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Plastikten aydınlatma cihazlarının aksam-parçaları” ürün grubunda Dünya ithalatı 304,7 milyon ABD Dolarıdır. ABD (%11), Almanya (%10), Meksika (%8), Belçika (%6) ve Kanada (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. İthalatın % 59'u diğer ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir.



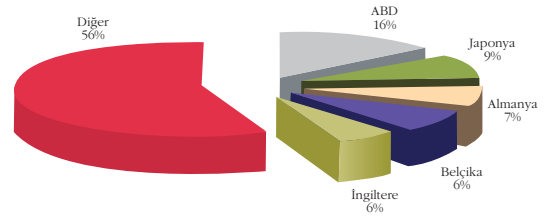
Grafik 165 : Plastikten Aydınlatma Cihazlarının Aksam-Parçaları (940592) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten aydınlatma cihazlarının aksam-parçaları” ürün grubunda 2009 yılında en fazla ihracat Çin (%36) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çin'i Almanya (%13), ABD (%11), İtalya (%7) ve Avusturya (%5) izlemektedir.



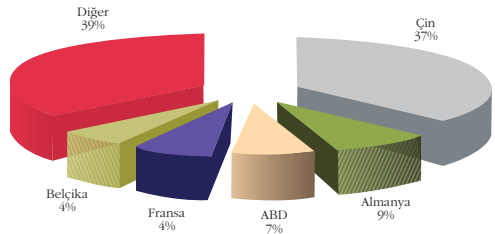
Grafik 166 : Plastikten Aydınlatma Cihazlarının Aksam-Parçaları (940592) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Plastikten okul ve büro malzemeleri” ürün grubunda 2009 yılında Dünya ithalatı 2,1 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%16), Japonya (%9), Almanya (%7), Belçika (%6) ve İngiltere (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 167 : Plastikten Okul ve Büro Malzemeleri (392610) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Plastikten okul ve büro malzemeleri” ürün grubunda dünyada en fazla ihracat Çin (%37) tarafından gerçekleştirilmiştir. Almanya (%9), ABD (%7), Fransa (%4) ve Belçika (%4) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 168 : Plastikten Okul ve Büro Malzemeleri (392610) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Başka yerde sınıflandırılmamış diğer plastik ürünler” ürün grubu içinde dünya ihracatından en yüksek payı alan ürünler “Plastikten sofa, mutfak ve diğer ev eşyası, tuvalet eşyasıdır (3924)”. 2009 yılında bu grupta Türkiye ihracatının payı Dünya ithalatı içinde %1,51'dir ve 2004 yılına göre artış göstermiştir.

	2004			2009		
	Milyon USD	%		Milyon USD	%	
GTİP Kodu	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
391910	3.536	10,1	0,29	4.301	46,1	1,07
391990	5.409	3,4	0,06	8.046	21,3	0,26
3924	7.708	87,8	1,14	11.004	166,0	1,51
940592	305	3,1	1,02	305	0,7	0,22
392610	2.025	7,8	0,39	2.088	18,2	0,87

Tablo 23 : Başka Yerde Sınıflandırılmamış Plastikler Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

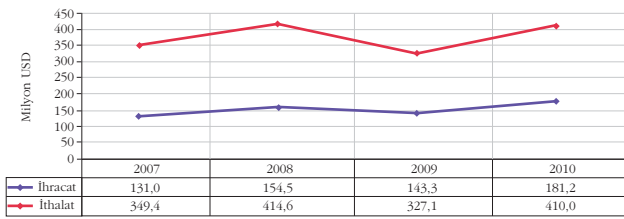
2.3.10. Diğer Plastik Ürünler

Diğer plastik ürünlere ait GTİP numaraları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

NACE 22.29.29	
GTİP 640620	Dış taban ve topuklar
GTİP 39269092	Plastik levhalardan yapılmış olan eşya
GTİP 300691	Ostomi kullanımlara mahsus olduğu tanımlanabilen aletler
GTİP 39269097	Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler

“Diğer plastik ürünler” grubunda” 2004 yılında 131 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin ihracatı 2010 yılında 181,2 milyon ABD Dolarına yükselmiştir. 2004 yılında 349,4 milyon ABD Doları olan ithalat ise 2010 yılında 410 milyon ABD Dolarına erişmiştir.

İhracat ve ithalat benzer bir artış eğilimi gösterirken “Diğer plastik ürünler” grubu sürekli olarak dış ticaret açığı vermektedir. 2004 yılında 218,4 milyon ABD Doları olan dış ticaret açığı 2010 yılında 228,8 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.



Grafik 169 : Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

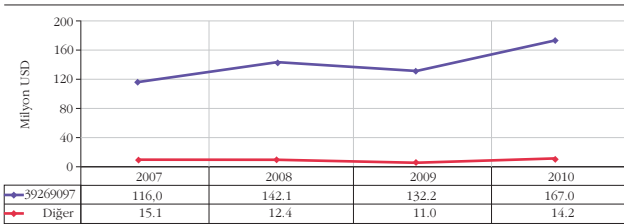
2.3.10.1. İhracat

2010 yılında “Diğer plastik ürünler” grubu Türkiye ihracatının %92,2'si “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” ürün grubuna aittir.

GTİP Kodu	2007	2008	2009	2010
39269097	116,0	142,1	132,2	167,0
Diğer	15,1	12,4	11,0	14,2
Toplam	131,0	154,5	143,3	181,2

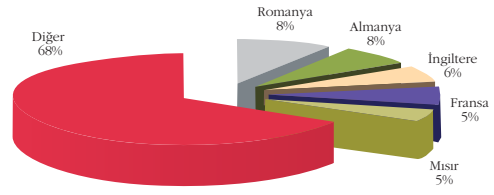
Tablo 24 : Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İhracatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2007-2010 yılları arasında “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” grubu ihracatı 1,4 kat artış göstermiştir.



Grafik 170 : Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İhracatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında grup ihracatından %92,2 pay alan “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” ürün grubunun ihracatında ilk beş ülke Romanya (%8), Almanya (%8), İngiltere (%6), Fransa (5) ve Mısır'dır (%5). İhracatın %68'i diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 171 : Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Yaprak, Film ve Şeritler (39269097) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

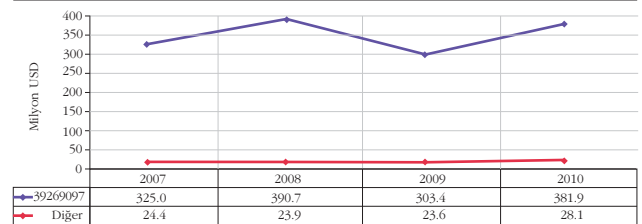
2.3.10.2. İthalat

2010 yılında “Diğer plastik ürünler” grubu Türkiye toplam ithalatının %93,1'i “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” ürün grubuna aittir.

GTİP Kodu	2007	2008	2009	2010
39269097	325,0	390,7	303,4	381,9
Diğer	24,4	23,9	23,6	28,1
Toplam	349,4	414,6	327,1	410,0

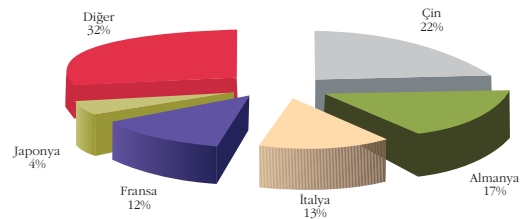
Tablo 25 : Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2009 yılındaki ekonomik kriz nedeniyle “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” ürün grubu ithalatında düşme görülmüş ancak ithalat 2010 yılında tekrar yükselişe geçmiştir.



Grafik 172 : Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

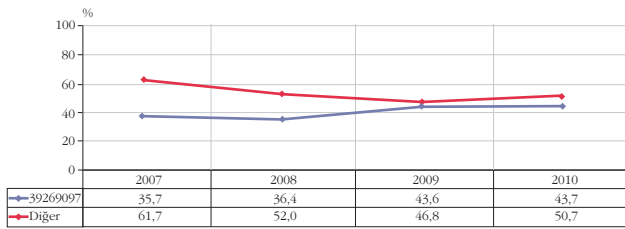
2010 yılında “Diğer plastik ürünler” grubu toplam ithalatı içinde %93,1 paya sahip olan “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” ürün grubunda en fazla ithalat Çin (%22) ve Almanya'dan (%17) yapılmıştır. İtalya (%13), Fransa (%12) ve Japonya (%4) en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke içindedirler. İthalatın %32'si diğer ülkelere gerçekleştirilmiştir.



Grafik 173 : Türkiye'nin Diğer Plastiklerden Yaprak, Film ve Şeritler (39269097) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.10.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

“Diğer plastik ürünler” grubu içinde en önemli dış ticaret hacmine sahip olan “Diğer plastiklerden yaprak, film/şeritler (39269097)” grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %43,7'e yükselmiştir.

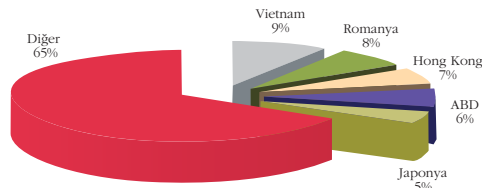


Grafik 174 : Türkiye'nin Diğer Plastik Ürünler Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2.3.10.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

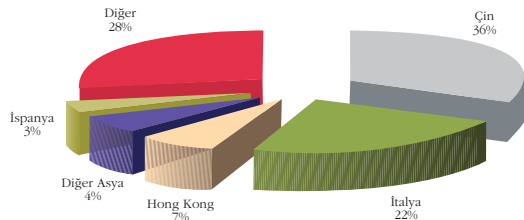
2009 yılında “Dış taban ve topuklar” grubunun Dünya ithalatı 1,2 milyar ABD Dolarıdır. Vietnam (%9), Romanya (%8), Hong Kong (%7), ABD (%6) ve Japonya (%5) en fazla ithalat yapan ilk beş ülkedir.



Grafik 175 : Dış Taban ve Topuklar (640620) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Dış taban ve topuklar” grubunda 2009 yılında dünyada en fazla ihracat Çin (%36) ve İtalya (%22) tarafından gerçekleştirilmiştir. Hong Kong (%7), Diğer Asya (%4) ve İspanya (%3) ihracatta ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 176 : Dış Taban ve Topuklar (640620) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Dış taban ve topuklar” grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı %1,14'den %0,76'a gerilemiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
640620	1.199	13,6	1,14	1.217	9,3	0,76

Tablo 26 : Dış Taban ve Topuklar Grubunda Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2.4. PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ REKABET GÜCÜ

Plastik ürünleri imalatı sanayi, son yıllarda çevre nedeniyle sorunlu bir sektör olarak algılanmasına karşın kullanımı giderek her alanda yaygınlaşan ürünleriyle vazgeçilmez niteliğe sahiptir. Uçak sanayinden tarıma kadar çok farklı sektörlerde girdi sağlayan plastik ürünleri imalatı sanayi ekonomik büyümeye de önemli katkıda bulunmaktadır. Dış ticaret fazlası veren bu sektörün rekabet gücünün artması, ekonomik kalkınmaya katkısını artıracaktır. Sektörün rekabet gücünün artırılabilmesi için rakip ülkelere göre güçlü yönlerinin korunması, zayıf yönlerinin ise geliştirilmesi gereklidir.

Sektörün rakip ülkelere göre temel girdilerde önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Hammadde bu girdilerin başında gelmektedir. Yurtiçi hammadde kaynaklarına erişim yanında tedarikte tekeli yapı en önemli darboğazlardan birisini oluşturmaktadır. Sektörün hammaddede dışa bağımlılığı sürerken hammadde maliyetleri, başta elektrik olmak üzere enerji maliyetleri ve kalitesi sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır.

Kalıp tedarikçisi bulunabilirliği, yerli makine tedarikçisi eksikliği ve nitelikli kalıpcı açığı sektörün rekabet gücünü ve yüksek katma değer yaratma gücünü olumsuz yönde etkileyen diğer etmenlerdir. Başta AB olmak üzere gelişmiş ülkelere göre işgücü maliyeti açısından daha avantajlı konumda olmasına karşın, aynı ürün gruplarında Çin, Hindistan ve benzeri ülkelere göre bu üstünlükten söz etmek olası değildir. Başta AB olmak üzere yönetim giderleri açısından sektörün rakiplerden daha iyi durumda olduğunu söylemek olasıdır. Bu faktör Türk Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi'nin rekabet gücünü artıran bir faktördür. Nüfusun demografik yapısı göz önüne alındığında, eğitimin sektördeki işgücü ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde iyileştirilmesi sonucunda AB ve diğer rakiplere karşı sektörün rekabet gücünü artırmada ayırıcı üstünlük yaratmak olasıdır.

Girişimcilik, esnek üretim becerisi, sektörde deneyim ve bilgi birikimi, lojistik altyapı ve kurumsallaşma sektörün rekabet gücünü artıran faktörler olarak görülmektedir. Ancak kalıp teknolojisi, kurumsal hafıza, kurulu kapasite, üretim teknolojisi ve sektörde işbirliği konularında eksikliklerin giderilmesi gereği bulunmaktadır. AR-GE ve ÜR-GE çabalarının eksikliği

ise rekabet gücünü olumsuz yönde etkilerken, sektörde katma değeri yüksek alanlara odaklanmayı da engellemektedir. Fiziki altyapıda kalite test merkezlerinin eksikliği kısa sürede çözümlenmesi gereken olumsuz bir faktördür. Girişimcilerin birlikte iş yapma, işbirliği ve ortaklık kurma konularındaki eksikliklerinin giderilmesi ve kurumsallaşma çabalarına ağırlık verilmesi sektörün rekabet gücünü önemli ölçüde artırabilecektir. İşbirlikleri ve ortaklıklar ölçek ekonomisi sorunu nedeniyle ortaya çıkan verimsizlik yanında, sermaye verimliliğini ve sermaye darboğazını da bir ölçüde çözümlemede yardımcı olacaktır.

Yatırımcı iklimi, yatırım ve diğer teşvikler sektördeki rakip ülkelere göre girişimcileri olumsuz yönde etkileyen ve rekabet gücü kaybına yol açan faktörler arasında yer almaktadır. Haksız rekabete yol açan kayıt dışılık, bürokrasi ve son yıllarda başarı sağlanmış olsa da krizlerle bozulan ekonomik istikrar ve döviz kuru politikaları uluslararası alanda rekabette sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Sektörde işyeri denetim ve belgelendirme işlemleri ise rakiplere göre daha etkindir.

Türk plastik ürünleri imalatı sanayinin en güçlü yönü ürün ve hizmet kalitesi faktörleridir. Ürün kalitesi ve ürün standartlarında rakiplere göre sektör daha iyi konumdadır. Sektör iç pazar potansiyeli, pazarlama çabaları, pazarlara yakınlık, coğrafi konum,

pazarlama ve satış giderlerinde rakiplere göre üstünlüğe sahiptir. Bu özellikler sektörün ihracatı sağladığı başarıda önemli rol oynamaktadır. Buna karşın başta AB olmak üzere ülke imajı rakiplere göre rekabet gücünü olumsuz etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Ülke imajının geliştirilmesi ve yeterli ölçüde yararlanılamayan ikili anlaşmalarda sektör ürün ve girdilerine yönelik çözümlerin üretilmesi sektörün uluslararası alanda rekabetine önemli katkı sağlayabilecektir.

Finansman, sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen en önemli ana faktörlerden birisidir. Özellikle son yıllarda finansman olanaklarının artması sektöre olumlu katkı sağlayabilecek niteliktedir. Ancak halen kredi maliyetlerinin rakip ülkelere göre yüksek olduğu da bir gerçektir. Yüksek finans maliyeti kadar sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen bir diğer faktör ise finans kaynaklarının kullanılması aşamasında karşılaşılan sorunlardır. Sermaye yetersizliği de göz önüne alındığında işletmeler için finansman sorununun uluslararası pazarlarda rekabette önemli olumsuzluklara neden olduğunu söylemek olasıdır.

Sektörün rekabet gücünü olumsuz etkileyen sorunlarının çözümlenmesi ve güçlü yönlerinin daha da iyileştirilmesi durumunda atılım yapması olasıdır. Uluslararası alandaki gelişmeler sektör için önemli fırsatlar sunmaktadır.

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Temel Girdiler; İnsan Kaynakları, Hammadde, Yarı Mamul vb.	- İşgücü Maliyeti - Yönetim Giderleri	- Hammadde Fiyatları - Hammadde Dışa Bağımlılık - Yurtiçi Hammadde Kaynaklarına Erişim ve Monopol Yapı - Enerji Maliyetleri; elektrik, vb. - Enerji Kalitesi - Nitelikli Teknik Eleman Bulunabilirliği - Nitelikli Kalıpcı Bulunabilirliği - Kalıp Tedarikçisi Bulunabilirliği - Yerli Makine Tedarikçisi Bulunabilirliği
Fiziki, Teknolojik, Kurumsal Alt Yapı (sektör)	- Esnek Üretim Becerisi - Kurumsallaşma - Sektörde Deneyim / Bilgi Birikimi - Lojistik Altyapı - Girişimcilik	- Üretim Teknolojisi - Kurulu Kapasite - Kalıp Teknolojisi - AR-GE ve ÜR-GE Çabaları - Yurt İçi Uluslararası Kalite Test Merkezleri - Sektörde İşbirliği - Reçete Paylaşımı, Kurumsal Hafıza
Yasal Altyapı, Teşvikler ve Düzenleyici Mekanizmalar	İşyeri Belgelendirme ve Denetim	- Yatırımcı İklimi - Yatırım ve Diğer Teşvikler - Kayıt Dışılık - Bürokrasi - Ekonomik İstikrar
Ürün / Hizmet Kalitesi ve Pazarlama	- Ürün Kalitesi - Ürün Standartları - İç Pazar Potansiyeli - Pazarlama Çabaları - Pazarlama ve Satış Giderleri - Coğrafi Konum / Pazarlara Yakınlık	- Ülke İmajı - İkili Anlaşmalar (Tedarik / Satış)
Finansman	Finansman Olanakları	- Kredi Maliyeti - Krediye Erişim / Kullanma Olanığı - Sermaye Yeterliliği

Tablo 27 : Türkiye Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Güçlü ve Zayıf Yönler Analizi

Plastik ürünleri imalatı sanayinin girdi sağladığı inşaat ve otomotiv sanayinde Türkiye'nin uluslararası oyuncu olma eğilimi sektörün gelişmesine önemli katkılar sağlayacak niteliktedir. Yakın ve komşu pazarlarda ülke yönetimlerinde yaşanan değişim sonucu bu ülke ekonomilerinde ve dış ticaret rejimlerinde liberalleşme eğilimi sektör için fırsatlar yaratabilecektir.

Tüm olumsuz algılamalara karşın hafiflik ve esneklik nedeniyle sektör ürünlerini daha yaygın biçimde kullanma eğilimi mevcuttur. Plastik ve kompozit ürünler enerji tasarrufu amacıyla; otomotivden, inşaat, uzay araçlarından beyaz ve kahverengi eşyaya yaygın kullanım alanı bulmaktadır. Kara, deniz, hava taşıt araçları vb. birçok üründe daha çok parça plastik ve polimer kompozit ürünlerden yapılarak enerji tasarrufu amaçlanmaktadır. Ambalaj malzemelerinde kendini yok eden ürünlerle çevre sorunu aşılıma çalışılmaktadır. AR-GE'ye dayalı katma değeri yüksek ürünler için pazarda yeni fırsatlar doğmaktadır.

Bölge ülkelerinde uluslararası sermayenin petrokimya alanındaki yatırım eğilimi ise hammaddeye erişim ve güvencesi açısından sektör için önemli bir fırsat niteliğindedir.

Tüm bu olumlu eğilimler yanında çevreye duyarlılığın artması sektör ürünleri için tehdit niteliğini taşımaktadır. Özellikle ambalaj sektöründe bu eğilim

giderek daha yaygın biçimde hissedilmektedir.

Türk plastik ürünler imalatı sanayi için en önemli tehditlerden birisi yurt içinde hammadde üretimi alanında yeni ve yenileme yatırımları konusunda lisans, yüksek sermaye gereksinimi vb. nedenlerle yatırım yapılamaması sorununun sürmesidir. Eğilimin değişmemesi durumunda sektörün temel girdilerde dışa bağımlılığı devam edecektir. Bu nedenle hammadde alanında rekabetçi ortamı yaratabilecek yatırımların özendirilmesi gereği açıktır.

Plastik ürünleri imalatı sanayinin üretimde katma değeri imalat sanayi ortalamasından düşüktür. Sektör için en önemli tehditlerden birisi işletmelerin AR-GE'ye yatırım ve harcama yapma konusundaki isteksizliğinin sürmesi eğilimidir. Bu eğilimin değişmemesi katma değeri yüksek ürünlere geçişin sağlanamaması sorununı yaratabilecektir. Bu durum ise sermaye birikimi yapamayan sektörün gelecekte önemli kayıplarla karşılaşmasına ve yeni teknolojileri edinmede sorun yaşamasına neden olabilecektir.

Çevre ülkelerde yaşanan ülke yönetimlerindeki değişimin istikrara kavuşmaması Türk plastik ürünleri imalatı sanayi için çok önemli bir tehdit niteliğindedir. Kısa dönemde bu pazarlara odaklanmış işletmelerin önemli sorunlar yaşaması olasıdır. Bu ülkelerde kısa sürede istikrarın sağlanamaması durumunda ise önemli pazar ve ihracat kayıplarının oluşması söz konusudur.

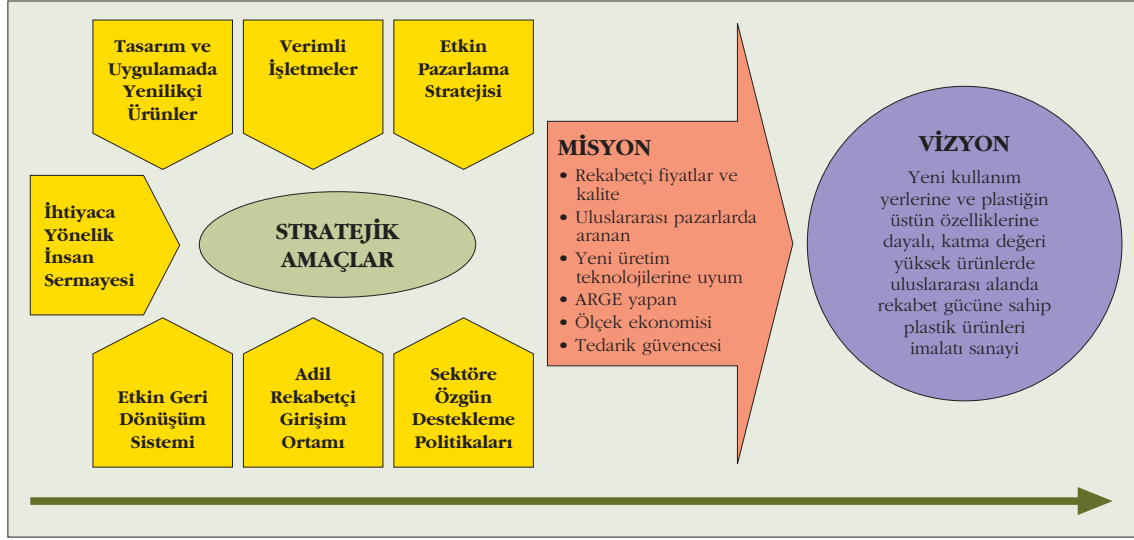
Fırsatlar	Tehditler
- Türkiye'nin otomotiv, beyaz eşya, gıda v.b. girdi kullanan sektörlerinin öncü olma özelliği ve büyüme eğilimi - Türk inşaat sanayinin ulusal ve uluslararası alanda gelişimi - Hedef pazar ülkeleri olan Kuzey Afrika ve Orta Doğu ülkelerinde yaşanan olumsuz gelişmeler sonrası ekonomilerinde ve dış ticaret rejimlerinde liberalleşme olasılığı - Uluslararası alanda tüm sektörlerde enerji tasarrufuna yönelik hafif malzeme kullanma eğilimi - Çevre ülkelerdeki hammadde alanına uluslararası sermayenin yatırım yapma eğilimi	- Çevre ile ilgili duyarlılığın giderek artması sonucu sektör ürünlerinden kaçış eğilimi - Yurt içinde hammadde üretimine yönelik yatırım sorununun; lisans, sermaye gereksinimi vb. nedenlerle sürme olasılığı - Hedef Pazar ülkeleri olan Kuzey Afrika ve Orta Doğu ülkelerinde yaşanan olumsuz gelişmeler - Sektördeki teknoloji ve AR-GE alanındaki yatırımlara yönelik çabalarındaki yetersizliğin sürme eğilimi - AB'ye uyumda çevre yönetimi yatırımlarının getireceği ek maliyetler

Tablo 28 : Türkiye Plastik Ürünleri İmalatı Sanayi Fırsatlar ve Tehditler Analizi

2.5. PLASTİK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ STRATEJİLERİ

Türkiye plastik ürünler imalatı sanayi ekonomik gelişme sürecini ve inşaat, gıda, tarım vb. sektörlerle sağladığı girdilerle bu sektörlerin rekabet gücünü önemli ölçüde etkilemektedir. Plastik ürünler imalatı sanayinin; “yeni kullanım yerlerine ve plastiğin üstün özelliklerine dayalı katma değeri yüksek ürünlerde uluslararası alanda rekabet gücüne sahip” bir yapıya kavuşturulması temel amaç olmalıdır.

Sektör için rekabetçi fiyatlarla, kaliteli, uluslararası pazarlarda aranan, hızlı gelişen teknolojiye uyumlu, uluslararası düzeyde AR-GE yapan, ölçek ekonomisini yakalamış ve tedarik güvencesini sağlamış plastik ürünler imalatçısı olmak temel amaç çerçevesindeki hedefleri oluşturmaktadır.



Plastik ürünleri imalatı sanayinin tedarik güvencesi önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Bölge ülkelerinde yapılan ve yapılması planlanan yatırımlar sektörün bu sorununun çözümüne katkı sağlasa da rekabetçi bir yapı için yurt içinde yatırımların teşvik edilmesi zorunludur. Katma değeri yüksek ürünlerde odaklanma AR-GE çabalarını gerekli kılmaktadır. Bu çabalar için gerekli finans kaynağını bulmak ise birçoğu küçük ve orta ölçekli olan sektör işletmeleri için güç gözükmemektedir. Bu nedenle işletmelerin kendi aralarında ya da tedarikçisi oldukları işletmelerle ortak AR-GE çabalarına yönelmeleri ve ölçek ekonomisi için ortaklık, işbirliği, yabancı ortaklık gibi arayışlara ağırlık vermeleri gerekmektedir.

Plastik ürünler imalatı sanayinin belirlediği hedeflere ulaşabilmesi için insan kaynakları, tasarım ve uygulamada yenilikçi ürünler, geri dönüşümde etkinlik gibi birçok alanda düzenleme ve iyileştirmeler yapılması gerekmektedir.

Sektöre Özgü Destekleme Politikaları

Sektör rekabet gücünü sürdürebilmek için üretim alanındaki yeni teknolojilere yatırım yapmak zorundadır. Tedarikçilerin rekabet gücü de sektörün rekabet gücünü çok önemli düzeyde etkilemektedir. Bu nedenle kalıpcılık, petrokimya vb. tedarikçilerin de sektörün uluslararası alanda söz sahibi olabilmesi için özendirilmesi gereği açıktır. İhracat ve AR-GE destekleri ise sektör için hayati önem sahiptir. Tüm desteklerin yaygın, çeşitlendirilmiş ve kolay erişilebilir olması gereği açıktır. Sektöre özgün destekleme politikaları için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Sektörün yenileme, yeni teknoloji (robotik), enerji tasarrufu v.b. alanlardaki yatırımlarının desteklenmesi ve özendirilmesi.

- Kalıpcılık sektörüne özel önem verilmesi ve bu alandaki yatırımların desteklenmesi.
- Elektrik başta olmak üzere enerji fiyatlarının dünya fiyatlarıyla rekabet edici düzeylere çekilmesi.
- Plastik hammadde üretimi yatırımları için lisans başvuru, değerlendirme v.b. süreçlere yönelik bürokrasinin ve yatırım ortamının iyileştirilmesi. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yürüttüğü "Girdi Tedarik Stratejisi" çalışmasında da yer alan pvc, poletilen, polipropilen vb. hammadde üretimine yönelik yatırımların öncelikli olarak teşvik edilmesi.
- Serbest ticaret anlaşmalarında hammadde tedarikinde plastik ürünleri imalatı sanayinin ihtiyaçlarına önem verilmesi.

Yukarıda çeşitli alanlarda sıralanan stratejik hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için geliştirilecek eylem planına bağlı olarak ilgili kurum ve kuruluşların üzerlerine düşen görevleri yerine getirmesi gereklidir.

Sektörde Geri Dönüşüm Sisteminin Etkinliğinin Artırılması

Plastik ürünleri imalatı sanayi toplam üretim maliyetleri içinde hammadde önemli bir yüzdeye sahiptir. Kullanılan ürünlerin geri dönüşümünün sağlanması üretim maliyetlerini ve enerji kullanımını düşürmede önemli rol oynamaktadır. Plastik ürünlerin geri dönüşüm sisteminin gözden geçirilmesi ve iyileştirilmesi gereklidir. Bunun için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Başta yerel yönetimler olmak üzere tüm ilgili kurumların kullanım dışı kalan geri dönüştürülebilir atık plastik ürünlerin kaynakta ayrılması ve ayrı toplanması konusunda gerekli önlemleri alması.

