

ÜÇ SEKTÖR KURAMI VE TÜRKİYE GIDA AMBALAJ SANAYİSİNDE MİLLİLEŞME SÜRECİ

**İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sanayi Politikaları ve Teknoloji Yönetimi
(Yüksek Lisans Tezi)**

Büşra KISA

200008548

İstanbul – 2020

**ÜÇ SEKTÖR KURAMI VE TÜRKİYE GIDA AMBALAJ
SANAYİSİNDE MİLLİLEŞME SÜRECİ**

**İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sanayi Politikaları ve Teknoloji Yönetimi
(Yüksek Lisans Tezi)**

Büşra KISA

200008548

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Sabri ÖZ

İstanbul - 2020



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Sanayi Politikaları ve Teknoloji Yönetimi Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi
Büşra KISA'nın "Üç Sektör Kuramı ve Türkiye Gıda Ambalaj Sanayisinde Millileşme
Süreci" başlıklı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulu 19.08.2020 tarih ve 2020-
512/14 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği ile Yüksek Lisans Tezi
olarak kabul edilmiştir.

UNVANI, ADI SOYADI

İMZA

TEZ DANIŞMANI : Dr. Öğr. Üyesi Sabri ÖZ
JÜRİ ÜYESİ : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Saim AŞÇI
JÜRİ ÜYESİ : Doç. Dr. Mustafa Emre CİVELEK

(*) Yüksek lisans tez savunma jürileri en az biri kurum dışından olmak üzere danışman dahil en az üç öğretim üyesinden oluşur. Jürinin üç kişiden oluşması durumunda eş danışman jüri üyesi olamaz. Eş tez danışmanının jüri üyesi olması durumunda asıl jüri beş üyeden oluşur.

ENS.FR.Y15 06.11.2017

ÖZET

Üç Sektör Kuramı ve Türkiye Gıda Ambalaj Sanayisinde Millileşme Süreci

Günümüzün gelişmiş ülkelerinin gelişme süreçlerine ait verilerini inceleyen iktisatçılar, bu ülkeler arasında bazı ortak yapı değişikliklerinin varlığını ortaya koymuşlardır. Ekonomilerin gelişme süreçleri içinde geçirmiş olduğu bu yapı değişikliklerini dikkate alan görüşlerin bütününe "üç sektör kuramı" denilmektedir.

Üç sektör kuramı, milli gelir ve milli gelir dağılımı incelenmiş ve milli gelir dağılımının genel durumu, gelir dağılımının bozulmasının nedenleri, yol açtığı sorunlar ve çözüm önerileri ortaya konulmuştur.

Üç sektör kuramı ele alındığında, gelir dağılımında iyileşme sağlamak için sektörel bazda tarım sektöründe çalışan kesimin verimlerinin artırılması ancak bu sektörde istihdam fazlası var ise bunların hizmet ve sanayi sektörüne kaydırılması sağlanmalıdır. Bu araştırma ülke ekonomisine katkı sağlayacağı düşünülen sanayi sektörleri içinde yer alan gıda sektörü ve ambalaj sektörü ele alınarak, Türk ambalaj sektörünün ihracatta yaşadığı problemleri belirlemek ve Türk gıda ambalaj sektörünün millileşme süreci içerisindeki sorunları ortaya çıkarmak ve çözüm önerileri getirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda sektörlerde var olan problemleri olumlu yönde etkileyecek üç sektör kuramı araştırılmış, ambalaj sektörü ve gıda ambalaj sektörü ile ilgili teorik bilgiler ve istatistiki raporlar için birçok kaynaktan faydalanılmıştır.

Yapılan araştırmalar ve çalışmalar sonucunda Türkiye'nin milli gelirini etkileyen bu sektörlerle ilgili problemler ortaya konulmuştur.

ABSTRACT

Three Sector Theory and Process of Nationalization in Food Packaging Industry of Turkey

Economists examining the data on the development processes of today's developed countries have revealed the existence of some common structural changes among these countries. All of the views that take into account these structural changes that economies have undergone in the development process are called "three sector theory".

Three sectoral theories and national income and income distribution were examined in a theoretical framework and the general situation of the national income distribution, the reasons for the deterioration of the income distribution, the problems it caused and solution suggestions were put forward.

Considering the three sector theories, it should be ensured that the productivity of the sector working in the agricultural sector is increased on sectoral basis, but if there is an employment surplus in this sector, they should be shifted to the service and industrial sector in order to improve income distribution. This research has been prepared in order to determine the problems experienced by the Turkish packaging industry in exports and to reveal the problems in the nationalization process of the Turkish food packaging industry and to offer solutions by addressing the food sector and the packaging sector, which are among the industrial sectors that are thought to contribute to the country's economy.

In line with the purpose of the research, three sectoral theories that will positively affect the existing problems in the sectors were investigated, and many sources were used for theoretical information and statistical reports about the packaging industry and food packaging industry.

The results of the research and studies affecting Turkey's national income has been demonstrated problems associated with this industry.

ÖNSÖZ

Yüksek lisans programım ve tez çalışmam boyuncaengin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, ilgisini ve desteğini biz öğrencilerinden asla esirgemeyen, yönlendirmeleri ve bilgilendirmeleri ile çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendirmemi sağlayan saygıdeğer danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Sabri ÖZ'e ve jüri üyelerim Doç. Dr. Mustafa Emre CİVELEK ile Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Saim AŞÇI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ	1
1. ÜÇ SEKTÖR KURAMI	3
1.1. Üç Sektör Kuramının Tanımı	3
1.2. Üç Sektör Kuramına Göre Sektörlerin Sınıflandırılması	3
1.3. Üç Sektör Kuramı Ve İşgücü Arasındaki Dağılım Aşamaları	4
2. ÜÇ SEKTÖR KURAMININ TÜRKİYE AÇISINDAN ANALİZİ VE KURAMDA YER ALAN TARIM SANAYİ VE HİZMET SÖKTÖRLERİNDEKİ GELİŞMELER.....	9
2.1. Sektörlerdeki Gelişmeler	9
2.2. Sektörlerin GSYİH ve İstihdam İçindeki Paylarının Gelişimi	15
2.3. Türkiye Gelir Dağılımı ve Ekonomiye Olan Etkileri (1980 Sonrası Dönem) 17	
3. TÜRKİYE’NİN MİLLİ GELİR DAĞILIMI.....	20
3.1. Türkiye’de Genel Gelir Dağılımının Analizi ve İyileştirilmesi	20
3.2. Gelir Dağılımı Analizinde Sektörel Gelir Dağılımı	21
4. TÜRKİYE AMBALAJ SANAYİSİ VE AMBALAJ SANAYİSİNİN ÜLKE EKONOMİSİNE ETKİSİ	24
4.1. Ambalaj Kavramına Giriş.....	24
4.2. Ambalaj Sektörü	31
4.3. Türkiye’nin Ambalaj İthalat ve İhracat Verileri.....	41

4.4. Dünya Ticareti	51
5. GIDA AMBALAJ SANAYİSİ VE MİLLİLEŞME SÜRECİ	56
5.1. Ambalaj Ve Gıda Sanayisinin Tanımı.....	56
5.2. Ambalaj ve Gıda Sektörünün Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimleri ve Önemleri	58
5.3. Gıda Sanayisinde Ambalajın Önemi	63
5.4. Ambalaj Sanayisinin Gıda Sanayisinin Gelişmesine Etkisi	63
5.5. Dış Ticaret Açısından Ambalajlamanın Türk Gıda Sektöründeki Yeri Ve Önemi66	
5.6. Ambalaj Sanayicileri Derneği Çerçevesinde Türkiye Ambalaj Sanayiinin Genel Değerlendirilmesi.....	72
5.7. Ambalaj Sanayisinde Faaliyet Gösteren Büyük Firmalara İlişkin Bilgiler ..	74
SONUÇ	76
KAYNAKÇA.....	78

TABLÖLAR LİSTESİ

- TABLO-1 Türkiye'de Başlıca Tarımsal Girdilerin 1950-1962 Dönemi Sayısal Gelişimi
- TABLO-2 Türkiye'de 1950-1960 Döneminde Sanayi Yatırımları
(1953 Fiyatları ile Milyon TL)
- TABLO-3 Türkiye'de 1950-1960 Döneminde Banka Kredilerinin İşlevsel
Dağılımı
- TABLO-4 Türkiye'de Üç Sektörün 1950-1960 Döneminde GSYİH İçinde Dağılımlar
(1961 Fiyatları ile Milyon TL)
- TABLO-5 Türkiye'de Üç Sektörün 1950-1960 Döneminde GSYİH İçinde Nisbi
Payları
- TABLO-6 Türkiye'de 1955 ve 1960 Yıllarında Üç Sektörün Toplam İstihdam İçinde
Nisbi Payları (15 ve Daha Yukarı Yaştaki Nüfus)
- TABLO-7 Sektörlerin GSMH ve İstihdam Payları
- TABLO-8 Malzeme Grubuna Göre Miktersal Dağılım (2005-2009)
- TABLO-9 Türkiye'nin Cam Sektöründe İhracat Yaptığı Ülkeler (1000 Dolar)
- TABLO-10 Ülkelere Göre Ambalaj Sanayi İhracatı
- TABLO-11 2001-2009 Yılları Arasında Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı
(Milyon Dolar)
- TABLO-12 2012-2019 Yılları Arasında Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı
(Milyon Dolar)
- TABLO-13 2017-2019 Yılları Arasında Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı
(Milyon Dolar)
- TABLO-14 Türkiye'nin Ambalaj Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)

TABLO-15 2007-2009 Yılları Arasında Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İthalatı
(1000 Dolar)

TABLO-16 2017-2019 Yılları Arasında Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İthalatı
(1000 Dolar)

TABLO-17 Ülkelere Göre Ambalaj Sanayi İthalatı

TABLO-18 Dünya Ambalaj Sanayi İhracatı

TABLO-19 Başlıca İhracatçı Ülkeler

TABLO-20 Dünya Ambalaj Sanayi İthalatı

TABLO-21 Başlıca İthalatçı Ülkeler

TABLO-22 Prehistorik Zamanlardan M.S.1200 Yıllarına Kadar Kullanılan Ambalaj
Biçimleri

TABLO-23 Türkiye'de Üretilen Başlıca Tarımsal Ürünlerin Üretim Miktarları (Ton
Olarak)

TABLO-24 1956 Yılında Türkiye'de Günlük 8 Saat Çalışma Kapasitesine Göre
Konserve Fabrikaları

TABLO-25 Gıda Sanayisinde Dikkate Alarak Bazı Ambalaj Firmalarına İlişkin
Bilgiler

ŞEKİLLER LİSTESİ

ŞEKİL-1 Fourastié'ye Göre Üç Sektör

ŞEKİL-2 Clark'ın Üç Sektör Modeli

ŞEKİL-3 Sektörlerin Ekonomik Yüzdesi

ŞEKİL-4 Plastiklerin Tanımlanmasında Kullanılan Kodlar ve İsimleri

ŞEKİL-5 2010 Yılı Aylık Cam Üretim Endeksi

ŞEKİL-6 2009 Yılı Türkiye'nin Ambalaj Malzemeleri İhracatı (%)

ŞEKİL-7 2005-2010 Yılları Arasında Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı
(Milyar Dolar)

GİRİŞ

Gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerin karşılaştırılmasında kişi başına düşen gelirin yanı sıra diğer önemli bir kriter olarak ülkelerin sektörel yapılarında meydana gelen değişiklikler ve söz konusu değişikliklere paralel olarak çalışan nüfus üç temel sektör arasında dağılım göstermektedir. Sanayi sektörü açısından ileri seviyede olan ülkelerin gelişme süreçleri içerisinde sektörel yapılarında meydana gelen değişikliklerin aynı yönde bir eğilim izlediklerini ileri süren ve kanıtlarla destekleyen görüşleri kapsayan “Üç Sektör Kuramı” ile ilgili ilk çalışma 1691 yılında “Sir William Petty” tarafından yapılmıştır. Gelir paylaşımı, bir ülke içerisinde yaşamını sürdüren insanların ürettiği ürün ve hizmetlere bağlı olarak kazanılan toplam gelirin, yine söz konusu ülkedeki kişilere farklı dağılım araçları aracılığı ile paylaşılmasını belirtmektedir (Işığışık, 1998). Söz konusu paylaşımın ortaya çıkış şekli, o ülke içerisindeki ekonomik rahatlığa ulaşma yolunda etkili bir gösterge olmasına bağlı olarak iktisat teorisi için büyük önem taşımaktadır. Dünya Bankası’nın sunduğu istatistiki veriler küresel gelir dağılımı açısından göz önünde bulundurulduğunda, gelir düzeyi yüksek ve düşük ülkeler kıyaslandığında kişi başına düşen milli gelir açısından büyük bir fark olduğu görülmektedir. Ülkemizde, dünyada satın alma gücü paritesi açısından orta üst gelirli ülkeler ve milli gelir düzeyi bakımından orta gelirli ülkeler arasında bulunmaktadır. Söz konusu netice, hali hazırda gelişimine devam eden bir ülke olarak ele alındığında ülkemizin gelir paylaşımı göz önüne alınarak ekonomik refah seviyesinin düşünüldüğü kadar kötü olmadığı neticesini çıkarır gibi görünmektedir. Fakat düşünülen bu netice yanlış ve yanıltıcıdır. 1923 senesinde kurulan Türkiye Cumhuriyeti, kurulduğu günden günümüze kısmen ekonomik koşulları açısından olumlu 25-30 yıl geçirse de, bunu takip eden süreçte ekonomik sorunlar ile karşılaşmaya başlamış olup, içinde bulunduğumuz dönem içerisinde de bu problemlerin devam ettiği görülmektedir. Ekonomik krizler ve yüksek enflasyon, politik sorunlarla birleşmiş ve ülkemizin çok mühim problemleri haline gelmişlerdir. Söz konusu problemlerin beraberinde getirdiği birden fazla ekonomik problemler de mevcut olup, gelir eşitsizliği de bu konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ülkenin en önemli amacı, milli gelirini arttırmak ve söz konusu milli gelirin toplumdaki tüm kesimler tarafından adil olarak paylaşılmasını sağlamaktır. Milli gelirin adil dağılımında başarı sağlanması maksadı ile ülkelerin

uygulamaya koydukları iktisat ve maliye politikalarının, ancak doğru, ciddi, zamanında ve birbirleri ile uyumlu oldukları oranda gerçekleşebileceği aşikardır.

Ülkemizde yapılan üretim ve üretilen malların paketlenmesine olan gereksinimin artış gösterdiği oranda, ambalaj sanayisinin geliştirilmesine duyulan gereksinim de doğru orantılı olarak artış göstermektedir. Küresel çapta sürekli gelişim gösteren ambalaj sektörü, ülkemizde de her yıl büyüyerek gelişim göstermektedir. Ülkemizde ambalaj üretimi gerçekleştiren irili ufaklı 5000 firmanın 18'i Türkiye'nin en büyük 500 şirketi arasında yer almakta olup, evrensel kalite standartlarına göre ambalaj üretimi gerçekleştirebilecek kapasiteye sahiptir. Ülkemizde üretimi gerçekleştirilen ambalaj dünya ülkelerine ihraç edilmekte ve ihracatın çoğunluğu başta Almanya, İngiltere ve Fransa olmak üzere AB ülkelerine gerçekleştirilmektedir. İçinde bulunduğumuz dönem içerisinde, diğer sektörlerle benzer olarak ambalaj sektöründe de globalleşen dünya düzeninin dışında kalmamak, büyüme sürecini sürekli olarak geliştiren pazar ve uluslararası ticaretten pay almak için fırsat ve avantajlardan yararlanmak üzere dış-satım önemli bir amaçtır. Dış-satım gerek kalkınma gerekse sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin ortaya çıkmasında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Dış-satım, ülke ekonomisini dışa açan bir faktör olup, işletmeler yönünden geliştirilen bir yaklaşım ile ise kaynakların daha etkin kullanılmasını ve söz konusu çerçevede maliyetlerin düşürülmesine katkıda bulunur. Küresel pazarlar, rekabetin sürdürülebildiği durumlarda iç pazarla kıyaslanamayacak ölçüde büyük satış ve kar potansiyeli taşımaktadırlar. İçinde bulunduğumuz yıllarda ambalaj sanayisinin önem kazanmasını sağlayan bir faktörde gıda sanayisi ile yakın ilişki içinde bulunmasıdır. Ambalaj sanayimizde meydana gelen gelişmeler gıda sanayisinin dış pazarlarda mevcut olan rekabet şansını arttırmaktadır.

Söz konusu çalışmada yaşam devam ettikçe en temel gereksinimlerimizden biri olan gıda ve buna bağlı olarak da sürekli artan bir ivme göstereceği tartışılmaz olan gıda sanayisinin günümüzdeki durumu araştırılmış, ambalaj sanayisi ile bağlantıları ortaya konulmaya çalışılmış ve son olarak da dış ticaret olanakları açısından iki sektörün bağlantıları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

1. ÜÇ SEKTÖR KURAMI

Çalışmanın bu bölümünde üç sektör kuramı teorik olarak ele alınarak açıklanmıştır.

1.1.Üç Sektör Kuramının Tanımı

İçinde bulunduğumuz zaman diliminde gelişmiş ülkelerin gelişme süreçleri ile ilgili verileri inceleyen iktisatçılar, söz konusu ülkeler arasında bazı ortak yapı değişikliklerinin varlığını tanımlamışlardır. Ekonomilerin gelişme süreçleri içerisinde geçirmiş olduğu söz konusu yapı değişikliklerini ele alan görüşlerin tamamı "üç sektör kuramı" olarak adlandırılmaktadır (Hoselitz, 1964).

Colin Clark, "Ekonomik Gelişmenin Koşulları" (The Conditions of Economic Progress) adlı eserinde ekonomik gelişme ile, işgücünün sektörler arası paylarında meydana gelen değişimleri ayrıntılı bir şekilde ele alarak bu yapıyı inceleyen ilk isim olmuştur. Aynı dönem içerisinde Fransız 'Jean Fourastie' ve bunu takiben de 'Simon Kuznets' tarafından bu kuram geliştirilmiştir (Şen, 1993).

1.2.Üç Sektör Kuramına Göre Sektörlerin Sınıflandırılması

Üç sektör kuramına göre, bir ekonomi bünyesinde var olan kesimleri tarım, sanayi ve hizmet sektörü şeklinde sınıflandırmak mümkün olup; tarım sektörü; çiftçilik, ormancılık, hayvancılık ve balıkçılık alt kollarından meydana gelirken, sanayi sektörü; madencilik, taş, toprak sanayi, imalat sanayi, yapı sanayi ve kamu hizmetlerini (elektrik, su, gaz) içine almakta hizmet sektörü ise; ticaret, ithalat, ihracat, depolama, ulaştırma sektörleri ile kamu ve özel kesim hizmetlerini içermektedir.

Söz konusu sınıflandırma kesin bir sınıflandırma olmamakla birlikte, farklı ülkelerde çeşitli ayırımlara gidildiği gibi, bu konu ile ilgili araştırma yapmış olan birçok iktisatçının da görüşlerinde farklılıklar meydana geldiği ve farklı ayırım yöntemleri kullandıkları görülmektedir.

İmalat kesiminin tüketim malları, ara malları ve yatırım malları alt kesim ayırımında, hangi ürünlerin, hangi alt kesim içerisinde bulunacağı da kesin bir şekilde ortaya

koyulamamaktadır. Kullanılan teknoloji ve ölçütlere göre bazı ürünlerin farklı ayırmalarda, farklı alt kesimlerde ele alındığı görülmektedir (İlkin, 1979).

İktisatçıların sektörler arası ilişkiler ile ilgili yapmış oldukları kuramsal ve deneysel araştırmaların gösterdiği üzere; gelişmenin ilerlemesine bağlı olarak birincil (tarım) sektörün milli gelir içerisinde sahip olduğu payda azalma meydana gelmekte, ikincil (sanayi) ve üçüncül (hizmet) sektörlerin sahip oldukları pay ise artış göstermektedir (Hatiboğlu, 1986). Sektörler arasında meydana gelen işgücü akımı da, benzer şekilde söz konusu gelişmeye paralel bir durum sunmaktadır.

Ülkelerin kalkınma süreçleri içerisinde, tarım sektörü bünyesinde çalışanların sayısının sanayi sektörünün işine yarayan doğrultuda bir ivme kazandığında azalmaya ve yine aynı şekilde, sanayi sektöründe hizmet sektörü lehine gittikçe küçüldüğünü ifade eden C. Clark, söz konusu genellemesinde özellikle, milli gelirden kişi başına meydana gelen artışın, söz konusu üç sektörde işgücünün dağılımını nasıl etkilediği sorunu üzerinde durmuştur (Ekin, 1968).

Yapılmış olan incelemeler neticesinde sektörlerin ekonomik gelişme süreçleri kapsamında yer alan gayri safi millî hasıla ve istihdam kapsamındaki paylarının farklılık göstermesinde ülkelere göre nisbi farklılıkların olduğunu, buna rağmen genel olarak belirli bir eğilimi izledikleri ifade etmek mümkündür.

1.3.Üç Sektör Kuramı Ve İşgücü Arasındaki Dağılım Aşamaları

Ortaya koyulan modellemeye göre, ele alınan bir ekonominin ana odağı birincil sektörden ikincil sektöre ve son olarak da üçüncül sektöre doğru hareket etmektedir. Kişi başına düşen milli hasılanın düşük olduğu ülkeler erken bir gelişme aşamasında olup; milli gelirlerinin büyük bir bölümü birincil sektörde üretime bağlı olarak kazanılmaktadır. Kişi başına düşen milli gelirin düşük milli gelirden ülkelere kıyasla bir miktar daha yüksek olduğu ve orta milli gelire sahip ülkeler, gelirlerini genel olarak ikincil sektörden sağlamaktadırlar.

Kişi başına düşen milli gelirin yüksek olduğu çok gelişmiş olarak adlandırılan ülkelerde, üçüncül sektör ekonominin en genel kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fourastié'nin ele aldığı şekli ile, işgücü ve üç sektör arasındaki dağılım aşağıdaki gibi farklı aşamalardan geçmektedir:

İlk aşama: Geleneksel medeniyetler

Ana madde: Ekonominin birincil sektörü

İş gücü kotaları:

Birincil sektör: %64,5

İkincil sektör: %20

Üçüncül sektör: %15,5

İlk aşama, çok düşük düzeyde makine kullanımı ile, henüz çok gelişmemiş bir toplumu temsil etmekte olup, gelişme durumu, Orta Çağ'ın başlarında yer alan Avrupa ülkelerine ya da günümüzde yer alan ve gelişmekte olan ülke kapsamına gelen bir ülkeye karşılık gelmektedir.

İkinci aşama: Geçiş dönemi

Ana madde: Ekonominin ikincil sektörü

İş gücü kotaları:

Birincil sektör: %40

İkincil sektör: %40

Üçüncül sektör: %20

İkinci aşamada birincil olarak adlandırılan sektörde daha fazla makine kullanımının başladığı görülmekte olup, buna bağlı olarak gereksinim duyulan insan gücü daha azdır. Sonuç olarak, ikincil sektör olan sanayi sektöründe makine üretimine olan talep artmaktadır. Geçiş aşaması ya da yolu, sanayileşme ile özdeşleştirilebilecek bir olayla başlar (konveyör bantlarının kullanımı gibi, üretimin geniş kapsamlı mekanizasyonu ve dolayısıyla otomasyonu). Üçüncül sektör, devletin gücü ve finans sektörü gelişmeye başlar.

Üçüncü aşama: Üçüncül medeniyet

Ana madde: Ekonominin üçüncül sektörü

İş gücü kotaları:

Birincil sektör: %10

İkincil sektör: %20

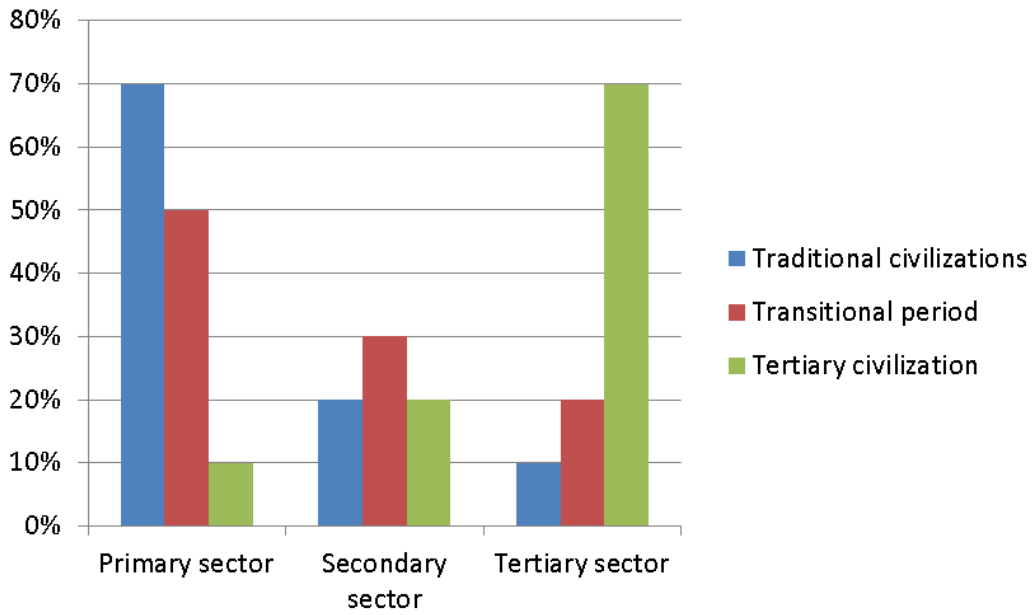
Üçüncül sektör: %70

Üçüncü aşamada birincil ve ikincil sektörlerin artan bir ivme ile daha fazla otomasyon tarafından yönetilmesi ve belirtilen sektörlerde işgücü sayısına olan talebin azaldığı görülmektedir. Yerini üçüncül sektör olan hizmet sektörünün artan talepleri alır. Bu durum, günümüz endüstriyel toplumlara ve geleceğin toplumuna, hizmete ya da post-endüstriyel topluma karşılık gelmektedir. Günümüzde, üçüncül sektör o kadar büyük bir boyuta ulaşmıştır ki, bazen daha fazla bilgiye dayalı dörtlü sektöre ve hatta insan hizmetlerine dayalı beşli bir sektöre bölünmektedir (Üç sektör modeli, (b.t.)).

