

Пакувальна індустрія Туреччини

А. Арикан, Turkish Packaging Manufacturers Assosiation, м. Стамбул

Упаковка може бути визначена як промисловий продукт, який розміщує, захищає, зберігає, транспортує та продає різноманітну продукцію. Упаковка необхідна для того, щоб продукція, виготовлена в різних галузях економіки, включаючи сільське господарство та переробну промисловість, була доставлена до споживача без втрати своїх споживчих властивостей. У цьому сенсі упаковка відіграє роль локомотива для всіх виробничих галузей. Рівень розвитку пакувальної індустрії та споживання упаковки на душу населення сьогодні, здебільшого, розглядається в світі як «індикатор якості життя та економічної діяльності».

Інтродукція

Упаковка посідає все більш важливе місце в цільовому маркетингу, особливо в експорті сільськогосподарської та продовольчої продукції, інших непродовольчих товарів, які виготовлені у Туреччині. Тим часом, незважаючи на те, що останні кілька років у виробничому секторі кінцевої продукції відбувається економічний спад, сектор пакування Туреччини демонструє зміни, які спрямовані на підвищення якості упаковки, зменшення її негативного впливу на навколишнє середовище. Крім того, з'являються нові виробничі потужності як у переробній промисловості, так і в турецькій пакувальній індустрії. Їхня мета — задоволення потреб споживача, які зростають швидше, ніж у країнах ЄС з розвинутою економікою і насиченим ринком пакувальних матеріалів.

За останні десять років у результаті збільшення середнього доходу на душу населення відбулися значні зміни в стандартах його життя. Зростає урбанізація міст та містечок, збільшується середня тривалість життя,

розширюється участь жінок у виробничій сфері, змінюються звички споживачів та їхні споживчі очікування. Все це призводить до розвитку нових методів самообслуговування в центрах споживання продукції, заохочує країни поширювати торгівлю в гіпер- та супермаркетах, де споживачі безпосередньо купляють продукцію. Зазначені системи роздрібною торгівлі підтримують розвиток і використання сучасної упаковки. Перед споживачами постає широкий спектр якісної надійної продукції за доступними цінами з урахуванням балансу між ціною і якістю продукції. Крім того, працюють такі чинники, як рівень обслуговування клієнтів, точки розповсюдження. Тобто ланцюжок маркетингових заходів у таких торгових центрах збільшує продажі продукції з полиці і тим самим підвищує попит на сучасну пакувальну продукцію.

За даними Federation of all shopping centers and retailers in Turkey частка сучасної роздрібною торгівлі в Туреччині зросла з 25 % у 2002 р. до 47 % в 2012 р. Враховуючи, що в країнах Європейського союзу та Північної Америки з



розвинутою економікою така частка становить понад 80 %, попит на упаковану продукцію в Туреччині буде зростати.

До того ж доходи на душу населення, розраховані на основі паритету купівельної спроможності в Туреччині, вказують на вельми позитивні результати. І це є потужним стимулом для зростання продажів упакованої продукції.



Рис. 1. Структура пакувальної продукції в Туреччині в 2013 р., %

| Матеріал упаковки | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|------|
| Папір | 80 | 117 | 106,3 | 110 | 88 |
| Картон | 418 | 503 | 564 | 534,25 | 568 |
| Гофрокартон | 1389 | 1564 | 1702,5 | 1772 | 1879 |
| Полімери | 1560 | 1834,5 | 2012,7 | 2160 | 2519 |
| Метал | 309,5 | 365,5 | 363,7 | 353,25 | 385 |
| Скло | 567 | 734 | 857 | 951 | 978 |
| Деревина | 385 | 420 | 453,6 | 469,5 | 484 |
| Загалом | 4708,5 | 5538 | 6059,8 | 6350 | 6901 |



Виробництво пакувальної продукції

Виробництво пакувальної продукції в Туреччині залежить від замовлень. Зазвичай, упаковка від виробників одразу потрапляє до виробників продукції. Таким чином, виробництво пакувальної продукції можна вважати рівним її використанню з урахуванням експорту та імпорту.