- Geri dönüşümde sınıflandırma ve değerlendirme işlemlerine yönelik yatırımların özendirilmesi.
- İlgili kurum ve kuruluşların kamuoyunu geri dönüşüm konusunda eğitmeleri ve bilinçlendirmesi.

Adil, Hızlı ve Rekabetçi Bir Girişim Ortamı

Düzenleyici mekanizmalar girişimcilerin adil bir ortamda rekabet edebilmesini sağlayacak biçimde oluşturulmalı ve uygulanmalıdır. Bu konuda merkezi ve yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Hammadde tedarik sürecinde tekeli uygulamalara izin verilmemelidir. Adil, hızlı ve rekabetçi bir girişim ortamı için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Sektörde haksız rekabete yol açan kayıt dışılığın ve standart dışı üretimin önlenmesi.
- İhracatçının mesai saatleri içinde ulaşım, trafik sınırlamaları vb. nedenlerle karşılaştığı güçlük, maliyet ve sınırlamaları ortadan kaldırabilmek için ek bir bedel talep etmeden Gümrüklerin 24 saat çalışmasının sağlanması, ihracat işlemlerinden alınan vergi, resim, harç vb. maliyetlerin gözden geçirilerek bu yüklerin azaltılması.
- “Çalışma ruhsatı” vb. işlemlerin kolaylaştırılması.
- TSE'nin işlevlerinin gözden geçirilmesi, belge yenileme ve kullanımlarının sorgulanması, standart dışı üretimin engellenmesi ve cezalandırılması, ölçek gözetmeksizin belge başına alınan TSE belgesi ücretlerine adil bir ücret uygulama sisteminin getirilmesi.
- Hammaddelerde anti damping uygulamasında referans fiyat olarak uluslararası piyasalarda oluşan fiyatların göz önüne alınması ve yerel tedarikçilerin pazara hakimiyetini önleme konusunda hassas davranılması.
- Tasarım haklarının korunması, bu konudaki yasal süreçler hızlandırılarak kararların en kısa sürede verilmesi ve hak sahiplerinin mağduriyetlerinin önlenmesi.
- Kentsel planlamada konut ve sanayi bölgeleri arasındaki ulaşım öncelik verilmesi, sanayi bölgelerine işgücünün kolay ve ucuz erişimini sağlayacak ulaşım altyapısının ivedilikle gerçekleştirilmesi ve “toplu taşıma” olanaklarının sanayi bölgesine yönlendirilmesi.

Tasarım ve Uygulamada Yenilikçi ve Yeni Kullanım Alanlarına Yönelik Ürünler

AB, Çin, Uzak Doğu ülkeleri ve diğer rakipler ile

rekabette Türk plastik ürünleri imalatı sanayinin tasarım ve uygulamada yenilikçi, yeni kullanım alanlarına yönelik, kaliteli ürünleri üretme yetkinliklerini artırması sektöre ayırıcı üstünlük yaratabilecektir. Yeni kullanım alanlarına yönelik, tasarım ve uygulamada yenilikçi ürünler için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Çevre sorunlarına önem vererek bu sorunu aşmaya yönelik yeni ürünler için AR-GE çabalarına odaklanılması.
- Maliyeti daha düşük olan geri dönüşüm ürünlerinin hammadde olarak yeni ürünlerde kullanımına yönelik AR-GE çabalarına ağırlık verilmesi.
- İşletmeler arasında rekabet öncesi AR-GE vb. işbirliklerinin geliştirilmesi. Birlikte yapma ve başarıma kültürünün benimsenmesi.
- Endüstriyel tasarıma ve yenilikçiliğe özel önem verilmesi ve geliştirilmesi.
- Ortak tasarım amacına yönelik olarak yerli kalıp ve makine tedarikçileri ile işbirliği ve ortak projelerin geliştirilmesi.
- Ortak tasarım amacına yönelik olarak girdi sağladığı (tedarikçisi olduğu) gıda, inşaat, tarım, otomotiv vb. sektörlerle işbirliği ve ortak projelerin geliştirilmesi.
- Polimer kompozitleri alanında üniversite ve sanayi işbirliği ve ortak projelerin geliştirilmesi.

Sektörde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Verimliliklerinin Arttırılması

Türk plastik ürünleri imalatı sanayi genel olarak üretimde katma değer payı açısından sorun yaşamaktadır. Bir başka anlatımla yeterli sermaye birikimi yaratamamaktadır. İşletme ölçeklerinin küçük oluşu, teknolojik yetersizlikler, işletme ölçeğine bağlı olarak tedarik maliyetlerindeki olumsuzluklar gibi birçok faktör verimsizliğin temel nedenleri olarak öne çıkmaktadır. İşletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için toplam faktör verimliliklerinin artırmasına yönelik hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- İşletmelerin verimliliklerini arttırabilmek için kurumsallaşma çabalarına ağırlık vermesi, iş süreçlerini iyileştirmesi.
- Ölçek ekonomisi ve yeni teknoloji kullanımını sağlayabilmek için birleşme, satın alma, işbirliği seçeneklerinin değerlendirilmesi, işbirliği kültürünün geliştirilmesi.

- Çalışanların eğitimine ağırlık verilmesi.
- Teknoloji yenilemeye dönük yatırımlar için orta ve uzun vadeli finansman olanaklarının geliştirilmesi ve erişimin kolaylaştırılması.
- Sermaye yapısının güçlendirilmesine yönelik yerli-yabancı yatırımcılarla ortaklıklar, işbirliği olanakları, birleşmeler gibi uygulamaların özendirilmesi.

Etkin Pazarlama ve İletişim Stratejileri

Uluslararası pazarlarda başarılı olabilmek için doğru ürünün doğru pazarda konumlandırılması gereklidir. Türkiye coğrafi konumu açısından sektörün gelişmesine katkı sağlayacak ülkelere yakınlığı ile önemli bir avantaja sahiptir. Bu potansiyelden yararlanabilmek için işletmelerin ürün, dağıtım kanalı ve tutundurma stratejilerini etkin biçimde geliştirmeleri gereklidir. Bu stratejilerin söz konusu pazarlarda ülke imajına yönelik iletişim stratejileriyle desteklenmesi gereği bulunmaktadır. Etkin pazarlama ve iletişim stratejileri için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Türkiye coğrafi konumu itibarıyla sektörün girdi sağladığı, inşaat, tarım, gıda, otomotiv vb. sektörlerde önemli pazarların ortasında yer almaktadır. Coğrafi konumunun da verdiği üstünlüğü göz önüne alarak hedef pazarların belirlenmesi ve bu pazarlara odaklanılması.
- Türk plastik ürünlerinin mevcut pazarlarında ve odaklanılacak yeni pazarlarda imalat sanayi ürünlerinin tanıtımı yanında Türk malı imajının geliştirilmesi, iyileştirilmesinin sağlanması. Bu amaca yönelik uygulamaların desteklenmesi.
- Sektör ile ilgili ülke imajının geliştirilmesine yönelik fuar, ticari gezi vb. etkinliklere ağırlık verilmesi, yurt dışı temsilciliklerin desteğinin sağlanması.

Sektör İhtiyaçlarına Yönelik İnsan Sermayesi

Tüm sektörlerde olduğu gibi plastik ürünleri imalatı sanayinde de insan sermayesinde nitelik açısından sorunlarla karşılaşmaktadır. İnsan sermayesi sektörde rekabet gücünü belirleyen en önemli faktördür. Türkiye demografik yapısı göz önüne alındığında insan sermayesi açısından rekabet gücü yüksek bir ülkedir. Teknik alanda eğitimin cazip olması ise önemli ayrıcalıklardan birisidir. Gelişmiş ülkelerde teknik alanda eğitime talep giderek azalmakta ve demografik yapı nedeniyle de sektörde istihdam edilecek insan kaynağı sınırlı kalmaktadır. Bu gelişme sektörde Türkiye açısından gelecekte üstünlük

yaratabilecek en önemli fırsatlardan birisi olarak ön plana çıkmaktadır. Sektör ihtiyaçlarına yönelik insan kaynaklarının geliştirilebilmesi için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Sektörde tasarım ve üretimde ihtiyaç duyulan niteliklere sahip insan kaynağı için “teknik eğitimin”; meslekler, kapsam, içerik vb. konularda gözden geçirilmesi ve iyileştirilmesi. Uygulamaya dönük kumpas tutan, göz ölçüsü alabilen insan sermayesine dönük “mesleki eğitime” ağırlık verilmesi.
- Kalıp, kalıp teknolojileri ve kalıpcılık konusuna özel önem verilmesi, sanayi ve orta-yüksek eğitim kurumları arasında işbirliğinin geliştirilmesi. Türkiye'nin bu alanda uygulanacak eğitim programları ile insan sermayesi açısından ayrıcalıklı konuma getirilmesi.
- Sektöre özgün endüstriyel tasarım alanında insan sermayesinin geliştirilmesi çabalarına ağırlık verilmesi.
- İşletmelerin çalışma ortamlarının iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve sektörün nitelikli insan kaynakları açısından çekim merkezi konumuna getirilmesi.

3. KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi başta otomotiv olmak üzere, ayakkabı, giyim gibi sektörlerin yanında boru, hortum, taşıma bantları, kayışlar vb. ürünlerle imalat sanayinin birçok sektörüne ara malı üretmektedir. Sektörün bir diğer özelliği ürünlerinin birçoğunun aynı zamanda yenileme pazarına yönelik olması nedeniyle nihai ürün niteliğini taşımasıdır.

NACE 1 gruplandırmasında, Kauçuk Ürünleri İmalatı 251 kodu altında toplanmaktadır. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi alt sektörleri ise;

- 2511. İç ve dış lastik imalatı
- 2512. Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi
- 2513. Diğer kauçuk ürünleri imalatı

olarak sıralanmaktadır.

İç ve dış lastik imalatı alt sektöründe; araçlar, donanımlar, hareketli makineler, uçaklar, oyuncaklar, mobilyalar ve diğer kullanımlar için tekerlek lastiği imalatı ile iç lastik imalatı yer almaktadır.

Değiştirilebilir dış lastik (lastik tabanı), lastik yanakları, lastiklerin kaplanması için “sırt geçirme” şeritleri ve benzerlerinin imalatı ile lastiğin yeniden işlenmesi ve sırt geçirilmesi imalatı ikinci alt sektörün altında yer almaktadır. NACE 2 gruplandırmasında ise ilk iki alt sektör 22.11 kodu ile “İç ve dış lastik imalatı; lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi” olarak gruplanmıştır.

Üçüncü alt sektör çok farklı alanlarda kullanılan vulkanize edilmiş ve edilmemiş kauçuk ürünlerini kapsamaktadır. Bu ürünler içinde; i) ipler, levhalar, tabakalar, şeritler vb. ii) borular, pipetler, hortumlar v.b. iii) kauçuk taşıma veya kasnak bağları ya da kayışları iv) kauçuk tabanlar ve ayakkabıların diğer kauçuk parçaları. v) kauçuktan halka, bağlantı parçaları ve contalar yanında kauçuktan dokuma, giysi aksesuarları gibi çok farklı kauçuk ürünleri bulunmaktadır.

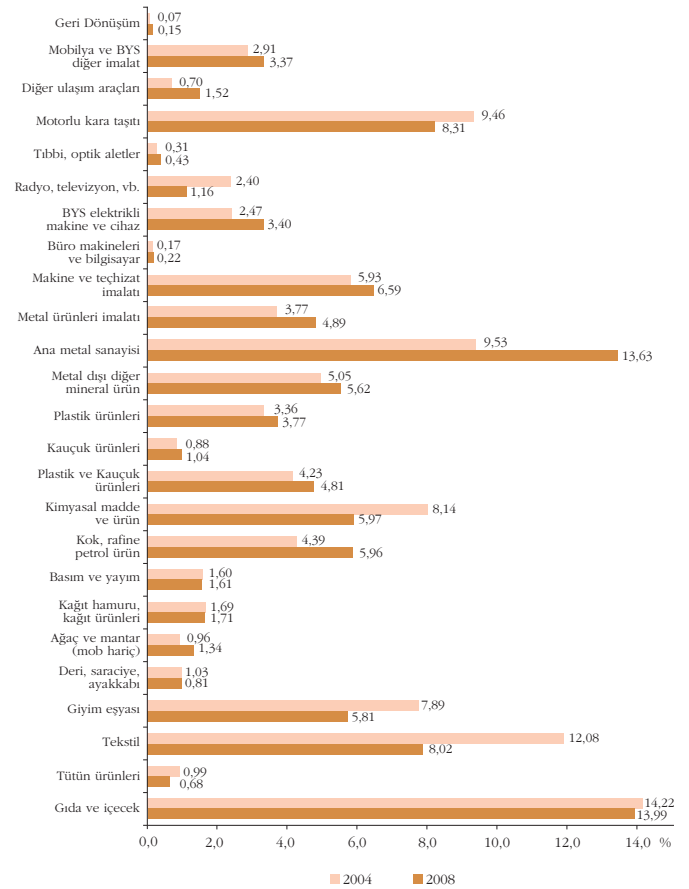
3.1. SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELERİ

3.1.1. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi

Sektörlerin üretim büyüklükleri ve imalat sanayi içindeki payları ekonomideki önemini ortaya koyan

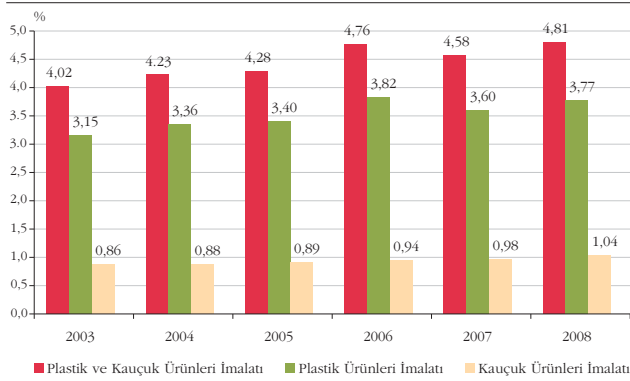
göstergelerden birisidir. Üretim değerlerinin imalat sanayi içindeki payı ve gelişimi bu açıdan önemlidir. NACE 1 gruplandırmasında “Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı” sanayi ile birlikte 23 ana sektör yer almaktadır. Kauçuk ürünleri imalat sanayi, plastik ve kauçuk ürünleri sanayinin alt sektörü olarak daha dar bir ürün grubunu kapsamaktadır. Buna karşın 2008 yılında üretim açısından imalat sanayi ana sektörleri ile karşılaştırıldığında; tütün ürünleri, deri ve ayakkabı, büro makineleri ve bilgisayar, tıbbi ve optik aletler gibi sektörlerden daha yüksek paya sahiptir.

2004 yılında imalat sanayi üretimi içinde %0,88 paya sahip olan sektörün, 2008 yılında bu payını %1,04 düzeyine çıkardığı görülmektedir. Sektörün tedarikçisi olduğu ve sektör üretimini önemli ölçüde etkileyen motorlu taşıtların, imalat sanayi üretimindeki payının 2004 yılında %9,46'dan 2008 yılında %8,31 düzeyine gerilediği düşünüldüğünde üretimde sağlanan başarının önemi ortaya çıkmaktadır. Bu başarıda iç ve dış lastik imalatı dışında kalan kauçuk ürünleri imalatı etkin rol oynamıştır.



Grafik 177 : Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Üretimindeki Payları (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Sektörün 2003 ve 2008 yılları arasındaki üretiminin gelişimine bakıldığında, imalat sanayi içindeki payı 2008 yılında %1,04 ile en yüksek düzeyine çıkmıştır. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi 2003 ile 2008 yılları arasında imalat sanayi üretimi içindeki payını sürekli olarak artırma başarısını göstermiştir. Bu bulgu dönem içinde kauçuk ürünleri imalatı sanayinin üretiminin, imalat sanayi ortalamasından daha hızlı arttığını ortaya koymaktadır.

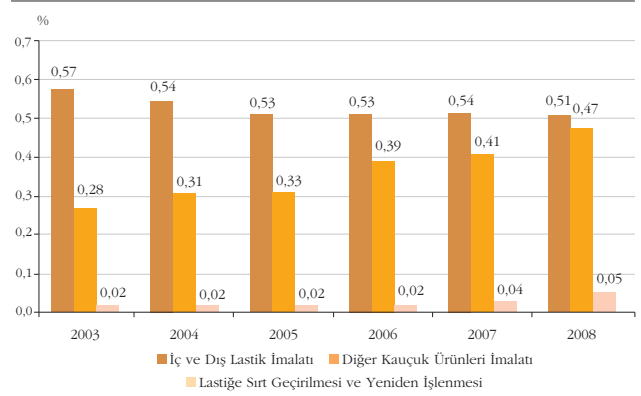


Grafik 178 : Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Üretimde imalat sanayi içindeki paylar alt sektörler göre incelendiğinde iç ve dış lastik imalatı alt sektörünün, diğer alt sektörler göre daha yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu alt sektörün 2007 yılı hariç, 2003 yılı ile 2008 yılları arasında imalat sanayi üretimindeki payı gerilemiştir. 2003 yılında imalat sanayi üretiminde %0,57 olan iç ve dış lastik imalatının payı 2008 yılında %0,51 düzeyinde kalmıştır.

Diğer kauçuk ürünler imalatı alt sektörü ise bu dönemde imalat sanayi üretimi içindeki payını sürekli olarak artırma başarısını göstermiştir. Söz konusu alt sektör, 2003 yılında %0,28 olan imalat sanayi üretimindeki payını %68 oranında artırarak 2008 yılında %0,47 düzeyine çıkarma başarısını göstermiştir. Bu bulgu dönem içinde diğer kauçuk ürünler imalatı alt sektörünün, imalat sanayi üretim artış ortalamasına göre çok yüksek bir performans gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi üretiminin imalat sanayi üretimi içindeki payı çok düşük düzeylerde. Ancak söz konusu alt sektör düşük payına karşın 2007 yılında geçmiş dönemlere göre imalat sanayi üretimi içindeki payını iki kat artırmıştır. İmalat sanayi üretimi içinde 2003 ile 2006 yılları arasında %0,02 olan payını 2007 yılında %0,04'e çıkarmıştır. Aynı oran 2008 yılında ise bir önceki döneme göre %25 artarak %0,05 olmuştur. Bu gelişme imalat sanayi ortalamasına göre alt sektörün üretiminde son yıllarda önemli gelişmeler sağlandığını göstermektedir.

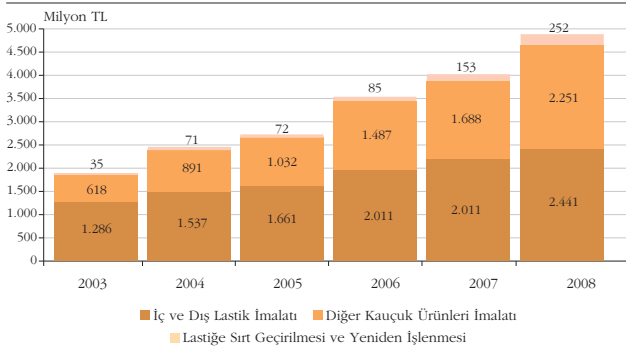


Grafik 179 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Üretimindeki Payı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

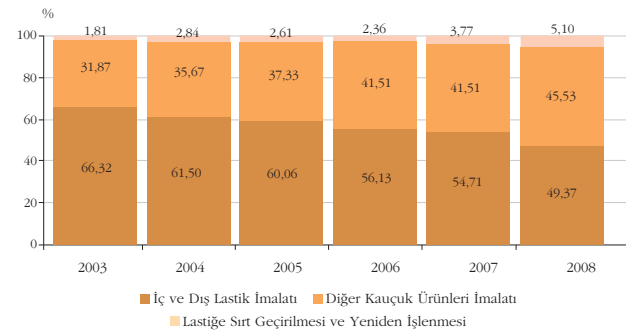
Kauçuk ürünleri imalatı sektöründe iç ve dış lastik imalatı ilk sırada yer almaktadır. Cari fiyatlarla üretim değeri artsa da sektör içindeki ağırlığı giderek azalmaktadır. Sektör üretimi içinde 2003 yılında %66,32 olan payı sürekli gerileyerek %49,37 düzeyine düşmüştür. Bu bulgu, iç ve dış lastik imalatı alt sektörünün, kauçuk ürünleri imalatı sektörünün diğer alt sektörlerinde üretimde yaşanan gelişmeleri yakalayamadığını göstermektedir. İç ve dış lastik imalatı sektörünün motorlu kara taşıtları üretimi ile ilişki düzeyi çok yüksektir. Motorlu taşıtların söz konusu dönemde imalat sanayi üretimindeki payları 2003 yılında %7,73 olurken daha sonra 2004 yılında %9,46 düzeyine erişmiş ve 2005 yılında %9,22 olarak gerçekleşmiştir. 2006 yılında %8,96 düzeyine gerileyen bu oran 2007 yılında %9,20 ve 2008 yılında ise %8,31 olmuştur. İç ve dış lastik imalatı sanayinin yerli motorlu kara taşıtları üretimi ile yüksek ilişkisi dikkat çekicidir. Motorlu kara taşıtları ithalatı düşünüldüğünde iç ve dış lastik imalatının yenileme pazarındaki payının sorgulanması gereği ortaya çıkmaktadır.

Diğer kauçuk ürünleri, üretim açısından kauçuk ürünleri imalat sanayinde ikinci sırada yer almaktadır. Bu sektörün kauçuk ürünleri sanayi üretimindeki payı dönem içinde sürekli artmıştır. Sektörün üretiminin kauçuk ürünleri imalatı sanayi içindeki payı 2003 yılında %31,87 düzeyinden 2008 yılında %45,53 düzeyine çıkmıştır. Bu bulgu söz konusu alt sektörün, gerek imalat sanayi gerekse toplam kauçuk ürünleri imalatı sanayi üretimine göre yüksek performans gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi imalatının, 2003 yılından bu yana kauçuk ürünleri imalatı sektöründe ağırlığını artırdığı görülmektedir. Kauçuk ürünleri imalat sanayi üretimi içinde 2003 yılında %1,81 paya sahip olan bu sektör 2007 yılında payını %3,77 ve 2008 yılında %5,1 düzeyine çıkarma başarısını göstermiştir.



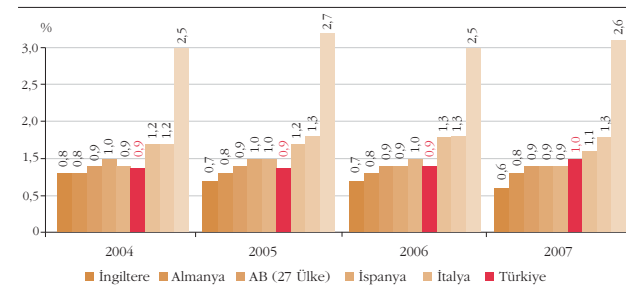
Grafik 180 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim (Milyon TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



Grafik 181 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Üretiminin Alt Sektörlere Göre Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Kauçuk ürünler imalatı sanayi Türkiye imalat sanayi içinde yaklaşık %1 düzeyinde bir paya sahiptir. 2004 yılında imalat sanayi içinde %0,88 olan payını 2005 yılında %0,89 ve 2006 yılında ise %0,94 düzeyine çıkarmıştır. 2007 yılında ise %0,98 paya sahip olmuştur. İmalat sanayi üretimi içindeki payı açısından Türkiye kauçuk ürünler imalat sanayinin payı 2007 yılı hariç AB 27 ortalaması düzeyindedir. 2007 yılında ise AB 27 ortalamasının üstüne çıkmıştır. Karşılaştırma yapılan 7 AB-27 ülkesi arasında Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Fransa'dan sonra dördüncü sıraya yerleşmiştir.

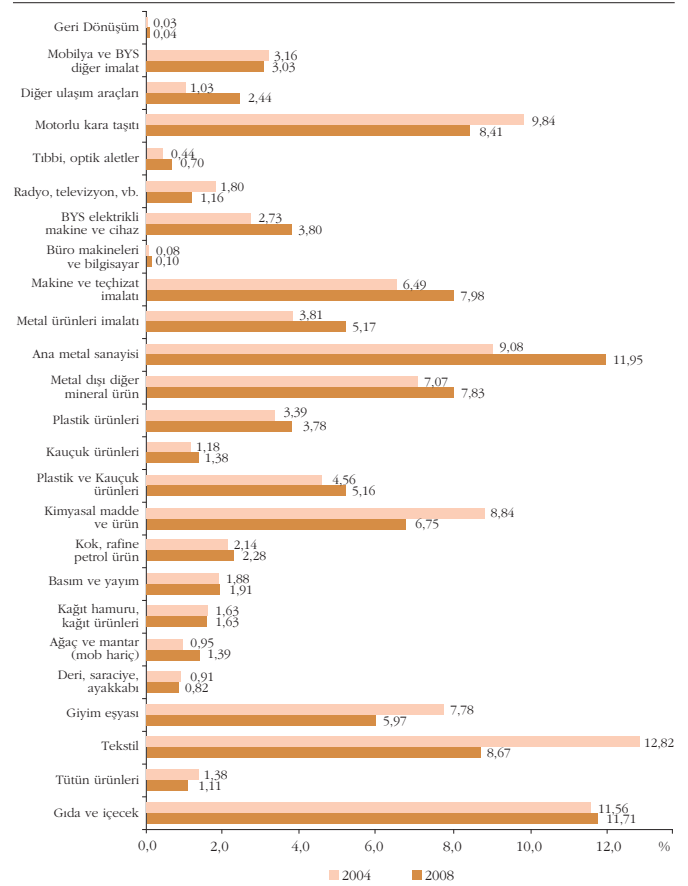
Kauçuk ürünleri imalat sanayinin imalat sanayi üretimindeki payı İtalya, İspanya, Almanya, İngiltere gibi AB ülkelerinden daha yüksektir.



Grafik 182 : Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Payı (%)
Kaynak : EUROSTAT ve TÜİK, İş İstatistikleri

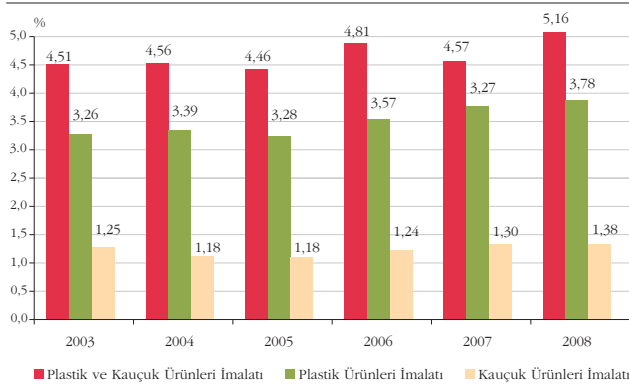
3.1.2. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin imalat sanayi katma değeri içindeki payı üretimdeki payından çok daha yüksektir. İmalat sanayi üretimindeki payı açısından içinde bulunduğu plastik ve kauçuk ürünleri sanayi hariç 22 ana sektör arasında 17. sırada yer alırken, katma değerdeki payı açısından ise 16. sıraya yükselmektedir. Diğer yandan kauçuk ürünleri sanayi, imalat sanayi katma değeri içinde payını artıran sektörler arasında bulunma özelliğini de taşımaktadır. Söz konusu sektör 2004 yılında %1,18 olan katma değer içindeki payını 2008 yılında %1,38 düzeyine çıkarmıştır.



Grafik 183 : Alt Sektörlerin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payları (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

2003 yılında imalat sanayi katma değerinden %1,25 pay alan sektörün 2004 ve 2005 yıllarında payı %1,18 düzeyine gerilemiştir. 2006 yılında %1,24 ile imalat sanayi katma değeri içindeki payını artıran kauçuk ürünleri imalatının yakaladığı bu ivme, 2007 ve 2008 yıllarında da devam etmiştir. Sektörün katma değerdeki payı 2007 yılında %1,30 ve 2008 yılında %1,38 olmuştur. Dikkat çeken bir nokta sektörün dönem içinde imalat sanayi katma değeri içindeki payının üretim içindeki payından yüksek olmasıdır. İmalat sanayi içinde katma değerini artırması ise sektörün katma değer artışının imalat sanayi ortalamasına göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.



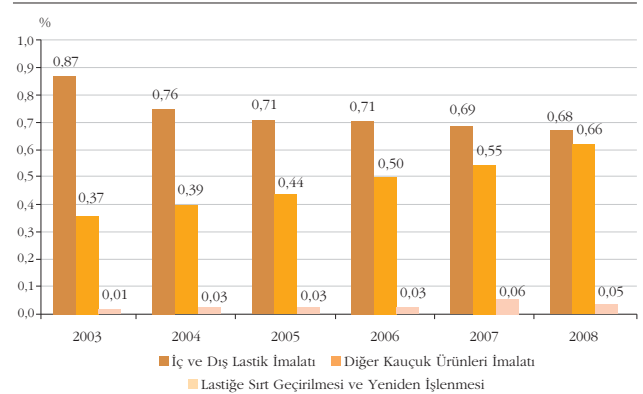
Grafik 184 : Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payı (Faktör Maliyetleriyle, %)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

İç ve dış lastik imalatı alt sektörü, üretimde olduğu gibi imalat sanayi katma değerindeki payı açısından da kauçuk ürünleri imalat sanayi içinde ilk sırada gelmektedir. Bu sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı giderek azalmaktadır. Sektörün 2003 yılında %0,87 olan payı, tüm yıllarda gerileyerek 2008 yılında %0,68 düzeyine düşmüştür. İç ve dış lastik imalatının da imalat sanayi katma değerindeki payı üretimdeki payından daha yüksektir. Ancak bu fark giderek azalmaktadır.