ŞEKİL-1

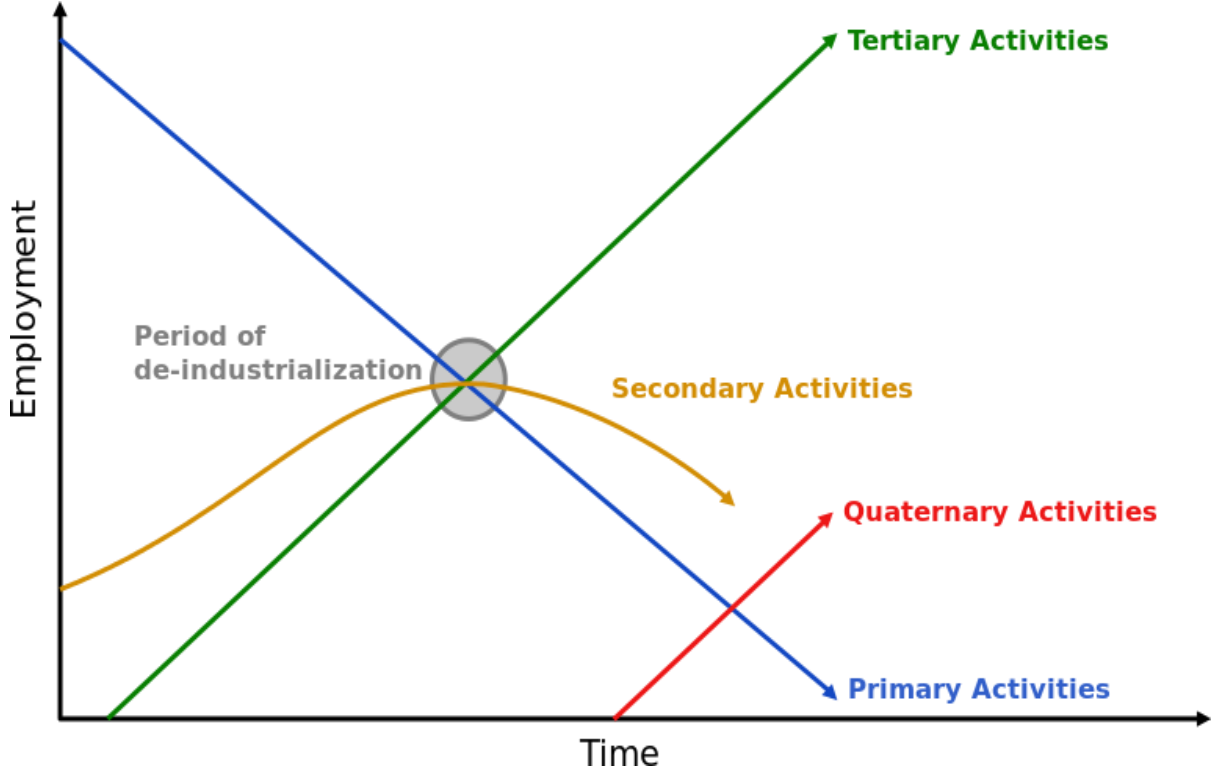
Fourastié'ye Göre Üç Sektör

Progression of the distribution of the workforce among the three sectors, according to Fourastié



Kaynak: Üç sektör modeli, (b.t.)

ŞEKİL-2
Clark'ın Üç Sektör Modeli



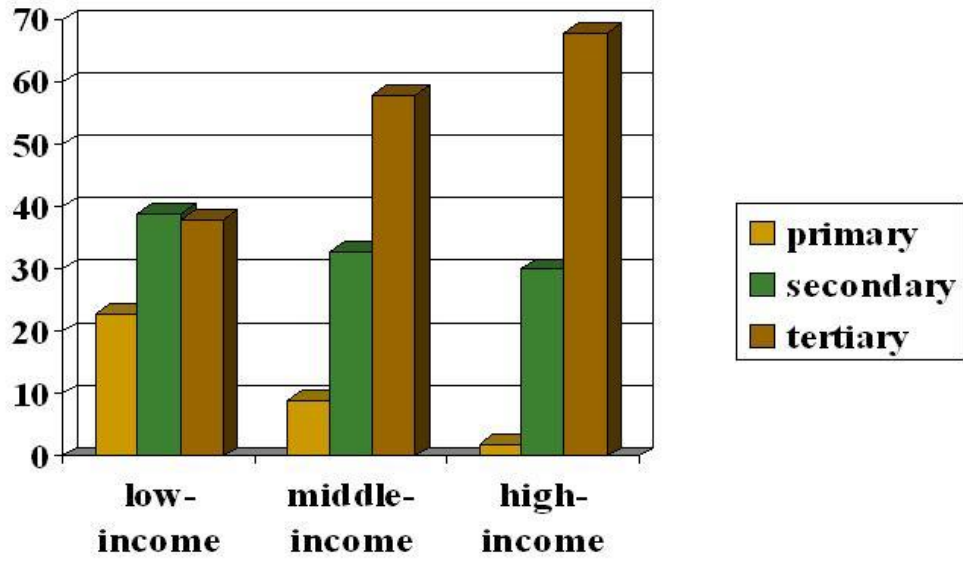
Kaynak: Üç sektör modeli, (b.t.)

Aşağıda yer alan Şekil-3 ülke ekonomisinin farklı sektörlerden meydana gelen yüzdeleri hakkında bilgi vermektedir. Daha yüksek sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine sahip olan ülke ekonomilerinin daha az birincil ve ikincil sektörlerden oluşma eğiliminde olduğunu ve üçüncü sektörler için daha fazla vurgu yaptığını söz konusu şekil ile de görülmektedir. Daha az gelişmiş ülkelerde verilen şekle ters bir model gözlemlenmektedir.

ŞEKİL-3

Sektörlerin Ekonomik Yüzdesi

Economic Sectors



Kaynak: Üç sektör modeli, (b.t.)

2. ÜÇ SEKTÖR KURAMININ TÜRKİYE AÇISINDAN ANALİZİ VE KURAMDA YER ALAN TARIM SANAYİ VE HİZMET SÖKTÖRLERİNDEKİ GELİŞMELER

Çalışmanın bu bölümünde üç sektör kuramının Türkiye açısından analizi yapılmış olup, üç sektör kuramında yer alan tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde meydana gelen gelişmeler ele alınmıştır. GSYİH ve istihdam bünyesinde yer alan paylarının gelişimi üzerinde durulmuş olup, gelir dağılımı ve ekonomi üzerindeki etkileri ortaya koyulmuştur.

2.1.Sektörlerdeki Gelişmeler

2.1.1. Tarım Sektöründeki Gelişmeler

II. Dünya savaşını izleyen dönemlerde, siyasi iktidarlar özellikle Demokrat Parti, iç ve dış nedenlere bağlı olarak devletçi sanayileşme politikalarından vaz geçerek, tarım ve dış ticarete ağırlık veren bir ekonomi politikası tercih etmişlerdir. Elde edilen yeni toprakların üretim alanı haline getirilmesi ve aşırı iyi hava koşulları bir süre için de olsa tarıma dayalı bir ekonomik modelin geçerli olabileceği algısına sebep olmuştur (Boratav, Pamuk, Keyder, 1987).

1950 dönemlerinin başları, ülkemiz tarım ekonomisinde köklü değişikliklerin olduğu bir dönemdir. 1948 Marshall Yardımının ve diğer kaynakların kullanımı ile birlikte, il olarak traktör olmak üzere çağdaş girdi kullanımı artış gösteren bir ivmeye sahip olmuş, bununla birlikte arzu edilen toprak miktarı genişleyerek tarımsal hasılda önemi derecede büyüme sağlanmıştır. (Şen, 1993)

Tablo-1'de de verildiği üzere, tarım sektöründe işlenen alan 14,5 milyon hektardan, 1950'li yılların sonunda 22,5 milyon ve 1962 yılında da 23,2 milyon hektara ulaşmıştır. Tarıma açılmış toprakların genişlemesi önemli ölçüde ya tamamen kamu mülkiyetinde olan veya köy birimlerinin ortak kullanımında bulunan arazinin özel kişiler tarafından işlenmesi şeklinde meydana gelmiştir.

Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, kırsal bölgelerde yer alan topraklarda özel mülkiyet, büyük toprak sahipleri, daha doğrusu traktör sahibi olabilen çiftçiler lehine genişleme göstermiştir (Kepenek, 1983).

TABLO-1

Türkiye'de Başlıca Tarımsal Girdilerin 1950-1962 Dönemi Sayısal Gelişimi

YIL	İŞLENEN TARLALAR (BİN HEK.)	ARTIŞ ORANI %	TRAKTÖR SAYISI	ARTIŞ ORANI %	TARIMSAL KREDİ (MİLYON TL)	ARTIŞ ORANI %
1950	14542	9,6	16585	80,9	412	22,3
1951	15272	5,0	24000	44,7	646	56,8
1952	17361	13,7	31415	30,9	1067	65,2
1953	18812	8,4	35600	13,3	1213	13,7
1954	19616	4,3	37743	6,0	1497	14,0
1955	20998	7,0	40282	6,7	1558	4,1
1956	22453	6,9	43727	8,6	1888	21,2
1957	22161	-1,3	44144	1,0	2108	11,7
1958	22765	2,7	42525	-3,7	2161	2,5
1959	22940	1,0	41896	-1,5	2313	7,0
1960	23264	1,4	42136	0,6	2392	3,4
1961	23076	-1,0	42505	0,9	1682	-29,7
1962	23215	1,0	43747	2,9	1953	16,1

Kaynak: DİE, TİY, 1968, Krediler, 1945-48, Bulutay, Tezel, Yıldırım, 1949-62

Tarım sektöründe makineleşme yeni bölgelerin ekim alanına uygun hale getirilmesini sağlayarak üretim sektörünün artışına katkıda bulunmuş ve bol, ucuz kredi, tarım ürünleri fiyatlarının desteklenmesi ve tarım gelirlerinin vergi dışı tutulması gibi politikalar da tarımsal üretimin diğer teşvik unsurları arasına dahil olmuştur.

Söz konusu dönem içerisinde tarım sektörünün ortalama büyüme hızı %13,2'yi bulurken milli hasıla içerisindeki payı 1946-47 ortalaması olarak %43,6 iken 1952-53'de %44,7'ye artmıştır (Boratav, 1908-1985, Gerçek Yayınevi, 1989).

1950'li senelerin ilk yarısında meydana gelen söz konusu hızlı gelişim içerisinde Türkiye ithalat ülkesi durumuna gelmiş ve 1953 senesinin rekoltesi ile buğday ithalatında, arada oldukça büyük miktarlar olmakla beraber dünya sıralamasında dördüncü olarak yerini almıştır (Kuyucuklu, 1986). Bununla birlikte 1954 yılında kötü bir ürün yılı ile başlayan ikinci dönemde, 1958 yılına kadar yılda %5-6 hızında artış görülmesine rağmen önceki döneme kıyasla artış daha yavaş meydana gelmiştir. 1958 senesini takiben ise %2-3 oranında bir artışla tam bir duraklama dönemine girildiği görülmektedir (Köksal, İlkin 1923-1973, Yapı Kredi Bankası A.Ş. Yay. 1973).

1960 lı senelerin başına gelindiğinde ise ülkemiz tarım sektörünün yeni ve niteliksel olarak farklı bir devreye girdiği ifade edilebilmektedir. Ekime uygun alanların sınırına ulaşılmış olmasına bağlı olarak ekstansif tarımdan, entansif tarıma geçildiği görülmektedir. Üretim alanında meydana gelen artışlar ekimi yapılan toprak miktarındaki artışlarla değil, birim toprak başına elde edilen verimdeki artışlarla sağlanmakla birlikte, entansif tarım ile birlikte girdi kullanımını yaygınlaştırmakta, teknoloji giderek önem kazanmaktadır (Pamuk, Toprak, Yurt Yayınları, 1923-2000).

Söz konusu dönem için bir özet yapacak olursak, ülkemiz tarım sektörü 1953 senesine kadar yüksek bir büyüme hızına erişmiş olup, 1954 senesinden itibaren ardı ardına birkaç yıl devam eden kuraklığa bağlı olarak üretim artış hızında bir yavaşlama meydana gelmiştir. Bunun yanı sıra, ekime uygun hale getirilebilir arazinin sınırlarına varılmış olması, tarıma bağlı üretimdeki büyüme önünde bir engel oluştururken, Kore Savaşı konjonktürünün sona ermesi de tarımsal ihracatta duraklamaya sebebiyet ederek yavaşlamaya neden olmuştur.

2.1.2. Sanayi Sektöründeki Gelişmeler

1950'li yılların ortalarından başlayarak, içe dönük sanayileşmeye elverişli politikalar izlenmesi, kentleşmeye bağlı olarak iç pazarın genişlemesi ve tarım sektöründeki ciddi değişimin sonucu, sanayi sektörü gelişim göstermeye başlamıştır.

1954-61 döneminde yıllık sınıai büyüme hızlarının ortalaması %4,3'e ulaşmış, milli hasıla içindeki payı ise 1952-1953'de %14'ün altında iken bu dönemde %18'e

yaklaşmıştır. Aynı süreçte tarım kesimi yıllık büyüme hızı ortalaması %1,8'de kalmıştır (Boratav, 1989).

Dönem boyunca sanayi yatırımlarının büyük ölçüde kamu sektörüne gerçekleştirildiği görülmektedir (Tablo-2). Kamu sanayi yatırımları daha çok temel tüketim ve bir kısım ara malları üretiminde yoğunlaşırken özel kesim özellikle fiyat artışlarının yüksek olduğu yıllarda ticaret, konut ve arsa spekülasyonu gibi az riskli alanlarda yatırımlara yönelmiştir (Kepenek, SBF Yay., 1974).

TABLO-2

Türkiye'de 1950-1960 Döneminde Sanayi Yatırımları

(1953 Fiyatları ile Milyon TL)

YIL	ÖZEL	%	KAMU	%	TOPLAM
1950	40,7	43	53,1	57	93,8
1951	60,7	44	77,0	56	137,7
1952	65,5	53	57,8	47	123,3
1953	100,2	55	105,6	45	235,8
1954	88,6	38	141,8	62	230,4
1955	100,6	40	147,9	60	248,5
1956	111,0	39	174,4	61	285,5
1957	86,4	46	103,9	54	189,3
1958	73,2	43	97,4	57	170,6
1959	86,7	63	50,0	37	136,7
1960	83,4	52	78,1	48	161,5

Kaynak: DİE, 1973

Tablo-2' de de görüldüğü üzere, sanayi yatırımları 1952 yılında meydana gelen azalmanın haricinde, 1956' ya kadar artmış, bunu 1959'a kadar önemli bir düşüş takip etmiştir.

Söz konusu durumun nedeni olarak, o dönemdeki aşırı fiyat artışları ve ithalat güçlükleri gösterilebilmektedir.

Toplam yatırımlarda meydana gelen azalmayla birlikte ara ve yatırım malları alt sektörlerinde özel yatırımların 1956 senesini takip eden dönemlerde hızla artış gösterdiği ortaya konmaktadır. Bahsi geçen dönemlerde ihracat faaliyetlerinde karşılaşılan güçlükleri yatırım ve ara malları sağlanmasında problemler yaşanmasına neden olmuştur. Söz konusu durum bir kısım yatırım ve ara mallarının yerli üretimini, ticari spekülasyonlar kadar karlı kılmakla birlikte, söz konusu koşullar altında yeni kurulan sanayi işletmelerinin yenilikçi bir teknoloji ile üretim yapamayacak küçük birimler şeklinde ilkel üretimlerle yola devam edeceği yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır. İç pazar içerisindeki genişlik de düşünüldüğünde, özelliği gereği özel sanayi yatırımlarının küçük ölçekli üretimi tercih etmelerinin nedeni daha anlaşılır hale gelecektir. Dış piyasadaki rekabete karşı korunan iç pazar yenilikçi teknolojik yöntemleri kullanamayan ve çok küçük birimlerden meydana gelen sınai üretime olanak tanımaktadır. Dönemin özel sermayeye dayanan sanayileşmesinin niteliği bu noktada toplanmaktadır (Kepenek, 1983).

Böylelikle, ticaret sermayesi sanayi sermayesine dönüşürken, özel sermaye içinde daha önce ticaret sermayesinde olan ağırlık giderek sanayi sermayesine kaymaya başlamış ve toplumsal egemenlik içinde sanayi sermayesinin göreceli payı artış göstermiştir (Gülalp, 1987).

Netice olarak, ele alınan dönem içerisinde sanayi sektöründe ki üretimin yüksek ölçüde tüketim ve bir miktar ara malları alt sektörlerinde gerçekleşmiş olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca dayanıklı tüketim malı ve yatırım malları üretimi yapan alt sektörlerin durumunun değişmediği gözlemlenmektedir. Böylelikle 1960'lı yıllara gelindiğinde planlı dönemin çok açık stratejik tercihi olan ithal ikameci sanayileşme politikasının birinci aşaması tamamlanmış olup, gıda maddeleri sanayi, özellikle; şeker, içki-tütün, dokuma ve giyim gibi, temel sınai tüketim malları iç pazarın gereksinmelerini karşılayacak düzeye gelmiştir (Şen, 1993).

2.1.3. Hizmet Sektöründeki Gelişmeler

Hizmet kesimi 1950-1960 yılları arasında, başta karayolu ulaştırması, konut yapımı ve ticaret olmak üzere bir bütün olarak ekonomi içinde diğer sektörlerle nazaran en hızlı ve en büyük büyümeyi gerçekleştiren sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

1950'li senelerde meydana gelen büyük kredi artışının dörtte üçünden fazlası ulaştırma, ticaret ve konut gibi hizmet sektörlerinde yoğunluk göstermiştir (Tablo-3). Söz konusu olgu dönem içerisinde ekonominin hizmet sektörlerinin gelişmesini veya ekonomide meydana gelen hizmetleşmeyi ifade edici özellik göstermiştir (Kepenek, 1974).

TABLO-3

Türkiye'de 1950-1960 Döneminde

Banka Kredilerinin İşlevsel Dağılımı

YIL	TARIM	SANAYİ	DİĞER	TOPLAM
1950	31,67	-	68,33	100
1955	30,78	2,73	66,49	100
1960	24,81	2,31	72,88	100

Kaynak: Kepenek, 1974

Ele alınan dönem içerisinde ulaştırma faaliyetlerinde meydana gelen genişlemenin, kendi alt kollarında dengesiz bir seyir izlediği görülmektedir. Söz konusu durum özellikle o dönem içerisinde iktidarın tarımı geliştirmeye yönelik politikaları ve dolayısıyla karayolu ulaştırmasına vermiş olduğu özel önemden ileri gelmektedir (Şen, 1993).

Dönem süresince ulaştırma kesiminin demiryolu ve denizyolu alt kesimleri bir gerileme sürecine girerken, karayolu alt kesimi hızlı bir gelişim göstererek, yük ve yolcu taşımacılığında tek egemen kesim olmuştur. Söz konusu dengesiz gelişimin ekonomi içerisinde maliyeti yüksek bir gelişme olduğu yorumunu yapmak mümkündür (Candemir, 1982).

Planlı dönemin başında, 1963 yılında toplam şehirlerarası yolcu taşımacılığında karayollarının payı %73, demiryollarının payı %24 ve denizyollarının payı %3 dolayında seyretmektedir (DPT, 1963).

Hizmet sektörünün söz konusu dönemde, toplam katkılı ulusal gelir içindeki payı %39,3'ten %45,6'ya ulaşmıştır (DİE, 1948-73). Ulaştırma kesimi kendi alt kollarında dengesiz bir gelişme gösterirken, ticaret kesimi özellikle mal ve hizmet darlıklarının görüldüğü 1955-56 sonrası yıllarda hızlı bir büyüme sürecine girmiştir. Konut kesimi ise iç pazarın genişlemesi ve kentleşmenin paralelinde önemli gelişmeler kaydetmiştir (Şen, 1993).

2.2.Sektörlerin GSYİH ve İstihdam İçindeki Paylarının Gelişimi

Ele alınan dönem içerisinde ulusal gelir bünyesinde tarım sektörünün görece payının azaldığı, bunun yanı sıra sanayinin ve özellikle hizmet sektörünün payının önemli oranda artmış olduğu gözlenmektedir. Tablo-4'te 1950-60 döneminde sektörlerin GSYİH içinde dağılımları, Tablo-5'te ise, yine aynı dönemde sektörlerin GSYİH içindeki nisbi payları Tablo-4'ten yararlanarak düzenlenmiştir.

Tablo-4'te de görüldüğü üzere, on yıllık bir süreçte sektörlerin GSYİH içindeki değerleri mutlak olarak artarak, hizmet sektörü % 99'luk bir artışla, en fazla gelişen sektör haline gelmiştir. Bunun yanında tarım sektöründe %51,8'lik ve sanayi sektöründe ise %80'lik bir artış gözlemlenmiştir.

Sektörlerin GSYİH içerisinde yer alan nisbi paylarında meydana gelen gelişmeler ele alındığında yine aynı sonuca varmanın mümkün olduğu görülmektedir. Tarım sektörü 1950 senesinde GSYİH içinde %48,6'lık bir paya sahip olurken, söz konusu oran 1960 senesinde %42,7'ye düşmüş ve toplam olarak da %12 civarında azalma göstermiştir.

Tarım sektörünün payında meydana gelen bu azalışa karşılık; sanayi sektörünün payı %3,7 oranında bir artış göstermiş, 1960 senesinde %16,9'a yükselmiştir. Hizmet sektörü ise %15' ilk bir artışa sahip olarak GSYİH içerisinde en fazla pay artışını gerçekleştiren sektör haline gelmiştir.

TABLO-4

**Türkiye’de Üç Sektörün 1950-1960 Döneminde
GSYİH İçinde Dağılımları (1961 Fiyatları ile Milyon TL)**

YIL	GSYİH	TARIM	SANAYİ	HİZMETLER
1950	24887,7	12106,8	4051,3	8729,6
1951	28635,4	14613,4	4390,1	9631,9
1952	31078,6	15557,2	4756,1	10765,3
1953	34582,6	17033,8	5238,0	12310,8
1954	31387,9	13675,6	5486,9	12225,4
1955	33711,3	14916,6	5706,3	13088,4
1956	35998,1	16212,6	6078,3	13707,2
1957	38226,5	16621,2	6519,8	15085,5
1958	39910,1	16621,2	6976,0	16312,9
1959	41593,7	17618,5	7321,6	16653,6
1960	43080,6	18376,4	7302,0	17402,2

Kaynak: DPT, IBYKP, 1963-67

TABLO-5

Türkiye’de Üç Sektörün 1950-1960 Döneminde GSYİH İçinde Nisbi Payları

YIL	TARIM	SANAYİ	HİZMETLER
1950	48,6	16,3	35,1
1951	51,0	15,3	33,6
1952	50,0	15,3	34,6
1953	49,2	15,1	35,6
1954	43,5	17,5	38,9
1955	44,2	16,9	38,8
1956	45,0	16,9	38,1
1957	43,5	17,1	39,5
1958	41,6	17,5	40,9
1959	42,3	17,6	40,0
1960	42,7	16,9	40,4

Kaynak: Tablo-4-’ten yararlanılarak elde edilmiştir.

Sektörlerin toplam istihdam içerisindeki nisbi paylarının dağılımında meydana gelen değişim ele alındığında, yine GSYİH’de meydana gelen değişimlere paralel bir durum

ortaya çıktığı görülmektedir. Tablo-6'da yer alan sektörlerin 1955-60 senelerinde istihdam içinde yer alan paylarının nisbi dağılımları meydana gelmiştir.