З другого боку, через відсутність статистичних даних у країні, показники виробництва можуть бути отримані лише із затримкою (приблизно на один рік) зі спеціалізованих даних асоціацій та інших ресурсів. У проміжні періоди вони розраховуються шляхом екстраполяції на основі деяких припущень.

Турецька пакувальна індустрія, порівняно з багатьма іншими галузями, під час світової фінансової кризи в 2008–2009 рр. змогла зберегти свої позиції. Закінчивши 2009 р. із невеликим скороченням, у 2010 р. вона збільшила виробництво пакувальної продукції на 18 %. У 2011 р. було вироблено упаковки та пакувальних матеріалів у обсязі 6 млн т, вартістю \$ 12 млрд. У 2012 р. виробництво за

оцінками експертів склало близько 6,35 млн т, а загальний обіг у розмірі \$ 14 млрд.

У 2013 р. виробництво оцінюється приблизно в 6,9 млн т (8 % зростання), а загальний обіг \$ 16,2 млрд (15 % приросту) (табл. 1, рис. 1).

Перспективи сектору пакування можна оцінити, проаналізувавши виробництво промислової та сільськогосподарської продукції. Загалом вартість упаковки становить 3–5 % від ціни продукції щоденного споживання та 10 % для комерційних товарів з невеликим збільшенням для товарів розкоші. За даними World Packaging Organisation 50 % упаковки припадає на продукцію повсякденного попиту і споживання, це, насамперед, харчові продукти та напої, 20–30 % — на непродовольчі товари і 20–30 % — промислові. Відповідно до цього виробництво упаковки на \$ 16,2 млрд забезпечує виробництво споживчої продукції в 2013 р. у Туреччині, принаймні на \$ 220–280 млрд.

Експорт пакувальної продукції

Пакувальна індустрія Туреччини має потужний експортний потенціал, що

забезпечує позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Вважається, що він збереже своє становище з тенденцією до зростання. Заданими Turkish Statistical Institute експорт пакувальної продукції в 2013 р. склав \$ 3,6 млрд (рис. 2). Він збільшився на 9 % за обсягом і 17 % за вартістю порівняно з попереднім роком. Варто підкреслити, що значна кількість упаковки експортується у складі споживчої продукції.

Турецька пакувальна продукція експортується в 183 країни по всьому світу і, зокрема, в країни Європейського Союзу. У 2012 р. провідними країнами експорту були Німеччина, Ірак, Великобританія, Франція, Іран, Нідерланди, Азербайджан, Ізраїль, Італія та Росія (рис. 3).

У 2013 р. полімерна упаковка займала перше місце в експорті з часткою 70 %. На другому місці упаковка з паперу, картону та гофрокартону з часткою в експорті 19 %. Далі металева упаковка — 9 %, дерев'яна — 1 % та скляна — 1 % (рис. 4). Загалом у 2013 р. експорт пакувальної продукції порівняно з 2012 р. зріс за обсягом продукції на 9 %, а за вартістю на 17 % (табл. 2).