İmalat sanayi katma değerindeki pay açısından ikinci sırada yer alan diğer kauçuk ürünleri imalatı, katma değer payını üretimde olduğu gibi sürekli artırmıştır. Bu alt sektörün 2003 ile 2008 yılları arasında imalat sanayi katma değerindeki payı, üretimdeki payından yaklaşık %50 daha yüksek olmuştur. 2003 yılında imalat sanayi katma değerindeki payı %0,37 olan diğer kauçuk ürünleri imalatı alt sektörünün payı 2008 yılında %0,66 olarak gerçekleşmiştir.

Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi katma değer açısından üçüncü sıradadır. Bu sektörün imalat sanayi katma değeri içindeki payı 2003 yılı ile 2008 yılları arasında %0,01 den %0,05'e çıkmıştır. Sektörün 2003 yılı hariç imalat sanayi katma değeri içindeki payı, üretim içindeki payından daha yüksek olmuştur. Sektör üretim ve katma değer olarak diğer alt sektörlerle göre oldukça düşük bir değere sahiptir.

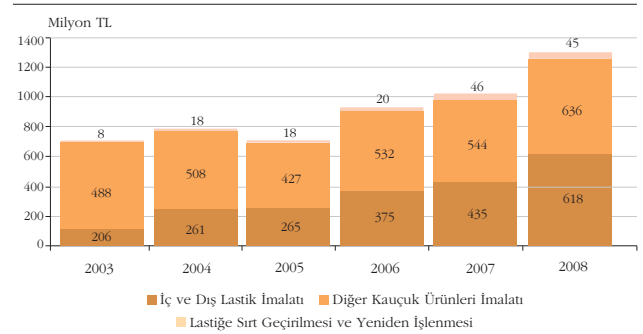


Grafik 185 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinin İmalat Sanayi Katma Değerindeki Payı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

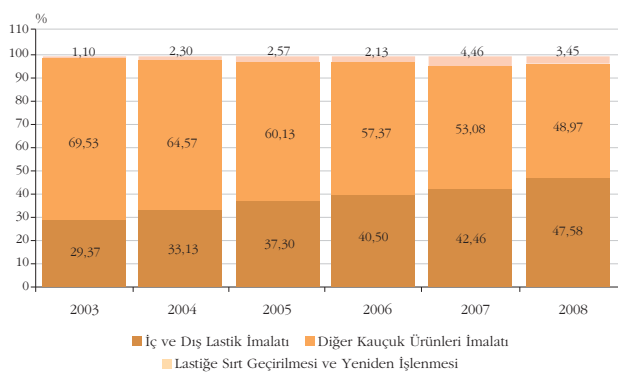
Kauçuk ürünleri imalatı sektörünün toplam yarattığı katma değerden 2003 yılında %69,53 pay alan iç ve dış lastik imalatının payı cari fiyatlarla üretimini artırmasına karşın sürekli gerileyerek 2008 yılında %48,97 olmuştur. Aynı dönemlerde diğer kauçuk ürünleri imalatının payı ise %29,37'den %47,58'e çıkmıştır. Diğer kauçuk ürünleri imalatının dönem içinde kauçuk ürünleri ve imalat sanayindeki ağırlığını artırdığı görülmektedir.

Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi sanayi kauçuk ürünleri katma değeri içinde en düşük paya sahip olan alt sektördür. Diğer iki alt sektöre göre çok daha düşük hacimlere sahiptir. Bu alt sektörün kauçuk ürünleri imalatı sanayi içindeki payı %4,46 ile 2007 yılında en yüksek değerine çıkmıştır. 2008 yılında söz konusu oran gerileyerek %3,45 düzeyinde kalmıştır.



Grafik 186 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Faktör Maliyetleriyle Katma Değer (Milyon TL)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

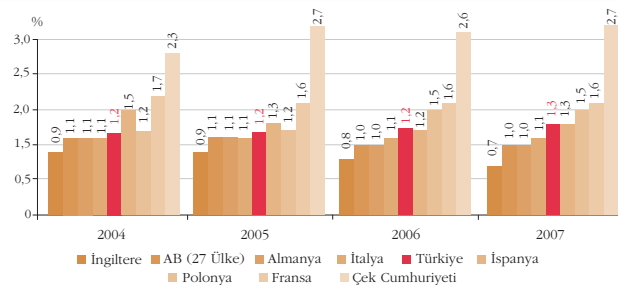


Grafik 187 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Dağılımı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Kauçuk ürünleri imalatı sanayi, imalat sanayi katma değerindeki payı açısından 2003 ile 2007 yılları arasında %1 düzeyinde olan AB-27 ortalamasından daha iyi durumdadır. Elde edilen bu bulgu, sektörün AB-27 ülkelerinin birçoğuna göre imalat sanayindeki ağırlığının daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır.

Yedi AB ülkesi ile karşılaştırılan Türkiye, sektörün imalat sanayi katma değerindeki payında 2007 yılında beşinci sıradadır. Söz konusu oran açısından Türkiye Çek Cumhuriyeti, Fransa, Polonya ve İspanya'dan sonra gelmektedir. Buna karşın söz konusu oran İngiltere, Almanya ve İtalya gibi ülkelere göre daha yüksektir.



Grafik 188 : Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde Kauçuk Ürünleri Sanayinin İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (%)

Kaynak : EUROSTAT ve TÜİK, İş İstatistikleri

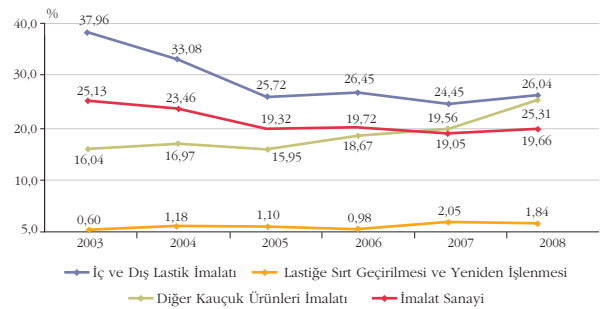
3.1.3. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı

Üretimde faktör maliyetleri ile katma değer payı sektörlerin sermaye birikimi yaratma gücünü de ortaya koyan önemli göstergelerden birisidir. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi, bu oran açısından imalat sanayi ortalamasının üstünde değerlere sahiptir. Ancak dikkat çeken bir nokta 2003 yılında %36,21 olan bu oranın 2008 yılında %26,26'ya gerilemesidir. Aynı dönemde üretimde katma değer payı imalat sanayi ortalaması olarak sırasıyla %25,13 ve %19,66 olmuştur. 2003 yılında imalat sanayi ortalamasına göre sektörün üretimde katma değerinin payı imalat sanayi

ortalamasından yaklaşık %44 daha yüksektir. Buna karşın fark 2008 yılında %33,5 düzeyine gerilemiştir. Diğer kauçuk ürünlerinde üretimde katma değer payında artış sağlanmasına karşın iç ve dış lastik imalatında bu oranda olumsuz gelişmeler yaşanması farkın korunamamasının en önemli nedeni olmuştur.

Lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi alt sektörü, üretimde katma değer payı açısından çok düşük oranlara sahiptir. Diğer kauçuk ürünleri imalatında ise 2003 ile 2006 yılları arasında üretimde katma değer payı imalat sanayi ortalamasının altında kalmıştır. Ancak bu alt sektör söz konusu dönemde imalat sanayi ortalaması ile aradaki farkı sürekli kapatmıştır. 2007 yılında diğer kauçuk ürünleri imalatı sektörünün üretimde katma değerinin payı %19,56 düzeyine çıkarak imalat sanayi ortalamasını geçmiştir. 2008 yılında ise bu oran açısından önemli bir gelişme sağlanmış ve üretimde katma değer payı %25,31 olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl imalat sanayi ortalaması ise %19,66 düzeyinde kalmıştır. Sektörün imalat sanayi içindeki katma değerinin payının artışında, sektör üretiminde sağlanan hızlı gelişme yanında üretimde katma değer payını yükseltme becerisini göstermesi de önemli rol oynamıştır. Diğer kauçuk ürünleri imalatı alt sektörünün sağladığı bu başarı dikkat çekicidir.

İç ve dış lastik imalatının üretiminde katma değer payı 2003 yılında %37,96'dan 2008 yılında %26,04 düzeyine gerilemiştir. Sektörün üretimde katma değer oranında özellikle 2003 ile 2005 yılları arasında çok yüksek oranda düşüş yaşanmıştır. 2004 yılında %33,08 düzeyine gerileyen söz konusu oran 2005 yılında 2003 yılına göre 12 puan düşüşle %25,72 olmuştur. Buna karşın iç ve dış lastik imalatı sektörünün üretimde katma değerinin payı 2008 yılında %26,04 ile %19,66 olan imalat sanayi ortalamasından %32 daha yüksektir. Sektörde yaşanan bu olumsuz gelişmenin nedenlerinin analiz edilmesi gereği bulunmaktadır.

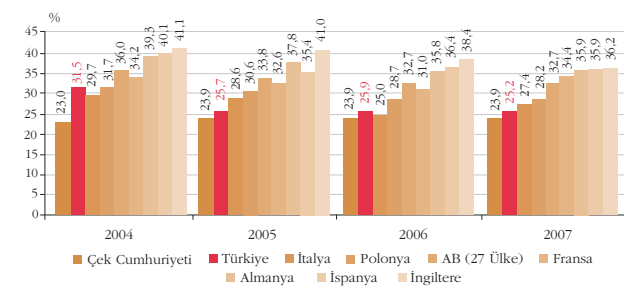


Grafik 189 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörleri Üretiminde Faktör Maliyetleriyle Katma Değerin Payı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Kauçuk ürünleri imalatı toplam üretiminde yaratılan katma değer payı, AB-27 ülkelerine göre düşüktür. AB-27 ülkeleri için 2004 yılında %36 olan bu oran daha sonra %33'ler düzeyine düşmüştür. Buna karşın

aynı dönemde Türkiye kauçuk ürünleri imalatı sanayinin üretimde katma değer oranı %31,5'den %25'lere gerilemişti. Karşılaştırma yapılan AB-27 ülkeleri içinde Türkiye, katma değerün üretimdeki payı açısından sadece Çek Cumhuriyeti'nin üzerinde yer almaktadır.



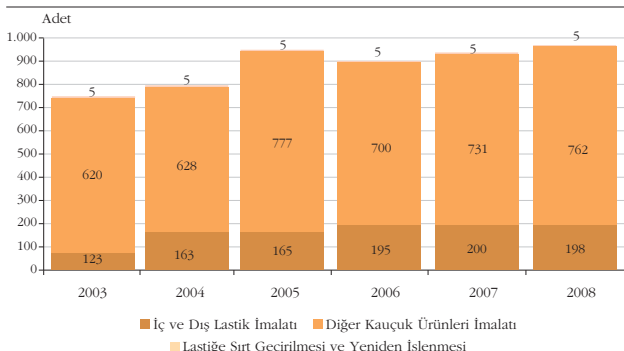
Grafik 190 : Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde Kauçuk Ürünleri Sanayi Üretiminde Katma Değerin Payı (%)

Kaynak : EUROSTAT ve TÜİK, İş İstatistikleri

3.1.4. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İşyeri Sayısı

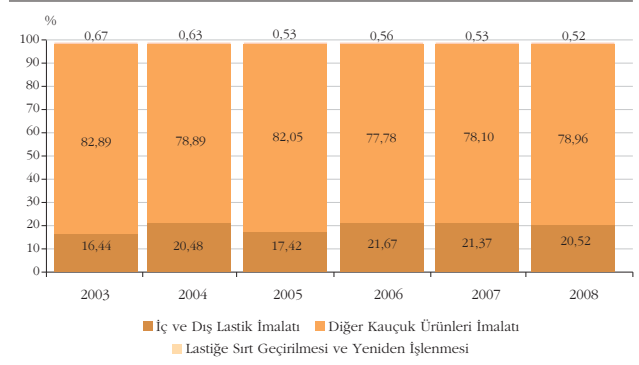
Diğer kauçuk ürünleri alt sektörü girişimci sayısı açısından kauçuk ürünleri imalatı içinde ilk sırada yer almaktadır. Girişimci sayısı açısından bu alt sektörün payı 2003 yılında %83 düzeyindedir. 2005 ve 2008 yılları arası dalgalanma göstermesine karşın işyeri sayısında çok önemli bir değişiklik olmamıştır. İşyeri sayısı 700 ile 777 arasından değişmiştir. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi içindeki işyeri açısından payı ise %78 düzeyinde kalmıştır. Üretimde ve katma değerde sektör içindeki payı açısından ilk sırada olan iç ve dış lastik imalatında 2003 ile 2008 yılları arasında artış görülmemektedir. Dönem içinde beş adet büyük ölçekli işletme sektörde faaliyet göstermiştir.

Kauçuk ürünleri imalatında en düşük paya sahip olmasına karşın lastiğin yenilenmesi ve yeniden işlenmesi alt sektöründe çok sayıda işletme faaliyet göstermektedir. Üretim ve katma değerde çok düşük paylara sahip olan bu alt sektörün kauçuk ürünler imalatı toplam işyerleri içindeki payı 2003 yılında %16,44 düzeyinden %20'ler düzeyine çıkmıştır. 2008 yılında bu oran %20,52 olmuştur.



Grafik 191 : Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Girişim Sayısı

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

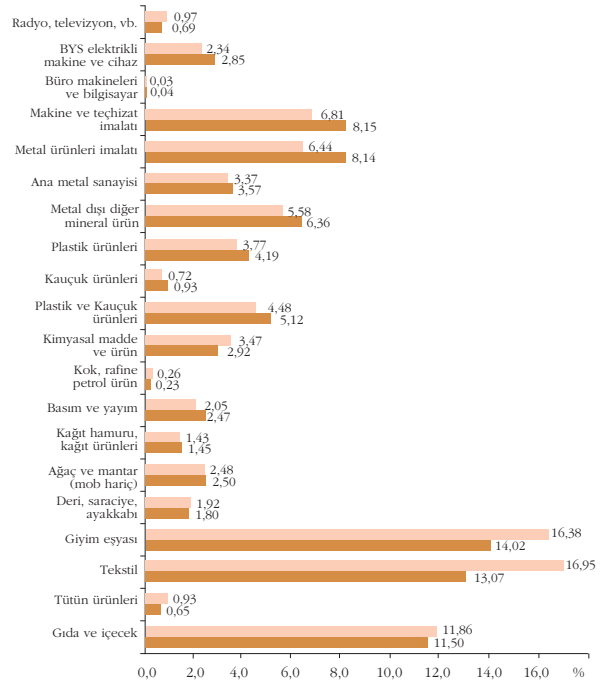


Grafik 192 : Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Girişim Sayısının Dağılımı (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

3.1.5. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı

Kauçuk ürünleri imalatı sektörünün 20 ve daha fazla işgücü istihdam eden işletmelerinde, çalışan sayısı 2003 ve 2008 yılları arasında %73 oranında artmıştır. İstihdamda sağlanan bu gelişme artan işsizlik sorununun çözümünde önemli katkı sağlamıştır. Kauçuk ürünleri imalatının imalat sanayi toplam istihdamı içinde 2004 yılında %0,72 olan payı 2008 yılında %0,93'e çıkmıştır.



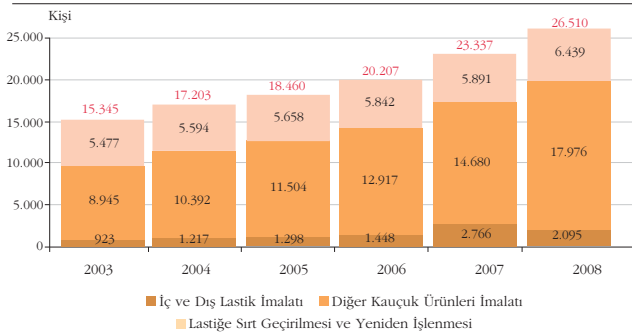
Grafik 193 : İmalat Sanayi Çalışan Sayısında Sektörlerin Payları (%)

Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

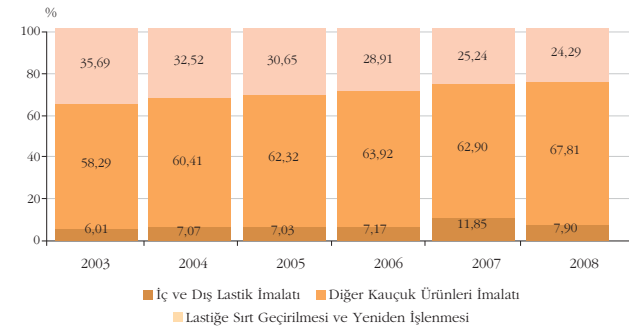
Sektörde istihdam artışında diğer kauçuk ürünleri imalatı alt sektörü çok önemli rol oynamıştır. Bu sektörün istihdamı 2003 ile 2008 yılları arasında iki kat artmıştır. İstihdamdaki artışta hacmi küçük olmasına

karşın emek yoğun olan lastiğe sırt geçirilmesi ve Sektörde istihdam artışında diğer kauçuk ürünleri imalatı alt sektörü çok önemli rol oynamıştır. Bu sektörün istihdamı 2003 ile 2008 yılları arasında iki kat artmıştır. İstihdamdaki artışta hacmi küçük olmasına karşın emek yoğun olan lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi alt sektörü de önemli bir artış sağlamıştır. Bu alt sektör ise istihdamını 2.25 kat artırmıştır. İç ve dış lastik imalatı sanayinde istihdam artışı %17 düzeyinde kalmıştır.

İstihdamın alt sektörler göre dağılımında 2008 yılında diğer kauçuk ürünleri %67,81 payla ilk sırada yer almaktadır. Bu sektörü %24,29 payla iç ve dış lastik imalatı ve %7,9 payla lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi alt sektörleri izlemektedir. Kauçuk ürünleri imalatı alt sektörünün üretim ve katma değer yanında istihdamda başarılı olması dikkat çekici niteliktedir.

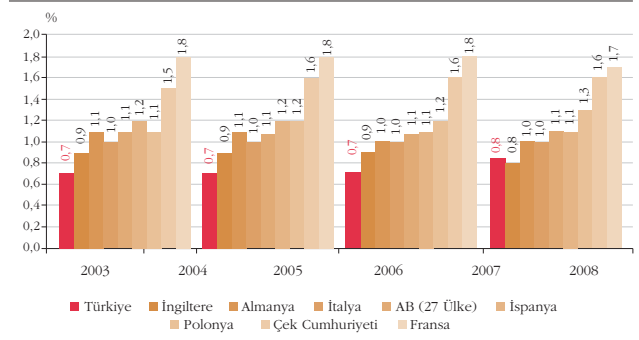


Grafik 194 : Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Çalışan Sayısı
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



Grafik 195 : Alt Sektörler İtibarıyla Kauçuk Ürünleri Sanayi Çalışan Sayısının Dağılımı (%)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

Kauçuk ürünleri imalatı sektörünün imalat sanayi istihdamındaki payı 2004 yılında %0,7 düzeyinden 2007 yılında %0,8 düzeyine çıkmıştır. Bu oranlar %1,1 olan AB-27 ortalamasından düşüktür. Sektörün imalat sanayi istihdamındaki payı 2007 yılı hariç karşılaştırma yapılan tüm AB ülkelerinden düşüktür. 2007 yılında ise bu oran açısından İngiltere'nin üstünde yer almıştır.



Grafik 196 : Türkiye ve Seçilmiş AB Ülkelerinde İmalat Sanayi İstihdamı İçinde Kauçuk Ürünleri Sanayinin Payı (%)
Kaynak : EUROSTAT ve TÜİK, İş İstatistikleri

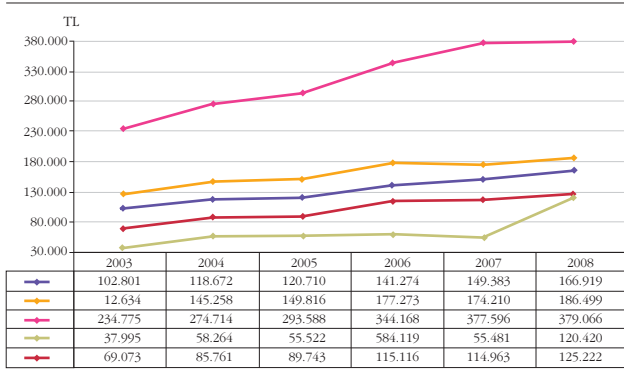
3.1.6. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Çalışan Başına Üretim ve Katma Değeri

Çalışan başına üretim ve katma değer, sektörlerin verimliliklerini açıklayan göstergelerden birisidir. Sektörlerin bu tür karşılaştırmalarda sermaye verimliliğini de içeren toplam faktör verimlilikleri şüphesiz ki daha anlamlı sonuçlar vermektedir. Ancak toplam faktör verimliliği hesabının yapılamaması durumlarında işgücü verimliliği de tek başına sektör hakkında genel değerlendirme yapmayı sağlayabilmektedir.

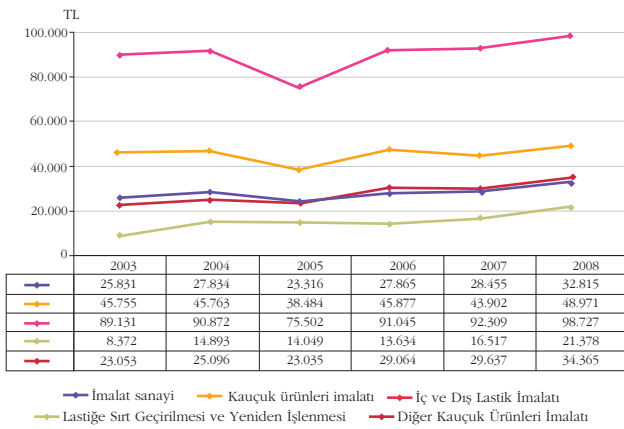
Kauçuk ürünleri imalatı sanayi çalışan başına üretim ve katma değer ortalaması 2003 ve 2008 yılları arasında imalat sanayi ortalamasından daha yüksektir. Bu oranlar alt sektörler göre incelendiğinde teknoloji yoğun büyük ölçekli işletmelerin faaliyet gösterdiği iç ve dış lastik imalatının sektör ortalamasını yukarıya çektiği görülmektedir. İç ve dış lastik imalatının 2008 yılında çalışan başına üretim değeri imalat sanayinin 2,25 katıdır. Çalışan başına katma değeri ise imalat sanayi ortalamasının üç katına erişmektedir.

Diğer kauçuk ürünleri alt sektörünün çalışan başına üretim değerleri imalat sanayi ortalamasının altındadır. Sektör, 2007 ve 2008 yıllarında çalışan başına üretimde, imalat sanayi ortalama artış hızından daha düşük bir performans göstermiştir. Buna karşın çalışan başına katma değeri diğer kauçuk ürünleri imalatı üretime göre daha iyi konumdadır. 2005 yılı sonrası sektörün çalışan başına katma değeri imalat sanayi ortalamasının üstüne çıkmıştır. Sektördeki bu gelişmeyi üretimde katma değer payında yakaladığı iyileşmeye bağlamak olasıdır.

Çalışan başına üretim ve katma değerde en düşük değerlere sahip olan alt sektör ise lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi alt sektörüdür. Bu sektör çalışan başına üretimde, 2008 yılında önemli bir artış sağlamıştır. Söz konusu sektörün çalışan başına katma değeri artış gösterse de diğer alt sektörlerden ve imalat sanayinden önemli ölçüde düşüktür.



Grafik 197 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Üretim (TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri



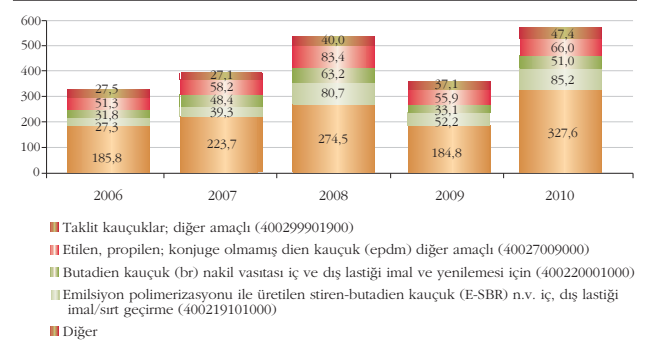
Grafik 198 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Alt Sektörlerinde Çalışan Başına Faktör Maliyetleriyle Katma Değer (TL)
Kaynak : TÜİK, İş İstatistikleri

3.1.7. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Stratejik Girdileri

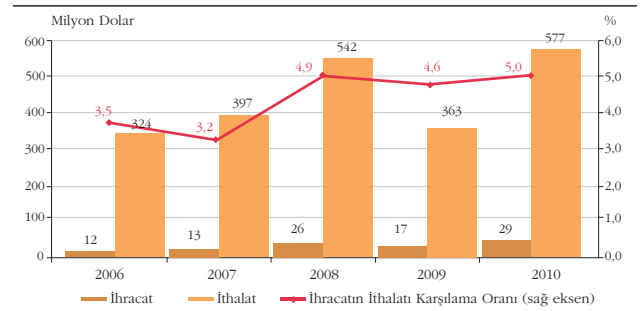
Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin temel girdisini tabii kauçuk ve sentetik kauçuklar oluşturmaktadır. Üretim maliyetleri içinde hammaddenin payının yüksek olduğu sektörlerde, sektörün rekabet gücü büyük ölçüde bu girdilerin fiyatına ve tedarik güvencesine bağlıdır. Doğal girdi olan kauçukta tamamen dışa bağımlılığın yanında sentetik kauçuk ve karbon siyahında vb. hammaddelerde de dışa bağımlılık sektörün en önemli sorunlarının başında gelmektedir. Bu bağımlılık işletmeleri ihtiyaçlarının üzerinde stok bulundurmaya zorlamaktadır. İşletmeler yüksek stok taşıma maliyetleri yanında fiyat dalgalanmalarında risklerle karşı karşıya kalmaktadır. Dünya toplam kauçuk talebinde sentetik kauçuğun payı %56 düzeyindedir. Sentetik kauçuk ve karbon siyahı üretimine yapılabilecek yatırımlarla sektörün yerli hammadde temini olasıdır. Söz konusu hammaddelerin üretimi alanında yatırım eksikliği yanında geleceğe dönük arayışların da yetersiz oluşu kauçuk ürünleri imalatı sanayinin önündeki en önemli tehdittir.

Türkiye sentetik kauçuk vb. hammaddelerde 2010 yılında 577,2 milyon ABD Doları ithalat yaparken 29

milyon ABD Doları ihracat yapabilmektedir. İhracatın ithalatı karşılama oranı doğal olarak çok düşük düzeylerde. Bu oran 2010 yılında %5 olmuştur. Bu veriler, söz konusu hammaddede dışa bağımlılığı açıkça göstermektedir.



Grafik 199 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammade, Sentetik Kauçuk vb. Ürünler (GTİP 40.02) İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

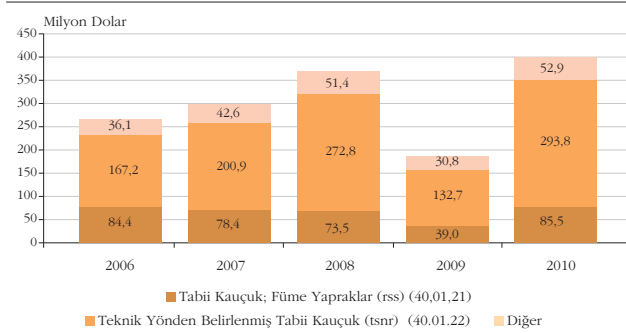


Grafik 200 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammade, Sentetik Kauçuk vb. Ürünler (GTİP 40.02) Dış Ticareti (Milyon USD) ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

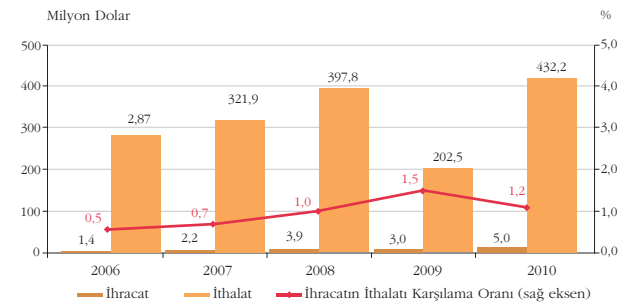
Doğal kauçukta dışa bağımlılığı değiştirme olasılığı bulunmamaktadır. "Uluslararası Kauçuk Çalışma Grubunun" verilerine göre 2008 yılında 10.128.000 ton, 2009 yılında 9.690.000 ton ve 2010 yılında 10.384.000 ton tabii kauçuk üretilmiştir. Toplam üretimin yaklaşık %92,5'i Asya, %4,5'i Afrika ve %2,5'i ise Latin Amerika'da olmuştur. Arz ile talep yaklaşık aynı düzeydedir. Ancak son üç yılda talep üretime göre toplam 67.000 ton daha yüksek olmuş ve stoklarda gerileme yaşanmıştır. 2010 yılında toplam tabii kauçuk stoku 1.499.000 tondur. Bu gelişme fiyatların önemli ölçüde dalgalanmasına yol açmış ve 2008 yılında Avrupa da 1.772 Euro olan TSR 20 doğal kauçuğunun fiyatı 2009 yılında 1.331 Euro'ya gerilemiş ancak 2010 yılında talep artışına bağlı olarak 2.600 Euro'ya çıkmıştır. Sentetik kauçuklar dahil toplam dünya kauçuk talebinde, tabii kauçuğun payının %44 düzeyinde olduğu düşünüldüğünde kauçuk ürünleri imalatı sektörünün önemli ölçüde doğal hammaddeye bağımlı olduğunu söylemek olasıdır.