TABLO-6

Türkiye'de 1955 ve 1960 Yıllarında Üç Sektörün Toplam İstihdam İçinde

Nisbi Payları

(15 ve Daha Yukarı Yaştaki Nüfus)

İKTİSADİ FAALİYETLER	1955	1960	DEĞİŞİMLER
TARIM	77,4	74,9	-2,5
SANAYİ	6,6	7,5	0,9
HİZMETLER	16	17,6	1,5

Kaynak: DİE, 1923-91

Tablo-6-'da da görüldüğü üzere, Türkiye'de tarım sektörünün toplam istihdam bünyesindeki payı 1955 yılında %77,4 iken 1960 senesinde % 74,9'a düştüğü görülmüştür. Aynı dönemlerde sanayi sektörünün payı ise %6,6'dan %7,5'e hizmet sektörünün ise, %16'dan, %17,5'e artış göstermiştir. Tarım sektörünün payında meydana gelen %2,5'luk azalma, sanayi sektörünün payındaki %0,9 ve hizmet sektörünün payındaki %1,5'luk artışla karşılanmış bulunmaktadır.

Sonuç olarak, söz konusu dönemde tarım sektörünün toplam istihdam bünyesinde meydana gelen payı hızla düşerken, hizmet sektörü ve sanayi sektörünün payı yükselişe geçmiştir.

2.3.Türkiye Gelir Dağılımı ve Ekonomiye Olan Etkileri

(1980 Sonrası Dönem)

Türkiye'de Cumhuriyetin kurulmasından günümüze kadar gelen süre içerisinde gelir dağılımında gözlemlenen adaletsizlik sürekli gündemdeki yerini korumuştur. Böyle bir

durumun gözlemlenmesindeki temel sebep, Osmanlı toplumundaki köy-kent ayrımının oldukça keskin olan ikili ekonomik yapısı olarak karşımıza çıkmaktadır. 1929 senesinde meydana gelen Büyük Dünya Ekonomik krizi ve İkinci Dünya Savaşı'nın olumsuz etkisi ile gelir dağılımında olumlu bir gelişme gerçekleşmemiştir (Kazgan vd., 1990).

Ülkemizde gelir dağılımı eşitsizliği 1980'li senelere kadar temel olarak köy-kent ayrımı ekseninde kalmış olmakla birlikte, tarım sektörü, tarım topraklarının dağılımında meydana gelen adaletsiz koşullarda ve düşük verim ile tarım üretiminin yapılmasına bağlı olarak bu durum kentsel kesim ile kıyaslandığında daha az gelir elde etmiştir (Kazgan, Önder, Kirmanoğlu ve Tuncer, 1992). 1974 senesinde petrol fiyatlarında meydana gelen artışla beraber dünya ekonomisinin sürüklendiği durgunluktan Türkiye, kısa vadeli borçlanma yoluyla kurtulmaya çalışmıştır. Bunun yanında dış-satımın dış-alım karşılama oranı %30'a düşerken, uluslararası piyasalarda gerçekleştirilen ticaret açığı 4 milyar doların üstüne çıkmıştır. Kısa süreli, yüksek faizli dış kredilerle gerçekleştirilen %5'lik büyümenin kısa sürede tıkanıp görülmüştür. Buna bağlı olarak ortaya çıkan karaborsa koşulları neticesinde, ticari karlarda olağan üstü artışlar meydana gelmiştir (Sönmez, 1982-84).

1960-1980 dönemlerinden sonra toplumun orta düzeyde gelir düzeyine sahip olan ücretli maaşlı kesim gelir aşınması ile alt gelir dilimlerine inerek ülkemiz, tarım sektörü, işçi, memur ve küçük sermaye sahiplerinin gelir dağılımından daha az pay alabildikleri bir sürece girmiştir (Kazgan, Önder vd., 1992-93).

1981-1989 döneminde tarım sektörünün milli gelir düzeyinden aldığı pay azalma eğilimi gösterirken, sanayi sektöründe düzenli bir artış gerçekleşmiştir. Hizmet sektöründe ise çok az bir yükselme gerçekleşmiştir.

1981 yılında 1600 dolar iken 1982 ve 1983 yılında sırasıyla 1413 ve 1168 dolara düşen dolar bazında kişi başına gelir seviyesi, 1989 yılına kadar artış göstermekle birlikte bu artış düzenli olarak gerçekleşmemiştir (Devlet İstatistik Enstitüsü GSMH Kavram Yöntem ve Kaynaklar, 1994: 173-185).

Bunun yanı sıra aylık ödenek ve ücretli olarak çalışan kesimin milli gelirden sağlamış olduğu pay 1981 senesinde %24,57'den 1989 yılında %14,80'e düşmüştür. Kar, faiz ve rant geliri sağlayanların aldığı pay ise 1981 senesindeki %52,36 düzeyinden 1989 yılında %69,80 düzeyine yükselmesi milli gelir dağılımındaki değişimi net olarak ortaya koymaktadır.

1990-1994 dönemine bakıldığında tarım kesiminin milli gelirden aldığı pay 1990 yılında %16,3'ten 1994 yılında %14,3'e düşerken, sanayi ve hizmetler sektörünün aldığı pay ise sırayla %26'lar ve %59'lar düzeyinde seyretmiştir (Devlet İstatistik Enstitüsü, 1994).

1995 yılında tarım, sanayi ve hizmet sektörünün GSMH'den aldığı paylar ise sırayla %13,0, %26,7 ve %60,3 olarak programda gösterilmiştir (Karluk, 1995).

Kişi başına gelir miktarı dolar bazında 1990 yılında 2687 dolar iken, bu miktar 1994 yılında 2192 dolar seviyesine düşmüş, 1995 yılı için kişi başına gelir miktarı DPT tarafından 2267 dolar olarak tahmin edilmiştir (Dış Ticaret Müsteşarlığı, Başlıca Ekonomik Göstergeler, 1995).

3. TÜRKİYE’NİN MİLLİ GELİR DAĞILIMI

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye’nin milli gelir dağılımı incelenmiş ve açıklanmıştır.

3.1. Türkiye’de Genel Gelir Dağılımının Analizi ve İyileştirilmesi

Gelir dağılımı, bir ülkede yaşam süren kişiler tarafından üretilen mal ve hizmetlerden elde edilen toplam gelirin, o ülkedeki kişilere paylaşılmasını veya bölüşümünü ifade eder (Işığışok, 1998). Bahsedilen bu paylaşımın nasıl gerçekleştiği, bir ülkenin ekonomik refahının önemli bir göstergesidir.

Gelir dağılım düzeyinde meydana gelen değişimler, globalleşme, teknolojiye meydana gelen değişiklikler gibi yapısal etkilere bağlı olarak ve ülkenin makroekonomik performansının kötüye gitmesinden meydana gelebilir. O biçimde, gelir dağılımını belirleyen faktörler karşımıza aşağıda belirtildiği halleri ile çıkmaktadır:

- İşgücü piyasası ve iş enerjisinin dağılımı
- Üretim faktörlerinin ve söz konusu faktörlerin fiyatlarındaki dağılımlar
- Sahip olunan varlıkların dağılımı
- Tahsilat seviyesi ve düzeyi
- Toplumsal kurallar ve düzenlemeler
- Küresel çapta ekonomide meydana gelen değişimler
- Ülke ekonomisinde meydana gelen değişimler ve politikalar

Dünya bankası aracılığı ile gelir dağılımı ile ilgili sunulmuş olan istatistik veriler ele alındığında, zengin ve fakir ülkeler içinde şahıs başına düşen milli gelir açısından büyük bir ayırım olduğu açıkça görülmektedir. 1999 senesinde yüksek gelirli ülkelerde fert başına düşen afaki milli gelir 25,370 dolarken düşük gelirli ülkelerde bu rakam 410 dolardır. Satın alma gücüne bakıldığında kişi başına düşen gelir, 30,600 dolar ile dünyanın en varlıklı ülkesi Amerika birleşik devletleridir. Sierra Leone’in 414 dolar ile dünyanın en fakir ülkesi olduğu görülmektedir (Aktan ve Vural, 2002b). Bizim ülkemizde ise, kişi başına düşen milli gelir 2,900 dolarken; satın alma gücüne bağlı olarak kişi başına düşen gelir 6,126 dolardır.

Söz konusu rakamlar ele alındığında ülkemiz, dünyada satın alma gücü paritesi yönünden orta üst gelirli ülkeler ve milli gelir düzeyi bakımından orta gelirli ülkeler arasında yer almaktadır. Söz konusu netice, hali hazırda gelişimine devam eden bir ülke şeklinde düşünülerek ele alındığında Türkiye'nin gelir dağılımı açısından durumunun düşünüldüğü kadar kötü olmadığı sonucunu ortaya çıkardığı düşünülse de, bu düşünce yanlış ve yanıltıcı bir sonuçtur. 1923 senesinde kurulmuş olan Türkiye Cumhuriyeti, kurulduğu günden bu güne kısmen olumlu ekonomik koşullar altında geçen bir 25-30 sene sonrasında ekonomik problemler ile karşılaşmış ve şuan halen problem yaşamaktadır. Yüksek enflasyon ve ekonomik krizler, politik problemler ile birleşerek ülkemizin çok önemli sorunları haline gelmişlerdir. Bahsedilen sorunlarla birlikte birçok başka ekonomik problemlerin de mevcut olduğu gözlemlenmektedir. Ekonomik gelir dağılımında meydana gelen eşitsizlik de bunlardan biridir. Ülkemizde gelir dağılımında yüksek gelirli kesim ve düşük gelirli kesim arasında aşırı derecede farklar bulunmaktadır. 1994 Hane Halkı Anketi sonuçlarına bakıldığında nüfusun en düşük gelire sahip %20'si toplam gelirin %4,86'sını alırken, nüfusun en yüksek gelire sahip %20'si toplam gelirin %54,88'ini almaktadır (DİE, 2002).

Ülkemizde gözlemlenen gelir dağılımı eşitsizliği üzerinde durulması ve iyileştirilmesi gereken çok önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu probleme çözüm getirilmesi için ise önce gelir dağılımının ayrıntılı bir biçimde ele alınması gerekmektedir. Gelir dağılımı alanında oldukça yer alan kişi başına düşen milli geliri açıklamada kullanılan, Gini Katsayısı ve Lorenz eğrisi ölçütleri, bilgi vermek açısından güçlü verilerdir. Ancak buna rağmen yeterli gelmemektedirler. Gelir dağılımında gözlemlenen eşitsizliğin düzeltilmesi yönünde izlenilmesi gereken yol olarak sorunun kaynağını bulmak ve tespit edilen kaynağın ayrıntılı bir biçimde açıklanarak, ilgili birim ve kişilere bilgi aktarımında bulunmak olduğu düşünülmektedir.

3.2.Gelir Dağılımı Analizinde Sektörel Gelir Dağılımı

Sektörel bazda incelenen gelir dağılımı; milli geliri, ekonomide yer alan üretim sektörlerine göre sınıflandırmaktadır. Tarım, sanayi, hizmet, ticaret ve diğer sektörlerin milli gelir toplamından elde ettikleri payları açıklayan sektörel gelir dağılımı, ülkelerin ekonomik gelişim süreçlerine de ışık tutar. Senelik olarak değerlendirilmesi mümkün

olan söz konusu dağılım, o ülkenin endüstrileşme yolunda hangi konumda olduğu, küreselleşme yolunda ise hangi sektöre ağırlık vermesi ya da vermemesi gerektiği gibi konular ile ilgili bilgilendirme sunar.

Ülkemizde çeşitli sektörlerde çalışan bireylerin istihdam ve GSYİH payları Tablo-7’de verilmiştir.

TABLO-7-

**Sektörlerin İstihdam ve GSYİH Payları
(2002 ve 2017 Yılı)**

Yıl	Sektör	İstihdam Payı	GSYİH Payı
2002	Tarım	40,2%	19,3%
	Sanayi	16,6%	20,1%
	Hizmet	20,8%	31,8%
2017	Tarım	6,9%	19,4%
	Sanayi	23,2%	19,1%
	Hizmet	60,2%	54,1%

Tablodan yola çıkarak, 2002 yılı verilerine göre tarım sektöründe istihdam edilen fertlerin istihdam payı %40,2 iken GSYİH’den aldıkları pay ancak %19,3 olarak rapor edilmiştir. Bu da bize 2000’li yılların başında tarım sektöründe çalışanların milli gelir eşitsizliği ile karşı karşıya kaldığını göstermektedir.

2017 yılı verilere baktığımızda ise tarım sektöründe istihdam edilen fertlerin istihdam payı %6,9’a düşmüş, GSYİH’den aldıkları pay ise %19,4 olarak rapor edilmiştir. Bu tablo bize tarım sektörü çalışanlarının milli gelir eşitsizliği problemine çözüm yolu getirildiğini göstermektedir.

Yine 2002 yılı verilerine göre sanayi sektöründe istihdam edilen fertlerin istihdam payı %16,6 iken GSYİH’den aldıkları pay %20,1 olarak rapor edilmiştir. Sanayi sektörü çalışanları için bir milli gelir eşitsizliği söz konusu değildir ancak sanayi sektörü GSYİH payı olması gereken değer altındadır.

2017 yılı verilere baktığımızda ise sanayi sektöründe istihdam edilen fertlerin istihdam payı %23,2’a yükselmiş, GSYİH’den aldıkları pay ise %19,1 olarak rapor edilmiştir. Bu

doğrultuda GSYİH'da ki payı büyümesi gereken sanayi sektörü halen bir gelişme gösterememiş ve sanayi sektörü çalışanlarının milli gelirden aldıkları payda da azalma gözlemlenmiştir.

Son olarak 2002 yılı verilerine göre hizmet sektöründe istihdam edilen fertlerin istihdam payı %20,8 iken GSYİH'dan aldıkları pay %31,8 olarak rapor edilmiştir. Hizmet sektörü çalışanları GSYİH'dan almaları gereken paydan daha yukarıda bir pay almaktadır. Ancak sektör olması gereken GSYİH değerine ulaşmaktadır.

2017 yılı verilere baktığımızda ise sanayi sektöründe istihdam edilen fertlerin istihdam payı %60,2'a yükselmiş, GSYİH'dan aldıkları pay ise %54,1 olarak rapor edilmiştir. Bu doğrultuda aşırı bir ivmeyle yükselen hizmet sektörü diğer sektörlerin alması gereken payı almış ve şişme göstermiştir.

Kısaca tarım sektöründe ki daralmadan artan payı önce sanayi sektörü alması gerekirken sanayi sektörü es geçilmiş ve hizmet sektörüne atlanmıştır. Sonuç olarak bu durum ülkemizde gizli işsizlik kavramını ortaya çıkarmış ve milli gelir eşitsizliğinin yanında işsizlik problemini de getirmiştir.

4. TÜRKİYE AMBALAJ SANAYİSİ VE AMBALAJ SANAYİSİNİN ÜLKE EKONOMİSİNE ETKİSİ

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye ambalaj sanayisi ve ambalaj sanayisinin ülke ekonomisine olan etkisi ele alınıp açıklanmıştır.

4.1.Ambalaj Kavramına Giriş

4.1.1. Ambalaj Tanımı

Ambalajlama sözcüğü, "Bir malı/ürünü taşıma, depolama veya satışa uygun hale getirme teknolojisi olarak tanımlanır. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde ise, “Ürünü sararak, paket yaparak veya sandığa yerleştirerek, taşınabilir bir hale getirmek, işi sarmalama, sandıklama” eylemi olarak açıklanmaktadır (Uçar, 1994).

Ambalaj, malı/ürünü dış etkilerden koruyan, tüketicileri üzerinde yer alan marka ve etiket bilgileri ile bilgilendiren ve üreticiler ile perakendeciler için taşıma depolama, stoklama gibi aşamalarda kolaylık sağlayan, çeşitli maddelerden yapılmış olan muhafaza ambalaj olarak tanımlanmaktadır (Altunışık, Özdemir, Torlak, 2001).

Bir ambalaj, içerisinde yer alan ürün hakkında tüketicilerine bilgi sunabilmeli; ürünün kullanılma yöntemleri, miktarı, nasıl korunması gerektiği bilgilerini içermelidir. Bunun yanı sıra ambalaj ürünü muhafaza etmeye elverişli olmalı ve kolay açılabilir (Mucuk, 2006).

İçerisindeki ürünün zarar görmeden ve basit bir şekilde taşınmasını ya da depolanmasını sağlamak maksadı ile ağaç, cam, metal, plastik, oluklu mukavva, kağıt/karton gibi ana materyallerden oluşan ve böylece ürünü tamamlayan oldukça önemli bir öğedir (Demircioğlu, 2003).

Ambalaj; hammaddeden, nihai ürüne kadar, bir ürünün üreticisinden, en son tüketicisine ulaştırılması basamaklarında, taşınması, korunabilmesi, güvenle saklanması ve satışa sunumu için kullanılmakta olan herhangi bir malzemeden yapılmış ve geri dönüşümlü veya geri dönüşümsüz tüm ürünleri ifade etmektedir.

Bir başka tanıma göre ise ambalaj, malı/ürünü muhafaza eden, kirlenmemesini sağlayan ve taşınmasını kolaylaştıran, istenilen miktarda ürünü saklayabildiğimiz çok değerli bir malzemedir (Ambalaj ve Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği, 2004).

Ürün ambalajı, ürünün raf ömrü süresince çevreye duyarlı ve ekonomik olarak, korunmasını, sunumunu, barınmasını ve tanıtımını sağlayan görevi üstlenmelidir. Gıdalar, kimyasallar, akışkan maddeler, zararlı maddeler ve benzeri maddeler ambalajlamada bir takım farklı uygulamaları gerektirmektedir. Örnek olarak, gıdalar dış etkilere kaynaklanabilecek basınca yönelik korunmaya gereksinim duyarken, medikal ürünlerinin sıcak etkilere karşı korunması zaruridir (DTM, 2006).

Teknik olarak ele alındığında ambalajlama işlemi, ürünün depolanma ve taşınma özellikleri de göz önünde bulundurularak, en uygun materyalin belirlenmesi ve belirli şekil verilmesi yoluyla en ucuza ve tüketici gereksinimlerini en iyi karşılayacak şekilde paketlenmesi, sarılması işlemidir (Çakıcı, 1987).

Pazarlama ve reklam alanlarında bilgili olan Philippe Lemmers (2001), ambalajın tanımını yaparken ambalaj tasarımının önemine dikkati çekmiştir: Ambalaj sadece, ürünü taşımakta ve rafta korumakta kullanılan bir materyal değildir; tüketim mallarının dağıtım süreçlerinin temellerindedir. Süpermarketlerin raflarında yer alan ürünlerin, iyi tasarımı olmayan bir ambalaj ile satılabileceklerini düşünmek yanlış olur. Ambalajın tüketiciler bakımından bir “öneri mektubu” görevi gördüğünü söyleyebiliriz. Başka bir söylemle tüketiciler için satın alma noktalarındaki ambalaj, ambalajlanan ürünü temsil etmektedir (Meyers, Lubliner, 2004).

4.1.2. Ambalaj Türleri

Üretim hammaddesi açısından ele alındığında temelde beş sınıf altında toplanabilen ambalaj malzemeleri, aşağıda yer alan bölümde ana başlıklar halinde özet bilgiler şeklinde verilmiştir.








Plastik Ambalaj

Hammaddesi petrol ve petrol türevi malzemeler olan plastik ambalaj, özellikle gıda sektörü içerisinde gelişme potansiyeli en yüksek olan ürün olarak

değerlendirilmektedir. Ağır olmaması, arzu edilen şekle kolaylıkla girebilmesi, rengi ve baskısı konusunda işlevsel olması ve maliyetinin düşük olmasına bağlı olarak ambalajlamada tercih edilen bir madde olan plastik ambalajların farklı türleri bulunmaktadır (MEGEP, 2008). Genel olarak kullanılan 7 çeşit plastik teşhis etme kodu bulunmaktadır. Şekil-4’te plastik materyallerin tanımlanmasında kullanılan kodlar ve isimleri görülmektedir. Bun kodlar, polietilen tereftalat (PET veya PETE veya PE), yüksek yoğunluklu polietilen (HDPE), polivinil klorür (PVC), düşük yoğunluklu polietilen (LDPE), polipropilen (PP), polistiren (PS) ve diğerleridir (Sevecan, Vaizoğlu, 2007).

ŞEKİL-4

Plastiklerin Tanımlanmasında Kullanılan Kodlar ve İsimleri

Dönüşüm No:	Kısaltma	Polimer ismi	Kullanımı
	PETE ya da <u>PET</u>	Polietilen Tereftalat	Poliester fiberler, film, elyaf, köpük, şişe, katı cisim
	<u>YYPE</u>	Yüksek yoğunluklu polietilen	Taşınmaya elverişli kapların yapımı, çeşitli şişeler, çantalar, oyun alanı malzemeleri
	<u>PVC</u> ya da <u>V</u>	Polivinil klorür	Çit ve parmaklık malzemeleri, yiyecek dışı şişeler
	<u>DYPE</u>	Düşük yoğunluklu polietilen	Sera örtüsü, film, ambalaj, elektrik sanayi
	<u>PP</u>	Polipropilen	Plastik şişe, elektrik sanayi, mutfak eşyası
	<u>PS</u>	Polistiren	Oyuncak, video kaset, tepsiler, yalıtım malzemeleri
	Diğer	<u>Akrilik</u> , polikarbonat, naylon dahil diğer plastikler	

Kaynak: Plastiklerin Tanımlanmasında Kullanılan Kodlar

Kağıt–Karton Ambalaj

Kağıt ambalaj, ucuz ve kolay işlenebilir olmasına bağlı olarak ambalaj maddeleri içerisinde tercih sıralamasında ilk sırada bulunmaktadır. Kâğıt bazlı ambalaj ürünleri genellikle kâğıt ambalajlar, karton ambalajlar ve oluklu mukavva ambalajlar olarak üç sınıf altında toplanmaktadır.

Kâğıt Ambalajlar: Genellikle kimyasal, yarı kimyasal ve mekanik yöntemler kullanılarak; odun, yıllık bitki ve atık kâğıt gibi ham materyallerin işlenmesi yolu ile elde edilen hamurların çeşitli işlemlerden geçirildikten sonra dolgu ve şartlandırma maddeleri ile birleştirilerek, elek üzerinde safiha oluşturulması, kurutulması ve uygun boyutlarda kesilmesi işlemleri neticesinde üretilmektedir.

Karton Ambalajlar: Doğal, tüketilebilir, dayanıklılığı yüksek bir madde olan selüloz bazlı karton ambalajlar, ilk olarak odundan elde edilen yeni liflerle veya geri dönüşümden elde edilen liflerle üretilebilmekte olup, koşullara ve taleplere arzu edildiği gibi cevap verebilen ambalaj malzemeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. En güçlü yanları düzgün ve parlak bir yüzeye sahip olması, diğer ambalaj çeşitleri ile kıyaslandığında daha maliyetsiz olması, çeşitli şekil ve boyutlarda üretilebilir olması, ağır olmaması, istifleme kolaylığı ve farklı olanaklar sağlayabilmesi özellikleri ile karşımıza çıkmaktadır (Bayraktar, 2004).

Oluklu Mukavva Ambalajlar: Oluklu mukavva, mal/ürün ya da eşyaların muhafaza edilmesi, paketlenmesi, korunması ve benzeri ihtiyaçlarına bağlı olarak yeni bir kâğıt kullanımı şeklinde ortaya çıkmıştır. Ham materyali kâğıdın tekrar kullanılabilen ve geri dönüştürülebilir bir madde olmasına bağlı olarak çevreye olan uyumu en yüksek ambalaj türü olarak tanımlayabilmek mümkündür (Öztürk, 2005).

Metal Ambalaj

Ambalaj sanayisinde en fazla kullanılan metaller alüminyum ve teneke. Teneke, kalay ile kaplanmış yumuşak saçtan bir levhadır. Teneke kutunun en geniş kullanıldığı alan gıda sektöründe yer alan konserveciliktir. Son dönemlerde hediyelik eşyaların pazarlanmasında da teneke kutular oldukça kullanılan ambalaj malzemelerinden olmaya başlamıştır. Alüminyum ambalaj malzemelerinin bir ambalaj materyali olarak kullanımı da içinde bulunduğumuz dönemlerde hızla artış göstermiştir.

Ağır olmayan, pas ve küflenmeye karşı dayanıklı, boya ve kalay işlemlerini istemeyen, ısıya karşı elverişli ve kullanım ihtiyacı ortadan kalkınca atık olan bu kaplar hazır yemekler için ideal olup, alüminyum, sıkılabilir metal tüplerin imalatında da önemli bir yer tutmaktadır (Bayraktar, 2004).

Cam Ambalaj

Bilinen, tarihi çok eskilere dayanan bir ambalaj malzemesi olarak karşımıza çıkan cam, silisli kumun farklı katkı maddeleri ilave edildikten sonra, belirli sıcaklıklarda eritilmesinden oluşmaktadır. Cam, ışık geçirgenliği, dayanıklı ve inert özellik göstermesi, ısıya karşı güçlü dayanım kapasitesi, sıcak olduğu haliyle şekil verme kolaylığı, ısı değişimlerinden az etkilenmesi gibi nedenlere bağlı olarak gündelik hayatlarımızın çeşitli alanlarında farklı amaçlar için kullanılan bir materyal olarak karşımıza çıkmaktadır (Öztürk, 2005).

Ambalaj materyallerinde geri dönüşümün önem kazandığı günümüz bilincinde, cam ambalaj özellikle gıda sektörü açısından önemi artan bir ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. İçerisine konulan ürün ile tepki oluşturulmaması, kullanıcıya içinde taşıdığı ürün hakkında bilgi vermesi ve ürünü göstermesi, aynı zamanda da dayanıklı olmasına bağlı olarak diğer ambalaj malzemeleri ile karşılaştırılmamaktadır. Cam ambalajlar içerisinde bozulabilecek ürünler taşınmaktadır. Yeni ve yüksek teknolojiler yardımı ile, cam ambalajın daha hafif hale getirilmesi, iç hacminin genişletilmesi ve renklendirilmesine yönelik çalışmalar devam etmektedir.

Ahşap Ambalaj

Kutular, sandıklar, işletmelerde istifleme ve lojistikte kullanılan paletler, monte veya demonte edilebilir nakliye sandıkları ile birlikte konteynerlerden oluşan ahşap ambalajın malzemesi odundur. Kereste yoğunluğu 0,32 gr/m³ m² 'ten, 1,15 gr/ m² m³ 'e kadar değişmektedir. Sağlam olması ve dayanıklı olması açısından ahşap ambalaj, nem miktarı %20'yi aşmayan keresteden üretilmelidir.

Ahşap ambalaj materyalleri ile kıyaslandığında, oluklu mukavva ve plastik ambalajlar gibi materyallerin daha hafif olmaları, taşıma masraflarının azalmasını sağlayarak, ahşap ambalaj talebinde kısmen azaltıcı etki yaratsa da ahşap ambalaj özellikle iç piyasada birden fazla kullanım imkanının olması ve düşük maliyetine bağlı olarak

özellikle gıda sanayinde daha çok taşıma amacı ile ikincil ambalaj şeklinde kullanım alanına sahip olarak karşımıza çıkmaktadır (MEGEP, 2008).

4.1.3. Ambalajın Kullanım Alanları

Sürekli değişiklik gösteren dünya koşulları ve teknolojideki gelişmeler insanların yaşamında birçok değişikliğe sebep olduğu gibi, ambalaj sektörünün gelişim sürecini de bir hayli etkilemiştir.

Günümüzde tüketiciler aldıkları ürünleri sağlam, kolay kullanılabilir, korunaklı ve güçlü bir tasarım ile görmek istemektedir. Söz konusu durum ambalaj materyalinin kullanıldığı alanları arttırıp, ambalaj sektöründe gün geçtikçe çeşitli tasarımlar, formlar, başka malzemeler ve kullanım biçimleri geliştirilmesini mecburi kılmaktadır.

İnsanların gelir düzeyleri, yaşam standartlarının yükselmesi, sosyal yaşantılarının ve kültürel yaşantılarının değişiklik göstermesi ile ürünlerin kendilerini yenileme süreçleri de hızlanmaktadır. Buradan yola çıkarak ambalaj materyallerinin kullanıldığı sektörel gruplar belli başlıklar altında sınıflandırılabilir:

Gıda Sektöründe Ambalaj: Ambalaj kullanımı, sektörel bazda ele alındığında, gıda sektörünün ağırlıklı bir yer edindiği görülmektedir. Tüketicilerin en önemli gereksinimlerini karşılayan bir sektör olmasına bağlı olarak gıda sektörü, ilerleme kaydeden küresel pazarda büyük rekabetlerin ortaya çıkmış olmasının da etkisi ile ambalajlamada çok çeşitli malzeme ve biçim kullanan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicilerle ambalaj arasındaki iletişimde reklamın ciddi bir anlama sahip olması gıda sektöründe kullanılacak olan ambalajın tasarımını mecburi hale getirmiş olup, günümüzde gıda satışlarının yapıldığı raflarda gıda ürünleri kendi ambalajı ile kendi reklamını yapan, tüketici ile doğrudan bir iletişim aracı haline gelmiştir. Gıdaların ambalajlanmasında tercih edilen malzemelerin ise oldukça çeşitli olduğu bilinmektedir. Cam, metal, kağıt ve plastik gibi materyaller çoğunlukla pek çok farklı formda gıda ambalajlarında kullanılmaktadır (Ambalajın Kullanım Alanları, 2011).

Kimya Sektöründe Ambalaj: Kimya sektörü oldukça kapsamlı bir sektör olarak karşımıza çıkmakla birlikte içerisinde kozmetik, deterjan, ilaç ve benzeri kimyasal ürünleri kapsamaktadır. Bünyesinde barındırdığı ürünlerin tamamının ambalajlamaları çağımızın pazarında mühim bir yere sahiptir. Söz konusu sektörde de yine materyal

kullanım alanı geniş olup, örneğin kozmetik ürünlerinde, ilaç sanayinde ya da deterjan gibi malzemelerle kağıt, cam, plastik, metal gibi malzemeler çok kullanılmaktadır. Ambalaj tasarımının büyük önem taşıdığı kimya sektöründe tüketicinin ilgisini çekmek ve satışını gerçekleştirme aşamalarında en ön plandadır (Ambalaj Üretimi Artık Evrenseldir, Ambalaj Araştırma Geliştirme İnceleme Dergisi, 1995).

Giyim-Tekstil-Deri Sektöründe Ambalaj: Konu bütünsel olarak ele alındığında insanın üzerinde taşıdığı elbisenin bile kişinin ambalajı olduğu yorumunu yapmak mümkündür. Refah seviyesi yüksek, sosyolojik ve ekonomik olarak gelişmiş toplumlarda, giyim ve tekstil sektörlerindeki ambalajın da değeri artmaktadır. Markaların imajlarının ortaya koyduğu ve bu doğrultuda gelişmiş olan ambalaj tasarımında, her zaman en etkili olanı, farklı ve güzel olanı ortaya çıkarma ve yaratma çabası söz konusu sektördeki ambalaj tasarımlarını çok farklı boyutlara taşımıştır.

Elektrik, Elektronik-Araç Sektöründe Ambalaj: Elektrik, elektronik-araç sektöründe beyaz eşya ve elektronik aletler yer almakta olup, büyük boyutlu beyaz eşyalarda genel olarak koruyucu, taşıyıcı ve depolama faaliyetlerimizi gerçekleştirebilecek ambalajlar düşünülmektedir. Buna rağmen küçük ev aletleri olarak adlandırılan elektronik eşyalarda boyutların nispeten küçük olmasına bağlı olarak belirtilen fonksiyonların dışında, raflarda yer aldığı süreçte tanıtımın yapabileceği ve dikkatleri üzerine çekecek ambalaj tasarımları yapılmaktadır. Konusu geçen sektörde genelde malları/ürünleri koruyabilecek ve zarar görmesini de engelleyecek materyaller tercih edilir.

Diğer Sektörlerde Ambalaj: Şuana kadar açıklaması yapılan sektörler ambalajlamanın en çok kullanıldığı ve bu nedenle en önemli olduğu sektörlerdir. Bu sektörlerin dışında ambalajlama pek çok alanda daha karşımıza çıkmaktadır. Diğer sektörler olarak ele aldığımız ambalajlama alanlarında ambalaj tasarımı, nispeten daha önemsizdir ve ikinci planda tutulmaktadır (Ambalajın Kullanım Alanları, 2011). Diğer sektörleri aşağıda belirtilen başlıklar altında sıralayabiliriz:

- Metalik ürünler
- Enerji
- Taşıma araçları
- Cam ve yapı elemanları
- Ağaç ve mobilya

4.2.Ambalaj Sektörü

4.2.1. Sektörün Tanımı ve Sınıflandırılması

Ticaret dalına konu olan bütün ürünler için iki temel sınıflandırma sistemi kullanılmaktadır. Daha ayrıntılı veri elde etmek için Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (The Harmonized Commodity Description and Coding Systems) kısaca Armonize Sistem kullanılırken, toplulaştırılmış veriler için ise Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (SITC Rev.4, Standart International Trade Classification) kullanılmaktadır.

4.2.2. Türkiye Ambalaj Sektörünün Gelişimi

Ülkemiz bünyesinde var olan ve içinde bulunduğumuz dönemler içerisinde gelişme eğilimi gösteren sanayi sektörlerinde üretimi gerçekleştirilen farklı tarım ve gıda maddeleri ve bunların dışında kalan gıda olmayan ürünlerin farklı maksatlar doğrultusunda ticaretlerinin yapılmasında, özellikle ihraç mallarında ambalaj, artan önemli bir yere sahiptir. Son yıllarda ürünlerin üretildiği üretim sektörlerinde yaşanmakta olan ekonomik durağanlık, ambalaj sektörüne de yansımıştır. Ancak buna rağmen ülkemizde ambalaj sektöründe gelişme gösterebilmek adına yapılan çalışmalar, kalite artırma projeleri, kullanılan maddelerde uygulanmaya başlayan çevre uyumluluğu ve rasyonalizasyon önlemleri dünya pazarlarında, özellikle gelişmiş ülkelerde olduğu gibi devamlılığını sürdürmektedir (Türkiye’de Ambalaj Sanayi ve Pazarı, Ambalaj 2009, Sempozyumu, 2011).

Ülkemizde de gerek tüketicilerin yaşam şekillerinde meydana gelen değişimler, gerek teknolojik alanda ve pazarlama alanında ki değişimler neticesinde, firmalar ürün ambalajını etkili bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır. Farklılık gösteren çevresel ve ekonomik koşullar içerisinde ambalajlamanın önemi gittikçe artmaktadır (Okumuş, Yaraş, Yeniçeri, 2003).

Türkiye’de ki ambalaj sektörünün gelişimi aşağıda verilmiştir;

1960’lı seneler içerisinde ülkemizde kullanılmakta olan ambalaj malzemeleri kâğıt, karton, plastik, cam ve ahşap olarak karşımıza çıkmaktadır. Dış ticarete ise tahta

kutular, sandıklar ve jüt çuvalar kullanılmakta olup, bu ambalajlar dışındaki ambalajlar gereksiz maliyet ve lüks malzemeler olarak ele alınmaktaydı.

1970'li senelere gelindiğinde ambalaj sanayinin özellikle de ihracattaki değeri ülkemiz ticaretçileri tarafından benimsendi. Bu dönemde birçok ülkenin ambalajlama enstitüsü bulunmaktaydı. Türkiye'de de 1977 senesinde Ambalaj Araştırma Merkezi'nin kurulumu için çalışmalara başlandı.

Ülkemizde ambalaj sektörünün ilk gelişim gösterdiği alan teneke kutu üretiminde meydana gelmiştir. Söz konusu dönemde ilk kez kendi ürettiği ürünlerini ambalajlamak için ambalaj üretimi yapan işletmelerin dışında, sadece ambalaj üretecek olan işletmeler kurulmaya başlamıştır. Teneke kutu dalında yaşanan bu gelişme daha sonra da karton ambalaj ve plastik ambalaj alanlarına yayılmıştır.

1980'li senelerin başında ise ülkemizde ilk kez pet şişe üretimine başlanmıştır. Suyun ambalajlanmasında kullanılmaya başlanan pet şişeler, kısa bir süre sonra sıvı gıda maddelerinin ambalajlanmasında da oldukça yaygın kullanılmaya başlamıştır. Söz konusu durum oldukça eskilere dayanan bir tarihe sahip olan cam ambalajın pazar kaygısı ile üretim teknolojileri ile ilgili yeniliklerin ortaya çıkmasına sebebiyet vererek, yine 1980'li senelerde dış ülkelerden satın alınan alüminyum kutuların üretimleri ülkemizde de yapılmaya başlanmıştır.

Ülkemizde oluklu mukavva sanayinin kurulması da Seka'nın 1954 senesinde İzmit'te ilk oluklu mukavva fabrikasını işletmeye başlaması ile gerçekleşmiştir. Özel sektör 1960 senesinden sonra oluklu mukavva üretimi ile bu alanda ki yatırımlar üzerinde duran bir strateji benimsemiştir. Ülkemizde yaşanan oluklu mukavva sanayisinin en hızlı gelişme dönemi 1981–1995 yılları arasında olduğu görülmektedir. 1981 senesinden itibaren büyük kuruluşların bir takımı gelişmiş teknolojiyi sayesinde yüksek yetideki yatırımlara yönelim gösterirken, bazıları ise ikinci ve üçüncü oluklu mukavva hatlarını işletme bünyelerine dahil etmişlerdir. Ülkemizde oluklu mukavva sanayisindeki tek kamu kuruluşu alandan çekilmiştir. Bugün sektörde beş bini aşkın işletmenin çalışmaya ve etkinliklerine devam ettikleri tahmin edilmekle birlikte, resmi kayıtlar incelendiğinde özel sektöre ait 910 fabrikanın ülkemiz içerisinde 59 şehirde etkinliklerine devam ettiği görülmektedir. Bununla birlikte sektörde 250 bini aşkın çalışanın istihdam edildiği bilinmektedir.

Sanayi sektöründe gelişimlerine devam eden ve dış satıma odaklanan ve Avrupa Gümrük Birliğine üyeliği bulunan, Avrupa Birliği (AB) üyeliğine kabul edilmesi beklenen ülkemizde, amacına uygun ambalaj malzemeleri üretimi halen en geçerli yatırım eğilimini ve özelliğini korumaktadır. Türk Gıda Kodeksi yönetmelikleri ve yasaları dikkate alınarak Türk Standartları, ISO ve AB normları ve yönergelerine göre yeniden düzenlenmiştir. Ambalaj ve ambalajla ilgili koşullar da bahsedilen yönetmelikleri ve yasaları TSE standartları kapsamına alınmıştır. Ürünlerin ambalajlanmasında(gıda ve gıda dışı), içeriği ürün ile uyumlu olan ve müşterilerin istekleri doğrultusunda raf ömrünü planlayan koşullar ortaya konulmuş ve ambalaj malzemeleri üreticileri ile ambalajların içerisindeki ürünleri üreten firmalar arasında karşılıklı mesuliyetler getirilmiştir.

İçerisinde bulunduğumuz dönemde, ürünleri kimyasal ve fiziksel unsurlarına göre ambalajlamanın, ambalajın bilgi sağlama görevlerine uygun olarak tasarımının, yapısal ve görsel öğelerle donatımının ve lojistik koşullara uyacak şekilde boyutlandırmanın ürünü pahalılaştırmayacağı, aksine mevcut değerini koruyacağı, hatta arttıracığı artık kesin olarak kabul görmüş bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dünyanın her yerinde olduğu gibi ülkemizde de ambalaj sanayisi birey ve toplum yaşamında kendi rolünü oynamaya devam etmekte olup bu tutumunu sürdürmeye de kararlı bir eğilim göstermektedir. Bunun yanı sıra ambalaj sanayisi pek çok bakımdan çevresel duyarlılıkları içeren yeni tasarım, teknik ve sistemlerde, ekonomik kaynakları ve önemli yetenekleri yaygınlaştırmayı çabalamaktadır (Türkiye’de Ambalaj Sanayi ve Pazarı, 2011).

4.2.3. Türkiye’de Ambalaj Sektörleri

Ambalaj sanayi, ülkemiz bünyesinde hızla gelişim gösteren bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kentlerde olan nüfusun artması, toplam nüfusta ve günlük hayat standartlarında meydana gelen artış, toplumda yer alan kadın kesimin iş hayatına giderek daha fazla dahil olması, tüketim alışkanlıklarında meydana gelen değişiklikler, alışveriş merkezlerinin yaygınlaşması ile perakende alışveriş eğiliminin artması, tüketim ürünlerine olan talep artışı ve ihracatın artması sektörün hızlı gelişmesindeki başlıca etkenler olarak görülmektedir (Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri, 2010-11) .

Türkiye ambalaj sanayisinde faaliyet gösteren ve özellikle son dönemlerde oldukça hızlı gelişen, yıllık ortalamada %10 oranında büyüme kat eden firmaların büyük çoğunluğu KOBİ'lerden meydana gelmektedir. Bir yılda yaklaşık 4,5-5 milyon ton üretim gerçekleştirilen sektörde, kağıt, karton ve oluklu mukavva ürünleri 1,7 milyon tonluk yıllık üretim ile en yüksek payı oluşturmaktadır. Bu alt sektörü, yıllık 1,5 milyon tonluk üretim ile plastik, 750 bin ton ile cam, 600 bin ton ile metal ve 500 bin ton ile ahşap ambalaj ürünleri izlemektedir.

Ülkemizde ambalaj tüketimi ise yıllık yaklaşık 3,5 milyon ton olarak gözlemlenmektedir. Toplam ambalaj tüketiminin %37'sini plastik, kağıt, karton ve oluklu mukavva ambalajlar oluşturmaktadır. %22'sini metal ambalajların, %13'ünü ahşap ambalajların ve %8'ini ise cam ambalajların oluşturulduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen üretim ve tüketim faaliyetleri hariç, kalite standartlarında da hızlı bir gelişim gösteren ambalaj sektöründe ISO 14001, ISO 22000 ve ISO 9000 vb. kalite belgelerini ve standartlarını bünyelerine dahil etmiş ambalaj kuruluşlarının sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. Bununla beraber, dış ticarete son beş senede yıllık ortalamada %16 oranında artış elde eden sektörün, 2009 senesindeki ihracat miktarı, küresel ekonomik krize bağlı olarak karşımıza çıkan pazardaki daralmaya karşın, 2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Ülkemizde ambalaj malzemesi üreten yaklaşık 5000 firma mevcut olup, söz konusu firmaların büyük bir bölümü orta ve küçük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. İş hacmi bakımından ülkemizin en büyük 500 şirketi arasında, 18 farklı ambalaj üreticisi yer almaktadır. Ambalaj sektöründe yer alan firmaların büyük çoğunluğu İstanbul, İzmir, Bursa, Ankara, Konya, Kocaeli, Gaziantep, Adana, Balıkesir, Kayseri ve Manisa'da faaliyet göstermektedir (Bektaşoğlu, 2010).

Ülkemizde ambalaj sektörleri; plastik, kağıt-karton, metal, cam ve ahşap ambalaj sektörleri olmak üzere beş ana grupta üretim yapmakta olup, söz konusu sektörlerin gelişimi aşağıda yer almaktadır.

Plastik Ambalaj Sektörü

Ülkemizde üretilen plastik ambalaj miktarı 3,7 milyon tonun üzerinde seyretmekle birlikte, Türk polietilen (PE) ve polipropilen (PP) dokuma torbalar ve çuvallar sektörü, önemli üretim ve ihraç kapasitesini elinde bulundurmaktadır.

Ülkemiz içerisinde gelişim süreci 1960'lı yıllara kadar varan plastik ambalaj sektörü, özellikle 1980-90'lı yıllarda yüksek ivmeli bir büyüme göstermiştir. Bununla beraber, sektörün hem makro hem de mikro ölçekte stratejik ve vizyon planlama eksikliğine bağlı olarak bir küçülme ile karşılaştığı bu sebeple de plansız gerçekleşen büyümenin problemlerini yaşamaya başladığı dikkat çekmektedir. Özellikle, aynı işi yapan birçok firmanın sektörde faaliyet göstermesi çok şiddetli bir maliyet odaklı rekabete sebebiyet vermektedir (Eraslan, 2007)

Ambalaj, tüketim ve satın alma gücüyle doğrudan ilgili bir ürün olup, ülkemizde gıda ve gıda dışı tüketim malları sektöründe kullanılan ambalaj malzemelerinin %21,5'ini plastik, ambalajlar oluşturmaktadır (MEGEP, 2008).

Kâğıt-Karton Ambalaj Sektörü

Ülkemizde tarihten günümüze kadar uzanan süreçte, ambalajın taşıdığı değere artı bir değer katmak için uğraşılmaktadır. Söz konusu anlayış doğrultusunda günümüzde ülkemiz; kâğıt, karton ambalaj sektöründe yüksek bir hedefe ulaşmıştır. Kağıt, karton ve oluklu mukavva ambalaj ürünleri sektörü, ambalaj sanayisinde önemli bir yere gelmiş olup, ambalaj sanayindeki üretimin büyük bir bölümünün bu sektöre ait olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet döneminde yeni bir kağıt endüstrisi kurulumu için planlamalar yapılmıştır. Ancak ormanların az ve enerjinin kıt olması sebebi ile bu çalışmalar destek görmemiştir. Bu dönemi takip eden yıllarda ise ülkenin söz konusu endüstriye ihtiyaç duyduğu kanıtlanmıştır ve 1936 yılında İzmit Kağıt ve Karton fabrikası kurulmuştur. Fabrikanın üretim kapasitesi yıllık 10 bin tondur. 3468 sayılı kanun ile 1938 yılında İzmit Kağıt ve Karton fabrikasının adı Sümerbank Selüloz Sanayi Fabrikası olarak değiştirilmiştir.

Fabrika 6560 sayılı yasa ile 1955 yılında Sanayi Bakanlığına bağlı bir kamu iktisadi teşebbüsüne dönüştürülmüş ve Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları İşletmesi(SEKA) Genel Müdürlüğü adını almıştır. Bugün özelleştirme kapsamında yer alan SEKA'nın 7 adet kamu tesisi ile birlikte 38 kağıt ve karton üretim tesisleri bulunmaktadır. Söz konusu fabrikaların %29,1'i Marmara, %36,4'ü Trakya-İstanbul ve Ege, %12,7'si ise Orta Anadolu'da bulunmaktadır (Usta, b.t.).

Türk kâğıt, karton ambalaj sanayii bugün 16.000.000.000 dolar üretim kapasitesine ve 1.000.000.000 dolar'ı aşan ihracat hacmine sahiptir. 5.000'i aşan tesiste 200.000'den fazla nitelikli eleman çalışmaktadır. Yaklaşık 2.000.000 metrekare kapalı alana sahip bu tesisler için bugüne kadar 5.000.000.000 euro teknoloji yatırımı yapılmıştır. Özgün çözümleri, kaliteli işçiliği ve rekabetçi fiyatlarıyla dikkat çeken Türk kâğıt karton ambalaj sektörü, bugün dünyanın en ünlü markalarına en ileri teknolojiyle hizmet vermektedir. Kâğıt-karton ambalaj sektöründe özgün tasarım ve ürün taleplerinizi karşılama potansiyeline sahip Türkiye, müthiş bir dinamizm taşımaktadır (Kağıt, Karton Ambalaj Tanıtım Grubu, 2011).

Ambalaj sanayisinin önemli sektörlerinden biri haline gelen kâğıt, karton ve oluklu mukavva ürünleri sektörü, ambalaj sanayisindeki üretimin 1/3'ünü kapsamaktadır. Kağıt, karton ve oluklu mukavva ürünleri sektörünün toplam üretimi 1,7 milyon tonun üzerindedir (Bektaşoğlu, 2010).

Metal Ambalaj Sektörü

1937 yılında kurulmuş olan ve ülkenin ilk tam entegre çelik fabrikası olan Kardemir Türkiye çelik sektöründeki ilk yatırım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu takip eden dönemlerde ise yine entegre tesisler olan Erdemir ve İsdemir faaliyete geçmiştir. Erdemir 1980'li yıllarda İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın (İMKB) açılması ile halka arz edilmiş, daha sonradan da özelleştirilmiştir. Entegre fabrikaların kapasiteleri kuruldukları yıllardan itibaren düzenli bir şekilde artmış ve bu artışa ek olarak özel sektöre ait çok sayıda elektrik ark ocaklı tesis kurulmuştur. Böylelikle Türkiye Avrupa Birliği için önemli bir tedarikçi olmuştur (Türkiye Metal Sektörü Raporu, Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, 2010).

Ülkemizde üretimi gerçekleştirilen çeşitli boyalar, gıdalar, veteriner ürünleri, kişisel bakım ürünleri, endüstriyel ürünler, değişik yapılarda işlenmiş olan teneke ve alüminyum gibi metal ambalajlarda pazarlanmaktadır (MEGEP, 2008).

Cam Ambalaj Sektörü

Türkiye Şişe ve Cam Fabrikası A.Ş. ülkemizde gelişmiş bir cam sanayisine sahip olup, bu sektör bünyesinde iç pazara hakimdir. Türkiye'nin yıllık toplam cam üretiminin yaklaşık olarak %90'ını üretmektedir ve dünya genelinde cam ambalaj sektörde üretim yapan en önemli 25 firma arasında 12. sırada yer almaktadır. Bu grup 26 şirketten oluşmaktadır ve her çeşit camı üretme kabiliyetine sahiptir. Anadolu Cam bu grubun içinde yer almaktadır ve cam ambalaj üretmektedir. Türkiye cam sanayisinin üretim kapasitesi yaklaşık 2,9 milyon tondur. Yurtdışı ve yurtiçi toplam üretim kapasitesi ise 4 milyon tona yaklaşmaktadır. Toplam kapasitenin cam ambalaj ürünleri için olan kısmı 750 bin tondur. Anadolu Cam, yalnızca cam ambalaj ürünleri ihracı yapmamaktadır. Bunun dışında mevcut ambalaj ürünleri üretim teknolojilerini de ihraç etmektedir. Şişecam sektördeki en büyük üretici olarak 150 ülkeye ihracat yapmaktadır. Geri dönüşümün oldukça önem kazanmış olduğu günümüz koşullarında, cam ambalaj (özellikle gıda sektöründe) dönüşümde oldukça kullanılan bir ambalaj malzemesidir (Bektaşoğlu, 2010).