Türkiye'nin tabii kauçuk ithalatı 2010 yılında 432,2 milyon ABD Doları olmuştur. Bu üründe ihracatın ithalatı karşılama oranından söz etmek olası değildir. Özellikle son yıllarda atılım yapan diğer kauçuk

Özellikle son yıllarda atılım yapan diğer kauçuk ürünleri alt sektöründe küçük ve orta ölçekli işletmelerin çoğunlukta olduğu düşünüldüğünde, uluslararası piyasalardan uygun fiyatla girdi temininin sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen en önemli faktör olduğu ortaya çıkmaktadır.



Grafik 201 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammaddesi, Tabii Kauçuk ve Sakızlar vb. Ürünler (GTİP 40.01) İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

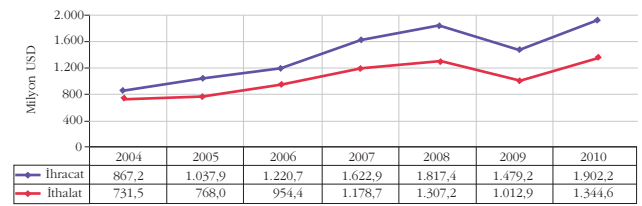


Grafik 202 : Kauçuk Ürünleri Sanayi Hammaddesi, Tabii Kauçuk ve Sakızlar vb. Ürünleri (GTİP 40.01) Dış Ticareti (Milyon USD) ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.2. KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ DİŞ TİCARETİ

Türkiye'nin kauçuk ürünleri dış ticareti 2010 yılında 3,3 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. 2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin etkisiyle sektörün ihracat ve ithalatında düşme görülmüştür. 2004 yılında 135,7 milyon ABD Doları olan dış ticaret fazlası 2010 yılında 557,6 milyon ABD Doları olmuştur. Aynı dönemde ihracat hızlı bir artışla 2004 yılında 867,2 milyon ABD Dolarından 2010 yılında 1,9 milyar ABD Dolarına çıkmıştır. Benzer eğilim ithalatı da görülmüş ve kauçuk ürünleri ithalatı 2004 yılında

731,5 milyon ABD Dolarından 2010 yılında 1,34 milyar ABD Dolarına erişmiştir. Dönem içinde ihracatın artış hızı ithalat artış hızından daha yüksek olmuştur.



Grafik 203 : Türkiye'nin Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

3.2.1. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı

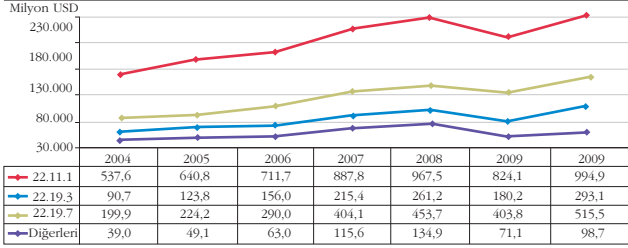
2004 yılında 867,9 milyon ABD Doları olan kauçuk ürünleri ihracatı 2,2 kat artarak 2010 yılında 1,9 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. 2004 yılında yeni ve yenilenmiş kauçuk dış ve iç lastik ürünleri ihracatı 537,8 milyon ABD Doları ile toplam kauçuk ürünleri imalatı sektörü ihracatının %62'sini oluşturmuştur. Söz konusu ürünlerin ihracatı 2010 yılında 996,4 milyon ABD Dolarına erişmesine karşın, toplam kauçuk ürünleri ihracatı içindeki payı %52'ye gerilemiştir. Bu bulgu, dönem içinde diğer kauçuk ürünleri imalatı ihracatının daha hızlı arttığını ortaya koymaktadır. Yeni ve yenilenmiş dış ve iç lastik ihracatının tamamına yakını "Yeni dış ve iç lastikler" grubu oluşturmaktadır.

Kauçuk ürünlerinde ikinci alt sektör olan "Diğer kauçuk ürünler" grubunun ihracatı 2004 yılında 329,3 milyon ABD Doları ile toplam kauçuk ürünleri ihracatının %38'ini oluşturmuştur. 2010 yılında söz konusu ürünlerin ihracatı 905,8 milyon ABD Dolarına erişirken toplam ihracat içindeki payı da %48'e yükselmiştir. Bu grup içinde vulkanize edilmiş kauçuktan tüp, boru ve hortumların ihracatı 2010 yılında 293,1 milyon ABD Doları ile "Diğer kauçuk ürünleri" alt sektörü içinden %32,3 pay almıştır. Diğer kauçuk ürünleri alt sektöründe "Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar, sert kauçuktan eşyalar" grubu ise 515,5 milyon ABD Doları ile toplam ihracatın %57'sini oluşturmuştur. Toplam kauçuk ürünleri imalatı sektöründe üç grup ön plana çıkmaktadır. 2004 ile 2010 yılları arasında

	İHRACAT (Milyon USD)						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Kauçuk Ürünleri	867,2	1.037,9	1.220,7	1.622,9	1.817,4	1.479,2	1.902,2
Kauçuk dış ve iç lastik; kauçuk lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	537,8	641,1	712,0	888,7	968,6	824,9	996,4
Yeni kauçuk dış ve iç lastikler	537,6	640,8	711,7	887,8	967,5	824,1	994,9
Dış lastikler, havalı (pnömomatik), sırt geçirilmiş, kauçuk olanlar	0,2	0,3	0,3	0,9	1,1	0,8	1,5
Diğer kauçuk ürünleri	329,3	396,8	508,7	734,2	848,8	654,2	905,8
Rejenere kauçuk, birincil formda veya levha, tabaka veya şerit halinde	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,6	0,6
"Vulkanize edilmemiş kauçuk ve bundan elyaflar; vulkanize edilmiş kauçuktan ip, levha, şerit, çubuk ve profiller (s. kauçuktan olanlar hariç)"	19,7	24,3	34,9	81,0	98,8	43,1	66,5
Tüp, boru ve hortumlar, vulkanize edilmiş kauçuktan (s. kauçuktan olanlar hariç)	90,7	123,8	156,0	215,4	261,2	180,2	293,1
Konveyör bantları veya transmisyon kayışları, vulkanize kauçuktan	6,5	10,6	12,0	15,8	21,1	18,6	22,4
Tekstil kumaşlar, kauçuklu dokumadan (su geçirmez hale getirilmiş kumaşlar), kord	11,8	13,1	14,8	16,5	11,8	5,9	5,3
Giyim eşyası ve aksesuarları, vulkanize kauçuktan olanlar (s. kauçuktan olanlar hariç)	0,6	0,8	1,1	1,5	2,0	2,1	2,5
Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar; sert kauçuk; sert kauçuktan eşyalar	199,9	224,2	290,0	404,1	453,7	403,8	515,5

Tablo 29 : Türkiye'nin Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

vulkanize edilmiş kauçuktan tüp, boru ve hortumlar ihracat artış hızı açısından ilk sırada yer almıştır. Bu ürün grubunun ihracatı 3,2 kat artmıştır. Aynı dönemde başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar grubunun ihracatı 2,8 ve kauçuktan yeni dış ve iç lastikler grubunun ihracatı ise %85 artmıştır.



Grafik 204 : Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

22.11.1	Yeni kauçuk dış ve iç lastikler
22.19.3	Vulkanize edilmiş kauçuktan tüp, boru ve hortumlar (sert kauçuktan olanlar hariç)
22.19.7	Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar, sert kauçuk ve sert kauçuktan eşyalar

Kauçuk ürünlerinin de içinde yer aldığı 40 nolu fasıl olan "Kauçuk ve kauçuktan eşya" 1,9 milyar ABD Doları ile Türkiye toplam ihracatı içinde %1,7 payla 14. sırada yer almaktadır. Bu fasılda sektör ana girdilerini oluşturan tabii ve sentetik kauçuk da yer almaktadır. 40. fasıl toplamından hammaddeler olan tabii kauçuk ve sentetik kauçuğun düşülmesi gereklidir. Ancak sektörün girdisi olan söz konusu ürünlerin ihracatı çok düşük düzeydedir. 2010 yılında bu ürünlerin ihracatları toplamı 34,0 milyon ABD Doları düzeyindedir. Bu nedenle "kauçuk ürünleri imalatının" toplam Türkiye ihracatındaki payı ve sıralaması değişmemektedir.

Sıra No	Fasıl No	Fasıl Adı	Milyar USD	İhracattaki Payı
1	87	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	13,8	12,1
2	84	Kazan, makina ve cihazlar, aletler, parçaları	9,4	8,3
3	72	Demir ve çelik	8,8	7,7
4	61	Örme giyim eşyası ve aksesuarları	7,7	6,8
5	85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	7,5	6,6
6	73	Demir veya çelikten eşya	4,9	4,3
7	62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	4,6	4,1
8	27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	4,5	4,0
9	71	İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	3,7	3,3
10	39	Plastik ve plastikten mamul eşya	3,7	3,3
11	8	Yenilen meyvalar, kabuklu ürünler, turuncgil ve kavun kabuğu	3,5	3,1
12	25	Tuz, küllük, toprak ve taşlar, alçılar ve çimento	2,5	2,2
13	76	Alüminyum ve alüminyum eşya	1,9	1,7
14	40	Kauçuk ürünleri imalatı	1,9	1,7

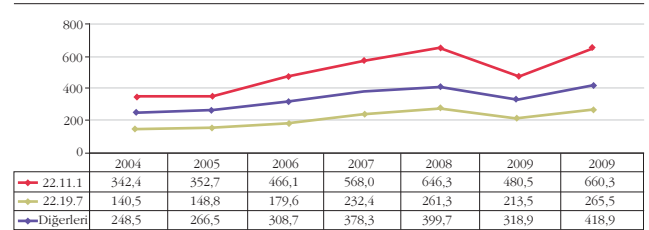
Tablo 30 : Fasıllara Göre Türkiye'nin İhracatı (2010)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.2.2. Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı

2004 yılında 731,5 milyon ABD Doları olan kauçuk ürünler ithalatı 2010 yılında 1,8 kat artarak 1,35 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. İthalatın yaklaşık olarak yarısını yeni ve yenilenmiş kauçuk dış ve iç lastikler grubu oluşturmaktadır. Kauçuk iç ve dış lastiklerinin OEM dışında önemli bir bölümünün yenileme pazarı için ithal edildiği göz ardı edilmemelidir. 2010 yılında ikinci alt sektör olan "Diğer kauçuk ürünleri" grubu ithalatı içinden "Vulkanize kauçuktan başka yerde sınıflandırılmamış eşyalar, sert kauçuktan eşyalar" grubu 265,5 milyon ABD Doları ile %39 pay almıştır. Bu sektördeki sert kauçuktan olanlar hariç "Vulkanize edilmemiş kauçuk ve bundan elyaflar; vulkanize edilmiş kauçuktan ip, levha, şerit, çubuk ve profiller" ile "Tüp, boru ve hortumlar, vulkanize edilmiş kauçuktan" gruplarının ithalatı 2010 yılında sırasıyla grup ithalatının %18 ve %17'sini oluşturmıştır.

Kauçuk yeni dış ve iç lastikler ithalatı 2004 ile 2010 yılları arasında %98 oranında artmış, dönem içinde sadece 2009 yılında uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin etkisiyle keskin bir düşüş göstermiştir.

Kriz sonrasında ithalat yeniden artmış ve 2010 yılında sektörün ithalatı 660 milyon ABD Dolarına çıkmıştır. Aynı dönemde başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar grubunun ithalatı da 2009 yılı hariç sürekli artış eğilimi göstermiştir. Bu grubun 2004 yılında 140,5 milyon ABD Doları olan ithalatı %89 artışla 2010 yılında 265,5 milyon ABD Dolarına çıkmıştır.



Grafik 205 : Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

22.11.1	Yeni kauçuk dış ve iç lastikler
22.19.7	Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar, sert kauçuk ve sert kauçuktan eşyalar

	İTHALAT (Milyon USD)						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Kauçuk Ürünler	731,5	768,0	954,4	1.178,7	1.307,2	1.012,9	1.344,6
Kauçuk dış ve iç lastik; kauçuk lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	342,5	352,7	466,8	569,7	650,8	483,1	660,5
Yeni kauçuk dış ve iç lastikler	342,4	352,7	466,1	568,0	646,3	480,5	660,3
Dış lastikler, havalı (pnömatik), sırt geçirilmiş, kauçuk olanlar	0,0	0,1	0,7	1,7	4,4	2,6	0,3
Diğer kauçuk ürünler	389,0	415,2	487,6	609,0	656,5	529,8	684,1
Rejenere kauçuk, birincil formda veya levha, tabaka veya şerit halinde	1,0	1,3	1,9	3,9	4,8	3,1	5,6
"Vulkanize edilmemiş kauçuk ve bundan elyaflar; vulkanize edilmiş kauçuktan ip, levha, şerit, çubuk ve profiller (s. kauçuktan olanlar hariç)"	63,8	73,3	88,8	123,0	132,3	97,3	121,8
Tüp, boru ve hortumlar, vulkanize edilmiş kauçuktan (s. kauçuktan olanlar hariç)	102,0	111,4	115,0	126,3	120,0	85,8	114,9
Konveyör bantları veya transmisyon kayışları, vulkanize kauçuktan	51,3	50,8	62,7	67,3	78,0	65,4	83,2
Tekstil kumaşlar, kauçuklu dokumadan (su geçirmez hale getirilmiş kumaşlar), kord	7,9	7,2	8,9	10,4	11,7	9,7	16,5
Giyim eşyası ve aksesuarları, vulkanize kauçuktan olanlar (s. kauçuktan olanlar hariç)	22,5	22,5	30,6	45,7	48,5	55,0	76,6
Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar; sert kauçuk; sert kauçuktan eşyalar	140,5	148,8	179,6	232,4	261,3	213,5	265,5

Tablo 31 : Türkiye'nin Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Kauçuk ürünlerinin de içinde yer aldığı 40. Fasil olan “Kauçuk ve kauçuktan eşya” ürünleri 2010 yılında 2,3 milyar ABD Doları ithalat hacmi ile Türkiye toplam ithalatı içinde %1,3 payla 16. sırada yer almaktadır. Ancak bu fasıl içinde sektörün girdisi olan tabii ve sentetik kauçuk da bulunmaktadır. Söz konusu ürünler hariç kauçuk ürünleri imalatı sanayi ürünlerinin ithalatı ise 1,35 milyar ABD Doları olmaktadır. Bu değere göre ise kauçuk ürünleri ithalatının toplam ithalat içindeki payı %0,7 düzeyine gerilemektedir.

Sıra No	Fasil No	Fasil Adı	Milyar USD	İhracattaki Payı
1	27	Mineral yakıtlar,mineral yağlar ve müstahsallar,mumlar	38,5	20,7
2	84	Kazanlar, makina ve cihazlar,aletler ve bunların aksam-parçaları	21,3	11,5
3	72	Demir ve çelik	16,1	8,7
4	85	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	14,6	7,9
5	87	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	13,4	7,2
6	39	Plastik ve plastikten mamul eşya	9,7	5,2
7	30	Eczacılık ürünleri	4,4	2,4
8	29	Organik kimyasal müstahsallar	4,4	2,4
9	90	Optik,fotoğraf,sinema,ölçü,kontrol,ayar cihazları,tıbbi alet.	3,4	1,9
10	52	Pamuk,pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	3,4	1,8
11	74	Bakır ve bakırdan eşya	3,3	1,8
12	88	Hava taşıtları,uzay araçları,aksam ve parçaları	3,2	1,7
13	71	İnciler,kiymetli taş ve metal mamulleri,medenî paralar	3,0	1,6
14	48	Kağıt ve karton: kağıt hamurundan kağıt ve kartondan eşya	2,8	1,5
15	76	Aluminyum ve aluminyum eşya	2,5	1,3
16	40	Kauçuk ürünleri imalatı	1,3	0,7

Tablo 32 : Fasillara Göre Türkiye'nin İthalatı (2010)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.2.3. Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

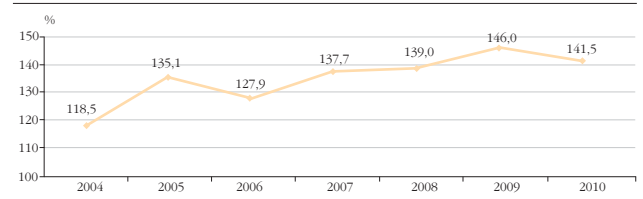
Kauçuk ürünleri imalatında 2004 yılında %118,5 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %141,5'e yükselmiştir. 2010 yılında “Yeni kauçuk dış ve iç lastikler” de %150,7 olan oran, “Diğer kauçuk ürünler” grubunda %132,4'dür.

2010 yılında “Diğer kauçuk ürünler” grubunda yer alan sert kauçuktan hariç vulkanize edilmiş kauçuktan tüp, boru ve hortumlar grubunda %255,1 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, başka yerde sınıflandırılmamış sert kauçuktan ve vulkanize kauçuktan eşyalar sert kauçuktan eşyalar grubunda ise %194,2'dir.

“Diğer kauçuk ürünler” grubunda yer alan diğer beş grupta ise ihracatın ithalatı karşılama oranları 2010

yılında %3,3 ile %54,5 arasında değişmektedir. En düşük oran %3,3 ile “Giyim eşyası ve aksesuarları, vulkanize kauçuktan olanlar (sert kauçuktan olanlar hariç)” grubundadır.

Kauçuk ürünler imalatı sanayi toplamında ihracatın ithalatı karşılama oranları yıllar itibariyle artış eğilimi göstermektedir. 2004 yılında 118,5 olan bu oran 2009 yılına kadar artarak 146,0 düzeyine erişmiştir. 2010 yılında ise gerileyerek 141,5 düzeyine düşmüştür. Kısaca, kauçuk ürünleri imalatı sanayi hammaddede dışa bağımlı olmasına karşın dış ticaret fazlası veren sektörlerden birisidir.



Grafik 206 : Kauçuk Ürünleri Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

3.2.4. Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayi Ürünleri Dünya İthalatı

Kauçuk ürünleri Dünya ithalatı 2004 yılında 74,5 milyar ABD Doları'ndan 2009 yılında 100,5 milyar ABD Doları seviyesine yükselerek %35 artış göstermiştir. Kauçuk ürünleri dünya ithalatı içinde otomobiller için yeni dış lastikler grubu 2009 yılında 28,6 milyar ABD Doları ithalat ile birinci sırada yer almıştır. Bu ürün grubu toplam kauçuk ürünleri dünya ithalatı içinden %28,5 pay almaktadır. “Vulkanize kauçuktan diğer eşya” ve “Otobüs- kamyon dış lastiği, uçak dış lastiği; yeni” grupları tüm grup ithalatının sırasıyla %15,3 ve %14,3'ünü oluşturmaktadır. Kauçuk ürünlerin imalatı ithalatında ilk üç sırasını paylaşan bu ürünler 2009 yılında tüm grup ithalatının da %58'sini oluşturmuştur.

İHRACATIN İTHALATI KARŞILAMA ORANI (%)							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Kauçuk Ürünler	118,5	135,1	127,9	137,7	139,0	146,0	141,5
Kauçuk dış ve iç lastik; kauçuk lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	157,0	181,7	152,5	156,0	148,8	170,8	150,9
Yeni kauçuk dış ve iç lastikler	157,0	181,7	152,7	156,3	149,7	171,5	150,7
Dış lastikler, hava (pnömatik), sırt geçirilmiş, kauçuk olanlar	548,3	460,4	43,4	52,6	25,2	32,6	595,1
Diğer kauçuk ürünler	84,7	95,6	104,3	120,6	129,3	123,5	132,4
Rejenere kauçuk, birincil formda veya levha, tabaka veya şerit halinde	11,0	3,2	0,4	1,0	1,9	17,7	10,1
"Vulkanize edilmemiş kauçuk ve bundan elyaflar; vulkanize edilmiş kauçuktan ip, levha, şerit, çubuk ve profiller (s. kauçuktan olanlar hariç)"	30,9	33,2	39,2	65,9	74,7	44,3	54,5
Tüp, boru ve hortumlar; vulkanize edilmiş kauçuktan (s. kauçuktan olanlar hariç)	88,9	111,1	135,7	170,6	217,7	210,1	255,1
Konveyör bantları veya transmisyon kayışları, vulkanize kauçuktan	12,7	20,8	19,1	23,4	27,1	28,4	26,9
Tekstil kumaşlar, kauçuklu dokumadan (su geçirmez hale getirilmiş kumaşlar), kord	149,1	180,5	165,0	157,7	101,0	60,6	31,8
Giyim eşyası ve aksesuarları, vulkanize kauçuktan olanlar (s. kauçuktan olanlar hariç)	2,6	3,6	3,6	3,2	4,1	3,8	3,3
Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar; sert kauçuk; sert kauçuktan eşyalar	142,3	150,7	161,4	173,9	173,7	189,1	194,2

Tablo 33: Kauçuk Ürünler İmalatı Sanayinde İhracatın İthalatı Karşılama Oranları (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

GTİP	Açıklama	2004	2009
401110	Otomobil dış lastiği; yeni	19.001	28.646
4016*	Vulkanize kauçuktan diğer eşya	13.231	15.350
401120, 30	Otobüs-kamyon dış lastiği, uçak dış lastiği; yeni	10.793	14.387
401161,62,63,69, 92,93,94,99	Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni)	3.685	6.042
4009	Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları	5.203	5.945
4005	Kanştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde	3.327	5.505
6406	Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, geti, tozluk, dolak vb	5.165	5.289
4015	Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarı (eldiven)	2.930	4.726
4010	Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları	3.176	4.296
4008	Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller	2.278	2.850
401140, 50	Motosiklet, bisiklet dış lastiği; yeni	1.057	1.584
4014	Vulkanize kauçuktan hijyenik, eczacılık eşyası	791	1.067
5906	Kauçuklu mensucat	1.083	958
4013	Kauçuktan iç lastikler	505	800
401290	Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps	585	763
401691	Yer döşeme ve paspası; sertleştirilmemiş vulkanize kauçuk	534	644
4007	Vulkanize edilmiş kauçuktan iplik ve ipler	355	467
4012**	Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps	297	408
400690	Diğer vulkanize edilmemiş kauçuktan çubuk, boru, profil vb eşya	217	257
4017	Sertleştirilmiş kauçuk vb. eşya	135	213
4003	Rejenerer kauçuk (ilk şekillerde, levha, tabaka/şerit halinde)	87	160
400610	Kauçuk lastiklere yeniden sırt geçirmede kullanılan profiller	84	96
Toplam		74.520	100.454

* 401691 hariç

** 401290, 401220 hariç

Tablo 34 : Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Dünya İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3. KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ ALT SEKTÖRLERİNDE TÜRKİYE VE DÜNYA DIŞ TİCARETİ

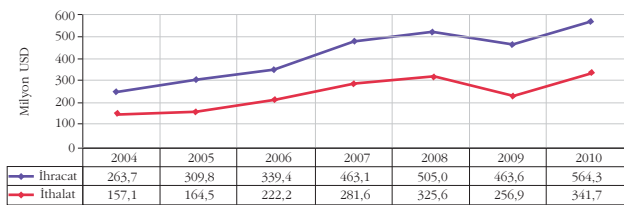
3.3.1. Kauçuktan Yapılmış, Otomobillerde Kullanılan Yeni Havalı Lastikler

Otomobillerde kullanılan kauçuktan yapılmış yeni lastiklere ait GTİP numarası aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.11.11
GTİP 401110 Otomobil dış lastiği; yeni

2004 yılında 420,8 milyon ABD Doları olan “Otomobil dış lastiği” dış ticareti 2010 yılında 906 milyon ABD Dolarına çıkmıştır. 2010 yılında 2004 yılına göre ihracat 2,1 kat artarak 564,3 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde ithalatta benzer artış göstererek 341,7 milyon ABD Dolarına erimiştir.

İhracat ve ithalat benzer bir artış eğilimi gösterirken 2004 yılında 106,6 milyon ABD Doları olan dış ticaret fazlası 2010 yılında 222,6 milyon ABD Doları olmuştur.



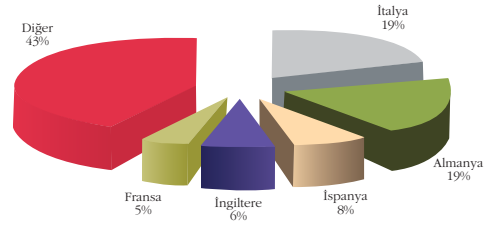
Grafik 207 : Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.1.1. İhracat

Kauçuktan yapılmış otomobillerde kullanılan yeni havalı lastiklerde 2010 yılında Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ilk beş ülkenin payı %57'ye erişmektedir.

İtalya (%19) ve Almanya (%19) en fazla ihracat yapılan ülkelerdir. Bu ülkeleri sırasıyla İspanya (%8), İngiltere (%6) ve Fransa (%5) izlemektedir. Bu beş ülke dışında kalan diğer ülkelere yapılan ihracat toplam ihracatın %43'ünü oluşturmaktadır.

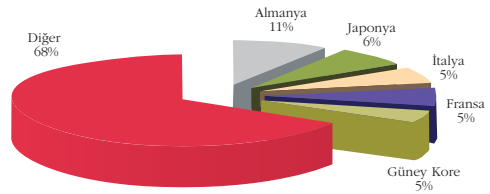


Grafik 208 : Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) (401110) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.1.2. İthalat

Türkiye'nin kauçuktan yapılmış otomobillerde kullanılan yeni havalı lastikler ithalatında ilk beş ülke içinde Japonya ve Güney Kore de bulunmaktadır. Almanya en fazla ithalat yapılan ülkedir (%11). Onu Japonya (%6), İtalya (%5), Fransa (%5) ve Güney Kore (%5) izlemektedir. Diğer ülkelere yapılan ithalat toplam ithalatın %68'idir.

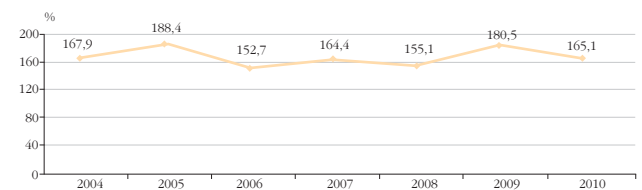


Grafik 209 : Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) (401110) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.1.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

2004-2010 yılları arasında Türkiye'nin “Otomobil dış lastiğinde” ihracatın ithalatı karşılama oranı %152 ile %188 arasında değişmiştir. Yıllara göre önemli sapmalar söz konusudur. Otomotiv üretimindeki eğilim göz önüne alındığında, dalgalanmanın daha çok yenileme pazarındaki rekabetten kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır.

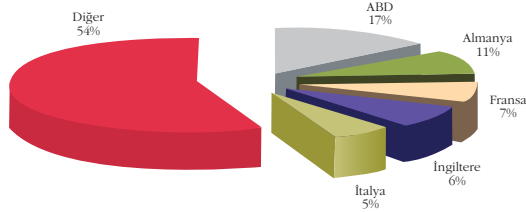


Grafik 210 : Türkiye'nin Otomobil Dış Lastiği (Yeni) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.1.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

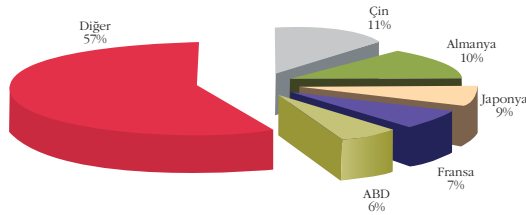
“Otomobil dış lastiği; yeni” grubu Dünya ithalatı içinde en fazla paya sahip olan kauçuk ürünleri imalatı sanayi ürünüdür ve 2009 yılı Dünya ithalatı 28,7 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. Dünyada en fazla ithalat yapan ülkeler ABD (%17), Almanya (%11), Fransa (%7), İngiltere (%6) ve İtalya (%5).



Grafik 211 : Otomobil Dış Lastiği (Yeni) (401110) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Toplam dünya ihracatından 2009 yılında Çin ve Japonya birlikte %20 pay almıştır. Otomobil dış lastiği ihracatında Çin (%11), Almanya (%10), Japonya (%9), Fransa (%7) ve ABD (%6) başta gelen ülkelerdir.