Camın prosesinde kullanılmakta olan en önemli hammaddeler; kum, soda, dolomit ve kuvarz maddeleridir. Türkiye'nin belirtilmiş kaynaklar bakımından elverişli olması sebebi ile, Türk cam sanayi %98 oranında yerli hammadde kullanabilmektedir. 2005 yılı baz alınarak 2010 yılı ortalama cam üretim endeksi %94,2 olarak belirlenmiştir. 2010'un son çeyreğinde ortalama üretim endeksi %101,2'ye ulaşarak bir önceki çeyrekte yakaladığı %95,1 değerini geçmiştir. 2010 yılının ilk aylarında başlayan iç ve dış piyasalardaki toparlanma, inşaat, otomotiv gibi cama bağlı alanlarda görülen iyileşmeler cam üretimini arttırmıştır (Cam Sektörü Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 2011).

ŞEKİL-5

2010 Yılı Aylık Cam Üretim Endeksi



Kaynak: Cam Sektörü Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 2011

Cam ambalajda, Türkiye dünya pazarlarındaki rekabetini sürdürmektedir. İçinde bulunduğumuz süreç içerisinde tarım ürünlerinin işlenme oranının az olmasına bağlı olarak düşünüldüğü gibi hızlı bir artış gerçekleşmemiş bulunmakla birlikte, materyalin yapısına ait avantajları ile cam ambalaj gıda ve içecek sektöründe ilgi görmeye devam etmektedir. Genellikle üretim tekel boyutunda bir üretim grubu tarafından gerçekleştirilmektedir (MEGEP, 2008). Cam ve cam ürünlerinin üretim aşamalarında Türkiye’de en yeni teknolojilerden faydalanılması, küresel boyutta meydana gelen yenilikleri takip etmesi ve gereksinimler doğrultusunda yeni ürünler geliştirmesi, sektörün uluslararası boyutlarda pazar payını arttıran en önemli avantajları olarak değerlendirilmektedir.

Ahşap Ambalaj Sektörü

Ülkemizde yer alan ahşap ambalaj üreticileri, ihtiyaçları olan ağacın bir bölümünü Orman İşletmeleri’nden (özellikle çam ağacını), kavak ağacı ihtiyaçlarının ise ya doğrudan köylerden (İtalya ve Kanada Kavağı) veya İthalat yoluyla temin etmektedirler. İthalat genellikle Rusya ve Ukranya’dan yapılmaktadır. Üreticilerden alınan bilgilere

göre, zamanında ağaç temini sektörün önemli sorunlarından birisidir (Bayraktar, 2005). Ahşap ambalaj; en fazla tarım ürünlerinin (sebze, yaş meyve vb.) ambalajlanmasında kullanılan ahşap kasa, kutu ve paletlerden oluşmaktadır.

Toplam kapasite yıllık 600 bin tondur ve çeşitli ahşap ambalaj malzemeleri yıllık üretimi 500 bin tonu geçmektedir. Sektörde ISO ve yeni ISPM 15 standartlarında üretim yaygın haldedir (Bektaşoğlu, 2010).

Tablo-8’de ambalaj sektörlerinin malzeme grubuna göre miktarsal dağılımı yıllara göre verilmiştir.

TABLO-8

Malzeme Grubuna Göre Miktarsal Dağılım (2005-2009)

Üretim Dalı	2005	2006	2007	2008	2009
Kağıt Ambalaj	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Karton Ambalaj	318.500	362.000	415.000	395.000	418.000
Oluklu Mukavva	1.139.000	1.318.000	1.370.000	1.387.000	1.389.000
Plastik Ambalaj	1.032.000	1.290.000	1.470.000	1.530.000	1.560.000
Metal Ambalaj	338.000	364.000	392.700	344.000	319.000
Cam Ambalaj	524.000	553.000	659.000	697.000	537.000
Ahşap Ambalaj	385.000	385.000	385.000	385.000	385.000
TOPLAM(Ton)	3.796.500	4.332.000	4.751.700	4.798.000	4.668.000
Piyasa hacmi(\$)	4.700.000.000	5.400.000.000	6.035.000.000	6.170.950.000	5.835.000.000
Cirosal Gelişme %	15	15	12	2	-5

Kaynak: Doğan Erbek ve diğerleri, 2011

4.2.4. Türkiye Ambalaj Sektörünün Dünyadaki Yeri

Ambalaj, Ambalaj Sanayicileri Derneği(ASD) adı altında üyesi bulunduğumuz Dünya Ambalaj Örgütü (World Packaging Organization) tarafından sanayi olarak gelişmiş toplumlarda bir refah göstergesi olarak algılanmaktadır. Ambalajlanarak satışı gerçekleştirilen ürün sayısında meydana gelen artış söz konusu ülke içerisindeki gayri safi milli hasıla içinde sanayi ile ilgili üretimlerde niteliksel ve niceliksel bir artışın çok net bir göstergesi olarak ifade edilmektedir.

WPO Pira araştırmalarından elde edilen verilere göre Rusya, Ukrayna, Gürcistan ve Türkiye'yi de içine alan 46 ülkelik bir bölge olan Batı ve Doğu Avrupa da 2004 senesinde 803 milyonluk bir nüfus 180 milyar dolar ambalaj harcaması ile kişi başına 224 dolar ambalaj tüketmektedir. Sadece Batı Avrupa'da yer alan ülkelerin 392 milyonluk nüfusu toplam 125 milyar dolar ve kişi başına 316 dolar olan ambalaj tüketmektedir. Buna karşılık Doğu Avrupa ülkelerindeki 410 milyonluk nüfus toplam 56 milyar dolar ile kişi başına 135 dolar ambalaj tüketimi gerçekleştirmektedir (Arıkan, 2008-11).

Gelişmiş ülkeler olan Kuzey Amerika, Kanada ve Japonya da ise rakamlar oldukça büyümektedir. Ülkemizde ise kişi başı tüketim 2006 yılı için Nüfus İdaresi'nin belirttiği 70,5 milyon Türkiye nüfusuna oranlandığında 76 dolar civarında hesaplanmakta olup anılan seviyelerin çok altındadır. 2007 için 6 milyar dolar tahmine göre hesap yapıldığında dahi kişi başına 85 dolar AB ortalamasının ancak üçte biri civarında olarak çok altında kalmaktadır. Söz konusu durumun kişi başına milli gelir kıyaslaması yapılan ülkelere göre düşük olmasının yanı sıra, göreceli olarak ambalaj gerektiren tüketim mallarının önemli miktarda ithalat ile karşılanmasına bağlanması tutarlı bir yorumlama olacaktır. Çünkü ithal edilen ürünler dökme ithal edilen yaş sebze meyveler de dahil kendi ambalajları ile birlikte gelmektedirler.

Ülkemizde gözlemlenen bu düşük tüketime karşılık olarak Türkiye Ambalaj sektörü nitelik ve nicelik olarak Avrupa Birliği ve diğer ülkelerin gereksinimlerini karşılayabilecek standartlarda üretim yapabilme yetkinliğine sahiptirler. IGEME verileri incelendiğinde; 2006 ve 2007 yıllarında serbest bölgelerden gerçekleştirilen dış ticaret faaliyetleri hariç, 166 ülkeye yapılan 1,9 milyar US doları aşan ihracatın %24'ü AB'nin en seçici ilk üç ülkesi olan Almanya, İngiltere ve Fransa'ya gerçekleştirilmiştir. Toplam

ihracatın %36'sının ise 50 milyon dolar üzerinde ihracat yapılan Bulgaristan ve Romanya hariç diğer 50 milyon dolar üzerindeki AB ülkelerine yapıldığı görülmektedir.

Dördüncü ve beşinci sıralarda yer alan Bulgaristan ve Romanya ya yapılan ihracatların ise ikincil hedefinin Rusya Federasyonu olduğu düşünülmektedir. Fakat bunlar da AB rakamlarına dahil edilir ise yapılan ambalaj ihracatımızın yaklaşık olarak yarısı kadarının Avrupa Birliği ülkelerine yapıldığını söylemek mümkündür (Ambalaj Sanayi Raporu, 2011).

4.3.Türkiye'nin Ambalaj İthalat ve İhracat Verileri

Dünya çapında var olan tüm ülkeler birbirleri ile alışveriş yapmakta olup, söz konusu ilişki çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. Siyasi, ekonomik, kültürel ilişkiler dünya üzerinde yer alan insanları birbirine yaklaştıran faaliyetler olarak gözlemlenmektedir. Söz konusu ilişkilerin en etkin yaşandığı ve etki ettiği alan kuşkusuz ekonomik ilişkilerdir. Ülkeler arasında ekonomik ilişkiler söz konusu olduğunda dış ticaret kavramı önem kazanmaktadır. Dış ticaret işlemleri kısa bir tanımlamayla mal ve hizmetlerin ithal ve ihracının tümüne verilen isimdir. Bunun yanı sıra sermaye, teknoloji ve emek vb. üretim faktörlerinin uluslararası alanda dolaşımı da diğer önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni gereksinimlerin ortaya çıkması, teknolojik ilerleme ve uluslararası haberleşme ve ulaştırma olanaklarının gelişmesi; bu işlemlerin kapsam ve boyutlarını arttırmıştır. Son elli yıl içerisinde batılı sanayileşmiş ülkelere kaynaklanan en büyük çok uluslu şirketler siyasal rejim ve ulusal sınır tanımayarak tüm dünya ülkelerine yayılmıştır.

İhracat

Türkiye ambalaj sanayisi ihracatı son yıllarda sürekli artan bir ivme sergilemektedir. Bunun yanı sıra yüksek miktarda ambalaj, ihraç ürünü ambalajı adı altında dolaylı olarak ihraç edilmektedir. Ambalaj sanayisi ihracatı 2005-2010 yılları arasında her sene ortalama olarak % 16 oranında artış göstermiştir.

Bu tarihlerde ki araştırma verilerine göre, ambalaj sanayi ihracatında %70'lik payı ile plastik ambalaj ürünleri ilk sırada yer almaktaydı. (Türkiye'de Ambalaj İhracatı, 2011)

2019 yılı verilerine baktığımızda ambalaj sanayi ihracatında bu pay %60,6'dır ve halen en üst sırayı plastik ambalaj ürünleri almaktadır. Plastik ambalaj ihracatı bir önceki yıla kıyasla %0,17 artarak 2019 yılında 2,9 milyar dolara yaklaşmıştır. Başlıca ihraç edilen plastik ambalaj ürünleri; PP levhalar ve filmler; PE torbalar ve çantalar; PE veya PP şeritlerden örme torbalar ve çuvallardır. İhraç edilen diğer plastik ambalaj ürünler ise; filmler ve levhalar, çantalar, torbalar, kaplar, kapaklar, tapalar, şişeler, damacanalara ve benzeri eşyalardır.

Türkiye %12'lik pay ile Çin'den sonra dünyanın en büyük ikinci esnek orta boy dökme yük konteynerleri (Flexible Intermediate Bulk Containers) (FIBC) ihracatçısı konumunda bulunmaktadır.

2009 verilerine göre ihraç edilen diğer önemli ambalaj grubunu ise %16'lık ihracat payı ile kâğıt ve karton ambalaj ürünleri oluşturmaktadır. Kâğıt ve karton ambalajların ihracatı, 254 milyon dolara ulaşmıştır.

2019 yılında ki verilere göre ise kâğıt ve karton ambalajların ihracatı 1,2 milyar dolara yaklaşmış ve ihracat payı %24,4 olmuştur. Bu gruptaki başlıca ihraç ürünleri, kâğıt ve kartonlar, oluklu mukavva, kutular, sandıklar ve diğer ambalajlama kaplarından oluşmaktadır.

Diğer önemli ambalaj grubu, 2009 yılında toplam ambalaj sektöründeki %10'luk ihracat payı ile metal ambalajdır. Bu pay 2019 yılında %8,6 olmuştur. İhraç edilen başlıca ürünler; alüminyum fiçiler, diğer metal fiçiler, konserve kutularıdır (sert veya katlanabilir kutular dahil). 2009 yılında metal ambalaj ürünlerinin toplam ihracatı 201 milyon dolarken, 2019 yılında 404 milyon dolar olmuştur (Bektaşoğlu, 2010).

Cam ve ahşap ambalaj ürünleri diğer önemli ihracat ürünleri arasında yer almaktadır. Bu ürünler; damacanalara, şişeler, mataralar, kavanozlar, ampuller, ahşap kutu ve paletlerden oluşmaktadır. 2009 yılı verilere göre cam ambalaj ihracatı yaklaşık 16,5 milyon dolar, ahşap ambalaj ihracatı ise 24 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye cam ve cam mamulleri ihracatında dünyaya 2010 yılının ilk çeyreğinde 139,3 milyon kg, ikinci çeyreğinde 193,3 milyon kg ihracat gerçekleştirerek cam sektörünün ihracat miktarını yılın ikinci çeyreğinde birinci çeyreğine göre % 38,7 arttırmıştır.

Türkiye cam sanayisinde en fazla ihraç edilen ürünler arasında sofraya ve süs eşyası, fiberler ve düzcam bulunmaktadır. 2010 yılı son yedi aylık dönemde ABD, Çin, İtalya ve Mısır en fazla ihracat yapılan ülkeler arasındadır (Cam Sektörü Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 2011).

2019 yılı verilerine göre de cam ambalaj ihracatı yaklaşık 142 milyon dolar, ahşap ambalaj ihracatı ise 29 milyon dolar olmuştur.

TABLO-9

Türkiye'nin Cam Sektöründe İhracat Yaptığı Ülkeler (1000 Dolar)

İTHALATÇILAR	2010-06	2010-07	2010-08	2010-09	2010-10	2010-11	2010-12
ABD	456	565	418	194	532	266	721
ÇİN	218	115	133	240	211	219	618
İTALYA	323	161	103	232	213	495	70
MISIR	182	259	292	297	185	152	131
ROMANYA	33	173	170	200	207	207	163
İRAN	318	2	75	199	198	101	149
RUSYA	135	0	140	172	234	0	77
BREZİLYA	111	70	92	138	70	98	116

Kaynak: Cam Sektörü Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 2011

Küresel krizden dolayı pazarlarda meydana gelen daralma nedeniyle ambalaj ürünleri ihracatı 2009 senesinde yaklaşık olarak %15 oranında azalma göstermiştir. 2010-15 seneleri arasında ise yaklaşık olarak %50 oranında bir artış göstermiş ve 2,47 milyar dolardan 3,74 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. 2015-19 senelerinde ise %26 oranında artış göstererek 4,7 milyar dolara ulaşmıştır.

Türkiye ambalaj sanayisi ürünleri 200'ün üzerinde ülkeye, Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere Doğu Avrupa, Bağımsız Devletler Topluluğu ve Orta Doğu ülkelerine ihraç edilmektedir. TÜİK tarafından yayınlanan 2009 verilerine göre ambalaj sektörü

ihracatı 2,02 milyar dolardır. 2019 yılı verilerine ülkeler bazında baktığımızda ise Almanya, Hollanda, İngiltere, Fransa, İtalya, ABD, İsrail, Irak ve İran başlıca ihracat gerçekleştirdiğimiz ülkelerdendir. 2019 senesinde ambalaj sanayisi ihracatında yüzdelik payda, İngiltere'nin payı %8, Almanya'nın payı %7, Irak'ın payı %7, İsrail'in payı %4,5 ve İtalya'nın payı %4 olmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2020).

TABLO-10

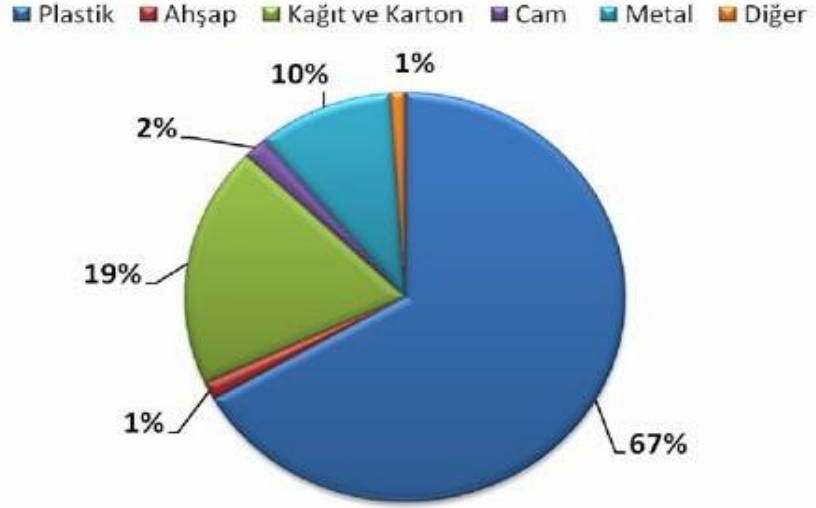
Ülkelere Göre Ambalaj Sanayi İhracatı

Ülkelere Göre Ambalaj Sanayi İhracatı, (Değer: milyon ABD \$)					
Ülkeler	2015	2016	2017	2018	2019
İngiltere	269,5	253,4	264,7	356,5	375
Almanya	287,2	308,8	322	355,5	337,2
Irak	244,2	252,3	292,9	296,9	332,4
İsrail	130,5	148,2	165,5	196	216,2
İtalya	137,5	149,9	157,9	210,8	192,6
ABD	81,6	91,9	120,6	144,7	181,7
Fransa	167,5	164,2	165,7	179,6	175,6
İran	137,5	166,8	164,4	155,9	174,6
Hollanda	128,8	129,4	133,6	137	132,3
Serbest Bölgeler	90,1	87,9	96,8	110,4	124,3
İspanya	82,7	91,7	94,8	131	121,1
Yunanistan	83,1	89,3	86,6	109,4	112,2
Mısır	113,8	131,3	120,4	127,8	110,9
Romanya	88,3	94,8	99,4	110,7	107,7
Bulgaristan	87,5	100,2	98,4	110,9	106,5
Rusya	81,8	47,4	63	74,1	91,8
Polonya	63,6	70,2	74	78,9	86,3
Gürcistan	66,9	63,2	69,2	75,9	79,7
Belçika	67,3	70,8	78	80	78,1
Fas	48,8	51,2	59,7	70,4	72
Azerbaycan	99,4	69,1	73,3	73,4	71,7
S.Arabistan	67,6	69,1	70	63,8	69
Libya	53,6	45,6	47,9	65,4	63,1
Tunus	63,3	72,2	75	44,6	54,3
Cezayir	50,3	51,1	53,8	63,9	53,9
TOPLAM (diğerleri dahil)	3.739,10	3.847,60	4.143,70	4.602,80	4.716,60

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

ŞEKİL-6

2009 Yılı Türkiye'nin Ambalaj Malzemeleri İhracatı (%)

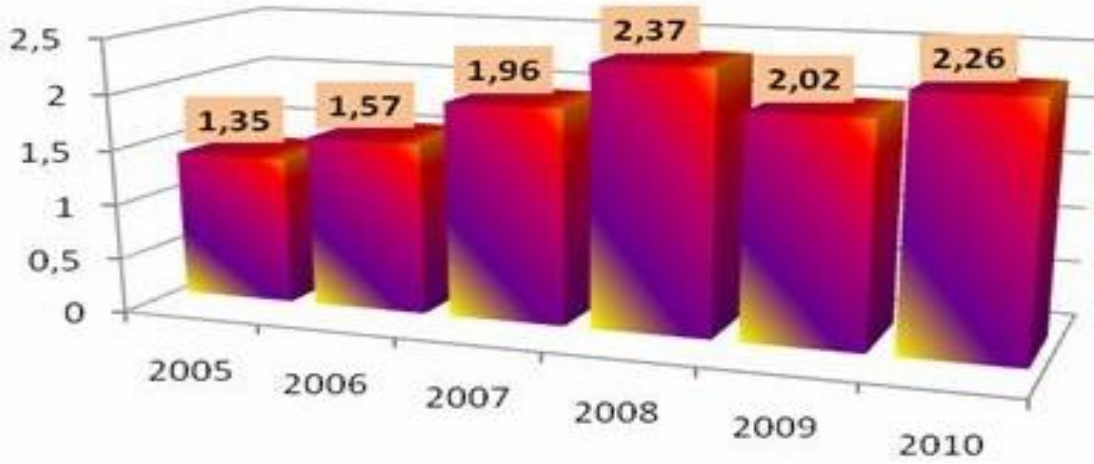


Kaynak: Doğan Erbek ve diğerleri, 2011

ŞEKİL-7

2005-2010 Yılları Arasında

Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)



Kaynak: Doğan Erbek ve diğerleri, 2011

TABLO-11**2001-2009 Yılları Arasında****Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı (Milyon Dolar)**

Ambalajlar	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Plastik(*)	435	490	607	769	956	1.109	1.338	1.608	1.348
Ahşap	9	7	9	14	19	24	30	33	28
Kağıt Ve Karton	128	140	165	204	235	255	352	427	385
Cam	17	25	23	24	18	17	22	48	35
Metal	35	40	57	82	107	148	192	227	201
Diğer	4	6	12	14	17	18	25	26	22
TOPLAM	627	708	873	1.108	1.353	1.569	1.960	2.368	2.020

Kaynak: Songül Bektaşoğlu, Ambalaj Sanayi, Ankara: T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Yayınları, 2010

TABLO-12**2012-2019 Yılları Arasında****Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı (Milyon Dolar)**

Türkiye'nin Ambalaj Sanayi İhracatı, (Değer: Milyon ABD \$)								
Ambalajlar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Plastik (*)	2.208	2.530	2.734	2.439	2.445	2.584	2.855	2.860
Ahşap	35	37	38	31	30	29	31	29
Kağıt ve Karton	622	694	790	790	889	996	1.108	1.152
Cam	36	30	31	32	58	62	84	142
Metal	313	338	356	331	307	340	380	404
TOPLAM	3.214	3.629	3.949	3.739	3.848	4.144	4.603	4.717

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

(*) Polietilen veya polipropilen şeritlerden örme torbalar ve çuvallar dahil

TABLO-13**2017-2019 Yılları Arasında****Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı (Milyon Dolar)**

Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İhracatı, (Değer: Milyon ABD \$)				
GTİP NO	Ürün Adı	2017	2018	2019
3919	Plastikten yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb-düz şekilde	99	97	103
3920	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar	976	1.097	1.093
3921	Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamalar	416	438	461
3923	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	889	1.009	1.018
4415	Ağaçtan kutu, kafes, sandık vb ambalajlar, kablo makarası vb	29	31	29
4416	Ağaçtan varıl, fiçı, kova, gerdel, diğer fiçici eşyası ve aksamı	0	0	0
4804	Kraft kağıt ve kartonlar-sıvanmamış-rulo veya tabaka halinde	14	17	20
4805	Diğer sıvanmamış kağıt ve kartonlar (rulo veya tabaka)	165	204	148
4806	Bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıt, aydınlar, kristal kağıt	4	4	5
4807	Sadece yapıştırma suretiyle elde edilen kağıt, karton	8	9	8
4808	Oluklu kağıt ve kartonlar; krepe, kırmalı, kabartmalı kağıtlar	7	5	6
4811	Kağıt, karton, selüloz vatka ve elyaftan tabakalar	208	203	244
4817	Kağıt ve kartondan zarflar, mektup kartları, kartpostallar vb	12	13	14
4819	Kağıt-karton vb esaslı kutu, kılıf, torba vb eşya	471	524	557
4821	Kağıt ve kartondan her cins etiketler	53	56	59
4823	Diğer ölçüsüne göre kesilmiş kağıt vb; kağıt esaslı eşyalar	55	72	91
6305	Eşya ambalajında kullanılan çuvallar ve torbalar	338	358	315
7010	Cam damacana, şişe, kavanoz, çanak, ilaç tüpleri, cam kaplar	62	84	142
7309	Demir-çelik depolar, sarnıçlar, küvler- hacmi 300lt den fazla	78	90	102
7310	Demir-çelik tanklar, varıl, fiçı, kutular-hacmi 300lt den az	124	127	138
7612	Alüminyum fiçı, varıl, bidon, kutu vb kaplar-hacmi<300lt	77	84	71
7613	Sıkıştırılmış, sıvı gazlar için alüminyum kaplar	13	18	22
8309	Adı metalden tıpa, kapak, kapsül, mühür kurşunları vb	47	62	72
	TOPLAM	4.144	4.603	4.717

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

İthalat

Ülkemiz ambalaj malzemeleri dış alımı 2009 senesinde yaklaşık 1,9 milyar dolar olarak gözlemlenmiştir. 2008 senesine göre %18 oranında azalan ithalat faaliyeti, 2019 senesinde ise 2018 yılına göre %11,6 oranında azalarak yaklaşık 2,9 milyar dolar olmuştur.

En önemli ithal ambalaj çeşidi olan plastik ambalajlar, toplam ambalaj ithalatının % 53,6'sını, kağıt, karton ve oluklu mukavva ambalajlar ise % 37,3'ünü oluşturmaktadır.

Ülkemizce ambalaj malzemelerinin ithal edildiği başlıca ülkeler Almanya, Çin, İtalya, ABD, Fransa, Polonya, Güney Kore, İspanya, Finlandiya, İngiltere ve İsveç olduğu görülmektedir. Ambalaj malzemeleri ithalatımızda Almanya'nın payı % 19, Çin %12, İtalya %9, ABD, Fransa ve Polonya'nın payı ise %5'tir.