Grafik 212 : Otomobil Dış Lastiği (Yeni) (401110) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Otomobil dış lastiğinde” Dünya ithalatı içinde 2004 yılında % 1,39 olan Türkiye ihracatının payı 2009 yılında %1,62'e yükselmiştir. Bu bulgu, Türkiye'nin sektörde rekabet gücünü artırdığı izlenimi vermektedir.

	2004			2009		
	Milyon USD	%		Milyon USD	%	
GTİP Kodu	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
3916	19.001	263,7	1,39	28.646	463,6	1,62

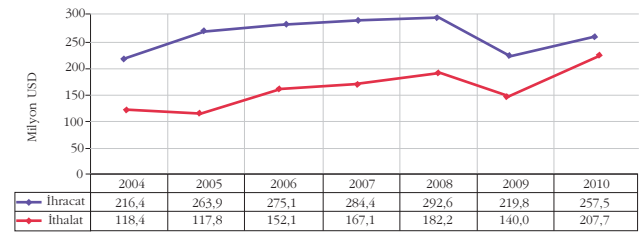
Tablo 35 : Otomobil Dış Lastiği Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.2. Kauçuktan Yapılmış, Otobüslerde, Kamyonlarda veya Hava Taşıtlarında Kullanılan Yeni Havalı Lastikler

Otobüslerde, kamyonlarda, hava taşıtlarında kullanılan yeni havalı lastiklere ait GTİP numaraları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

NACE 22.11.13	
GTİP 401120	Otobüs-kamyon dış lastiği; yeni
GTİP 401130	Uçak dış lastiği; yeni

“Otobüs, kamyon ve uçak dış lastiği” dış ticareti 2010 yılında 465,3 milyon ABD Dolarıdır. Türkiye bu ürünlerde ihracatta çok önemli bir gelişme sağlayamamıştır. 2004 yılında 216,4 milyon ABD Doları olan ihracat altı yılda 257,5 milyon ABD Dolarına çıkabilmiştir. Buna karşın, 2004 yılında 118,4 milyon ABD Doları olan ithalat 1,8 kat artarak 2010 yılında 207,8 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır. Bu ürünlerde ihracatın ithalatı karşılama oranı giderek gerilemiştir. Gelişen sivil havacılık ve lojistik sektörü göz önüne alındığında bu ürün grubunda fırsatlardan söz etmek olasıdır.

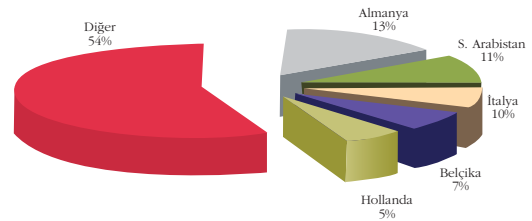


Grafik 213 : Türkiye'nin Otobüs, Kamyon ve Uçak Dış Lastiği (Yeni) Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.2.1. İhracat

2010 yılında otobüs-kamyon yeni dış lastik ihracatı 256,9 milyon ABD Doları, yeni uçak dış lastiği ihracatı ise 0,6 milyon ABD Dolarıdır. Türkiye'nin otobüs-kamyon yeni dış lastik ihracatında Almanya (%13) en fazla ihracat yapılan ülkedir. Almanya'yı, S. Arabistan (%11), İtalya (%10), Belçika (%7) ve Hollanda (%5) izlemektedir.

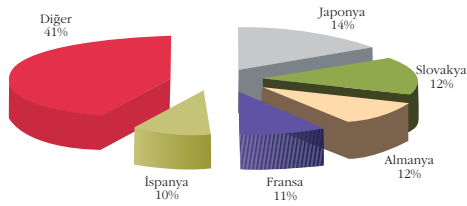


Grafik 214 : Türkiye'nin Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) (401120) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

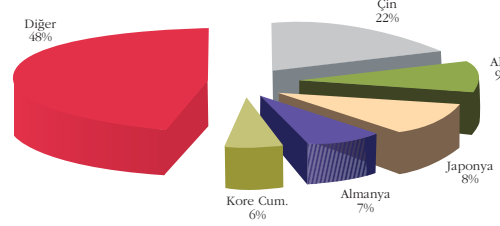
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.2.2. İthalat

2010 yılında otobüs-kamyon yeni dış lastik ithalatı 206,7 milyon ABD Doları, yeni uçak dış lastiği ithalatı 1 milyon ABD Dolarıdır. Türkiye'nin otobüs-kamyon yeni dış lastik ithalatında Japonya (%14) en fazla ithalat yapılan ülkedir. Onu Slovakya (%12), Almanya (%12), Fransa (%11) ve İspanya (%10) izlemektedir. İthalatın %41'i diğer ülkelerden yapılmıştır.



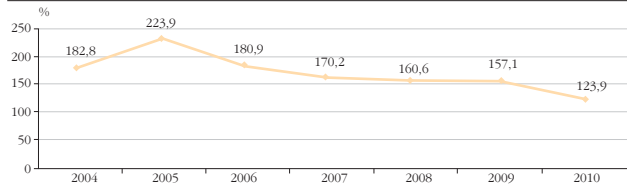
Grafik 215 : Türkiye'nin Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) (401120) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı



Grafik 218 : Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) (401120) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

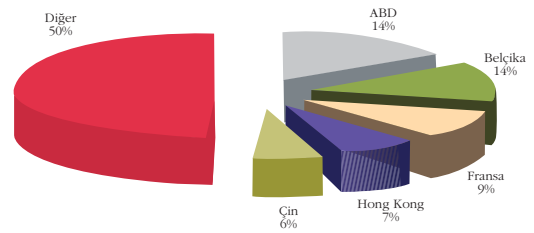
3.3.2.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

2004 yılında %182,8 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2005 yılında yükselerek 223,9 düzeyine erişmiş ve daha sonra giderek düşmüş ve 2010 yılında %123,9 olarak gerçekleşmiştir.



Grafik 216: Türkiye'nin Otobüs, Kamyon ve Uçak Dış Lastiği (Yeni) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

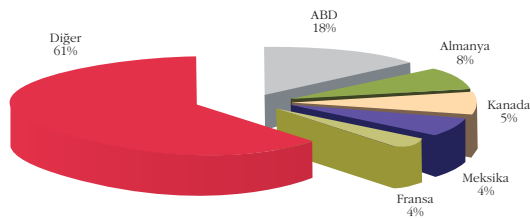
2009 yılında "Uçak dış lastiği" Dünya ithalatı 358 milyon ABD Dolarıdır. ABD (%14), Belçika (%14), Fransa (%9), Hong Kong (%7) ve Çin (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 219 : Uçak Dış Lastiği (Yeni) (401130) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

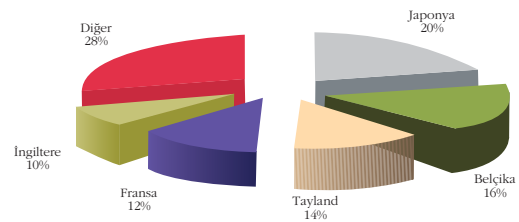
3.3.2.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında otobüs-kamyon yeni dış lastiği dünya ithalatı 14 milyar ABD Dolarıdır. Bu ürün en fazla dış ticaret yapılan üçüncü kauçuk ürünleri imalatı sanayi ürünüdür. En fazla ithalat yapan ülkeler ABD (%18), Almanya (%8), Kanada (%5), Meksika (%4) ve Fransa (%4)'dür.



Grafik 217 : Otobüs ve Kamyon Dış Lastiği (Yeni) (401120) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında "Uçak dış lastiği" en fazla ihracat yapan ülkeler Japonya (%20), Belçika (%16), Tayland (%14), Fransa (%12) ve İngiltere (%10)'dır.



Grafik 220 : Uçak Dış Lastiği (Yeni) (401130) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Otobüs-kamyon yeni dış lastik dünya ithalatı içinde 2004 yılında %2,01 olan Türkiye ihracatının payı 2009 yılında % 1,53'e gerilemiştir. Bu olumsuz gelişmenin nedenleri araştırılmalıdır.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
401120,30	10.793	216,4	2,01	14.387	219,8	1,53

Tablo 36: Otobüs, Kamyon ve Uçak Dış Lastiği (Yeni) Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak: UNSTATS, Comtrade

2009 yılında otobüs-kamyon yeni dış lastikte en fazla ihracat yapan ülkeler Çin (%22), ABD (%9) ve Japonya'dır (%8). Almanya (%7) ve Kore Cumhuriyeti (%6) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.

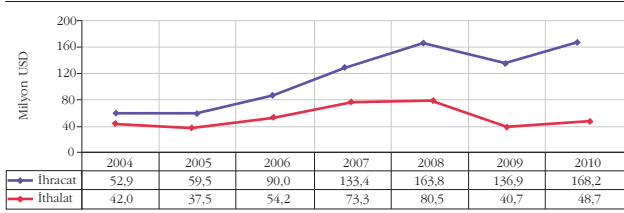
3.3.3. Kauçuktan Yapılmış Tarım Lastikleri ve Diğer Yeni Havalı (Pnömatik) Lastikler

Tarım lastikleri ve diğer yeni havalı lastikler grubuna ait GTİP numaraları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

NACE 22.11.14	
GTİP 401161	Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik
GTİP 401162	Yapı ve sanayi taş. için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik (jant ölçüsü; 61cm. az)
GTİP 401163	Yapı ve san.taş. için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik (jant ölçüsü; 61cm. fazla)
GTİP 401169	Diğer taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik
GTİP 401192	Tarım, orman taşıtları için diğer dış lastik
GTİP 401193	Yapı ve sanayi taşıtları için diğer dış lastik (jant ölçüsü; 61cm. az)
GTİP 401194	Yapı ve sanayi taşıtları için diğer dış lastik (jant ölçüsü; 61cm. fazla)
GTİP 401199	Diğer taşıtları için diğer dış lastik

2004 yılında 52,9 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin "Tarım lastikleri ve diğer yeni havalı lastikler" ihracatı 3,2 kat artarak 2010 yılında 168,2 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır. 2004 yılında 42 milyon ABD Doları olarak gerçekleşen ithalat 2010 yılında 48,7 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

İhracat hızlı bir artış eğilimi gösterirken, uluslararası düzeyde yaşanan ekonomik krizin Türkiye'ye de yansımaları sonucu 2009 yılında düşüş göstermiş ve 2010 yılından itibaren tekrar yükselişe geçmiştir. Bu ürün grubunda Türkiye'nin rekabet gücünün oldukça iyi durumda olduğunu söylemek olasıdır.

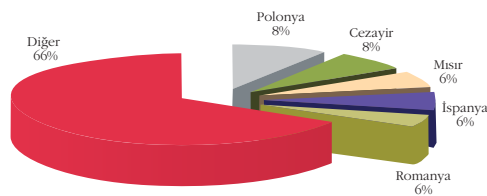


Grafik 221 : Türkiye'nin Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.3.1. İhracat

2010 yılında "Tarım, orman taşıtları için diğer dış lastik" ihracatının toplam grup içindeki payı %52,4'dür. Türkiye'nin bu grupta en fazla ihracat yaptığı ülkeler %8 ile Polonya ve Cezayir'dir. Bu ülkeleri %6 payla Mısır, İspanya ve Romanya izlemektedir. Diğer ülkelere yapılan ihracatın payı ise %66'dır.

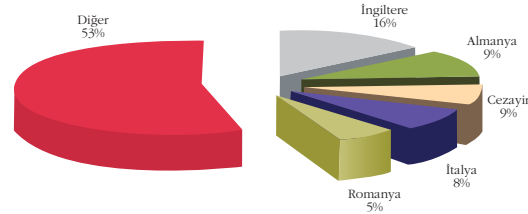


Grafik 222 : Türkiye'nin Tarım ve Orman Taşıtları İçin Diğer Dış Lastik (401192) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında "Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik" ihracatının toplam grup

içindeki payı ise % 29,1 dir. "Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik" ihracatında İngiltere (%16) en fazla ihracat yapılan ülkedir. Onu, Almanya (%9), Cezayir (%9), İtalya (%8) ve Romanya (%5) izlemektedir. İhracatın %53'ü diğer ülkelere yapılmaktadır.

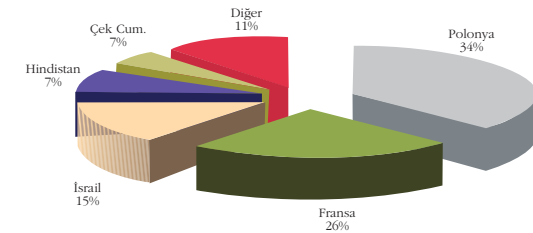


Grafik 223 : Türkiye'nin Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik (401161) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.3.2. İthalat

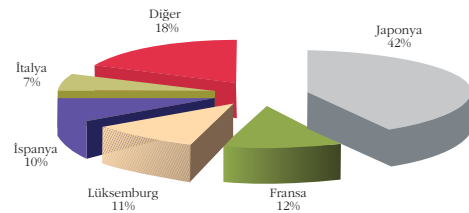
2010 yılında "Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik" ithalatının payı toplam grup içinde %33,7'dir. Türkiye'nin bu grupta en fazla ithalat yaptığı ülke Polonya'dır (%34). Fransa (%26), İsrail (%15), Hindistan (%) ve Çek Cumhuriyeti (%) en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar.



Grafik 224 : Türkiye'nin Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik (401161) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

"Yapı ve sanayi taşıtları için zikzak vb. özel taban desenli dış lastik (jant ölçüsü; 61cm. fazla)" grubunun toplam ithalat içindeki payı %33,5'dir. 2010 yılında bu ürün grubundan yapılan ithalatın %42'si Japonya'dan yapılmıştır. Japonya'yı %12 ile Fransa, %11 ile Lüksemburg, %10 ile İspanya ve %7 ile de İtalya takip etmektedir. 2010 yılı ithalatının %18'i ise diğer ülkelere yapılmıştır.

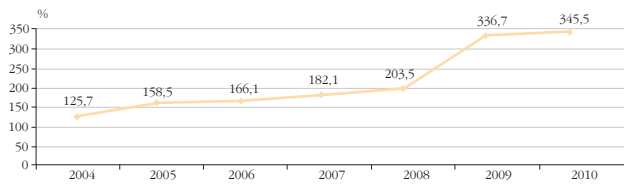


Grafik 225 : Türkiye'nin Yapı ve Sanayi Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik (jant ölçüsü > 61cm) (401163) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.3.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı istikrarlı bir yükseliş göstermektedir. 2004 yılında % 125,7 olan oran özellikle son üç yılda artarak 2010 yılında %345,5'e yükselmiştir.



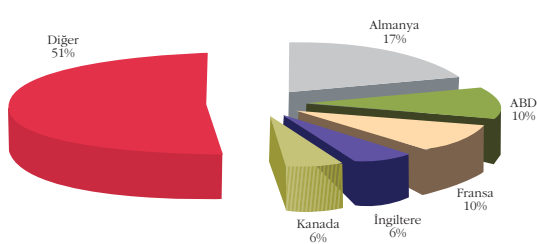
Grafik 226 : Türkiye'nin Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.3.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

“Tarım lastikleri ve diğer yeni havalı lastikler” grubu 2009 yılında Dünya kauçuk ürünler imalatı sanayi ürünleri ithalatı sıralamasında dördüncü sırayı almaktadır. Grubun 2009 yılı Dünya ithalatı 6,0 milyar ABD Dolarıdır.

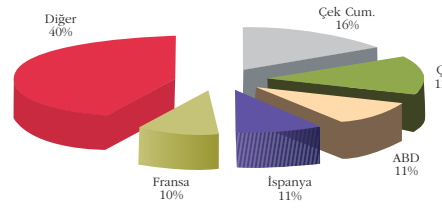
401161 GTİP no lu “Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik” grubu içinde bulunduğu alt sektörde en fazla ithalat hacmine sahiptir. 2009 yılında bu grup içinde bulunduğu alt sektörün toplam ithalatının %23,3'ünü gerçekleştirerek 1,4 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. “Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik” grubunda dünyada en fazla ithalat yapan ülkeler Almanya (%17), ABD (%10), Fransa (%10), İngiltere (%6) ve Kanada'dır (%6).



Grafik 227 : Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik (401161) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Tarım, orman taşıtları için, zikzak vb. özel taban desenli dış lastik” grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler ise Çek Cumhuriyeti (%16), Çin (%12), ABD (%11), İspanya (%11) ve Fransa (%10)'dur. İlk beş ülke sektörün toplam dünya ihracatından önemli bir pay almaktadır.



Grafik 228 : Tarım ve Orman Taşıtları İçin Zikzak vb. Özel Taban Desenli Dış Lastik (401161) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni)” Dünya ithalatı içinde 2004 yılında %1,43 olan Türkiye ihracatının payı 2009 yılında %2,27'e yükselmiştir. Bu bulgu sektörün dünya pazarlarında beş yıl içinde önemli bir başarı elde ettiğini göstermektedir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
401161,62,63,69,92,93,94,99	3.685	52,9	1,43	6.042	136,9	2,27

Tablo 37: Tarım Lastikleri ve Diğer Havalı Dış Lastikler (Yeni) Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

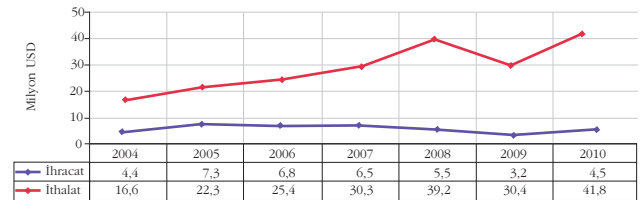
Kaynak: UNSTATS, Comtrade

3.3.4. Kauçuktan İç Lastikler, Dolgu veya Alçak Basıncılı Lastikler, Dış Lastikler İçin Değişebilir Sırtlar ve Kolonlar

Kauçuktan iç lastikler ve kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps grubuna ait GTİP numaraları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

NACE 22.11.15	
GTİP 401290	Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps
GTİP 4013	Kauçuktan iç lastikler

“İç lastikler, dolgu veya alçak basınçlı lastikler, dış lastikler için değişebilir sırtlar ve kolonlar” grubunun 2010 yılı ihracatı 4,5 milyon ABD Dolarıdır ve yıllar itibarıyla Türkiye'nin ihracat değerlerinde önemli bir değişim gözlenmemektedir. Buna karşın 2004 yılında 16,6 milyon ABD Doları olan ithalat 2,5 kat artarak 2010 yılında 41,8 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır.

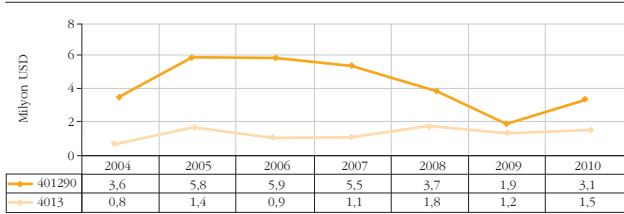


Grafik 229 : Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.4.1. İhracat

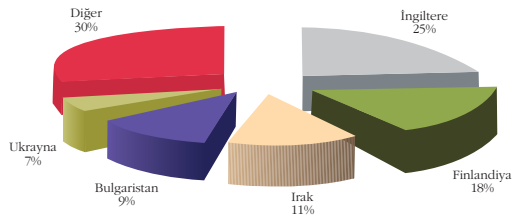
“Kauçuktan iç lastikler” grubunun yıllar itibariyle ihracatı yatay bir seyir izlemiştir. 2010 yılında 1,5 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubu 2010 yılı ihracatı 2004 yılının altındadır.



Grafik 230 : Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

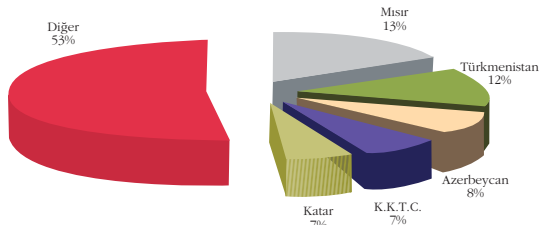
2010 yılında “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubunda İngiltere (%25) en fazla ihracat yapılan ülkedir. İngiltere'yi Finlandiya (%18), Irak (%11), Bulgaristan (%9) ve Ukranya (%7) izlemektedir. İhracatın %30'u diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 231 : Türkiye'nin Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps (401290) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

“Kauçuktan iç lastikler” grubunda Mısır (%13) en fazla ihracat yapılan ülkedir. Mısır'ı Türkmenistan (%12), Azerbaycan (%8), K. Kıbrıs Türk Cum. (%7) ve Katar (%7) izlemektedir. İhracatın %53'ü diğer ülkelere yapılmıştır.



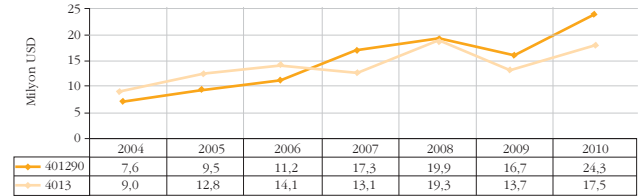
Grafik 232 : Türkiye'nin Kauçuktan İç Lastikler (4013) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.4.2. İthalat

2004 yılında 7,6 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubu ithalatı 2010 yılında 24,3 milyon ABD

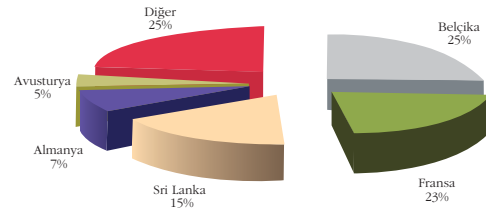
Dolarına ulaşarak 3,2 kat artmıştır. “Kauçuktan iç lastikler” grubu ithalatı da artış eğilimi göstermektedir. 2004 yılında 9 milyon ABD Doları olan grubun ithalatı 1,9 kat artarak 2010 yılında 17,5 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır.



Grafik 233 : Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

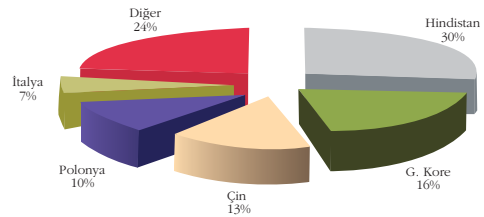
2010 yılında, “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubunda en fazla ithalat Belçika (%25), Fransa (%23) ve Sri Lanka'dan (%15) yapılmıştır. Bu ülkeleri Almanya (%7) ve Avusturya (%5) izlemektedir. İthalatın %25'i diğer ülkelerden yapılmıştır.



Grafik 234 : Türkiye'nin Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps (401290) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında “Kauçuktan iç lastikler” grubunda Türkiye en fazla ithalatı Hindistan'dan (%30) yapmıştır. Hindistan'ı G. Kore (%16), Çin (%13), Polonya (%10) ve İtalya (%7) izlemiştir. İthalatın % 24'ü diğer ülkelerden yapılmıştır.



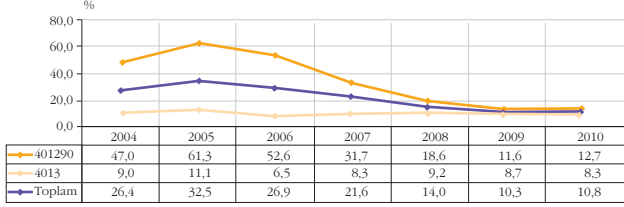
Grafik 235 : Türkiye'nin Kauçuktan İç Lastikler (4013) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.4.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Türkiye'nin “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubu ihracatın ithalatını karşılama oranlarında sürekli bir düşüş görülmektedir. 2004 yılında %47 olan oran 2010 yılında %12,7'e

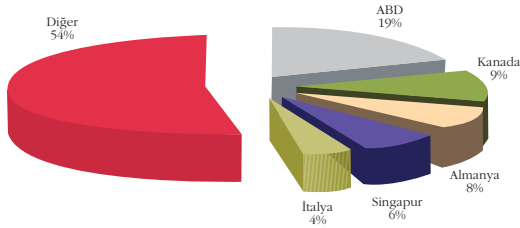
gerilemiştir. “Kauçuktan İç Lastikler” grubu oranında önemli bir değişiklik görülmezken tüm grup toplamında ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %10,8 olarak gerçekleşmiştir. Bu ürün grubunun toplam kauçuk ürünleri dış ticaretindeki payının çok düşük olduğu unutulmamalıdır.



Grafik 236 : Türkiye'nin İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

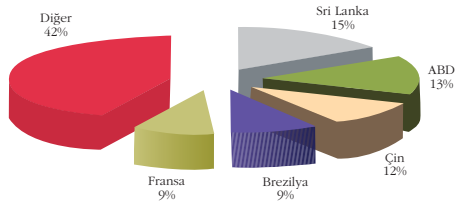
3.3.4.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubu Dünya ithalatı 762,7 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler ABD (%19), Kanada (%9) ve Almanya (%8)'dir. Bu ülkeleri Singapur (%6) ve İtalya (%4) izlemektedir. İthalatın %54'ü ilk beş dışında kalan ülkeler tarafından yapılmıştır.



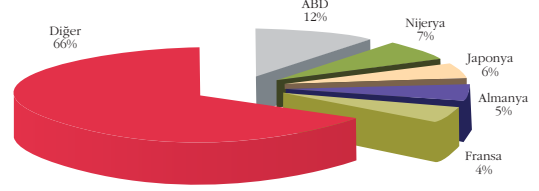
Grafik 237 : Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps (401290) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Sri Lanka (%15), ABD (%13) ve Çin'dir (%12). Brezilya (%9) ve Fransa (%9) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



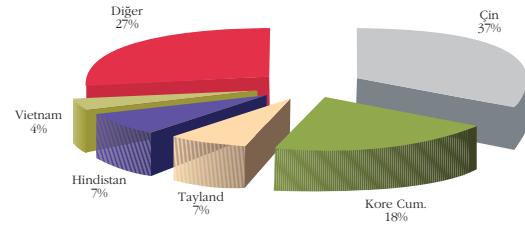
Grafik 238 : Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps (401290) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Kauçuktan iç lastikler” grubu 2009 yılı Dünya ithalatı 799,6 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler ABD (%12), Nijerya (%7), Japonya (%6), Almanya (%5) ve Fransa (%4)'dür.



Grafik 239 : Kauçuktan İç Lastikler (4013) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Kauçuktan iç lastikler” grubunda 2009 yılında en fazla ihracat yapan ülkeler Çin (%37), Kore Cumhuriyeti (%18), Tayland (%7), Hindistan (%7) ve Vietnam (4) olmuştur. İhracatın %27'si diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 240 : Kauçuktan İç Lastikler (4013) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı 2004 yılında %0,61'den 2009 yılında %0,25'e gerilemiştir. “Kauçuktan iç lastikler” grubu Dünya ithalatı içindeki Türkiye ihracatı, 2009 yılında 2004 yılına göre önemli bir değişime göstermemiş ve %0,15 olarak gerçekleşmiştir.

	2004			2009		
	Milyon USD	%		Milyon USD	%	
GTİP Kodu	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
401290	585	3,6	0,61	763	1,9	0,25
4013	505	0,8	0,16	800	1,2	0,15

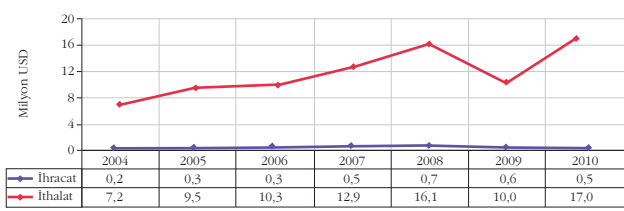
Tablo 38 : İç Lastikler, Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.5. Kauçuktan Motosikletlerde ve Bisikletlerde Kullanılan Yeni Havalı Lastikler ve Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılan Şeritler

Motosiklet ve bisiklet dış lastikleri ile kauçuk lastiklere sırt geçirmede kullanılan profillere ait GTİP numaraları aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.11.12	
GTİP 401140	Motosiklet dış lastiği; yeni
GTİP 401150	Bisiklet dış lastiği; yeni
NACE 22.11.16	
GTİP 400610	Kauçuk lastiklere yeniden sırt geçirmede kullanılan profiller

“Kauçuktan yeni havalı motosikletlerde ve bisikletlerde kullanılan lastikler” ve “Kauçuk lastiklere yeniden sırt geçirmede kullanılan şeritler” gruplarında Türkiye'nin toplam dış ticareti 2004 yılında 7,4 milyon ABD Dolarından 2010 yılında 17,5 milyon ABD Dolarına ulaşmıştır. Bu grubun dış ticaret hacmi de diğer gruplara göre düşüktür.

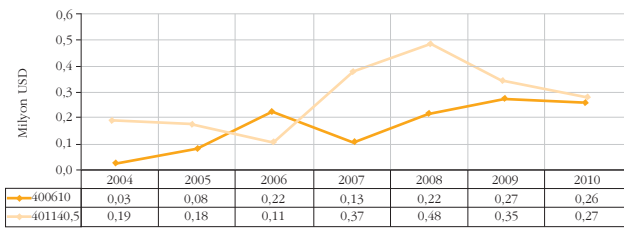


Grafik 241 : Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.5.1. İhracat

Türkiye'nin “Motosiklet / bisiklet dış lastiği” ihracatı 2008 ve 2009 yıllarında artış eğilimine girmiş daha sonra toplamda 600 bin ABD Doları düzeyinde kalmıştır. Her iki grubunda 2010 yılı ihracatı 300 bin ABD Doları civarındadır. Kauçuk ürünleri imalatı sektörü içinde oldukça düşük bir paya sahiptir.



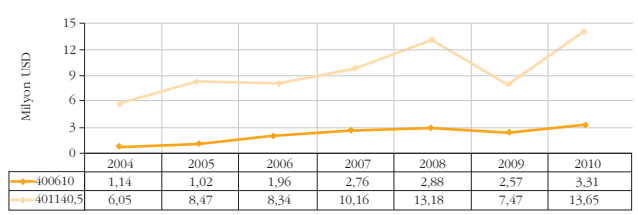
Grafik 242 : Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.5.2. İthalat

“Motosiklet/ bisiklet dış lastiği” ithalatı 2004 yılında 6 milyon ABD Dolarından 2010 yılında 13,7 milyon ABD Dolarına ulaşmış ve 2,3 kat artış göstermiştir. Türkiye'nin “Şeritler, Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılanlar” ürün grubunun 2004 yılında 1,1 milyon ABD Doları olan ithalatı 2010 yılında 3,3 milyon ABD Dolarına yükselmiştir.

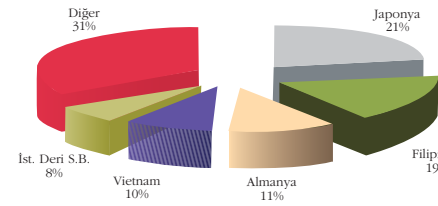
“Motosiklet/ bisiklet dış lastiği” ithalatındaki artış 2009 yılındaki ekonomik kriz nedeniyle düşme göstermiş, ancak 2010 yılında tekrar yükselişe geçmiştir. Bu ürün grubunda ithalat çok düşük düzeylerde de olsa artış hızı dikkat çekicidir.



Grafik 243 : Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

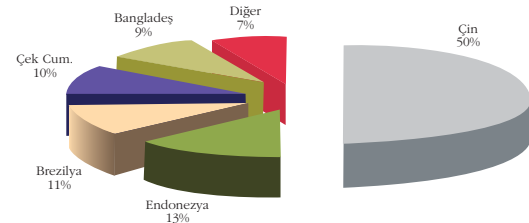
2010 yılında “Motosiklet dış lastiği” ithalatı 5,8 milyon ABD Dolarıdır. Türkiye en fazla ithalatı Japonya (%21) ve Filipinler'den (%19) yapmıştır. İthalatta bu ülkeleri Almanya (%11) ve Vietnam (%10) izlemektedir.



Grafik 244 : Türkiye'nin Motosiklet Dış Lastiği (Yeni) (401140) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

“2010 yılında “Bisiklet dış lastiği” ithalatı 7,8 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Çin (%50) en fazla ithalat yapılan ülkedir. Çin'i, Endonezya (%13), Brezilya (%11), Çek Cum. (%10) ve Bangladeş (%9) izlemektedir.

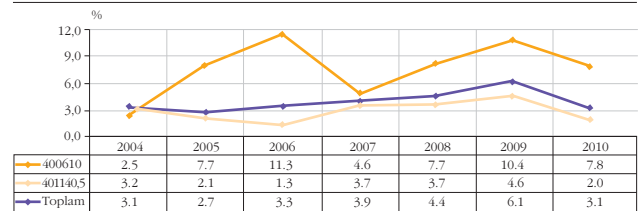


Grafik 245 : Türkiye'nin Bisiklet Dış Lastiği (Yeni) (401150) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.5.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Bu grupta ithalatın ihracatı karşılama oranları düşük seviyede kalmakta ve yıllar itibarıyla %1,4 ile %11,3 arasında değişmektedir.

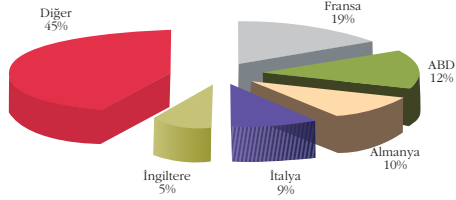


Grafik 246: Türkiye'nin Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

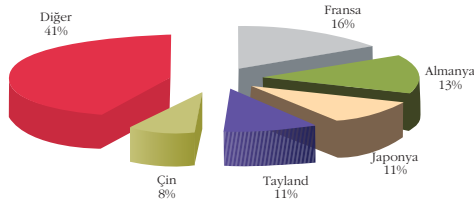
3.3.5.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında “Motosiklet dış lastiği; yeni” grubu Dünya ithalatı 1,1 milyar ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler Fransa (%19), ABD (%12) ve Almanya (%10)'dır. Bu ülkeleri İtalya (%9) ve İngiltere (%5) izlemektedir.



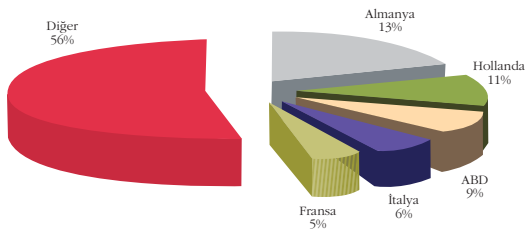
Grafik 247 : Motosiklet Dış Lastiği (401140) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Motosiklet dış lastiği; yeni” grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Fransa (%16), Almanya (%13), Japonya (%11), Tayland (%11) ve Çin'dir (%8).



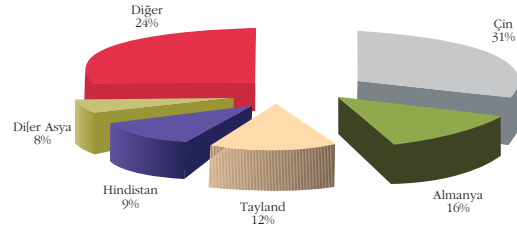
Grafik 248 : Motosiklet Dış Lastiği (401140) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Bisiklet dış lastiği; yeni” grubu Dünya ithalatı 518,8 milyon ABD Dolarıdır. Almanya (%13), Hollanda (%11) ve ABD (%9) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. İtalya (%6) ve Fransa (%5) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



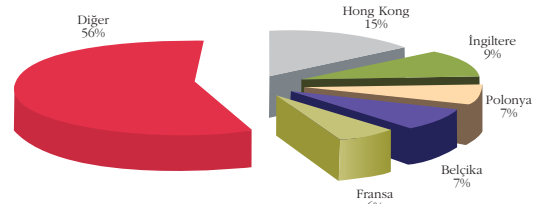
Grafik 249 : Bisiklet Dış Lastiği (401150) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Bisiklet dış lastiği; yeni” grubunda en fazla ihracatçı Çin (%31), Almanya (%16) ve Tayland (%12) yapmıştır. İhracatta bu ülkeleri Hindistan (%9) ve Diğer Asya (%8) izlemektedir.



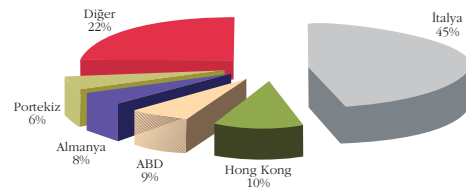
Grafik 250 : Bisiklet Dış Lastiği (401150) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Kauçuk lastiklere yeniden sırt geçirmede kullanılan profiller” grubu Dünya ithalatı 96 milyon ABD Dolarıdır. Hong Kong (%15), İngiltere (9), Polonya (%7), Belçika (%7) ve Fransa (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 251 : Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller (400610) Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında en fazla ihracat yapan ülkeler İtalya (%45), Hong Kong (%10) ve ABD (%9)'dır. Bu ülkeleri Almanya (%8) ve Portekiz (%6) izlemektedir. İhracatın %22'si ilk beş dışında kalan diğer ülkeler tarafından yapılmaktadır.



Grafik 252 : Kauçuk Lastiklere Yeniden Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller (400610) Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Motosiklet/ bisiklet dış lastiği” ve “Kauçuk lastiklere sırt geçirmede kullanılan profiller” gruplarında Dünya ithalatı içindeki Türkiye ihracatının payı %0,19-0,28 arasında değişmektedir. Türkiye ihracat hacmi çok düşük de olsa 2004 yılına göre 2009 yılında Pazar payı açısından başarılı bir dönem geçirmiştir.

	2004			2009		
	Milyon USD		%	Milyon USD		%
GTİP Kodu	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Dünya İthalatı	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
401140,50	1.057	0,19	0,02	1.584	0,35	0,02
400610	84	0,03	0,03	96	0,27	0,28

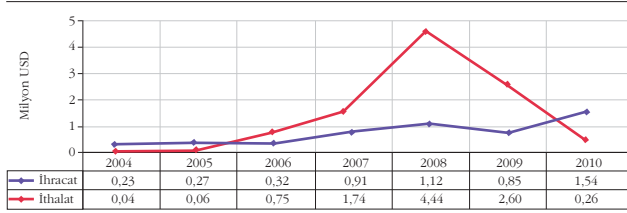
Tablo 39 : Motosiklet / Bisiklet Dış Lastiği ve Kauçuk Lastiklere Sırt Geçirmede Kullanılan Profiller Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.6. Havalı Kauçuktan Sırt Geçirilmiş Dış lastikler

Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps grubuna ait GTİP numarası aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.11.20	
GTİP 4012*	Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps *(GTİP 401290 ve 401220 hariç)

“Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubu 2010 yılı ihracatı 1,5 milyon ABD Doları, ithalatı 0,3 milyon ABD Dolarıdır.

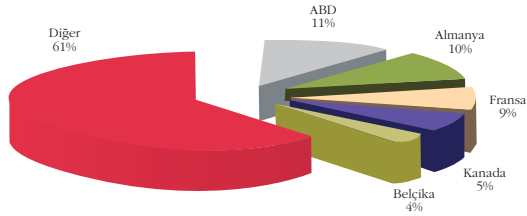


Grafik 253 : Türkiye'nin Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.6.1. Dünya Ticareti ve Türkiye

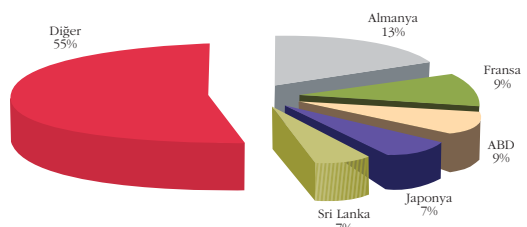
2009 yılında “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” ürün grubunda Dünya ithalatı 408,1 milyon ABD Dolarıdır. ABD (%11), Almanya (%10), Fransa (%9), Kanada (%5) ve Belçika (%4) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 254 : Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

En fazla ihracat yapan ülkeler Almanya (%13), Fransa (%9) ve ABD'dir (%9). İhracatta bu ülkeleri Japonya (%7) ve Sri Lanka (%7) izlemektedir.



Grafik 255 : Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Kullanılmış yenilenmiş dış lastikler, dolgu lastik, sırt, flaps” grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı %0,21'i geçememiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
4012*	297	0,2	0,06	408	0,8	0,21

* 401290, 401220 hariç

Tablo 40: Kullanılmış Yenilenmiş Dış Lastikler, Dolgu Lastik, Sırt ve Flaps Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

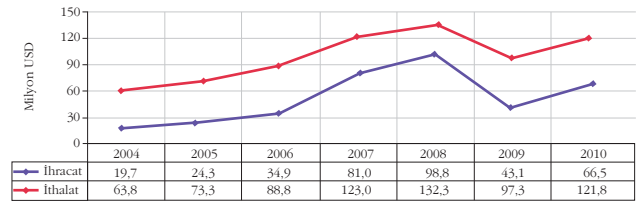
Kaynak: UNSTATS, Comtrade

3.3.7. Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar; Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Kordon, Levha, Tabaka, Şerit, Çubuk ve Profiller (Sert Kauçuktan Olanlar Hariç)

Vulkanize edilmiş ve edilmemiş kauçuk ve bundan eşyalar grubuna ait GTİP numaraları aşağıda verilmiştir.

NACE 22.11.11	
GTİP 4005	Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde
GTİP 400690	Diğer vulkanize edilmemiş kauçuktan çubuk, boru, profil vb. eşya
GTİP 4007	Vulkanize edilmiş kauçuktan iplik ve ipler
GTİP 4008	Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller

Türkiye'nin “Vulkanize edilmemiş kauçuk ve bundan eşyalar; vulkanize edilmiş kauçuktan ip, kordon, levha, tabaka, şerit, çubuk ve profiller” ürün grubunun 2004 yılında 83,5 milyon ABD Doları olan dış ticaret hacmi 2010 yılında 188,3 milyon ABD Dolarına ulaşarak 2,3 kat artış göstermiştir.



Grafik 256 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.7.1. İhracat

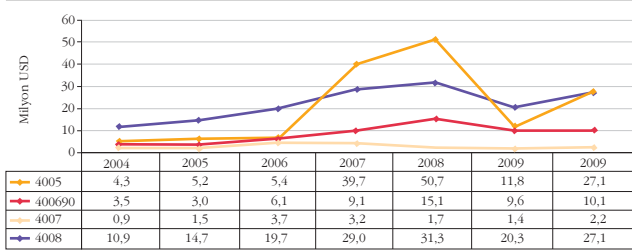
Grubun 2010 yılı Türkiye toplam ihracatı 66,5 milyon ABD Dolarıdır. “Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde” ve “Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” gruplarının ihracatı 27,1 milyon ABD Doları olup, her birinin toplam grup ihracatı içindeki payları % 40,8'dir.

GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4005	4,3	5,2	5,4	39,7	50,7	11,8	27,1
400690	3,5	3,0	6,1	9,1	15,1	9,6	10,1
4007	0,9	1,5	3,7	3,2	1,7	1,4	2,2
4008	10,9	14,7	19,7	29,0	31,3	20,3	27,1
Toplam	19,7	24,3	34,9	81,0	98,8	43,1	66,5

Tablo 41: Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İhracatı (Milyon USD)

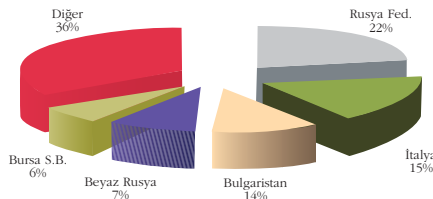
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

İhracatta en önemli değişim eğilimi “Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde” grubunda görülmektedir. Bu grubun ihracatı 2007 ve 2008 yıllarında önemli artış göstermiştir. 2009 yılı ekonomik kriz döneminde gerileyen ihracatı 2010 yılında tekrar yükselişe geçmiştir.



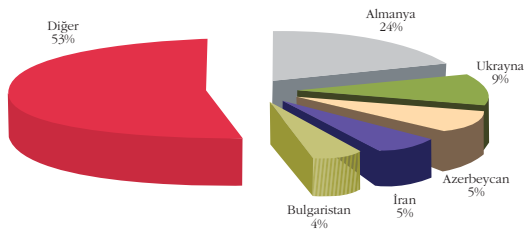
Grafik 257 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İhracatı (Milyon USD)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında “Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde” grubu en fazla ihracatı Rusya Federasyonu (%22)'na yapmıştır. İtalya (%15), Bulgaristan (%14), Beyaz Rusya (%7) en fazla ihracat yapılan ülkelerdir.



Grafik 258 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) (4005) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında “Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” grubunda Türkiye en fazla ihracatı Almanya'ya (%24) yapmıştır. Ukrayna (%9), Azerbaycan (%5), İran (%5) ve Bulgaristan (%4) en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar. İhracatın %53'ü diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 259 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller (4008) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

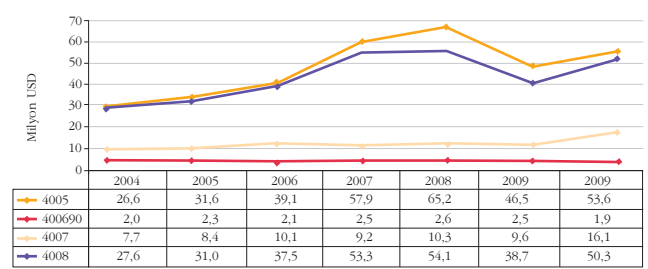
3.3.7.2. İthalat

Bu grupta 2004 yılında 63,8 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin ithalatı 2010 yılında 121,8 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 1,9 kat artış göstermiştir. 2010 yılında toplam grup ithalatı içinde “Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde” ürünlerinin payı %44 ve “Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” ürün grubunun payı ise %41,3'dür.

GRİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4005	26,6	31,6	39,1	57,9	65,2	46,5	53,6
400690	2,0	2,3	2,1	2,5	2,6	2,5	1,9
4007	7,7	8,4	10,1	9,2	10,3	9,6	16,1
4008	27,6	31,0	37,5	53,3	54,1	38,7	50,3
Toplam	63,8	73,3	88,8	123,0	132,3	97,3	121,8

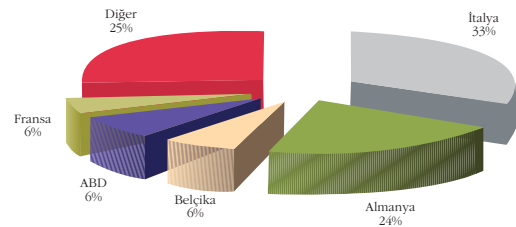
Tablo 42 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İthalatı (Milyon USD)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

Türkiye'nin 2004-2010 yılları arasında “Diğer vulkanize edilmemiş kauçuktan çubuk, boru, profil vb. eşya” ve “Vulkanize edilmiş kauçuktan iplik ve ipler” ürün gruplarının ithalatında önemli değişme görülmezken diğer iki grup önemli artış göstermişlerdir.



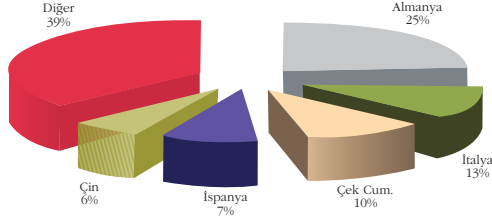
Grafik 260 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu İthalatı (Milyon USD)
Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında “Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde” ürün grubunda Türkiye en fazla ithalatı İtalya (%33) ve Almanya'dan (%24) yapmıştır. Belçika (%6), ABD (%6) ve Fransa (%6) en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke içinde yer almaktadırlar.



Grafik 261 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) (4005) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

Türkiye 2010 yılında “Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” ürünlerinde en fazla ithalatı Almanya’dan (%25) yapmıştır. Bu ülkeyi İtalya (%13), Çek Cum. (%10), İspanya (%7) ve Çin (%6) izlemektedir. İthalatın %39’u diğer ülkelere yapılmıştır.



Grafik 262 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller (4008) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

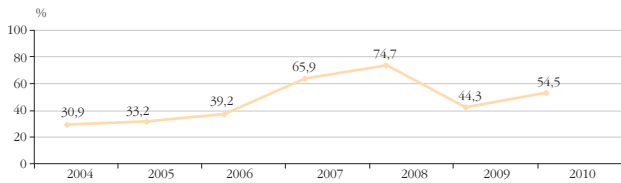
3.3.7.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

İhracatın ithalatı karşılama oranının en yüksek olduğu grup “Diğer vulkanize edilmemiş kauçuktan çubuk, boru, profil vb. eşya” ürün grubudur. Bu grupta 2004 yılında %179,7 olan oran 2010 yılında %542,6'a yükselmiştir.

GRUP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4005	16,2	16,3	13,7	68,5	77,8	25,5	50,5
400690	179,7	134,1	292,9	363,9	579,6	390,0	542,6
4007	12,2	17,4	36,7	34,9	16,3	14,4	13,8
4008	39,7	47,4	52,5	54,3	57,9	52,3	53,9
Toplam	30,9	33,2	39,2	65,9	74,7	44,3	54,5

Tablo 43 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

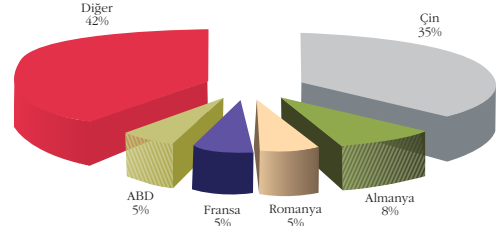
Grup toplamında 2004 yılında %30,9 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %54,5'e yükselmiştir.



Grafik 263 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)
Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

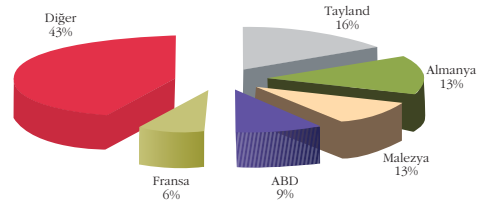
3.3.7.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

2009 yılında “Karıştırılmış kauçuk- vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde” grubu ürünlerinin Dünya ithalatı 5,5 milyar ABD Dolarıdır. Çin (%35) en fazla ithalat yapan ülkedir. Almanya (%8), Romanya (%5), Fransa (%5) ve ABD (%5) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



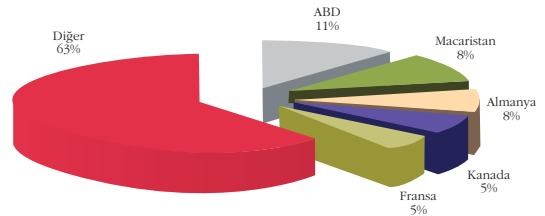
Grafik 264 : Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) (4005) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Tayland (%16), Almanya (%13), Malezya (%13), ABD (%9) ve Fransa (%6) en fazla ihracat yapan ülkelerdir.



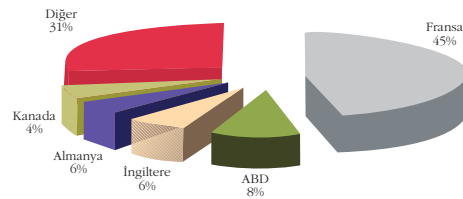
Grafik 265 : Vulkanize Edilmemiş Karıştırılmış Kauçuk (İlk Şekillerde) (4005) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Diğer vulkanize edilmemiş kauçuktan çubuk, boru, profil vb. eşya” ürün grubu Dünya ithalatı 257,3 milyon ABD Dolarıdır. ABD (%11), Macaristan (%8), Almanya (%8), Kanada (%5) ve Fransa (%5) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



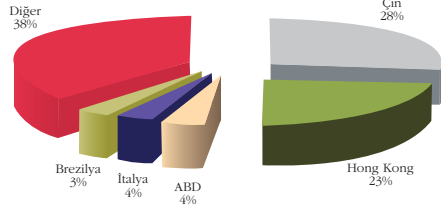
Grafik 266 : Diğer Vulkanize Edilmemiş Kauçuktan Çubuk, Boru, Profil vb. Eşya (400690) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Fransa (%45) en fazla ihracat yapan ülkedir. ABD (%8), İngiltere (%6), Almanya (%6) ve Kanada (%4) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



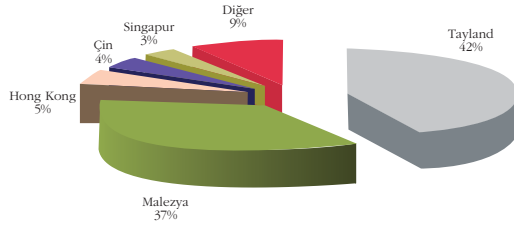
Grafik 267 : Diğer Vulkanize Edilmemiş Kauçuktan Çubuk, Boru, Profil vb. Eşya (400690) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Vulkanize edilmiş kauçuktan iplik ve ipler” ürün grubunda Dünya ithalatı 467,4 milyon ABD Dolarıdır. Çin (%28) ve Hong Kong (%23) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. Bu ülkeleri ABD (%4), İtalya (%4) ve Brezilya (%3) izlemektedir.



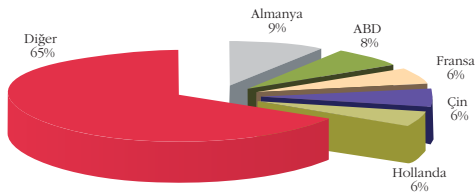
Grafik 268 : Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İplik ve İpler (4007) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

Tayland (%42) ve Malezya (%37) vulkanize edilmiş kauçuktan iplik ve ipler ürün grubunda en fazla ihracat yapan ülkelerdir. Hong Kong (%5), Çin (%4) ve Singapur (%3) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir. Dünya ihracatının %9'u ilk beş dışında kalan diğer ülkeler tarafından yapılmıştır.



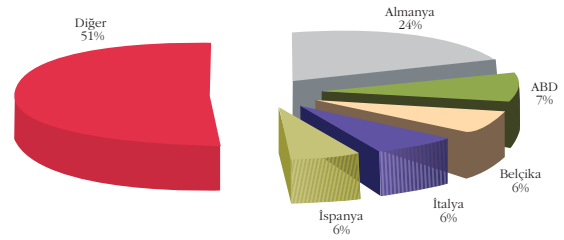
Grafik 269 : Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İplik ve İpler (4007) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” grubu Dünya ithalatı 2,9 milyar ABD Dolarıdır. Almanya (%9), ABD (%8), Fransa (%6), Çin (%6) ve Hollanda (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 270 : Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller (4008) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” grubunda Almanya (%24) en fazla ihracat yapan ülkedir. Almanya'yı ABD (%7), Belçika (%6), İtalya (%6) ve İspanya (%6) izlemektedir.



Grafik 271 : Vulkanize Kauçuktan Levha, Yaprak, Şerit, Çubuk ve Profiller (4008) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Karıştırılmış kauçuk-vulkanize edilmemiş, ilk şekillerde”, “Vulkanize edilmiş kauçuktan iplik ve ipler” ve “Vulkanize kauçuktan levha, yaprak, şerit, çubuk ve profiller” grupları Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı %1'in altındadır. “Diğer vulkanize edilmemiş kauçuktan çubuk, boru, profil vb. eşya” grubunda ise 2004 yılında %1,63 olan Türkiye ihracatının payı 2009 yılında %3,73'e yükselmiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
4005	3,327	4,3	0,13	5,505	11,8	0,21
400690	217	3,5	1,63	257	9,6	3,73
4007	355	0,9	0,26	467	1,4	0,30
4008	2,278	10,9	0,48	2,850	20,3	0,71

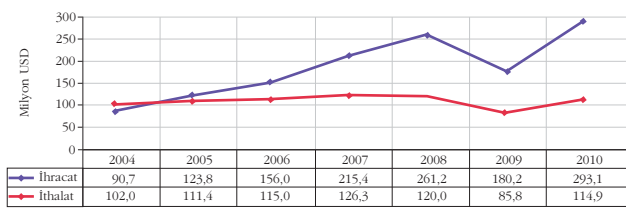
Tablo 44 : Vulkanize Edilmemiş Kauçuk ve Bundan Eşyalar ve Vulkanize Edilmiş Kauçuktan İp, Levha vb. Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.8. Vulkanize Kauçuktan Tüp, Boru ve Hortumlar (Sert Kauçuktan Olanlar Hariç)

Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ile donanımlarına ait grubun GTİP numarası aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.19.30
GTİP 4009 Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları

2004 yılında 90,7 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin “Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” grubunun ihracatı 2010 yılında 293,1 milyon ABD Dolarına yükselerek 3,2 kat artış göstermiştir. 2004 yılında 102 milyon ABD Doları olan ithalatı ise önemli bir artış yaşanmamıştır. Bu ürün grubunun ithalatı 2004 yılına göre yaklaşık 13,0 milyon ABD Doları artarak 2010 yılında 114,9 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

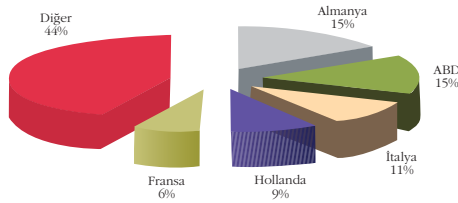


Grafik 272 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.8.1. İhracat

2010 yılında “Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” ürün grubunda Türkiye en fazla ihracatı Almanya (%15) ve ABD'ye (%15) yapmıştır. İtalya (%11), Hollanda (%9) ve Fransa (%6) en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke içindedir. İhracatın %44'ü diğer ülkelere yapılmıştır.

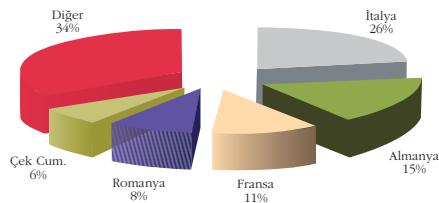


Grafik 273 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.8.2. İthalat

2010 yılında “Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” ürünlerinde en fazla ithalat İtalya'dan (%26) yapılmıştır. İtalya'yı Almanya (%15), Fransa (%11), Romanya (%8) ve Çek Cum. (%6) izlemektedir. İthalatın % 34'ü diğer ülkelerden yapılmıştır.