TABLO-14

Türkiye'nin Ambalaj Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)

Ambalajlar	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Plastik(*)	265	365	483	638	739	881	1.049	1.142	912
Ahşap	1	1	2	3	4	5	5	7	4
Kağıt ve Karton	235	350	492	629	689	819	970	1.011	847
Cam	12	16	26	35	51	53	58	48	41
Metal	16	24	35	32	31	46	48	64	48
Diğer	18	24	32	42	64	69	84	86	75
TOPLAM	547	782	1.071	1.382	1.580	1.873	2.216	2.359	1.927

Kaynak: Songül Bektaşoğlu, Ambalaj Sanayi, Ankara: T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Yayınları, 2010, s.6

Türkiye'nin ithal ettiği ambalaj ürünleri 2007-2009 yıllarına göre incelendiğinde; sadece yapıştırma suretiyle elde edilen kağıt, karton ve bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıt, aydınlar, kristal kağıt ambalaj ürünlerinde az bir artış görülürken, diğer ambalaj ürünlerinin hepsinde düşüş kaydedilmiştir. Bu düşüş iç pazarda yapılan üretim artışı nedeniyle gerçekleşmiş olabilir.

TABLO-15**2007-2009 Yılları Arasında****Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İthalatı (1000 Dolar)**

GTİP NO	Ambalaj Ürünleri	2007	2008	2009
3919	Plastikten yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb-düz şekilde	166.608	186.639	163.115
3920	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamlar	499.503	562.015	453.016
3921	Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamlar	175.936	175.265	137.453
3923	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	194.207	203.021	150.031
4415	Ağaçtan kutu,kafes,sandık vb ambalajlar,kablo makarası vb	3.969	6.408	3.243
4416	Ağaçtan varıl,fiçı,kova,gerdel,diğer fiçıcı eşyası ve aksamı	1.143	969	726
4804	Kraft kağıt ve kartonlar-sıvanmamış-rulo veya tabaka halinde	253.287	291.973	224.790
4805	Diğer sıvanmamış kağıt ve kartonlar (rulo veya tabaka)	248.649	212.942	170.423
4806	Bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıt,aydinger,kristal kağıt	17.457	19.982	21.244
4807	Sadece yapıştırma suretiyle elde edilen kağıt, karton	9.664	10.418	6.789
4808	Oluklu kağıt ve kartonlar; krepe, kırmalı, kabartmalı kağıtlar	4.051	4.934	3.938
4811	Kağıt, karton,selüloz vatka ve elyaftan tabakalar	275.056	304.234	281.951
4817	Kağıt ve kartondan zarflar, mektup kartları, kartpostallar vb	2.161	713	682
4819	Kağıt-karton vb esaslı kutu, kılıf, torba vb eşya	67.121	67.940	56.896
4821	Kağıt ve kartondan her cins etiketler	40.444	40.428	35.644
4823	Diğer ölçüsüne göre kesilmiş kağıt vb. kağıt esaslı eşyalar	52.792	57.121	44.709
6305	Eşya ambalajında kullanılan çuvallar ve torbalar	13.146	15.311	8.900
7010	Cam damacana, şişe, kavanoz, çanak, ilaç tüpleri, cam kaplar	58.045	47.820	40.853
7309	Demir-çelik depolar, sarnıçlar, küvler-hacmi 300 lt den fazla	19.999	25.216	13.165
7310	Demir-çelik tanklar,vani,fiçı,kutular-hacmi 300 lt den az	12.232	15.062	13.631
7612	Alüminyum fiçı, varil,bidon,kutu vb kaplar-hacmi<300lt	13.844	20.289	19.716
7613	Sıkıştırılmış, sıvı gazlar için alüminyum kaplar	2.186	3.794	1.474
8309	Adı metalden tıpa, kapak, kapsül,mühür kurşunları vb	84.421	86.124	74.692
	TOPLAM	2.215.931	2.358.630	1.927.092

Kaynak: Bektaşoğlu, 2010

TABLO-16**2017-2019 Yılları Arasında****Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İthalatı (1000 Dolar)**

Türkiye'nin Ambalaj Sanayi Ürünleri İthalatı, (Değer: milyon ABD \$)				
GTİP NO	Ambalaj Ürünleri	2017	2018	2019
3919	Plastikten yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb-düz şekilde	341	304	287
3920	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamlar	999	819	763
3921	Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamlar	270	267	228
3923	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	284	288	275
4415	Ağaçtan kutu, kafes, sandık vb ambalajlar, kablo makarası vb	8	9	7
4416	Ağaçtan varıl, fiçı, kova, gerdel, diğer fiçici eşyası ve aksamı	2	1	1
4804	Kraft kağıt ve kartonlar-sıvanmamış-rulo veya tabaka halinde	356	423	307
4805	Diğer sıvanmamış kağıt ve kartonlar (rulo veya tabaka)	236	272	196
4806	Bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıt, aydıngeçir, kristal kağıt	33	37	33
4807	Sadece yapıştırma suretiyle elde edilen kağıt, karton	14	12	9
4808	Oluklu kağıt ve kartonlar; krepe, kırmalı, kabartmalı kağıtlar	7	8	7
4811	Kağıt, karton, selüloz vatka ve elyaftan tabakalar	383	391	379
4817	Kağıt ve kartondan zarflar, mektup kartları, kartpostallar vb	1	1	1
4819	Kağıt-karton vb esaslı kutu, kılıf, torba vb eşya	51	50	50
4821	Kağıt ve kartondan her cins etiketler	42	45	49
4823	Diğer ölçüsüne göre kesilmiş kağıt vb; kağıt esaslı eşyalar	52	51	50
6305	Eşya ambalajında kullanılan çuvallar ve torbalar	7	4	3
7010	Cam damacana, şişe, kavanoz, çanak, ilaç tüpleri, cam kaplar	60	58	61
7309	Demir-çelik depolar, sarnıçlar, küvler-hacmi 300lt den fazla	46	30	23
7310	Demir-çelik tanklar, varıl, fiçı, kutular-hacmi 300lt den az	22	26	21
7612	Alüminyum fiçı, varıl, bidon, kutu vb kaplar-hacmi<300lt	34	52	32
7613	Sıkıştırılmış, sıvı gazlar için alüminyum kaplar	8	11	14
8309	Adı metalden tıpa, kapak, kapsül, mühür kurşunları vb	104	123	104
	TOPLAM	3.358	3.282	2.901

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

TABLO-17**Ülkelere Göre Ambalaj Sanayi İthalatı**

Ülkelere Göre Ambalaj Sanayi İthalatı, (Değer: milyon ABD \$)			
Ülkeler	2017	2018	2019
Almanya	623	614	562
Çin	417	369	347
İtalya	304	275	263
ABD	237	241	156
Fransa	147	149	139
Polonya	110	165	139
G.Kore	196	147	121
İspanya	95	94	97
Finlandiya	97	95	84
İngiltere	122	119	79
İsveç	68	68	78
Belçika	79	84	69
Serbest Bölgeler	74	68	64
Hollanda	60	60	59
Rusya	60	77	57
Bulgaristan	32	35	51
GENEL TOPLAM	3.358	3.282	2.901

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

4.4.Dünya Ticareti

Ambalaj sanayi sektöründe büyümeyi destekleyen etkenler; kentleşme, inşaat ve konut yatırımları, gelişmeye başlayan sağlık hizmetleri sektörü ve Brezilya, Çin, Hindistan, bazı Doğu Avrupa ülkeleri gibi gelişmekte olan ekonomilerdeki hızlı büyüme olarak sıralanabilmektedir.

Gelişme eğilimi gösteren bölgelerde kişisel gelirden yaşanan artışlar doğal olarak kişisel tüketimi arttırmakta ve bu artan tüketim sonucunda ambalaj talebi de yükselmektedir.

Örnek olarak, müşteri üzerinde meydana gelen zaman baskısına bağlı olarak çamaşır ve bulaşık makinesi gibi beyaz eşyalarda talebin artması, yalnızca bu eşyaların

ambalajlanması için gerekli olan ambalaj talebinin yanında, söz konusu makinelerin çalıştırılması için gerekli olan ev bakım ürünleri talebini ve buna bağlı olarak da, bu ürünleri ambalajlamak için gereken ambalaj gereksinimini de arttırıcı etki göstermektedir.

2019 senesinde dünya ambalaj sanayi ihracatı yaklaşık olarak 300 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu oranın bir önceki yıla göre %3,1 oranında azaldığı görülmektedir.

TABLO-18

Dünya Ambalaj Sanayi İhracatı

Dünya Ambalaj Sanayi İhracatı, (Değer: Milyar ABD \$)					
Ürün Grupları	2015	2016	2017	2018	2019
Plastik (*)	148	148,2	158	171,4	166,6
Kağıt ve Karton	79,7	79,5	85,6	95,5	91,2
Metal	21,4	20,5	21,5	23,4	22,9
Cam	9,3	9,6	9,9	11	11,1
Ahşap	3,9	4	4,3	5,1	4,9
Toplam	265,3	264,9	282,7	309,9	300,3

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

(*) Polietilen veya polipropilen şeritlerden örme torbalar ve çuvallar dahil

TABLO-19**Başlıca İhracatçı Ülkeler**

Başlıca İhracatçı Ülkeler, (Değer: Milyar ABD \$)			
Ülkeler	2013	2014	2015
Çin	34,3	37,8	41,4
Almanya	32,8	36	33,2
ABD	30,1	31,6	30
İtalya	13,5	14,6	13,8
Japonya	12,2	12,6	12,3
Fransa	11	11,9	11,3
G.Kore	9	9,7	10,1
Hollanda	9,3	10,2	10,1
Polonya	8	10,1	9,1
Kanada	7,6	8,1	8
Belçika	7	8,1	7,9
İspanya	7,1	7,9	7,8
İngiltere	6,7	7,1	6,8
Meksika	5,4	6	5,8
Tayvan	5,5	6	5,8
Avusturya	5,2	5,9	5,6
İsveç	4,9	5,1	4,8
Türkiye	4,1	4,6	4,7
Hindistan	3,7	4,6	4,7
Çekya	3,7	4,2	4,1
Tayland	3,7	4,1	4
Malezya	3,3	3,4	3,5
Vietnam	2,5	3,2	3,4
Hongkong	3,7	3,6	3,4
Finlandiya	3,2	3,5	3,3
TOPLAM (diğerleri dahil)	282,7	309,9	300,3

Kaynak: ITC-International Trade Center-Trademap

Dünya ambalaj sanayi ithalatı 2019 yılında 297,1 milyar dolar olmuştur.

Dünya genelinde yapılmakta olan toplam ambalaj ithalatının %55,7'sini plastik ambalajlar, %30,5'ini kağıt-karton ambalajlar, %7,5'ini metal ambalajlar, %3,6'sını cam ambalajlar ve %1,5'ini ahşap ambalajlar oluşturmaktadır.

Ambalaj ithalat eden dünyanın en büyük ithalatçı ülkeleri sırasıyla ABD, Almanya, Çin, Fransa, Meksika, İngiltere, Kanada, Hollanda İtalya, Belçika ve Polonya'dır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2020).

TABLO-20

Dünya Ambalaj Sanayi İthalatı

Dünya Ambalaj Sanayi İthalatı, (Değer: Milyar ABD \$)					
Ürün Grupları	2015	2016	2017	2018	2019
Plastik (*)	146,2	147,5	158,4	171	165,5
Kağıt ve Karton	79,2	79,6	86	96	90,6
Metal	20,8	20,4	21,2	23,3	22,4
Cam	9,1	9,3	9,7	10,6	10,7
Ahşap	3,7	3,8	4,1	4,6	4,5
TOPLAM	261,9	263,5	282,7	309,1	297,1

Kaynak: ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap

(*) Polietilen veya polipropilen şeritlerden örme torbalar ve çuvallar dahil

TABLO-21**Başlıca İthalatçı Ülkeler**

Başlıca İthalatçı Ülkeler, (Değer: Milyar ABD \$)			
Ülkeler	2017	2018	2019
ABD	28,5	31,3	30,3
Almanya	18,7	20,5	18,8
Çin	15,6	17,3	16,7
Fransa	14,7	16	15,4
Meksika	12,2	13	13,1
İngiltere	10,7	11,7	11,3
Kanada	10	10,7	10,6
Hollanda	9	10,2	10,4
İtalya	8,7	9,5	9
Belçika	8,3	9,1	8,6
Polonya	6,9	8,4	7,4
İspanya	6,9	7,7	7,3
Japonya	6,5	7	7
G.Kore	6	6,3	6,4
Vietnam	5,4	5,5	6,1
Rusya	4,2	4,6	4,6
Avusturya	4,2	4,5	4,4
İsviçre	4	4,4	4,1
Tayvan	3,9	4,1	4
Tayland	3,5	3,8	3,9
Çekya	3,8	4,1	3,9
Hindistan	2,8	3,6	3,7
Avustralya	3,6	3,8	3,6
Hongkong	3,9	3,7	3,5
Endonezya	2,9	3,1	3,3
Malezya	2,9	3,1	3
Türkiye	3,4	3,3	2,9
TOPLAM	282,7	309,1	297,1

Kaynak: ITC-International Trade Center-Trademap

5. GIDA AMBALAJ SANAYİSİ VE MİLLİLEŞME SÜRECİ

Çalışmanın bu bölümünde gıda ambalaj sanayisi ele alınarak adı geçen sektörün Türkiye ekonomisine katkısı ve millileşme süreci incelenerek açıklanmıştır.

5.1.Ambalaj Ve Gıda Sanayisinin Tanımı

Gıdalar; insan yaşamında hayati değere sahip maddelerdir ve tüketilme aşamasına gelene kadar hijyen, sağlık, lezzet, besin değeri, şekli gibi özelliklerini kaybetmeden tüketicilere ulaşması gereken ürünlerdir. Gıdaların belirtilen özelliklerini kaybetmeden tüketim basamağına gelmesini sağlayan malzemeler, ambalaj malzemeleridir.

Teknolojinin gelişmesi gıda ambalaj sanayinin de aralarında bulunduğu, ambalaj sanayisinin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Günümüzde gıdaların ambalajlanması doğrudan insan sağlığını etkileyen bir faktör olduğu için ayrı bir uzmanlık konusu olarak ele alınmaktadır ve bu doğrultuda üretimde çalışacak kişilere mesleki eğitimler verilmektedir.

Ambalaj sanayii, 1900'li yılların en hızlı gelişen sanayi dallarından birisi olmuş ve tüm ürünlerin pazarlanmasında ve satışının artırılmasında ana etkenlerden biri olarak kendisini ön plana atmıştır. Özellikle gıda maddelerinin küçük miktarlarda, bireysel tüketim amaçlı olarak satışa sunulması neticesinde gıda ambalajının önemi daha iyi anlaşılmıştır.

Dünya nüfusunda son yüzyıldaki artış; gıda maddelerine olan talebi arttırmış dünya ölçeğinde genişleyen dış ticaret, dünyanın çok farklı noktalarında yaşayan tüketici ve üreticinin buluşmasında önemli bir etken haline gelmiştir. Tüketici ve üreticinin dış ticaret aracılığıyla bu kadar yoğun ilişki içinde olabilmesinde taşıma olanakları kadar, ambalaj sanayisinde özellikle de gıda ambalaj sanayisindeki gelişmeler etkili olmuştur.

Gıda ambalajı, insanlığın her an gereksinimlerine cevap vermesine bağlı olarak oldukça bilinir bir konu görünümündedir. Özellikle yeni bir gelişme, hemen gıda ambalajına uygulanmakta ve bu ürün piyasaya sunulduğunda görünüm olarak kitlesel algılamaya kısa bir sürede sağlanmaktadır.

Ülkemiz tarafından gerçekleştirilen dış ticaret faaliyetlerinde gıda ambalajının değeri, diğer birçok üründe olduğu gibi dış-satımın serbest bırakıldığı 1980'li yıllarda anlaşılmıştır. Üretici ve tüketici kesim; farklı nitelik ve amaçlara yönelik gıda ambalajının piyasaya girmesine tanıklık etmiştir. Bunu takip eden dönemlerde ülkemizde yer edinmeye başlayan çok uluslu gıda şirketleri, gıda ambalajlarında meydana gelen gelişmenin yanında servis hizmetlerinde meydana gelen yenilikleri de beraberlerinde getirmişlerdir. Mc Donald's, Burger King, Wimpy's gibi hızlı yemek zincirlerinde Türk toplumunun gördüğü en önemli yenilikler, gıdaların özenli ve çekici ambalajlarda tüketime sunulması şeklinde şekillenen hizmet anlayışı olmuştur. Bunun yanı sıra Nestle, Unilever gibi ülkemizde faaliyet gösteren birçok firma da gelişmiş ülkelerde tüketilen ürünleri ve yeni gıda ambalaj şekillerini Türk tüketicisine sunmuşlardır (Erdoğan, 1999).

Ülkemiz, sanayi alanında olduğu kadar, tarım alanında da kendine yeterli durumunu korumak mecburiyetindedir. Bunun yanı sıra tarımsal üretimin en iyi şekilde değerlendirilerek en yüksek katma değerle ürünlerin pazarlamasının sağlanması gerekmektedir. Bu konuda gösterilen çabalarda katma değeri arttıran ve ürünün raf ömrünü uzatan ambalaj sanayisinin kapasitesi ve kabiliyetinin bilinmesi ve gıda sanayisine girdi olarak katkılarının, öneminin vurgulanması, açığa çıkarılması gerekmektedir.

Ambalaj Sanayisi

Ambalajlar daha önce de belirtildiği üzere; ürünleri dış etkenlerden koruyan ve bu sayede muhafaza edilebilmelerini sağlayan, içerisinde bulunan ürünleri bir arada tutarak taşınması, dağıtımını ve pazarlanması işlemlerini kolaylaştıran, tüketiciye muhafaza ettiği ürün hakkında bilgi veren fonksiyonel malzemeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ambalajın genel fonksiyonları:

- Malın kalitesini muhafaza etmek ve stokta tutmak
- Ürünün naklini mümkün kılmak ve kolaylaştırmak
- Satışa teşvik etmek olarak sıralanabilmektedir.

Gıda Sanayisi

Gıda; direkt olarak bireylerin tüketimine sunulmayan canlı hayvanlar, yem, hasat edilmemiş bitkiler, tedavi amacı ile kullanılan tıbbi ürünler, kozmetik ürünler, tütün ve tütün mamulleri haricinde insanlar tarafından yenilebilen, içilebilen ve yenilmesi, içilmesi beklenen işlenmiş, kısmen işlenmiş veya işlenmemiş her türlü maddeyi ifade eder. Gıda sanayisi ise gıdanın elde edilmesinde uygulanan teknolojik süreç ve fabrikasyon üretimi olarak tanımlanmaktadır.

Gelişmişlik durumundan bağımsız olarak tüm ülkelerin benimsediği temel iktisadi ilkelere birisi de gıda konusunda kendi kendine yetebilen bir ülke olmaktır. Bununla birlikte dünya nüfusunun %30'unu oluşturan gelişmiş ülkeler gıda üretiminde %60 paya sahip iken içlerinde ülkemizin de yer aldığı ve dünya nüfusunun %70'ini oluşturan gelişmekte olan ülkeler gıda üretiminde %40'luk paya sahip olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Erdoğan, 1999).

5.2.Ambalaj ve Gıda Sektörünün Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimleri ve Önemleri

5.2.1. Ambalaj Sanayisinin Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimi ve Önemi

Dünya'daki Gelişimi

Tükettiğimiz gıdalar bizlere birçok coğrafya ve kültürlerden gelmektedir. Tükettiğimiz gıdaların büyük bir bölümünün bilinen yazılmış bir tarihi bulunmamakla birlikte, gıda ambalajının uygarlığın ilk dönemlerinden başladığı bilinmektedir.

Paleolitik dönemlerde gıdaların gereksinim duyulan zamanlarda ve buldukları bölgelerde tüketildiği bilinmektedir. Söz konusu dönemlere insanlar doğal gıda taşıyıcısı olarak oyuk ağaç gövdesi, su kabağı, oyuk taşlar kabuklar, yapraklar ve ağaç kabukları kullanmaktaydılar. Bu dönemleri izleyen süreçlerde doğal malzemelerden taşıyıcı yapmayı öğrenen insanlar, taşları ve kütükleri oyup; deri, boynuz, kemik ve saç gibi hayvan parçalarını kullandılar.

Bilinen ilk ürünlerin hayvan derilerinden yapıldığı bilinmektedir. İlk lifler keçelerden yapılmış olup, daha sonra örüldü ve dokundu. Şarap, hasırotu ve çimenlerden yapılan sepetlerin içinde ağaçlarda muhafaza ediliyordu.

Menolitik çağ döneminde yaşayan insanların da gıdaları bu tip sepetlerin içinde muhafaza ettikleri biliniyordu. Neolitik çağın insanları metal taşıyıcılar yaparak çömleği keşfetti. Erken dönemlerde tüketilen içecek malzemeleri doğal boynuzlara benziyordu. Çömlekçilik, ince amforalardan dev boyuttaki vazolara kadar sonsuz sayıda, çok değişik şekil ve büyüklükte kilden kap yapılmasını sağladı.

Heredotus (Heredot) Milattan Önce 530'da Perslerin çanak çömlekten kavanozların içinde şarap ve suyla beraber Mısır şehirlerini zapt ettiklerini kaydetmiştir.

Bahsi geçen kaplar daha sonra toplanıyor ve ileride tekrar kullanılmak üzere geri veriliyordu. Camın, Sümerler zamanında bilindiği kayıtlar dahilinde olup, küçük cam kavanozlar ve şişeler M.Ö.1500'de biliniyordu.

Oyulmuş beyaz taşlar, merhemler veya az miktardaki değerli sıvılarda kullanılmıştır. Milattan Sonra 79 yılında Romalılar seramik kavanozlar kadar cam şişeleri de kullanıyorlardı fakat kırılabilirliği nedeniyle büyük miktarlardaki sıvı ve katılar için deri torbaları tercih ediyorlardı. Hristiyanlığın havarilerinden Nazareth tarafından deri şarap torbalarından bahsedilmektedir.

Pliny'e göre Fıçı Alp kabileleri tarafından keşfedilmiştir. Dikkatlice birleştirilip yapılandırılmıştır. Üst kısımları ağaçtan yapılarak, tüm kenarları demir çemberlerle tutturulmuştur. Ağaç sandıklarda, çivilerin el yapımı olması ve bu tip kullanımlar için çok pahalı olması sebebiyle aynı şekilde çemberlerle tutturularak yapılmıştır (Stanley, Roger, 1970).

Prehistorik zamanlardan M.S. 1200 yılına kadar ambalajlama Tablo-22'de özetlenmiştir.

TABLO-22

Prehistorik Zamanlardan M.S.1200 Yıllarına Kadar

Kullanılan Ambalaj Biçimleri

Malzeme	Ambalaj Şekli ve Kullanım
Deri	Sargılar, torbalar, şişeler
Dokuma	Sargılar, çuvallar
Ahşap	Fıçılar, kutular, küçük kutu ve sandıklar
Saplar kaplamalar	Sepetler, örtüler
Taş	Küçük kavanoz ve çanak
Kil	Çanak, çömlek, vazo, geniş ağızlı sürahi, kase
Metal	Çanak, çömlek, kase, fincan
Cam	Kavanozlar, şişeler, fincanlar, kaseler

5.2.2. Gıda Sektörünün Tarihsel Süreç içindeki Gelişimi ve Önemi

Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimi

Ülkemizde gıda sanayisi 1950'li yıllarda ilk tesislerini kurmaya başlamış olup, 1975-1976 yıllarında yatırımlar en üst düzeye ulaşmıştır. Günümüzde ise 200.000 dolayında kişiye iş imkanı sağlayan, kadın işgücünü değerlendiren 16.000 kadar irili ufaklı gıda sanayii tesisinde gıda üretimi gerçekleştirilmektedir. Söz konusu tesislerden üretimin %30'unu gerçekleştiren 200 kadar tesiste, kalite kontrol birimleri kurulmuştur. Bunlardan 50 kadarının ürünleri ise uluslararası kalite standartlarına girmektedir.

Ülkemizde genel imalat sanayisi içinde en önemli pay gıda sanayisine ait olup, imalat sanayisi üretim değeri içinde gıda sanayisi üretim değeri 1982 senesinde %30,1, 1983 senesinde %30,2 ve 1984 senesinde %28,8 iken gıda sanayisinden hemen sonra yer alan petrol ürünleri üretim değeri aynı yıllarda sırayla %14,4, %13,3, ve %12,8 olmuştur.

İmalat sanayisi ürünleri dış-satımlarında ise gıda sanayisi ürünleri ihracatı 1982 senesinde 497 milyon dolar ile %14,5, 1983 yılında ise 569 milyon dolar ile %15,6 pay almıştır. Söz konusu değerlerin genel ihracat içindeki payı sırasıyla %8,6 ve %9,9'dur.