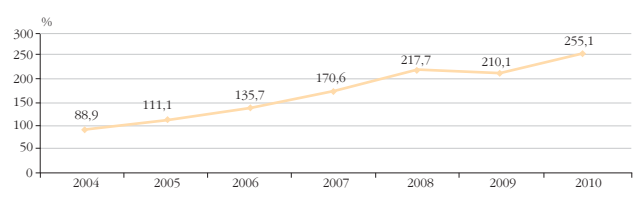


Grafik 274 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.8.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

“Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı sürekli olarak artmaktadır. 2004 yılında %88,9 olan oran 2010 yılında %255,1'e yükselmiştir.

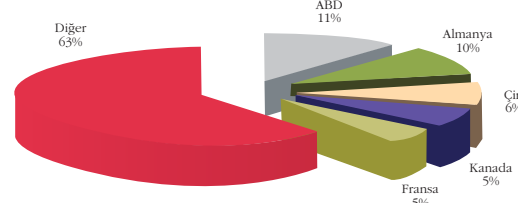


Grafik 275 : Türkiye'nin Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.8.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

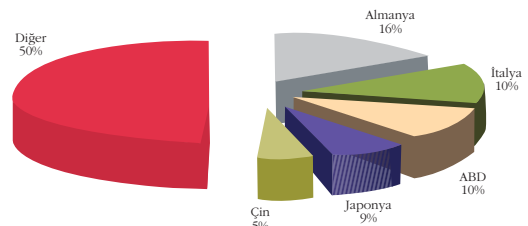
2009 yılında “Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” grubu Dünya ithalatı 6 milyar ABD Dolarıdır. Bu grupta ABD (%11), Almanya (%10) ve Çin (%6) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. Bu ülkeleri Kanada (%5) ve Fransa (%5) izlemektedir.



Grafik 276 : Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” ürün grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Almanya (%16), İtalya (%10) ve ABD (%10) olmuştur. Japonya (%9) ve Çin (%5) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 277 : Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Vulkanize edilmiş kauçuktan boru ve hortumlar ve donanımları” grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı 2004 yılında %1,74'den 2009 yılında %3,03'e yükselmiştir. Bu alt sektörde de hacim küçük de olsa önemli bir atılım söz konusudur.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
4009	5,203	90,7	1,74	5,945	180,2	3,03

Tablo 45 : Vulkanize Edilmiş Kauçuktan Boru, Hortum ve Donanımları Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

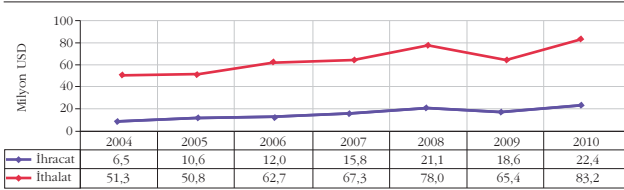
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.9. Vulkanize Kauçuktan Konveyör Bantları veya Taşıma Kayışları

Vulkanize kauçuktan konveyör bantları-taşıma kayışlarına ait GTİP numarası aşağıda gösterilmiştir.

NACE 22.19.40	
GTİP 4010	Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları

2004 yılında 6,5 milyon ABD Doları olan “Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları” grubu ihracatı 2010 yılında 22,4 milyon ABD Dolarına yükselerek 3,4 kat artış göstermiştir. 2004 yılında 51,3 milyon ABD Doları olan ithalat ise 2010 yılında 83,2 milyon ABD Dolarına yükselerek 1,6 kat artış göstermiştir. Bu ürün grubunda Türkiye'nin 2004 yılında 44,8 milyon ABD Doları olan dış ticaret açığı 2010 yılında 60,8 milyon ABD Dolarına yükselmiştir.

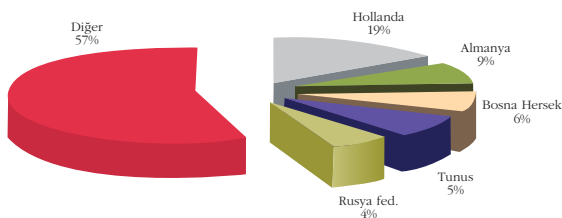


Grafik 278 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.9.1. İhracat

2010 yılında “Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları” ürün grubunda en fazla ihracat Hollanda'ya (%19) yapılmıştır. Almanya (%9), Bosna-Hersek (%6), Tunus (%5) ve Rusya Federasyonu (%4) en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke içindedir. İhracatın %57'si diğer ülkelere yapılmıştır.

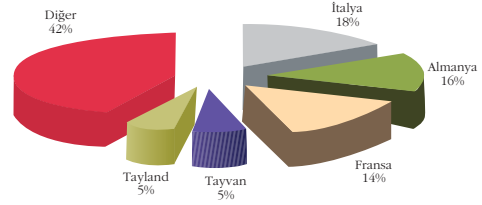


Grafik 279 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.9.2. İthalat

2010 yılında Türkiye “Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları” grubunda en fazla ithalatı İtalya (%18), Almanya (%16) ve Fransa'dan (%14) yapmıştır. Bu ülkeleri Tayvan (%5) ve Tayland (%5) izlemiştir. İthalatın %42'si diğer ülkelere yapılmıştır.

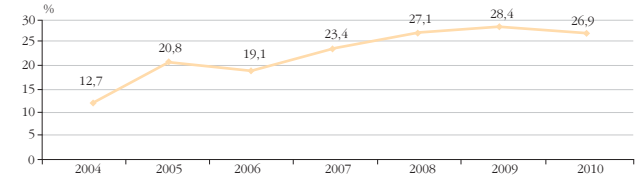


Grafik 280: Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.9.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

2004 yılında “Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları” ürünlerinde %12,7 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %26,9 olarak gerçekleşmiştir.

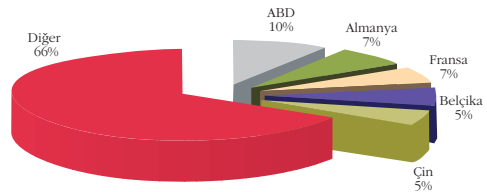


Grafik 281 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.9.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

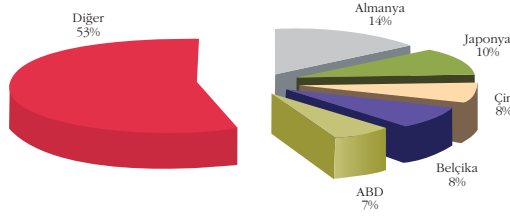
2009 yılında “Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları” grubu Dünya ithalatı 4,3 milyar ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler ABD (%10), Almanya (%7), Fransa (%7), Belçika (%5) ve Çin (%5)'dir. İthalatın %66'sı ilk beş dışında kalan ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 282 : Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları ürünlerinde dünyada en fazla ihracat Almanya (%14), Japonya (%10), Çin (%8), Belçika (%8) ve ABD (%7) tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 283 : Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Vulkanize kauçuktan taşıyıcı, transmisyon kolonları” grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı 2004 yılında %0,2’den 2009 yılında %0,43’e yükselmiştir. Dönem içinde Türkiye ürün grubunda Pazar payını iki kat artırma başarısını göstermiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	%	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	%	Türkiye'nin Payı
4010	3.176	6,5	0,20	4.296	18,6	0,43

Tablo 46 : Vulkanize Kauçuktan Taşıyıcı, Transmisyon Kolonları Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

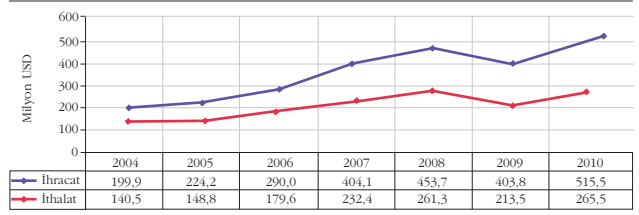
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.10. Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Eşyalar; Sert Kauçuk; Sert Kauçuktan Eşyalar

Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar, sert kauçuk ve sert kauçuktan eşyalara ait GTİP numaraları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

NACE 22.19.71	
GTİP 4014	Vulkanize kauçuktan hijyenik, eczacılık eşyası
NACE 22.19.72	
GTİP 401691	Yer döşeme ve paspası; sertleştirilmemiş vulkanize kauçuk
NACE 22.19.73	
GTİP 4016*	Vulkanize kauçuktan diğer eşya *(GTİP 401691 hariç)
GTİP 6406	Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getr, tozluk, dolak vb.
GTİP 4017	Sertleştirilmiş kauçuk vb. eşya

2004 yılında 199,9 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin “Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar; sert kauçuk; sert kauçuktan eşyalar” ürün grubu ihracatı 2010 yılında 515,5 milyon ABD Doları olarak gerçekleşirken 2,6 kat artış göstermiştir. 2004 yılında 140,5 milyon ABD Doları olan ithalat ise 2010 yılında 265,5 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş ve 1,9 kat artış göstermiştir.



Grafik 284 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.10.1. İhracat

2010 yılında “Başka yerde sınıflandırılmamış vulkanize kauçuktan eşyalar; sert kauçuk; sert kauçuktan eşyalar” grubu ihracatının %90’ı “Vulkanize kauçuktan diğer eşya” grubu tarafından gerçekleştirilmiştir.

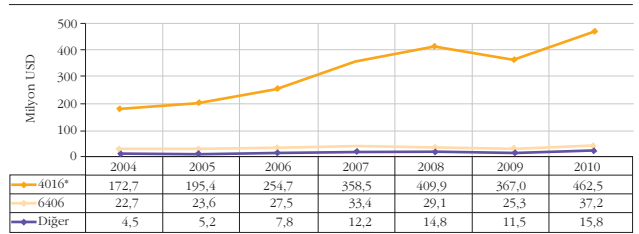
GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4014	0,3	0,4	0,6	1,0	1,1	1,2	1,7
401691	1,3	1,4	3,0	5,7	7,7	5,7	8,7
4016*	172,7	195,4	254,7	358,5	409,9	367,0	462,5
6406	22,7	23,6	27,5	33,4	29,1	25,3	37,2
4017	3,0	3,5	4,1	5,5	5,9	4,7	5,5
Toplam	199,9	224,2	290,0	404,1	453,7	403,8	515,5

*401691 hariç

Tablo 47 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

“Vulkanize kauçuktan diğer eşya” grubunun ihracatı yıllar itibarıyla artış gösterirken diğer gruplarda kayda değer artış görülmemektedir.

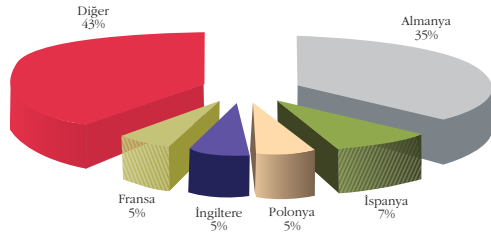


*401691 hariç

Grafik 285 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında Türkiye'nin bu ürün grubundaki ihracatının %90’ını oluşturan “Vulkanize kauçuktan diğer eşya” ürünlerinde en fazla ihracat Almanya’ya (%35) yapılmıştır. İspanya (%7), Polonya (%5), İngiltere (%5) ve Fransa (%5) en fazla ihracat yapılan ilk beş ülke içinde yer almaktadır. İhracatın % 43’ü diğer ülkelere yapılmıştır.



*401691 hariç

Grafik 286 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya (4016*) İhracatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.10.2. İthalat

Türkiye'nin 2010 yılında "Vulkanize kauçuktan diğer eşya" ürünleri ithalatı toplam grup ithalatından %90 pay almaktadır.

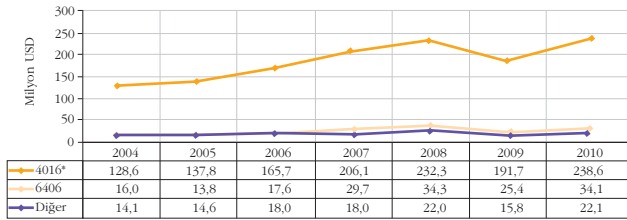
GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4014	8,5	9,4	11,7	11,2	13,2	9,6	10,9
401691	4,9	4,1	5,1	5,1	7,0	4,9	9,2
4016*	128,6	137,8	165,7	206,1	232,3	191,7	238,6
6406	16,0	13,9	17,6	29,7	34,3	25,4	34,1
4017	0,8	1,1	1,4	1,7	1,7	1,3	2,0
Toplam	140,5	148,8	179,6	232,4	261,3	213,5	265,5

*401691 hariç

Tablo 48 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

"Vulkanize kauçuktan diğer eşya" ürün grubu ithalatı yıllar itibariyle artarken diğer grupların ithalatında önemli bir artış görülmemektedir.

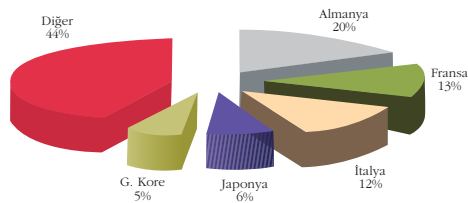


*401691 hariç

Grafik 287 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında "Vulkanize kauçuktan diğer eşya" ürünlerinde en fazla ithalat Almanya'dan (%20) gerçekleştirilmiştir. Fransa (%13), İtalya (%12), Japonya (%6) ve Güney Kore (%5) en fazla ithalat yapılan ilk beş ülke içindedir. Türkiye bu ürünlerde ithalatının %44'ünü diğer ülkelerden yapmıştır.



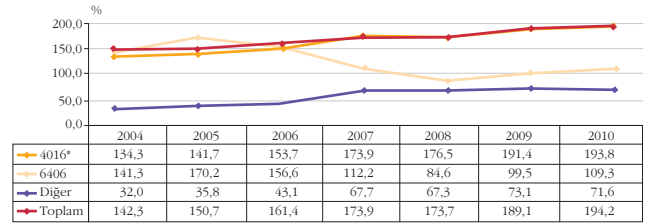
*401691 hariç

Grafik 288 : Türkiye'nin Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya (4016*) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.10.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Toplam grup ihracat ve ithalatının %90'ını oluşturan "Vulkanize kauçuktan diğer eşya" grubunda ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %193,8 olarak gerçekleşmiştir. Toplam grupta, 2004 yılında %142,3 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı 2010 yılında %194,2'ye yükselmiştir.



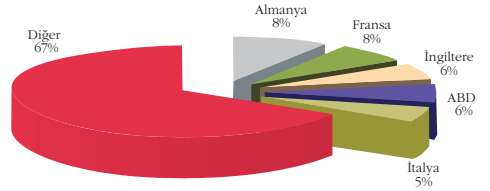
*401691 hariç

Grafik 289 : Türkiye'nin Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.10.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

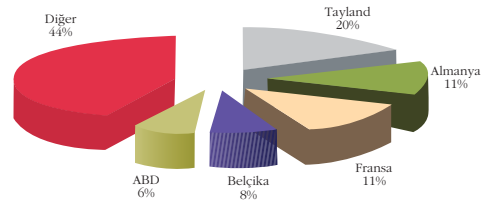
2009 yılında "Vulkanize kauçuktan hijyenik, eczacılık eşyası" grubu Dünya ithalatı 1,1 milyar ABD Dolarıdır. En fazla ithalat yapan ülkeler Almanya (%8), Fransa (%8), İngiltere (%6), ABD (%6) ve İtalya'dır (%5). İthalatın %67'si ilk beş dışında kalan ülkeler tarafından yapılmıştır.



Grafik 290 : Vulkanize Kauçuktan Hijyenik, Eczacılık Eşyası (4014) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

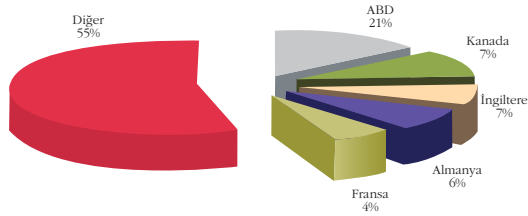
"Vulkanize kauçuktan hijyenik, eczacılık eşyası" grubunda Tayland (%20), Almanya (%11) ve Fransa (%11) en fazla ihracat yapan ülkelerdir. Bu ülkeleri Belçika (8%) ve ABD (6%) izlemektedir.



Grafik 291 : Vulkanize Kauçuktan Hijyenik, Eczacılık Eşyası (4014) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

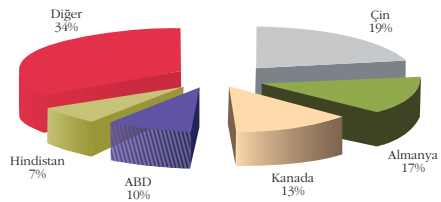
2009 yılında “Yer döşeme ve paspası; sertleştirilmemiş vulkanize kauçuk” grubu Dünya ithalatı 644,2 milyon ABD Dolarıdır. ABD (%21), Kanada (%7), İngiltere (%7), Almanya (%6) ve Fransa (%4) en fazla ithalat yapan ülkelerdir.



Grafik 292 : Sertleştirilmemiş Vulkanize Kauçuktan Yer Döşemesi ve Paspası (401691) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

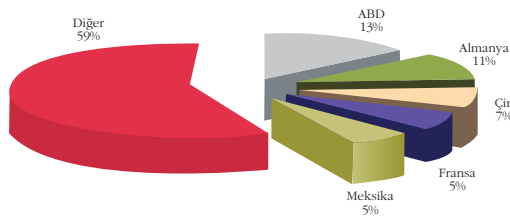
“Yer döşeme ve paspası; sertleştirilmemiş vulkanize kauçuk” grubunda Çin (%19), Almanya (%17) ve Kanada (%13) en fazla ihracat yapan ülkelerdir. ABD (%10) ve Hindistan (%7) bu ülkeleri izlemektedir.



Grafik 293 : Sertleştirilmemiş Vulkanize Kauçuktan Yer Döşemesi ve Paspası (401691) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

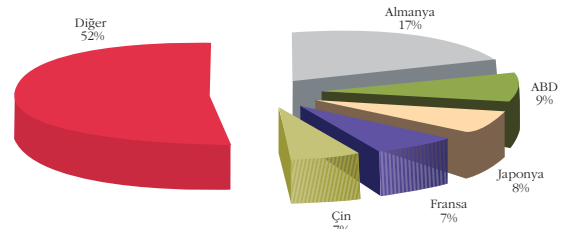
2009 yılında “Vulkanize kauçuktan diğer eşya” grubu Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi ürünlerinde Dünya ithalatı içinde ikinci sırayı almaktadır. 2009 yılı Dünya ithalatı 15,4 milyar ABD Dolarıdır. ABD (%13) ve Almanya (%11) en fazla ithalat yapan ülkelerdir. Çin (%7), Fransa (%5) ve Meksika (%5) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 294 : Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya (4016) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

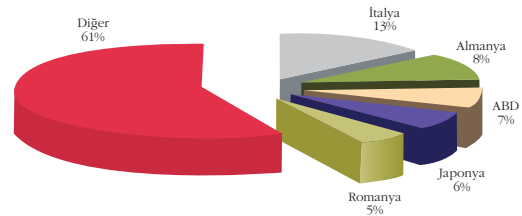
“Vulkanize kauçuktan diğer eşya” grubu ürünlerinde Almanya (%17) 2009 yılında en fazla ihracat yapan ülkedir. ABD (%9), Japonya (%8), Fransa (%7) ve Çin (%7) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 295 : Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşya (4016) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

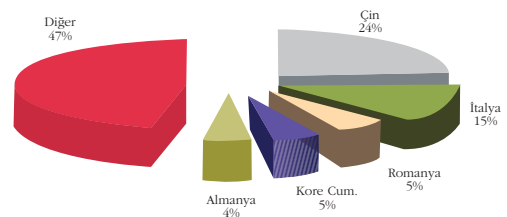
2009 yılında “Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getr, tozluk, dolak vb.” ürün grubu Dünya ithalatı 5,3 milyar ABD Dolarıdır. En fazla ithalat İtalya (%13), Almanya (%8) ve ABD (%7) tarafından yapılmıştır. Bu ülkeleri Japonya (%6) ve Romanya (%5) izlemiştir.



Grafik 296 : Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb. (6406) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

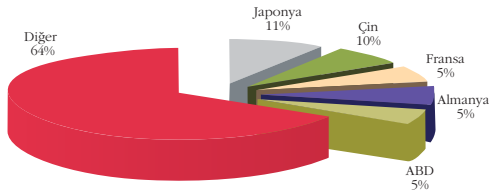
“Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getr, tozluk, dolak vb.” grubunda en fazla ihracat ise Çin (%24) ve İtalya (%15) tarafından gerçekleştirilmiştir. Romanya (%5), Kore Cum. (%5) ve Almanya (%4) Dünya ihracatında ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 297 : Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb. (6406) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

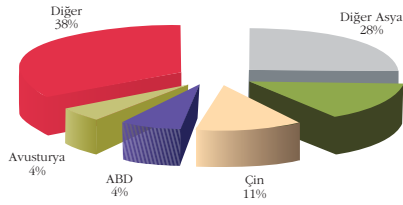
2009 yılında “Sertleştirilmiş kauçuk vb. eşya” grubu Dünya ithalatı 213,5 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat Japonya (%11), Çin (%10), Fransa (%5), Almanya (%5) ve ABD (%5) tarafından gerçekleştirilmiştir.



Grafik 298 : Sertleştirilmiş Kauçuk vb. Eşya (4017) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Sertleştirilmiş kauçuk vb. eşya” grubunda en fazla ihracat Diğer Asya (%28), İtalya (%15) ve Çin (%11) tarafından gerçekleştirilmiştir. ABD (%4) ve Avusturya (%4) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 299 : Sertleştirilmiş Kauçuk vb. Eşya (4017) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

“Vulkanize kauçuktan diğer eşya- 4016*” grubunda Türkiye ihracatının Dünya ithalatı içindeki payı 2009 yılında %2,39 olarak gerçekleşirken 2004 yılına göre önemli bir artış göstermiştir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
4014	791	0,3	0,03	1.067	1,2	0,11
401691	534	1,3	0,24	644	5,7	0,88
4016*	13.231	172,7	1,31	15.350	367,0	2,39
6406	5.165	22,7	0,44	5.289	25,3	0,48
4017	135	3,0	2,19	213	4,7	2,19

*401691 hariç

Tablo 49 : Başka Yerde Sınıflandırılmamış Vulkanize Kauçuktan Diğer Eşyalar Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye'nin İhracatı

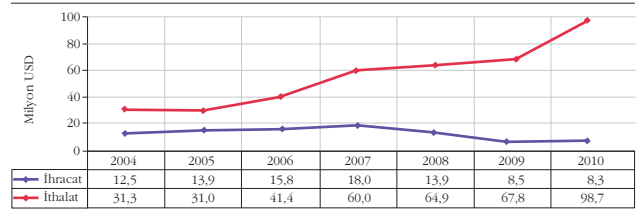
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.3.11. Birincil Formda veya Levha, Tabaka, Şerit Halinde Rejenere Kauçuk, Kord Bezi Hariç Kauçuklu Dokumadan Tekstil Kumaşlar, Vulkanize Kauçuktan Giyim Eşyası ve Giysi Aksesuarları

Birincil formda veya levha/tabaka/şerit halinde rejenere kauçuk, kord bezi hariç kauçuklu dokumadan tekstil kumaşlar ve vulkanize kauçuktan giyim eşyası ve giysi aksesuarlarına ait GTİP numaraları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

NACE 22.19.10	
GTİP 4003	Rejenere kauçuk (ilk şekillerde, levha, tabaka/şerit halinde)
NACE 22.19.50	
GTİP 5906	Kauçuklu mensucat
NACE 22.19.60	
GTİP 4015	Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarı (eldiven)

“Birincil Formda veya Levha, Tabaka veya Şerit Halinde Rejenere Kauçuk”, “Kord Bezi Hariç Kauçuklu Dokumadan Tekstil Kumaşlar” ve “Vulkanize Kauçuktan Giyim Eşyası ve Giysi Aksesuarları” gruplarının 2004 yılında toplam 12,5 milyon ABD Doları olan ihracatları 2010 yılında 8,3 milyon ABD Dolarına gerilemiştir. Aynı dönemde ithalat 3,2 kat artarak 2010 yılında 98,7 milyon ABD Dolarına yükselmiştir.



Grafik 300 : Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu Dış Ticareti (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.11.1. İhracat

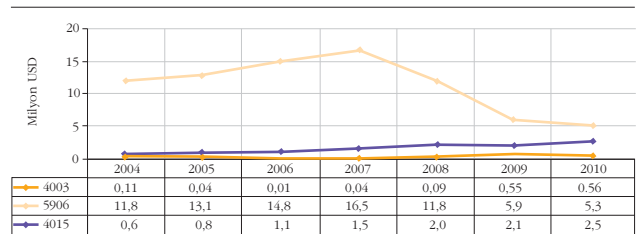
2004 yılında 11,8 milyon ABD Doları olan “Kauçuklu mensucat” ihracatı 2010 yılında 5,3 milyon ABD Dolarına düşmüştür.

GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4003	0,11	0,04	0,01	0,04	0,09	0,55	0,56
5906	11,8	13,1	14,8	16,5	11,8	5,9	5,3
4015	0,6	0,8	1,1	1,5	2,0	2,1	2,5
Toplam	12,5	13,9	15,8	18,0	13,9	8,5	8,3

Tablo 50 : Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

“Rejenere kauçuk “ ve “Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarı (eldiven)” ürün gruplarının yıllar itibarıyla ihracatlarında önemli değişme görülmemektedir.



Grafik 301 : Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İhracatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.11.2. İthalat

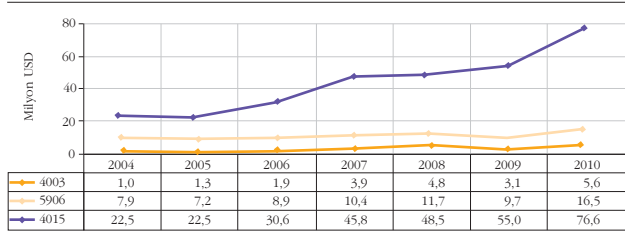
2004 yılında 22,5 milyon ABD Doları olan Türkiye'nin "Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarı (eldiven)" ürünleri ithalatı 2010 yılında 76,6 milyon ABD Dolarına yükselmiştir.

GRİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
4003	1,0	1,3	1,9	3,9	4,8	3,1	5,6
5906	7,9	7,2	8,9	10,4	11,7	9,7	16,5
4015	22,5	22,5	30,6	45,7	48,5	55,0	76,6
Toplam	31,3	31,0	41,4	60,0	64,9	67,8	98,7

Tablo 51 : Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

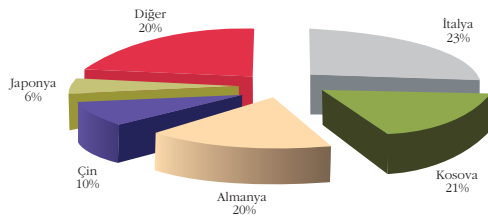
Yıllar itibarıyla Türkiye'nin "Kauçuklu mensucat" ve "Rejenere kauçuk" ürün gruplarının ithalatı artış gösterse de hacim olarak oldukça düşük düzeydedir. Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarında ise ithalat hızla artmaktadır.



Grafik 302 : Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu İthalatı (Milyon USD)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

2010 yılında Türkiye'nin toplam "Kauçuklu mensucat" ithalatında ilk sırayı %23 payla İtalya almıştır. İtalya'yı Kosova (%21), Almanya (%20), Çin (%10) ve Japonya (%6) izlemektedir. İthalatın % 20'si diğer ülkelerden yapılmıştır.

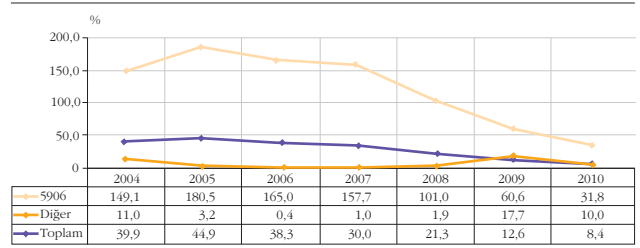


Grafik 303 : Türkiye'nin Kauçuklu Mensucat (5906) İthalatında İlk Beş Ülke (2010, %)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.11.3. İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

"Rejenere kauçuk, birincil formda veya levha, tabaka veya şerit halinde", "Tekstil kumaşlar, kauçuklu dokumadan, kord bezi hariç", "Giyim eşyası ve giysi aksesuarları, vulkanize kauçuktan olanlar" gruplarının toplamının 2004 yılında %39,9 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı sürekli düşme göstererek 2010 yılında %8,4'e gerilemiştir.

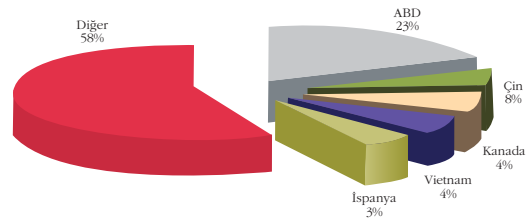


Grafik 304 : Türkiye'nin Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubunda İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)

Kaynak : TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri Veri Tabanı

3.3.11.4. Dünya Ticareti ve Türkiye

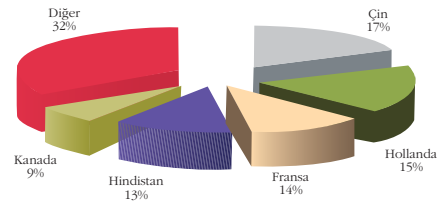
2009 yılında "Rejenere Kauçuk (ilk şekillerde, levha, tabaka/şerit halinde)" grubu Dünya ithalatı 159,9 milyon ABD Dolarıdır. En fazla ithalat ABD (%23) ve Çin (%8) tarafından yapılmıştır. Bu ülkeleri Kanada (%4), Vietnam (%4) ve İspanya (%3) izlemektedir.



Grafik 305 : Rejenere Kauçuk (İlk Şekillerde, Levha, Tabaka/Şerit Halinde) (4003) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)

Kaynak : UNSTATS, Comtrade

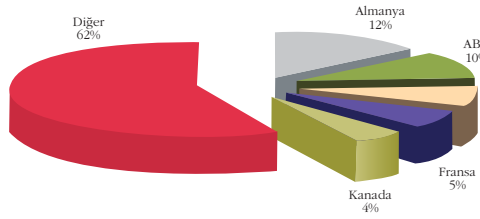
2009 yılında dünyada en fazla ihracat yapan ülkeler Çin (%17), Hollanda (%15), Fransa (%14), Hindistan (%13) ve Kanada (%9).



Grafik 306 : Rejenere Kauçuk (İlk Şekillerde, Levha, Tabaka/Şerit Halinde) (4003) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)

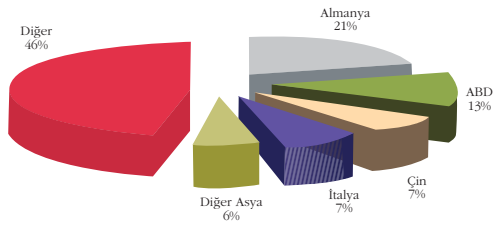
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında "Kauçuklu mensucat" grubu Dünya ithalatı 858,3 milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. En fazla ithalat Almanya (%12) ve ABD (%10) tarafından yapılmıştır. Bu ülkeleri Çin (%7), Fransa (%5) ve Kanada (%4) izlemektedir.



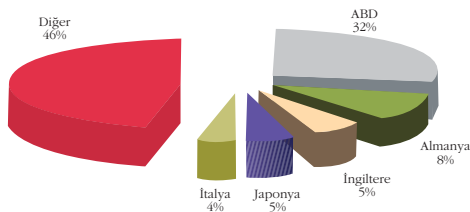
Grafik 307 : Kauçuklu Mensucat (5906) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Kauçuklu mensucat” grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Almanya (%21) ve ABD (%13) olmuşturlardır. Çin (%7), İtalya (%7) ve Diğer Asya (%6) ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir. İhracatın %46’sı ilk beş dışında kalan ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir.



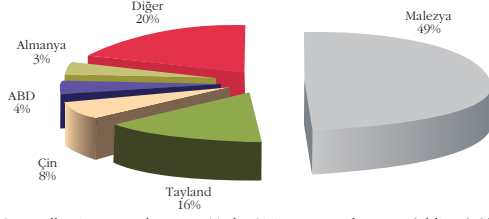
Grafik 308 : Kauçuklu Mensucat (5906) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarı (eldiven)” Dünya ithalatı 4,7 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Grup bu büyüklüğü ile Kauçuk Ürünler Dünya ithalatı sıralamasında sekizinci sıradadır. En fazla ithalat yapan ülke ABD’dir (%32). İthalatta ABD’ni Almanya (%8), İngiltere (%5), Japonya (%5) ve İtalya (4) izlemektedir.



Grafik 309 : Vulkanize Kauçuktan Her Türlü Giyim Eşyası Aksesuarı (Eldiven) (4015) Grubu Dünya İthalatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2009 yılında “Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası aksesuarı (eldiven)” grubunda en fazla ihracat yapan ülkeler Malezya (%49) ve Tayland’dır (%16). Çin (%8), ABD (%4) ve Almanya (%3) ihracatta ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir.



Grafik 310 : Vulkanize Kauçuktan Her Türlü Giyim Eşyası Aksesuarı (Eldiven) (4015) Grubu Dünya İhracatında İlk Beş Ülke (2009, %)
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

2004 ve 2009 yıllarında “Kauçuk, tekstil kumaşlar, giyim eşyası ve aksesuarları” grubu Dünya ithalatı içinde Türkiye ihracatının payı %0,1 ile %1,09 arasında değişmektedir. 2009 yılında “Kauçuklu mensucat- 5906” grubu payında 2004 yılına göre önemli düşme görülmektedir.

GTİP Kodu	2004			2009		
	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı	Milyon USD	Türkiye İhracatı	Türkiye'nin Payı
4003	87	0,1	0,12	160	0,6	0,35
5906	1.083	11,8	1,09	958	5,9	0,62
4015	2.930	0,6	0,02	4.726	2,1	0,04

Tablo 52 : Rejenere Kauçuk, Kauçuklu Kumaşlar, Giyim Eşyası ve Aksesuarları Grubu Dünya İthalatı ve Türkiye’nin İhracatı
Kaynak : UNSTATS, Comtrade

3.4. KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ REKABET GÜCÜ

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi, tüm taşıt araçları yanında imalat sanayinin birçok sektörü için alternatifi olmayan ürünlerin imalatını yapan bir sektör niteliğindedir. Bu sektör uçak sanayinden ayakkabı sanayine, makine imalat sanayinden mobilya sanayine kadar çok farklı sektörlerle girdi sağlayan ve günlük yaşamın parçası olan nihai tüketim ürünlerini üretmektedir. Kauçuk ürünleri imalatı sanayi öncü niteliğinde olan ileri teknoloji ürünlerine sağladığı girdilerle ve tüketim mallarıyla ekonomik büyümeye önemli katkıda bulunmaktadır. İmalat sanayi ortalamasına göre üretimde katma değer payı yüksek olan ve dış ticaret fazlası veren bu sektörün rekabet gücünün artması, ekonomik kalkınmanın hızlanmasına önemli katkı sağlayacaktır. Sektörün rekabet gücünün artırılabilmesi; güçlü yönlerinin korunmasına ve zayıf yönlerinin geliştirilmesine bağlıdır.

Sektörün rakip ülkelere göre sentetik kauçuk, karbon siyahı ve kimyasallar gibi temel girdilerde önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Yurtiçi hammadde kaynaklarına erişim ve maliyeti yanında tedarikte tekeli yapı en önemli darboğazlardan birisini oluşturmaktadır. Sektörün hammaddede dışa bağımlılığı sürerken hammadde maliyetleri,

enerji maliyetleri, takviye malzemeleri maliyetleri ve işgücü maliyetleri sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Nitelikli teknik işgücü bulunabilirliği ise dikkat çeken olumsuz faktörlerden birisidir. Mevcut işgücü niteliğinin rekabette olumlu faktörler arasında yer aldığı ve nüfusun demografik yapısı göz önüne alındığında bu olumsuz faktörün eğitim politikalarının bir sonucu olduğu ortaya çıkmaktadır. Ara teknik eleman ihtiyacının karşılanmasına yönelik önlemlerin alınması gereği açıktır. Sektörün takviye malzemeleri bulunabilirliği açısından rekabet gücü yüksek olmasına karşın maliyet açısından sorun yaşaması ise bu malzemelerin tedarik aşamasında yaşanan verimsizliği ortaya koymaktadır. Sektör rakiplere göre enerji kalitesi açısından daha iyi konumdadır.

Sektör teknolojik altyapı, atık yönetimi ve esnek üretim becerisinde rakiplerine göre üstünlüğe sahiptir. Diğer önemli üstünlükleri ise sektörün deneyim ve becerisi, mesleki örgütlenmesi, işbirliği kültürü, girişimcilik ve uluslararası standartlara

uyumu olarak sıralanmaktadır. Kapasite kullanımındaki yetersizlik yanında işletme ölçeklerinin yetersizliği ise işletmelerin verimliliklerinin düşük olduğunu göstermektedir. AR-GE ve ÜR-GE alanındaki çabaların eksikliği de sektörün atılım yapmasının önündeki önemli engeller olarak öne çıkmaktadır. Lojistik altyapıdaki ve AR-GE'de kurumlar arası işbirliği eksikliği diğer olumsuz etmenlerdir.

Sektörün düzenleyici mekanizmalarda da rakiplerine göre daha olumsuz koşullara sahip olduğunu söylemek olasıdır. Uluslararası anlaşmalara da bağlı olarak giderek azalan teşvik uygulamaları, yatırımcı iklimi ve sektöre özgün sanayi bölgelerinin bulunmaması sıralanabilecek başlıca faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin en önemli üstünlüklerinden birisi ürün ve hizmet kalitesindeki başarısıdır. Sektör ürün kalitesi, çeşitliliği, güvenilirliği, satış öncesi ve sonrası hizmet kalitesi, termine uyum, yetkin ihracat işgücü, dağıtım ağı ve ülke imajı açısından rakiplerine göre daha iyi

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Temel Girdiler; İnsan Kaynakları, Hammadde, Yarı Mamul v.b.	- İşgücünün Niteliği - Takviye Malzemeleri Bulunabilirliği - Enerji Kalitesi	- İşgücü Maliyetleri - Nitelikli Teknik İşgücü Bulunabilirliği - Enerji Maliyetleri; elektrik vb. - Girdilerde Dışa Bağımlılık - Doğal Hammadde Bulunabilirlik ve Maliyet - Sentetik Hammadde Bulunabilirlik ve Maliyet - Kimyasallar Bulunabilirlik ve Maliyet - Takviye Malzemeleri Maliyeti
Fiziki, Teknolojik, Kurumsal Alt Yapı (sektör)	- Sektörün Teknolojik Altyapısı - Atık Yönetimi - Esnek Üretim Becerisi - Kurumsallaşma - Sektörde Deneyim / Bilgi Birikimi - Mesleki / Sektörel Örgütlenme - Ortaklık /İşbirliği Kültürü - Girişimcilik - Uluslararası Akreditasyon (Kys)	- Ölçek Ekonomisi - Kapasite Kullanım Oranı - Kurulu Kapasite - AR-GE Yatırımı - ÜR-GE Çabaları - Lojistik Altyapı - Özel Sanayi Bölgesi - AR-GE ve Eğitimde Üniversite Sanayi İşbirliği
Yasal Altyapı, Teşvikler ve Düzenleyici Mekanizmalar		- Yatırımcı İklimi - Yatırım ve Diğer Teşvikler - Özel Sanayi Bölgeleri - Diğer Teşvikler
Ürün / Hizmet Kalitesi ve Pazarlama	- Ürün / Üretim Çeşitliliği - Ürün Kalitesi - Ürün Güvenirliği - Satış Öncesi ve Sonrası Hizmet Kalitesi - Dünya ve AB Standartlarına Uyum - Termine Uyum - İhracat Yetkinliği (Dış Ticaret Personeli) - Ülke İmajı - Dağıtım Ağı	- Markalaşma - Fiyat - Belgelendirme/Sertifikasyon - İç Pazarın Büyüklüğü - İkili Anlaşmalar
Finansman	- Finansman Olanakları / Erişim - Sermaye Yeterliliği, İşletmelerin Gücü	Kredi Maliyeti
Diğer	- Coğrafi Konum / Pazarlara Yakınlık (Tedarik ve Satış) - Danışmanlık Hizmetleri Niteliği (Teknik, Mali, Hukuk, Belgelendirme vb.)	- Ekonomik İstikrar - Danışmanlık Hizmetlerine Erişim Maliyeti

Tablo 53 : Türkiye Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Güçlü ve Zayıf Yönler Analizi

konumdadır. Bu üstünlükleri dış ticarete sağlanan başarıda önemli rol oynamaktadır. Ancak sektörde lastik üretimindeki dünya markaları dışındaki diğer alanlarda markalaşma konusunda yeterli adım atılamamıştır. Bu nedenle markalaşma ve fiyat konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Pazarlamada rakip ülke üreticilerinin iç Pazar potansiyelinin yüksek oluşu ve ülkelerarası ikili anlaşmalarda sorunların varlığı sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Finansman olanakları ve bu olanaklara erişim açısından sektör rakiplerine göre daha olumlu konumdadır. Türkiye'nin son yıllarda uluslararası sermayeyi çekmedeki başarısı kredi olanaklarını artırmıştır. Buna karşın işletmeler maliyet açısından rakip ülke işletmelerine göre daha yüksek bedel ödemeye devam etmektedir. Kısaca sektörün kredi maliyetleri halen rakiplerine göre daha yüksektir.

Tüm diğer sektörlerde olduğu gibi kauçuk ürünleri imalatı sanayide coğrafi konum açısından önemli avantajlara sahiptir. Üretim ve tüketim pazarlarına yakın olması rakiplerine göre sektöre ayrıcalık sağlamaktadır. Teknik, belgelendirme vb.

danışmanlık hizmetleri alma ve erişim açısından da sektör üstünlüğe sahiptir ancak bu hizmetlerin maliyeti konusunda sorun yaşamaktadır. Son yıllarda ekonomik istikrar konusunda olumlu gelişmeler sağlanmasına karşın hammadde dışa bağımlılığı nedeniyle özellikle döviz kurlarında ortaya çıkan belirsizliklerden önemli ölçüde etkilenmektedir.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin girdi sağladığı otomotiv, makine ve inşaat vb. sanayinde Türkiye'nin uluslararası oyuncu olma eğilimi sektörün gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. AB ülkelerinin bu sektörden kaçınma eğilimi ise sektöre fırsatlar yaratabilecek niteliktedir. AB ülkelerinde ortaya çıkabilecek üretim açığının kapatılmasında sektör önemli rol oynayabilecektir.

Uluslararası alanda Türkiye'nin dayanıklı tüketim,

makine imalat ve ayakkabı sanayinde sağlayacağı olumlu gelişmeler sektörün atılımına katkı sağlayacak niteliktedir. Tüm bunların yanında potansiyel alıcı konumundaki çevre ülkelerde yaşanan gelişmeler sektörün gelişmesine katkıda bulunabilecektir. Bu ülkelerin ekonomilerinin dış ticaretlerinde yaşanabilecek liberalleşme eğilimi bu pazarlarda yoğunlaşmayı olumlu yönde etkileyebilecektir.

Hammadde maliyetlerinin önemli rol oynadığı sektörde, geri dönüşümün giderek önem kazanması ve bu konudaki çabalar sektör üretim maliyetleri açısından fırsat yaratabilecektir.

Tüm bu olumlu eğilimler yanında rakip ülkelerden Çin ve Hindistan'ın sektöre yatırımı yanında hammadde kullanımlarındaki artış eğilimi önemli tehdit niteliğindedir. Bu ülke işletmelerinin ölçeği ve toplu alım gücü sektörün rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyebilecektir. Doğal hammadde kaynaklarının iklim nedeniyle olumsuz yönde etkilenmesi ise girdi tedarik sürecinde diğer tehditlerden birisidir.

Hammadde tedarikte ortaya çıkan tehditlerden birisi ise uluslararası fonların emtia borsalarına yönelmesi sonrası hammadde fiyatlarında ortaya çıkan artış eğilimidir. Benzer olarak petrol kaynaklarının azalması da sektörü olumsuz yönde etkileyebilecek olumsuz gelişmeler arasındadır.

Çevre ülkelerde yaşanan ülke yönetimlerindeki değişimin istikrara kavuşmaması Türk kauçuk ürünleri imalatı sanayi için çok önemli bir tehdit niteliğindedir. Çin ve Hindistan arasındaki rekabetin pazar fiyatlarını olumsuz yönde etkilemesi, AB uyum çerçevesinde çevre korumaya yönelik yatırım gereksinimi ve ikinci el makine ile sektöre yatırımın kolaylaşması sonucu ortaya çıkabilecek kalitesiz mamul üretimi ise sektörün önündeki diğer önemli tehditler arasında yer almaktadır.

Fırsatlar	Tehditler
- Türkiye otomotiv ve yan sanayinin büyüme eğilimi - AB ülkelerinin kauçuk imalatından kaçışı - Dayanıklı tüketim ürünleri ve ayakkabı, sektöründeki gelişmeler - Çevre ülkelerdeki gelişmeler sonrası dış ticarete liberalleşme eğilimi - Geri kazanımın giderek sektörde önem kazanması; karbon siyahı, granüller, lastik tozlar vb.	- Çin ve Hindistan'ın sektöre yatırımı ve hammadde kullanımındaki artış (toplu alım gücü) - İklim değişikliklerinin doğal hammadde kaynakları üzerinde olumsuz etki yapma olasılığı - Uluslararası fonların emtia borsalarına yönelme eğiliminin emtia fiyatlarını yükseltme olasılığı - Sektör hammaddesi olan petrol kaynaklarının azalması ve fiyatlarda artış eğilimi - Çin ile Hindistan arasındaki rekabetin artmasının ürün fiyatlarını olumsuz yönde etkileme olasılığı - AB'ye uyumda çevre yönetimi yatırımlarının getireceği ek maliyetler - İkinci el makine yatırımı ile sektöre girebilme kolaylığı

Tablo 54 : Türkiye Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi Fırsatlar ve Tehditler Analizi

3.5. KAUÇUK ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ STRATEJİLERİ

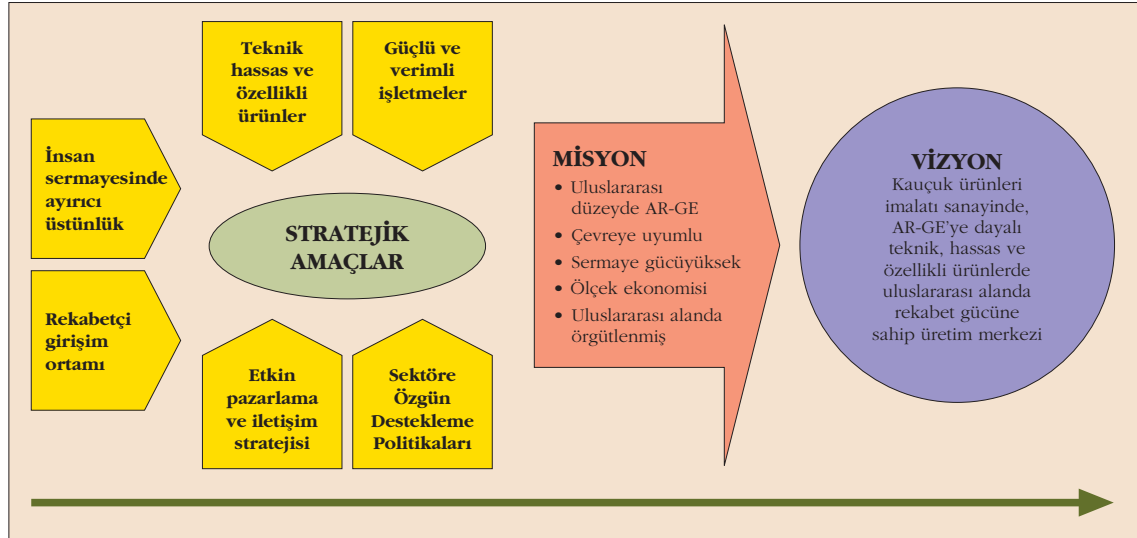
Türkiye Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi, ülkeye ekonomik gelişme sürecinde yarattığı katma değerle önemli katkılarda bulunmuş bir sektördür. Kauçuk ürünler imalatı sanayinin, AR-GE'ye dayalı teknik, hassas ve özellikli ürünlerde uluslararası alanda rekabet gücüne sahip üretim merkezi konumuna kavuşturulması temel amaç olmalıdır.

Sektör için uluslararası düzeyde AR-GE yapan, çevreye uyumlu, uluslararası alanda örgütlenmiş, sermaye gücü yüksek ve ölçek ekonomisini yakalamış kauçuk ürünler imalatçısı olma hedefleri oluşturmaktadır.

Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin hammadde sorunları bir diğer anlatımla tedarik aşaması rekabet gücünü önemli ölçüde etkilemektedir. Doğal

kauçukta dışa bağımlılığın aşılması olası değildir. Ancak sentetik kauçuk, karbon siyahı vb. hammaddeleri yurtiçinde üreterek tedarik güvencesini sağlayacak yatırımların özendirilmesi gereği açıktır. Sektörün AR-GE'ye dayalı ürünlere odaklaşması gereklidir. Bu çabalar için gerekli finans kaynağını bulmak ise taşıt araçlarına yönelik uluslararası sermayenin faaliyet gösterdiği alanlar dışındaki diğer alanlardaki birçoğu küçük ve orta ölçekli olan sektör işletmeleri için güç gözükmektedir. Bu nedenle işletmelerin kendi aralarında AR-GE çabalarına yönelmeleri ve ölçek ekonomisi için ortaklık, işbirliği, yabancı ortaklık gibi arayışlara ağırlık vermeleri gerekmektedir.

Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi'nin belirlediği hedeflere ulaşabilmesi için insan kaynakları, verimlilik, araştırma ve geliştirmede etkinlik gibi birçok alanda düzenlemeler ve iyileştirmeler yapılması gerekmektedir.



Sektöre Özgün Destekleme Politikaları

Hassas ve teknik ürünlerin imalatı ileri teknolojileri gerekli kılmaktadır. Bu nedenle başta yenileme yatırımları olmak üzere ihracat ve AR-GE destekleri sektör için hayati öneme sahiptir. Tüm desteklerin yaygın, çeşitlendirilmiş ve kolay erişilebilir olması gereği açıktır. Sektöre özgün destekleme politikaları için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Kapasite artırımına ve yeni teknoloji kullanımına dönük yatırımlarının desteklenmesi.
- Sektörün temel girdilerinden olan enerji fiyatlarının dünya fiyatlarıyla rekabet edici düzeylere çekilmesi.
- Ortak AR-GE çabaları için özel destekleme araçlarının geliştirilmesi.

- Sektörün rekabet gücünü önemli ölçüde zayıflatan sentetik kauçuk, karbon siyahı vb. hammadde üretimine yönelik yatırımların T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yürüttüğü "Girdi Tedarik Stratejisi" çerçevesinde teşvik edilmesi.
- Serbest ticaret anlaşmalarında hammadde tedarikinde kauçuk ürünleri imalat sanayinin ihtiyaçlarına önem verilmesi.

Yukarıda çeşitli alanlarda sıralanan stratejik hedeflere erişebilmek için ilgili tüm kesimler üzerine düşen görevleri yerine getirmelidir.

Rekabetçi Girişim Ortamı

Mevcut yasal altyapı ve işleyiş mekanizmaları girişimcilerin adil bir ortamda rekabet edebilmesini sağlayacak biçimde oluşturulmalı ve uygulanmalıdır. Bu konuda ilgili kurum ve kuruluşlara önemli görevler düşmektedir. Adil, hızlı ve rekabetçi bir girişim ortamı için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Sektörde haksız rekabete yol açan kayıt dışılığın ve standart dışı üretimin önlenmesi.
- Girdilerden ÖTV uygulamasının kaldırılması.
- Kauçuk ürünleri imalatı sanayinin gayri sıhhi müessese işletme ruhsatı alma işleminin kolaylaştırılması.
- Kalitesiz ürün ve standart dışı ithalatın engellenmesi.

Teknik, Hassas ve Özellikli Ürünler

Sektör uluslararası alanda rekabet gücünü artırabilmek için katma değeri yüksek ürünlere odaklanmalıdır. Teknik, özellikli ve hassas ürünlerde söz sahibi olmanın yolu yeni teknolojilerin kullanımını ve AR-GE çabalarına ağırlık vermeyi gerektirmektedir. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Çevreye uyumlu yeni ürünler için AR-GE çabalarına odaklanılması.
- İşletmelerin yeni teknolojilerin kullanımına yönelik yatırımlara ağırlık vermesi,
- İşletmeler arasında rekabet öncesi AR-GE vb. işbirliklerinin geliştirilmesi. Birlikte yapma ve başarma kültürünün benimsenmesi.
- Ortak tasarım amacına yönelik olarak girdi sağladığı (tedarikçisi olduğu) otomotiv, inşaat, ayakkabı vb. sektörlerle işbirliği ve ortak projeler yürütülmesi.
- Katma değeri yüksek otomotiv yedek parçaları, hava süspansiyonları, konveyör bantları, riski yüksek ürünler, sızdırmazlık contaları vb. ürünler imalatında odaklanılması.

Güçlü ve Verimli İşletmeler

Türk Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi genel olarak üretimde katma değer payı açısından imalat sanayi ortalamasına göre iyi durumdadır. Buna karşın AB ortalamasının altında kalmaktadır. Üretimde katma değer artırılması sektörde verimli işletmelerin varlığına bağlıdır. Taşıt araçları lastik sanayi dışında kalan diğer kauçuk ürünleri imalatında faaliyet

gösteren işletme ölçeklerinin küçük oluşu, teknolojik yetersizlikler, işletme ölçeğine bağlı olarak tedarik maliyetlerindeki olumsuzluklar gibi birçok faktör verimsizliğin temel nedenleri olarak öne çıkmaktadır. İşletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için verimliliklerini artırmaları gereklidir.

- Kauçuk ürünleri imalatı konusunda ihtisas OSB oluşturulması.
- İşletmelerin toplam faktör verimliliklerini artırıcı yönde çabalara ağırlık vermesi.
- İşletmelerin sermaye yapılarının güçlendirilmesi, ölçek ekonomisine uygun kapasitelere erişimlerini sağlayıcı adımların atılması ve bu amaca yönelik birleşme, satın alma ve işbirliği arayışlarının hızlandırılması.
- Çalışanların eğitime ağırlık verilmesi.
- Teknoloji yenilemeye dönük yatırımlar için orta ve uzun vadeli finansman olanaklarının geliştirilmesi ve erişimin kolaylaştırılması.
- Kullanılmış sektör ürünlerinin ayrıştırılması ve toplanmasında geri dönüşüm sisteminin etkinleştirilerek girdi maliyetlerinde ve enerji giderlerinde iyileştirme sağlanması.
- İlgili kurum ve kuruluşların kamuoyunu geri dönüşüm konusunda eğitmeleri ve bilinçlendirmesi.

Ayrılcı Üstünlük Sağlayan Nitelikli İnsan Sermayesi

Kauçuk ürünleri imalatı sanayi yapısı gereği nitelikli insan sermayesine ihtiyaç duyan sektörler arasında yer almaktadır. Teknik eleman istihdamı yoğun bu sektörde rekabet gücü yaratmanın temel koşullarından birisi bu eleman ihtiyacını sağlayan altyapının oluşturulmasına bağlıdır. Teknoloji yoğun olan taşıt araçları lastik sanayi de dahil sektörün bu gereksiniminin karşılanması gereklidir. İşgücünün niceliği açısından sorunu olmayan Türkiye'nin sektörün ihtiyaç duyduğu insan sermayesini geliştirmesi gereklidir. Bu amacın gerçekleştirilmesi için hedefler aşağıda sıralanmaktadır.

- Kauçuk lastik alanında meslek eğitime ağırlık verilmesi, meslek liselerinde bu alana özgün teknik eleman yetiştirmeye dönük eğitim programlarının geliştirilmesi.
- Polimer mühendisliği alanına yönelik programların yaygınlaştırılması ve ağırlık verilmesi.
- Üniversitelerde kauçuk ve lastik ile ilgili eğitimi, kimya alanından ayırtan programlara yer verilmesi.

- İşletmelerin çalışma koşullarını nitelikli insan kaynaklarını çekebilecek düzeye getirmeleri, sektör ile ilgili mesleklerin değerine katkıda bulunmaları.
- Sanayi ile eğitim kurumları arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi.

Etkin Pazarlama ve İletişim Stratejisi

Türkiye Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi için coğrafi açıdan çok önemli bir üstünlüğe sahiptir. Gerek ara malı gerekse nihai mal açısından önemli üretim merkezleri ve tüketim merkezlerinin ortasındadır. Bu potansiyelden yararlanabilmek için işletmelerin ürün, dağıtım kanalı ve tutundurma stratejilerini etkin biçimde geliştirmeleri gereklidir. İşletmelerin bu pazarlarda başarısı için ülke imajının geliştirilmesi ve Türkiye'nin kauçuk ürünleri imalatı sanayi ürünleri üretim merkezi olduğu imajının yaratılması gereği bulunmaktadır. Etkin pazarlama ve iletişim stratejileri için hedefler aşağıda sıralanmıştır.

- Türkiye coğrafi konumu itibarıyla sektörün girdi sağladığı, otomotiv, makine imalat, inşaat vb. sektörlerde önemli pazarların ortasında yer almaktadır. Coğrafi konumunun da verdiği üstünlük göz önüne alarak AB'nin hedef pazar olarak alınması ve diğer hedef pazarların belirlenerek bu pazarlara odaklanması.
- Türk kauçuk ürünlerinin seçilen pazarlarda sektör ve kaliteli ürün imajının geliştirilmesi, iyileştirilmesinin sağlanması, bu amaca yönelik uygulamaların desteklenmesi.
- Sektör ile ilgili ülke imajının geliştirilmesine yönelik fuar, ticari gezi vb. etkinliklere ağırlık verilmesi, yurt dışı temsilciliklerin desteğinin sağlanması.
- Taşıt araçları lastik sektöründe ilk kullanım (OEM) yanında gerek iç gerekse dış yenileme pazarlarında etkinliğin artırılması.
- Pazar ve pazarlama araştırması çabaları ile uluslararası örgütlere katılım konusundaki çalışmalara ağırlık verilmesi.