İmalat sanayisi ürünleri dış-satımlarında en önemli pay dokumacılık sanayisi ürünlerine ait olup bu sektörü gıda sanayisi ürünleri izlemektedir. İmalat sanayisi ürünleri ihracatının 1982-1983 yılları değerleri içinde dokumacılık sanayisi ürünleri ihracat değerinin payı sırası ile %30,8-35,5 şeklindedir (Erdoğan, 1999). Ülke ekonomisi içinde bu kadar önemli bir yere sahip olmasına karşın ülkemizde gıda sanayisinin hammaddeden başlayıp pazarlama organizasyonunda biten endüstriyel zincirin tüm aşamalarında çeşitli boyutlarda problemleri bulunmaktadır. Bu problemlere etkin çözümler geliştirilmemesine bağlı olarak gıda sanayisi kendisinden beklenen atılımı yapamamaktadır. Günümüzde ise sektörlere göre değişmek üzere ortalama olarak tarımsal ürünlerin ancak %10 kadarı gıda sanayisinde işlenebilmektedir. Halbuki bu oran gelişmiş ülkelerde %40 civarlarında seyir göstermektedir.

Gıda sanayisinde gözlemlenen problemler karşımıza hammadde, gıda kontrol mevzuatı ve ambalaj materyali olarak çıkmaktadır. Ülkemiz ilk kurulduğu yıllarda diğer tüm alanlarda olduğu gibi gıda sanayi alanında da çok yetersiz bir durumdaydı.

Ülkemizde ürün bazında 1984 senesi verilerine göre, modern salça tesislerinde 225.700 ton/yıl salça (%28-30 Brix) üretimine imkan verecek kurulu kapasite mevcut olmasına karşın yıllara göre ortalama olarak tesisler %40 kapasite ile çalışmaktaydı.

Sebze konservesi üretimine dönük yaklaşık olarak 60.000 ton/yıl sebze konservesi sanayisinde ise 5.000 ton/yıl mamül üretim imkanı varken, sebze konserve sanayisinde %30 sebze kurutma sanayisinde ise %20 dolayında kapasite kullanımı gerçekleşmiştir.

Yine meyve suyu üretimine dönük olarak 450.000 ton/yıl meyve işleyebilecek kapasitede modern tesisler bulunmasına karşın, 1985'li yıllarda ancak %10-15 kapasite kullanım gerçekleştirilmiştir (Erdoğan, 1999).

1980'li yıllarda, ülkemizde şarap sanayisinde 100 milyon litre şarap üretim imkanı olmasına karşın, ancak yılda 40 bin ton dolaylarında üretim yapılabilmekteydi. Oysa ülkemizde kalite, standardizasyon, çeşit uygunluğu, üretimde ülke düzeyine yaygınlık konuları dikkate alındığı takdirde tarımsal üretim miktarları gıda sanayisinin daha

yüksek kapasitelerde çalışmasına elverebilecek düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır.

Nitekim yılda domates üretimi 3,6 milyon ton sebze üretimi 12 milyon ton, meyve üretimi 8 milyon ton, üzüm üretimi 3,5 milyon ton, ayçiçeği ve pamuk çiğidi üretimi ise her bir üründe bir milyon tonu aşan düzeyde bulunmaktaydı.

Türkiye'de üretilen başlıca tarımsal ürünlerin üretim miktarları Tablo-23'te verilmiştir.

TABLO-23

**Türkiye'de Üretilen Başlıca Tarımsal Ürünlerin Üretim Miktarları
(Ton Olarak)**

Yetişen Ürün	1992	1993	1994	1995	1996
Buğday	19300000	21000000	17500000	18000000	18500000
Arpa	6900000	7500000	7000000	7500000	8000000
Mısır	2225000	2500000	1850000	1900000	2000000
Pirinç	129000	135000	120000	150000	168000
Ayçiçeği	950000	815000	740000	900000	780000
Patates	4600000	4650000	4350000	4750000	4950000
Lahana(baş)	585000	580000	595000	573000	575000
Ispanak	153000	157000	170000	180000	180000
Pırasa	310000	315000	310000	315000	316500
Fasulye	452000	440000	435000	460000	455000
Havuç	190000	210000	225000	250000	270000
Domates	6450000	6150000	6350000	7250000	7800000
Pathcan	750000	750000	810000	750000	850000
Kavun, karpuz	5300000	4900000	5400000	5400000	5800000
Armut	420000	420000	410000	410000	415000
Elma	2100000	2080000	2095000	2100000	2200000
İncir	250000	270000	279000	300000	290000
Kiraz	155000	155000	160000	186000	200000
Şeftali	370000	370000	375000	340000	360000
Üzüm	576000	567000	567000	565000	560000
Mandalina	390000	405000	430000	453000	450000
Fındık	520000	305000	490000	455000	446000
Zeytin	750000	550000	1400000	515000	1800000
Kuru Çay	144025	117099	134350	102713	114540

Türkiye Tablo-23'ten de görüldüğü gibi birçok gıda ürününde yüksek üretim değerlerine sahiptir. Nüfusunun yüksek olmasına karşın, tarımsal potansiyeli ve hali hazırdaki üretimiyle üretilen ürünlerin çoğunda arz fazlalığı ve ihracat şansı bulunmaktadır.

5.3.Gıda Sanayisinde Ambalajın Önemi

Genel kapsamı ile ambalajlama, ülkelerin ekonomik ve teknolojik alanlardaki gelişmeleri ve yaşam standartlarındaki yükselmeye aynı doğrultuda gelişme göstermektedir.

Ekonomilerin gelişmediği bölgelerde ürünler genellikle dökme şekilde pazara sunulmakta iken pazar ekonomisinin gelişmesi sonucunda ambalajlama gittikçe değer kazanmaya başlamıştır.

Ambalaj, hiç bir sanayii dalında gıda sanayisindeki kadar büyük bir öneme sahip değildir. Gıda üretim teknolojisinin gelişimine ek olarak ambalaj malzemesi üretimi ve ambalajlama makinelerinin gelişmesi de pazarlama imkanlarını arttırmıştır. Söz konusu artışa bağlı olarak gıda sanayisi olumlu yönde etkilenmiş, gıda sanayisi ve ambalajlama sanayisi sürekli olarak birbirini aktive etmişlerdir.

Günümüzde gelişmiş Batı Avrupa ülkelerinde yer alan tüketiciler, gıdalan içeriğinden daha çok ambalajlarına bakarak satın almaktadır. Gıda içeriği ve kalitesi en iyi şekilde de olsa ambalaj kalitesi dikkat çekici ve iyi olmayan gıdalar bu pazarlara girememektedir. Pazarlara girebilseler dahi ancak çok düşük fiyatlara alıcı bulabilmektedirler.

Öte yandan yaş meyve ve sebze ithalatında gözlemlendiği üzere ambalaj cinsi ve niteliği direkt olarak ithalatı zorlaştıran bir faktör olarak karşımıza çıkabilmektedir.

5.4.Ambalaj Sanayisinin Gıda Sanayisinin Gelişmesine Etkisi

Gıdaların kaplar içinde uzun zaman korunması yöntemi, Nicholas Appert adlı bir Fransız tarafından 1809 yılında keşfedilmiştir. 18.yüzyıldan 1809'a kadar mikroorganizmaların kendiliğinden üremesi ve sterilize edilmelerine ilişkin tartışmalar bilim adamları arasında devam etmiştir. 1745 yılında bir İngiliz bilim adamı olan Needham, kaynatılmış bir et parçasını bir flask (dar boğazlı küçük şişe)

içine koymuş ve hava geçirmez bir şekilde kapatmıştır. Bir hafta sonra, bu şişe açıldığında mikroorganizmaların çok yoğun şekilde ürediğinin farkına varmıştır. Bu sebeple mikroorganizmaların steril ortamda ürediklerini iddia etmiştir. 1765 yılında İtalyan bilim adamı Spallazzani çok sayıda gıda parçasını kaynatmış, bir flask içine koymuş ve tekrar kaynatmış daha sonra da hiç bir mikroorganizmanın üremediğini gözlemlemiştir. Böylece Needham'ın iddialarının yanlışlığını kanıtlamıştır.

1795 yılında Fransız hükümeti Napolyon'un orduları için gıdaların daha iyi korunmasını sağlayacak buluşçuya 12.000 Fransız Franklık ödül koymuştur. Appert, 1804'de bu ödülü duyana kadar gıdaların kapalı cam kaplar içinde korunması metodunu keşfetmiştir. Deneylerine devam etmiş ve 1810 yılında "Hayvan ve Sebze Varlıklarının Yıllarca Korunması Sanatı" adı altında bulduklarını, daha sonra İngilizceye çevrilen bir kitapta toplamıştır.

Appert tarafından keşfedilen önemli proseslerden biri gıdaların geniş ağızlı cam kaplarda ambalajlanması ve bu kapların suyun içinde kaynatılarak sterilize edilmesidir. Diğerlerinde Appert'le beraber veya daha önce bu prosesi uyguladıkları iddia edilmiştir (The Union Chambers of Commerce, Industry and Commodity Exchange of Turkey, The Canning Industry in Turkey, 1958).

Türkiye'deki Gelişimi

Ülkemizde konserve sektörünün kesin kuruluş dönemleri bilinmemekle birlikte yapılan araştırmaların neticesinde 1904 senesi civarı başlangıç olarak kabul edilmiştir. Bu noktada konserve endüstrisinin, ilk 1904 senesinde Selanik'te kurulan konserve Fabrikası ile başladığı söylenebilir.

Daha sonraları 1907-1908'de Ermiş Kilyakidis manav dükkanının üst katında ilk basit konserveciliğe başlamıştır.

1919 Yılında Müttehit-Ermiş Emniyet Kartal T.A.Ş. ve 1926 da Marmara Konserve Fabrikası (Marmara Canning Co.) kurulmuş ve faaliyetine başlamıştır.

Bu kuruluşlar daha sonra diğer konserve fabrikalarıyla birleşmişlerdir.

1950'li yıllarda T.Sınai Kalkınma Bankası tarafından verilen krediler ve Marshall yardımı sayesinde yeni bir gelişim sürecine girmiştir (The Union Chambers of

Commerce, Industry and Commodity Exchange of Turkey, The Canning Industry in Turkey, 1958).

1950'li yıllarda konserve fabrikalarının dağılımı araştırmasında, konserve fabrikalarının %80'inin Marmara Bölgesinde olduğu görülmüştür. Söz konusu görüşten yola çıkarak konserve endüstrisinin (1950'li yıllarda) bu bölgede merkezileştiği söylenebilir.

TABLO-24

**1956 Yılında Türkiye'de Günlük 8 Saat Çalışma Kapasitesine Göre
Konserve Fabrikaları**

Yeri	1956'da Konserve Fabrika Sayısı	1956'da İşgücü	1955'te Üretim Her Bir Kg Kutu Olarak
İstanbul	15	553	3146380
Bursa	5	452	214713
Gelibolu	4	122	1481200
Erdek	4	142	155000
İzmir	2	58	73400
Bartın	2	63	291363
Samsun	2	56	30000
Çanakkale	1		
Kz.Ereğli	1		
Gemlik	1		
Erzurum	1	275	38220
Dikili	1		
Tire	1		
Adapazarı	1		
Antalya	1		
TOPLAM	42	1721	240231

Ülkemizde yer alan 42 konserve fabrikasının büyük çoğunluğu Kuzey Batı Anadolu'da özellikle de İstanbul çevresinde kurulmuştur. 8 saatlik kapasite sütunundan İstanbul konserve fabrikalarının ülkedeki toplam kapasitenin yaklaşık yarısına sahip oldukları görülmektedir. İstanbul'da yer alan konserve fabrikaları 8 saatlik çalışmaya göre, ülkedeki toplam konserve kapasitesinin %50'sine yakınına karşılamaktaydı. İstanbul dışında en önemli konserve merkezleri Bursa, Gelibolu ve

Erdek'ti. Bursa'da 5, Gelibolu'da 4 konserve fabrikası vardı, bununla birlikte Gelibolu, Bursa'daki konserve fabrikalarına göre 3 katı kapasiteye sahipti. Gelibolu özellikle Balık konserveciliğinde gelişmişti. Dört fabrikanın üretimi, bu küçük kasabada, konserveciliğin geleneksel bir iş alanı haline gelmesine yardım etti. 1955'de Türkiye'de konservecilik endüstrisi üretimi 7.365.344 kutuydu. İstanbul bunun yaklaşık yarısını (3.146.380 kutu) sağlamaktaydı. İstanbul'u Gelibolu 1.481.200 kutuyla takip etmekte Çanakkale de bu iki ilden sonra 1.290.000 kutuyla onları takip etmekteydi (The Union Chambers of Commerce, Industry and Commodity Exchange of Turkey, The Canning Industry in Turkey, 1958).

5.5.Dış Ticaret Açısından Ambalajlamannın Türk Gıda Sektöründeki Yeri Ve Önemi

5.5.1. Dünyada Ambalaj Sanayisinin Gıda Sanayisindeki Yeri ve Önemi

Dünyada özellikle sanayileşmiş batılı ülkelerde ambalaj sanayisi ve gıda sanayisi çok gelişmiş sektörler olarak görünmektedirler. Gelişmiş ülkelerde ambalajın önemini belirtmek bakımından şu rakamları vermek mümkündür:

Fransa'da 1934-1964 döneminde kullanılan ambalaj miktarı %130 artmıştır.4 yıllık sürede boş ambalaj satışı (gıda maddelerini korumak için) on kat olmuştur. Fransa'da 1960'lı yıllarda bisküvi ve pasta satışlarının ambalajsız sunumu %20 seviyelerindeydi. Oysaki bu oranın savaş öncesinde (II. Dünya Savaşı) %70-95 olduğu belirtilmektedir. Yine 1960'lı yıllar itibariyle A.B.D.leri'nde 9 milyar ton kadar konserve, 3 milyar şişe ve 9 milyar kutu bira tüketilmeydi. Bu dönemlerde toplam olarak Amerikalı sanayicilerin ambalaja ve ürünlerin korunmasına harcadıkları para 25 milyon doları geçmektedir.

Bu yıllarda İtalya'da yıllık ambalaj maddesi tüketimi 1,4 milyar tona yakındır. Bu rakam Belçika'da 715.000 tondur.

Fransa'da 1956 yılında 100 olarak alınan çeşitli ambalaj malzemelerine ait tüketim değerlerindeki artış 1956'da plastikte 165 selülozda 162 kartonda 146,50 kağıtta 132,3 metalde 114,5,camda 110,4 tahtada 82,50 jütte 75,80 olarak gerçekleşmiştir.

Plastik ve selüloz gibi malzemelerin tüketimindeki yüksek artışın yanında jüt ve tahta gibi doğal ambalajlarda azalışların ortaya çıktığı görülmektedir.

M.O.C.I. adlı kuruluş tarafından 1964'de yapılan istatistiki çalışmalarda Fransa'da kağıt ve karton tüketimi parasal ve ambalaj malzemelerinin kendi aralarındaki oransal dağılımı olarak şu şekilde sıralanmıştır:

Kağıt ve karton %51,70 (2.940 milyon FRF), Metal % 16,70 (950 milyon FRF), Cam % 9,7 (560 milyon FRF), Plastik %6,6 (380 milyon FRF), tahta %6,2 (350 milyon FRF), selüloz %5,2 (300 milyon FRF), jüt %3,9 (220 milyon FRF).

Yine aynı kuruluş tarafından yapılan çalışmada A.B.D.'lerinde tüketilen ambalaj malzemelerinin çeşitleri ve oransal tutarlar şu şekildedir:

Kağıt %52,3, Metal %25,1, Cam %9,7, Plastik %7, Tahta %4,1, Dokuma %1,8.

Almanya'da aynı dönemdeki oranlar ise şöyledir:

Kağıt %50, Metal %24, Cam %9, Plastik %8,8, Torba %4,5, Dokuma %0,7.

1964 Yılında Norveç'te kraft kağıdı ve kartonu üretimi 149.000 ton diğer kağıt ve karton üretimi ise 541.000 tondur. Fransa'da 1966 yılındaki toplam kağıt ve karton ambalaj üretimi 1.247.000 tondur.

Fransa'da nüfus başına orta ve küçük boy kağıt torba tüketimi 1950'de 4 kg,1962'de 6,5 kg,1965'de 8 kg'ın üstündedir.

Tahta ambalaj malzemesi olarak, Fransa'da 1963'de imal edilen sandık sayısı 480.000 kasa 198.000 fiçı ise 10.000'dir. Belçika'daki kasa ve fiçı imalatı 1964'de 498.872 1965'de ise 493.976 olmuştur.

Fransa'da 1955 ile 1964 yılları arasındaki tamamen fabrikasyon şişe ve damacana üretimi yaklaşık 2 kat artmıştır. 1955'de 395,4 bin ton olan üretim 1964 yılında 785,4 bin tona yükselmiştir.

Fransa'da 1960'lı yıllarda plastik tüketimi ayda 300-350 ton olarak gerçekleşmiştir (İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Ambalaj ve Ticari Önemi, Hüsnü Tabiat Matbaası, 1968).

1966 yılında A.B.D.'lerinde plastik çuval üretimi 400 milyon adetken, Sovyet Rusya'da 350 milyon İngiltere'de 160 milyon, İtalya'da 110 milyon B.Almanya'da 110 milyon olarak gerçekleşmiştir.

1966 yılında Belçika'da 4.321 ton alüminyum ambalajlamada kullanılmıştır. 33

Türkiye'de ise sargılık kağıt üretimi 1962'de 46.000 ton 1967 'de 48.000 ton olarak gerçekleşmiştir. Karton ve mukavva üretimi ise 1962'de 22.000 ton ve 1967 'de 30.000 ton civarındadır. 1972 'de üretimin 62.000 tona çıkacağı hesaplanmıştır.³⁴ 1960'lı yıllarda Türkiye'de cam ambalaj imal eden 10'dan fazla işletme vardı.

Cam ambalaj üretiminin büyük kısmını Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları sağlamaktaydı. Paşabahçe cam fabrikasının 1962'deki gıda maddeleri kaplan üretimi 4,8 milyon adet, 1966'da 3,2 milyon adet, su ve meşrubat şişeleri 1962'de 10,2 milyon 1966'da 18 milyon adet, alkollü içki şişeleri imalatı 1962'de 9,6 milyon 1966'da 39,3 milyon adet olarak gerçekleşmiştir (İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Ambalaj ve Ticari Önemi, Hüsnü Tabiat Matbaası, 1968).

Türkiye'de yine 1960'lı yıllar itibariyle çuval ve kanaviçe ithalatı Sümerbank üretimi yoluyla toplam çuval arzı 1959'da 5.108.000 adet iken 1965'de 2.600.000 adet olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de 1960'lı yıllarda çuvala konan başlıca gıda maddeleri; tahıllar, baklagiller, yağlı tohumlar, fındık ve kuru üzümüdür.

5.5.2. Gıda Sanayisinin Dış Pazarlar İtibariyle Yeri ve Önemi

Dünya çapında gıda sektörü, ambalaj olanaklarının da yardımı ile çok yüksek noktalara ulaşmıştır. İhracat, ithalat ve üretim rakamları doğrultusunda ele alındığında ülkemiz, dünya ölçeğinde kendi nüfusuna yakın ülkelere göre az üretmekte ve çok daha az ihracat yapmaktadır. Gıda ambalaj sektörünün gelişim gösterdiği Hollanda, Fransa, Danimarka gibi ülkelerin ihracatta da en üst sıralarda oldukları görülmektedir. Türkiye Gıda İşverenleri Sendikası (TGSIS) Genel Başkanı Nazım Düzenli tarafından yapılan açıklamada gıda sektöründe büyük bir atıl kapasite olduğu belirtilerek, ülkemiz gıda ürünleri ihracatının 3 milyar dolar seviyesinde olduğu ve sektördeki atıl kapasitenin harekete geçirilmesi takdirde 10 milyar dolar seviyesine ulaşmanın mümkün olduğu belirtilmiştir. Bunun için önemli yatırımlara gereksinim olmadığı ve sektördeki atıl kapasite harekete geçirilip dış pazarlara da gerektiği şekilde ulaştırılabilirse, söz konusu hedefe ulaşmamak için hiç bir neden kalmayacağını belirtmiştir.

Nazım Düzenli tarafından yapılan açıklamanın devamında ise yerli sanayinin ürettiği gıda ürünlerinin sıkı bir kontrolde olmasına rağmen ithal gıda ürünlerinin %83'ünün kalitesiz olduğunu ve son kullanma tarihi olmayan bir çok ithal ürünün piyasada satıldığı ileri sürülmüştür. Düzenli, yerli ürünlerde üretim tarihi, son kullanma tarihi ve içinde bulunan hammaddelerin ambalajlarda belirtilmesinin mecburi olduğu belirtilmiştir. İthal ürünlerde ise son kullanma tarihi bulunmayan birçok ithal ürünün rahatlıkla piyasada satıldığı ve herhangi bir yaptırımın uygulanmadığı belirtilmiştir (Karten, 1999).

5.5.3. Dış Ticaret Açısından Ambalaj Sanayisinin Türk Gıda Sanayisindeki Yeri Uygulanışı, Değerlendirilmesi, İthalatı, İhracatı ve Önemi

Ülkemizde üretilen ürünlerin yurtdışına pazarlanması ancak uygun bir ambalaj ile mümkün olabilmektedir. Evrensel çapta uluslararası ticaretin gelişmesinde en büyük etkende ambalaj teknolojisinde meydana gelen önemli gelişmelerdir. Ülkemizde de yakın zamana kadar yapılan ihracat faaliyetlerinde; çuval sapan ve balya olan ambalajlama yönteminin günümüzde farklı ambalajlama yöntemlerine bıraktığı görülmektedir. Ambalaj yetersizliği ve kalitesi yakın zamana kadar dış ticarete bir sorun olarak karşımıza çıkarken, günümüzde bu darboğaz aşılmış ve çağdaş teknolojiler yakalanmıştır. Bir dış ülkeye dış satımın gerçekleştirilmesi için aşağıdaki koşulların geçerli olması gerekmektedir.

Dış pazarda ambalaj istekleri

- Rekabet Gücü
- Çevre Etkileri
- Tüketiciyi Koruma
- Sağlık ve Güvenlik Yönetmelikleri
- ISO - 9000
- Tasarım Etkinliği ve Çekicilik

Tüm bu istekler, dış pazarda ürün ve ambalaj için uyulması gerekli kurallar ve yönetmeliklerini içermekte olup ayrıca satış güvencesi taşımaktadır.

Rekabet Gücü:

Ambalajın rekabet gücü olarak kullanılması 1950'li yılların sonunda ortaya çıkmıştır. Söz konusu dönemde süpermarket ve self servis hizmetleri gelişim göstermiştir. Ambalaj günümüzde bir pazarlama aracı olarak kullanılmakla birlikte tüketiciye sınırsız seçenekler sunan bir araçtır. Rekabetin öncelikli olarak ambalaj malzemelerinde başladığı ve devam ettiği görülmektedir. Plastiğin hızla yaygınlaşması ile diğer geleneksel ambalaj malzemelerinin de aşama ve yenilik kaydetmesi sonucu ortaya çıkmıştır.

Çevre Etkileri: Tek yönlü ambalaj atıklarının meydana getirdiği yükler son 15 yılda büyük sorunlar doğurmuştur. Buna bağlı olarak çevre dostu ambalajların giderek önem kazandığı bilinmektedir. Günümüzde yer alan uğraşlar ambalajın nasıl üretileceğinden atıkların nasıl azaltılacağı yönünde yoğunlaşmıştır. 1994 yılının Aralık ayında Avrupa Birliği “Ambalaj ve Atıkları” yönergesini çıkarmış olup, ambalaj yönergesi sonrası ülkeler kendi yönetmeliklerinde değişiklikler yapmak zorunda kalmışlardır. Örneğin; Almanya'da Yeşil Nokta uygulaması 1991 yılında uygulanmaya başlanmış, Fransa'da ise “Eco Emballage” kuruluşu atıkların toplanması ve değerlendirilmesi sistemini geliştirmeye çalışmıştır.

Tüketiciyi Koruma Özellikleri: Bir ürünün ambalajı o ürün tüketicisini korumaya yönelik en önemli güvencedir. Bu konuda alınan en önemli karar 1975 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu tarafından yayınlanan “Ambalajlanmış Bazı Sıvı İçeceklerin Dolum Hacimlerinin Genelleştirilmesi” yasasında karşımıza çıkmaktadır. Buna karşın yasanın henüz son şeklini aldığı söylenememektedir. Ülkeler arasında gerçekleşen serbest ticareti önlediği ve alışkanlıkları sıraladığı gerekçesi ile bu yasaya sürekli karşı çıkmaktadır.

Tüketiciyi koruma istekleri diğer yandan önemli tasarım ve yaratıcı buluşları da beraberinde getirmektedir. Bunun en iyi örneği “tamper evident” denilen güvenli ambalaj sistemleridir. Ambalajın önceden açılıp açılmadığını kontrol eden bu

uygulamalar o kadar yaygınlaşmıştır ki ambalaj yatırımlarının %65-70'ini bu tip makineler oluşturmaktadır.

Kapak açılınca yırtılan etiket ve bantlar plastik film kaplamalar ve çocukların açamayacağı türde “child proof” kapak sistemleri sürekli geliştirilmektedir.

Sağlık ve Güvenlik Yönetmelikleri: Avrupa Birliği özellikle gıda ile temas eden plastiklerin yaratabileceği sağlık sorunlarını önlemek ve kontrol etmek için bir dizi karar yayınlamıştır. Yönerge gıda ile temas eden malzemeleri düzenlemektedir. Örneğin gıdaya geçebilecek maddelerin sınırları, plastiklerin kalıntı miktarları, ambalajlarda kullanılacak malzemelerin sınırlandırılması konularında test yöntemleri ve kurallar getirmiştir. Kuralların çoğu ambalajı kapsamakta veya ambalaj üzerinde işlenmesi gerekli kuralları içermektedir. Örneğin; raf ömrü tarihleri ve bileşimini içeren her türlü bilgiler, dönüşüm işaretleri, E logosu gibi.

ISO - 9000: Tek Avrupa ve dünya pazarı kalitesi için ISO standartları içinde ambalaj yönergeleri, etiketleme ve etiketleme standardı, ISO 9000 EN 29000 serisi uygulamalara uyum sağlamak açısından pazardaki başarının güvencesi olacaktır.

Pazar Etkinliği ve Yaratıcılık: Ambalaj pazarlamada önemli bir araçtır. İç (perakende) ve dış (taşıma-ihracat) ambalajları bütün işlem ve ürünün güvenliğini sağlayacak nitelikleri ve standartları taşımaktadır.

Rekabette ürünün kendisinden çok ambalajın uygunluğu ve albenisi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle her türlü ihracat ambalajının

- Kullanım kolaylığı
- Görünüş
- Çevre etkileri
- Maliyet unsurlarının rolü

öncelik taşımaktadır.

5.6.Ambalaj Sanayicileri Derneği erevesinde Türkiye Ambalaj Sanayiinin Genel Değerlendirilmesi

Bu bölümdeki içerik derlenirken ambalaj sanayisi ile ilgili ender yayınlanan kaynaklardan olan Ambalaj Sanayicileri Derneğinin (A.S.D.) ıkarttığı kitapçıktan yararlanılmıştır. İçeriğinde ayrıntılı olarak ambalaj sanayiinin ürün bazında ithalat ihracat rakamları ve üyelere ait genel bilgiler yer almaktadır.

Ülkemizde ambalaj sanayisi alanında faaliyet gösteren büyük ölçekli firmaları bünyesine alan dernek Ambalaj Sanayicileri Derneği adı altında 24 Ocak 1992 tarihinde kurulmuştur.

ASD'nin amaçları; ambalaj sanayisinin Türkiye'de gelişmesine katkı sağlamaktır. Sektöre hüviyet kazandırmak ve ulusal ve uluslararası platformda yerini alarak sektörün sembolü olmasını sağlamaktır. Ambalaj sanayisi alanında çalışan bütün kuruluş ve bunun yanı sıra bu sanayi kolunda faaliyet gösteren gerçek kişilerden oluşacak yeleri arasında bilimsel, teknolojik ve sosyal yönden birlik beraberlik ve dayanışmayı sağlamak, bu durumu kuvvetlendirmek ve kalıcı kılmaktır.

Dernek belirtilmiş olan amaçlar doğrultusunda aşağıda verilen faaliyetleri gerçekleştirme çabası içindedir:

- Ambalaj sektörünü tanıtmak her konuda danışmanlık yapabilecek bir kuruluş olmak ve sektörün faaliyetlerini olumsuz yönde etkileyebilecek mesleki sorunların ortaya çıkması halinde bunların özümlenmesi için ilgili kurum ve kuruluşlarla temasa geçerek gerekli girişimlerde bulunmak
- Ambalaj sanayicilerinin sorunlarını belirlemeye çalışmak meslek grupları toplantıları veya genel toplantılar düzenleyerek konuyla ilgili uzmanlar tarafından üyelerinin bilgilendirilmesini sağlamak konuyu tartışmak ve üzüm yolları üretmek görüşleri değerlendirmek ve üyelerine aktarmak
- yelerinin talepleri ve gereksinimleri doğrultusunda eğitim programları yapmak
- Dünyadaki ambalajlama konusundaki gelişmeleri izleyerek, ülkemizde bu yönde tedbirler almak ve sektörün olası sorunlar karşısında mağdur olmaması için gerekli önlemlerin alınmasını sağlamak

- Üniversite araştırma kurumları, ilgili kamu kuruluşları ve mesleki kuruluşlarla iş birliği yapmak
- Resmi makamlar tarafından yürütülen araştırmaların ve alınacak kararların üyelerin zararına ortaya çıkmaması adına ilgili makamlarla temasa geçerek gerekli önlemleri almak
- Ambalaj standartları üzerine araştırmalar yapmak, Türk Standartları Enstitüsü ile işbirliğine girerek ambalaj konusundaki Türk Standartlarının hazırlanması çalışmalarına katılmak
- Ambalaj sektörünün durumunu ortaya koymak üzere anket ve benzeri çalışmalar yapma, sonuçları değerlendirmek ve gerekli önlemleri almak için gerekli girişimlerde bulunmak
- Ambalaj sanayii ile ilgili yerli ve uluslararası fuar ve sergilerden üyelerini haberdar etmek fuar düzenleyerek ambalaj sanayicilerinin birlikteliğine katkıda bulunmak ve uluslararası büyük fuarlar üyelerinin toplu katılımını sağlamak için gerekli çalışmaları yapmaktır. Bu faaliyetler kapsamında:

1. Kalite Kontrol Çalışmaları

- Laboratuvar kurma (cihaz belirleme ve şartnamelerini hazırlama)
- Laboratuvar geliştirme
- Standart tarama ve spesifikasyon geliştirme

2. Belgelendirme Çalışmaları

- TSE ve/veya TSEK Belgesi alınmasında üyeleri bilgilendirmek ve yardımcı olmak
- ISO 9000 kapsamında ön tetkik yapmak

3. Eğitim

- ISO 9000 Kalite güvencesi eğitimleri
- Ambalaj konusunda eğitimler
- Kalibrasyon eğitimleri
- İstatistiksel kontrol eğitimleri
- İç kalite tetkik eğitimi gibi hizmetler

halen A.S.D. tarafından verilmektedir.

ASD üyelerinin oluşturduğu T.S.E. Ambalaj Daimi Komitesi çalışmalarına başlamıştır. A.S.D., T.S.E. Standart hazırlama programında yer alan ambalaj konusundaki standartların hazırlanmasında aktif olarak görev yapmaktadır.

En güncel konulardan biri olan ambalaj ve çevre konusuyla ilgili olarak T.C. Çevre Bakanlığı ile temaslar başlatılmıştır. T.S.E. tarafından düzenlenmekte olan ambalaj yarışması jürisinde A.S.D.'de yer almaktadır. “Ambalaj Endüstrisi Fuarı” İstanbul'da A.S.D. tarafından TÜYAP Fuar tesislerinde düzenlenmektedir.

Ayrıca Dünya Ambalaj Örgütü'nün de (World Packaging Organization) üyesi olan Ambalaj Sanayicileri Demeği uluslararası ambalajlama faaliyetlerinden üyelerini haberdar etmektedir. A.S.D.'nin 95 üyesi vardır (1999 yılı itibariyle, yeni üye katılım katılmadığı konusunda bilgi edinilememiştir (Poyraz Publishing Inc., Packaging Manufacturers in Turkey, 1997).

5.7.Ambalaj Sanayisinde Faaliyet Gösteren Büyük Firmalara İlişkin Bilgiler

Ambalaj Sanayicileri Derneğinin hazırladığı Türkiye'de Ambalaj Üreticileri (Packaging Manufacturers in Turkey) adlı çalışmada her firmaya ayrı bir sayfada yer verilerek firmaların sektör içindeki durumu ortaya konulmuştur.

Tablo-25'ten de görüleceği üzere ambalaj ülkemizdeki ambalaj sanayisi büyük çoğunlukla İstanbul, İzmir gibi büyük şehirlerimizde kurulu bulunmaktadır. Diğer şehirlerimizde de büyük ölçekli firmalar olmakla beraber çoğunluk büyük şehirlerde toplanmıştır (Poyraz Publishing Inc., Packaging Manufacturers in Turkey, 1997).

TABLO-25**Gıda Sanayisinde Dikkate Alarak Bazı Ambalaj Firmalarına İlişkin Bilgiler**

FİRMA ÜNVANI	KURULUŞ YILI	PERSONEL SAYISI	ÜRÜNLER	İHRACAT ADET, USD	FAALİYET YERİ
Altıbaş Metal A.Ş.	1962	50	Taçlı, alüminyum ve kavanoz kapağı	200 milyon adet	Ankara
Anadolu Ecopack A.Ş.	1993	385	Gıda ambalajları çeşitli folyolar	48 ülkeye	Düzce
Bericap Kapak Ltd. Şti.	1988	46	Meşrubat, yemeklik likit yağ ambalajı ve plastik kapak	3100000 USD	Kocaeli
Duran Ofset A.Ş.	1953	169	Baskılı ambalaj kutuları, etiketler	3606000 USD	İstanbul
Güven Plastik A.Ş.	1959	240	PS, ABS, PP, PVC'den mamül kap ve kapaklar	19000000 USD	İstanbul
İspak İzmit Sıvı Paketleme A.Ş.	1974	65	Alüminyum folyo kağıt, karton PE, PVC, PET, OPP	Belirtilmemiş	İstanbul
Koroza Ambalaj A.Ş.	1973	Belirtilmemiş	Strech, Shrink film, lamine ambalaj, ekmek poşetleri, piliç poşetleri	Belirtilmemiş	İstanbul
Plaş Plastik A.Ş.	1979	135	PVC ve PE yağ şişe ve kapakları	Belirtilmemiş	İstanbul
Polibak Plastik Film A.Ş.	1993	175	BOPP filmler koektrüze, düz metalize, pearlize	13000000 USD (1997'nin ilk 9 ayında)	İzmir
Polinas Plastik A.Ş.	1982	450	BOPP bant ve lamine opak metalize filmler	50000000 USD	Manisa
Rotopak Matbaacılık Ambalaj A.Ş.	1972	350	PVC sert stretch shrink film kağıt, alüminyum ambalaj	28360949 USD (22 ülkeye)	İstanbul
Sarten Ambalaj A.Ş.	1972	998	Teneke kutu, plastik şişe, kavanoz kapağı	Belirtilmemiş	İstanbul
Van Leer Saf Plastik A.Ş.	1965	450	Baskılı plastik folyo ve filmler	8500000 USD	İzmir
Zirplast Zirai Sınai Plastikler A.Ş.	1963	Belirtilmemiş	Gıda ambalajı (Dondurulmuş gıda, cips, makarna, pirinç, margarin)	Belirtilmemiş	İzmir

SONUÇ

Üç sektör kuramı, kuram içerisinde yer alan sektörler, Türkiye'nin milli geliri ve milli gelir dağılımını etkileyen faktörler incelenmiş ve gıda sektörü için üretim yapan birbiriyle bağlantılı gıda ambalaj sanayisinin üretim hacminin artmasının ve dış ticaret payının artmasının ülke ekonomisini ne yönde etkileyebileceği araştırılmıştır.

Bu çalışmada yapılan araştırma sonucuna göre:

Kuramda bahsedildiği üzere; sanayi sektöründe gelişmiş ülkelerde, bu gelişime bağlı olarak sektörel yapılarda ortaya çıkan değişimler, kurama uyan bir gelişim göstermiştir. Ülkelerin ekonomik yönden gelişmeleri GSYİH'dan almış oldukları paylarla doğru orantılıdır. Gelişmişlik düzeyi; ülkelerin sanayi ve hizmet sektöründeki payları arttıkça bununla doğru orantılı olarak artar.

Tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde çalışan nüfusa bakıldığında gelişim gösteren ülkelerde tarım sektöründe çalışan nüfus azalırken, sanayi ve hizmet sektöründe çalışan nüfus artış göstermektedir. Türkiye'de günümüze kadar, sektörlerin GSYİH'daki payları araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre; tarım sektöründeki payda azalma, sanayi sektöründeki payda olması gerekenin çok altında bir gelişme ve hizmet sektöründeki payda da normal olmayan bir artış gözlemlenmiştir. Şuanda tarım sektörünün GSYİH'da ki payı geçmiş dönemlere göre azalmış olsa da, halen ülkemizde küçümsenemeyecek oranda istihdam sağlayan sektördür. Sanayi sektöründe gelişmeler kaydedilmiştir ancak, GSYİH içerisindeki payı ve istihdam yüzdesi olması gereken değer halen altındadır. Hizmet sektöründe ise, istihdam payı, sanayi sektörünün istihdam payının çok üzerindedir ve büyük bir şişme söz konusudur. Bu da bize tarım sektöründen ayrılan istihdam payının, ikincil sektör olan sanayi sektörünü atladığını ve hizmet sektöründe aşırı bir yığılmaya yol açtığını göstermektedir. Bu tablo, ülkemizde gizli işsizlik olarak tanımlanan probleme yol açmıştır. Çünkü kentleşmenin, sanayileşmenin üzerinde olduğu bir durum ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda, üç sektör kuramının ülkemizde uygulanamadığı gözlemlenmektedir.

Ülkemizdeki sektörel gelir dağılımı yüzdesel olarak analiz edildiğinde, istihdam açısından en yüksek paya sahip tarım sektörü, gelirin ancak %19.3'lük kısmını oluşturmaktadır. İstihdam açısından en düşük paya sahip olan sanayi sektörü ise, gelirin %20.1'ini oluşturmaktadır. Hizmet sektörü en yüksek gelir yüzdesine sahiptir.

Türkiye ekonomisinin iyileştirilmesi açısından sanayileşme ve ihracat büyük önem arz etmektedir. Bu doğrultuda da ambalaj sanayisi Türkiye'nin ihracatında önemli bir yer tutmaktadır. Ülkemizde ihracatın iyileştirilmesi önünde global problemler olmakla birlikte, politikalar, yasalar ve yaptırımlar gibi sorunlar da mevcuttur. İşletmelerin yaşadıkları bu problemler göz önünde tutulmalı ve çözüm önerileri dikkate alınmalıdır. Eğer işletme kaynaklı problemler var ise işletmeler kendi yaşadıkları sorunlara çözüm üretme yoluna gitmeli, ihracat stratejilerini güçlendirmelidir. Bu çalışmada üzerinde durulan birbirleriyle bağlantı iki sektör olan gıda sanayisi ve ambalaj sanayisinde üretim yapan firmalar da bu birbirleriyle kurdukları bu bağı kuvvetlendirmeli, atıl kapasitelerini hayata geçirmeli, dünya standartlarına uygun prosesleri prensip edinmeli, tasarımlarını ve uluslararası ticaret vizyonlarını güçlendirmeli, bu sayede de pazar paylarını artırma fırsatını yakalamalıdır.

Son olarak, Türkiye'nin ihracat kapasitesini etkileyen faktörler, sektörel olarak incelendiğinde işletmeleri doğrudan etkilediği gözlemlenmiştir. Bu etkiler işletmelerin ihracat performansını belirlemektedir. Bu durumda işletmelerin kendi problemlerini iyileştirme çabaları tek başına yeterli olmayıp, gerekli yasa, teşvik ve tedbirlerle problemlerin kısa sürede ve etkili bir şekilde çözülmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdullah Okumuş, Eyyüp Yaraş ve Tülay Yeniçeri, “Tüketicilerin Ambalaja İlişkin Tutum ve Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma”, 8.Ulusal Pazarlama Kongresi, 2003
- Akın İlkin, Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi, Gürayay Mat. İst., 1979
- Aktan, Coşkun Can ve Vural, İstiklal Yaşar, “Makroekonomik Politikalar, Gelir Dağılımı ve Yoksulluk”, Yoksullukla Mücadele Stratejileri, Coşkun Can Aktan (ed.), Hak-İş Konfederasyonu Yayınları, Ankara, 2002
- Ambalaj Sanayi Raporu, 20.04.2011,
http://www.ilkeambalaj.com/tr/index.php?option=com_content&view=article&id=1:ambalaj-sanayi-raporu&catid=1:fla-haberler&Itemid=37
- Ambalaj Üretimi Artık Evrenseldir, Ambalaj Araştırma Geliştirme İnceleme Dergisi, Mövenpic Otelde Yapılan Yaratıcı Ambalaj Panelinden, Sayı 22, 1995
- Ambalaj ve Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği, 2004,
- Ambalajın Kullanım Alanları, 15.03.2011,
www.ambalajrehberi.com.tr/files/documents/1174897481921.doc
- Aslıhan Arıkan, “Retort Ambalajlar”, Ambalaj Bülteni, Mart/Nisan, 2008,
20.04.2011, <http://www.ambalaj.org.tr/14%20M-N%20DOSYA2008.PDF>
- Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri, Ambalaj Sanayii, Temmuz 2010, 20.04.2011, http://www.aia-istanbul.org/files/ambalaj_sanayii.pdf
- Ayşe Şen, Üç Sektör Kuramı ve Türkiye’de Planlı Dönemde Sektörlerin Gelişimi, İstanbul, 1993
- Bert F. Hoselitz, “Bir Sınai İşgünün Doğması ve Gelişmesi”, İktisadi Kalkınmanın Sosyal Meseleleri, Ekonomik ve Sosyal Etüdler Konferans Heyeti, İstanbul, 1964
- Bige A.Köksal, Rasih A.İlkin, Türkiye’de İktisadi Politikanın Gelişimi (1923-1973), Yapı Kredi Bankası A.Ş. Yay. Binbirdirek Mat., İstanbul, 1973
- Cam Sektörü Raporu, Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 20.04.2011, <http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/cam-sektor-raporu-ocak-08032011110810.pdf>

- Devlet İstatistik Enstitüsü, GSMH Kavram Yöntem ve Kaynaklar, DİE Yayınları, Ankara, 1994
- Dış Ticaret Müsteşarlığı, Başlıca Ekonomik Göstergeler, Ankara, 1995
- DİE, İstatistiki Göstergeler, 1923-91
- DİE, TİY, 1968, Krediler, 1945-48, Bulutay, Tezel, Yıldırım, 1949-62
- DİE, Türkiye Milli Geliri ve Harcamalar, 1948-73, Ankara, 1973
- DİE, Türkiye’de Toplumsal ve Ekonomik Gelişmenin 50. Yılı, Ankara, 1973
- Doğan Erbek ve diğerleri, Türkiye Ambalaj Sanayi ve Pazarı 2010 Yılı Raporu, 20.04.2011, <http://www.ambalaj.org.tr/Demo/docs/eylul-ekim-2010-dosya.pdf>
- Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Türkiye’de Genel Gelir Dağılımının Analizi ve İyileştirilmesi, 2004
- DPT, IBYKP, 1963-67
- DPT, Kalkınma Planı 1. 5 Yıl (1963-67), Ankara, 1963
- DTM, 100 Soruda Dış Ticaret, İhracatı Geliştirme Etud Merkezi, Ekim 2006
- Erkan Işığışık, 1998, “Türkiye’de Gelir Dağılımı ve 1987-1994 Gelir Dağılımı Araştırmalarının Karşılaştırmalı Bir Analizi”, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C.16
- Fellows P.J., Food Processing Technology, Ellis Harwood Limited, 1990
- Fulya Bayraktar, Ahşap Ambalaj Malzemeleri Sektör Araştırması, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara: Mart, 2005
- Fulya Bayraktar, Kağıda Dayalı Ambalaj Malzemeleri Sektör Araştırması, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., 2004
- Funda Sevecan, Songül A. Vaizoğlu, “Pet Ve Geri Dönüşümü”, Tsk Koruyucu Hekimlik Bülteni, C. 6, 2007
- Haldun Gülalp, Gelişme Stratejileri ve Gelişme İdeolojileri, Yurt Yanınları, Ankara, 1987
- Hanehalkı Bütçe Anketi Gelir Dağılımı Sonuçları, DİE, Ankara, 2002
- Herbert M. Meyers ve Murray J. Lubliner, Başarılı Ambalaj Başarılı Pazarlama, 2. Baskı, Çev: Zehra Üskiden, İstanbul: Rota Yayınları, 2004
- Hilal Usta, Kâğıt Sektörü Profil Araştırması, İstanbul Ticaret Odası, b.t

- ITC-International Trade Center (Uluslararası Ticaret Merkezi)-Trademap
- İ. Hakkı Eraslan, “Abdülmecit Karataş ve Hüseyin Kaya, Türk Plastik Sektörünün Rekabetçilik Analizi”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.11, 2007
- İpek Demircioğlu, Ambalaj Sektör Profili, İstanbul Ticaret Odası, Şubat, 2003
- İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2006
- İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Ambalaj ve Ticari Önemi, Hüsnü Tabiat Matbaası, İstanbul, 1968
- Kağıt, Karton Ambalaj Tanıtım Grubu, 20.04.2011,
<http://www.turkeyisready.com/TR/Genel/bPaper.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EFF4AB19A2EFA3C691>
- Karten Alev, 7 Milyar Dolar Toprağın Altında, Akşam Gazetesi, İstanbul, 1999
- Kazgan, Gülten, Önder, İzzettin, Kirmanoğlu, Hakan ve Tunver, Nihal, Türkiye’de Gelir Dağılımını Bozan Etkenler ve İyileştirilmesine İlişkin Politikalar, Ekonomik ve Sosyal Sorunlar Dizisi, Ankara, 1990-92
- Kazgan, Gülten, Türkiye’de Gelir Bölüşümü Dün ve Bugün, Friedrich Ebert Vakfı Yay., İstanbul, 1990
- Korkut Boratav, Ş.Pamuk, Ç.Keyder, Kriz, Gelir Dağılımı ve Türkiye’nin Alternatif Sorunu, Doyuran Mat. İstanbul, 1987
- Korkut Boratav, Türkiye İktisat Tarihi (1908-1985), Gerçek Yayınevi, İkinci Baskı, İstanbul, 1989
- Latif Çakıcı, İşletmelerde Ambalaj Sorunları ve Ambalajlama Alanındaki Gelişmeler, 2. Baskı, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 1987
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi) Gıda Teknolojisi Çay Üretimi ve İşleme Dökme Çay Ambalajlama, Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı, 2008
- Mustafa Öztürk, Plastikler ve Geri Kazanılması, İstanbul: Çevre Bakanlığı Müsteşar Yrd., 2005
- Mustafa Sönmez, Türkiye’de Gelir Eşitsizliği, 2.B., İletişim Yay., İstanbul, 1982
- Nazif Kuyucuklu, Türkiye İktisadı, Acar Mat., İkinci Baskı, İstanbul, 1986
- Nusret Ekin, İşgücü ve Ekonomik Gelişme, Fakülteler Mat. İstanbul, 1968

Poyraz Publishing Inc., Packaging Manufacturers in Turkey, İstanbul, 1997

Remzi Altunışık, Şuayıp Özdemir ve Ömer Torlak, Modern Pazarlama, Adapazarı: Değişim Yayınları, 2001

Rıdvan Karluk, Türkiye Ekonomisi, 2.B., Beta A.Ş., Eskişehir, 1995

Sacharow Stanley, Griffin Roger C., Food Packaging, A Guide for The Supplier Processor and Distributor, The AVI Publishing Company Inc., Westport Connecticut, 1970

Serkan Erdoğan, Dış Ticaret Açısından Ambalaj Sanayinin Türk Gıda Sanayindeki Yeri, Önemi ve Uygulamadan Örnekler, 1999

Songül Bektaşoğlu, Ambalaj Sanayi, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2010

Süleyman Özmucur, Milli Gelirin Üç Aylık Dönemler İtibariyle Tahmini Dolarla İfadesi ve Gelir Yoluyla Hesaplanması, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No.1987-1., İstanbul, 1987

Şevket Pamuk, Z.Toprak, Türkiye’de Tarımsal Yapılar (1923-2000), Yurt Yayınları, Ankara, 1988

Tevfik Fikret Uçar, “Devinim Halindeki Çağdaş İnsan İçin Ambalaj Tasarımı”, Anadolu Sanat, S. 2, 1994

The Union Chambers of Commerce, Industry and Commodity Exchange of Turkey, The Canning Industry in Turkey, 1958

Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Ambalaj Sektörü, 2020

Türkiye Metal Sektörü Raporu, Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Temmuz, 2010

Türkiye’de Ambalaj İhracatı, 20.04.2011,
<http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/010103/11169>

Türkiye’de Ambalaj Sanayi ve Pazarı, 20.04.2011,
www.ambalajrehberi.com.tr/files/documents/1166615988265.doc

Türkiye’de Ambalaj Sanayi ve Pazarı, Ambalaj 2009, Sempozyumu, 20.04.2011,
<http://www.ambalaj2009sempozyumu.org/ambalaj/turkiyede-ambalaj-sanayi-ve-pazarı>

Üç sektör modeli, (b.t.), https://tr.qaz.wiki/wiki/Three-sector_model

Yakup Kepenek, “Türk Sanayiinde Yatırımlar Üzerine Bir Deneme”, İçinde,
“Cumhuriyetin 50. Yılında Türkiye’de Sanayileşme ve Sorunları” Semineri, SBF
Yay., Yay. No.382, Ankara, 1974

Yakup Kepenek, Türkiye Ekonomisi, Beyda Basınevi, Ankara, 1983

Yücel Candemir, Prof. Dr. Cavit Tütengil’in Anısına Armağan, İ.Ü.İkt.Fak.
Mecmuası, Özel Sayı.1, Fakülteler Mat., İstanbul, 1982

Zeyyat Hatiboğlu, Türkiye İktisadına Güncel Bir Yaklaşım, Temel Araştırma A.Ş.
Yay. No.7, Mat/Er Mat. İstanbul, 1986