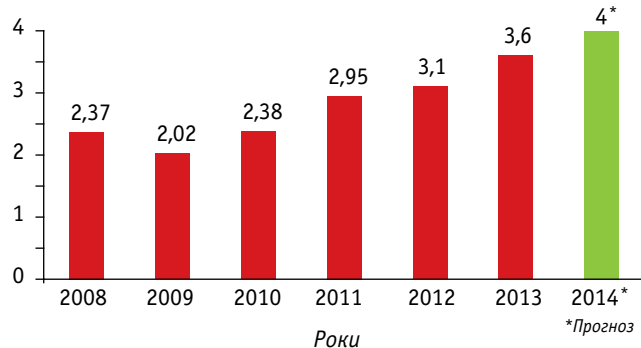


Рис. 2. Експорт пакувальної продукції Туреччини, \$ млрд

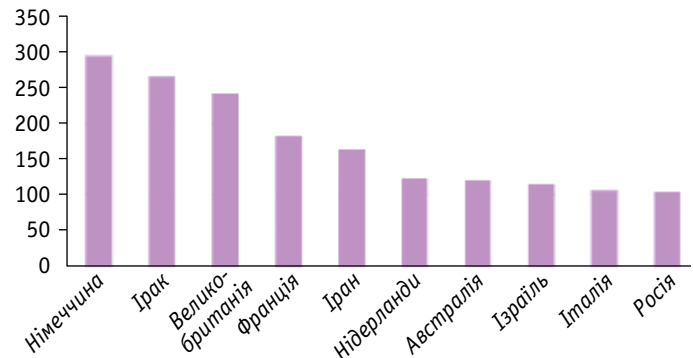


Рис. 3. Експорт пакувальної продукції Туреччини до 10 країн, \$ млн



Імпорт пакувальної продукції

Пакувальні матеріали та упаковка, що були завезені до Туреччини у 2013 р., склали понад \$ 3,7 млрд. Їхня частка порівняно з 2012 р. збільшилась на 22 % за кількістю та на 27 % за вартістю (табл. 3).

Найбільший імпорт склала полімерна пакувальна продукція (47 %), а також з паперу, картону та гофрокартону (44 %) (рис. 5).

Слід зазначити, що більша частина пакувальної продукції, що імпортується, це сировина та напівфабрикати. Туреччина не виробляє целюлозу для паперу, картону та гофрокартону. Тому майже всю сировину для транспортної упаковки з гофрокартону треба завозити з інших країн.

Пакувальні матеріали, загалом, імпортуються з Німеччини, Китаю, США, Італії, Кореї, Франції, Великобританії, Росії, Бельгії та Фінляндії (рис. 6).

Споживання і очікування

Середній світовий показник кількості упаковки у вартісному вимірі на душу населення, що визначає показник

Таблиця 2.
Порівняння експорту пакувальної продукції Туреччини в 2012 і 2013 рр.

| Матеріал | 2012 | | 2013 | | Зміни (%) | |
|--------------|--------|--------|--------|--------|-----------|--------|
| | тис. т | \$ млн | тис. т | \$ млн | тис. т | \$ млн |
| Полімери | 628,4 | 2090,6 | 741,9 | 2527,5 | 18 | 21 |
| Папір/Картон | 381,8 | 621,7 | 391,9 | 691,7 | 3 | 11 |
| Метал | 97,7 | 312,7 | 102,6 | 338,1 | 5 | 8 |
| Скло | 70,2 | 36,5 | 50,7 | 29,9 | -28 | -18 |
| Деревина | 70,1 | 35,5 | 73,0 | 36,9 | 4 | 4 |
| Інші | 0,8 | 3,8 | 0,9 | 3,9 | 11 | 0 |
| Загалом | 1249,0 | 3100,8 | 1361,0 | 3628,0 | 9 | 17 |

Таблиця 3.
Порівняння імпорту пакувальної продукції Туреччини в 2012 і 2013 рр.

| Матеріал | 2012 | | 2013 | | Зміни (%) | |
|--------------|--------|--------|--------|--------|-----------|--------|
| | тис. т | \$ млн | тис. т | \$ млн | тис. т | \$ млн |
| Полімери | 326,0 | 1486,5 | 384,2 | 1728,9 | 18 | 16 |
| Папір/Картон | 1162,8 | 1172,6 | 1310,9 | 1616,7 | 13 | 38 |
| Метал | 29,1 | 184,7 | 35,4 | 214,8 | 21 | 16 |
| Скло | 61,0 | 59,7 | 198,6 | 126,3 | 225 | 112 |
| Деревина | 13,3 | 10,1 | 13,4 | 10,7 | 1 | 6 |
| Інші | 1,8 | 3,8 | 3,3 | 4,0 | 83 | 7 |
| Загалом | 1594,0 | 2917,4 | 1945,8 | 3701,4 | 22 | 27 |

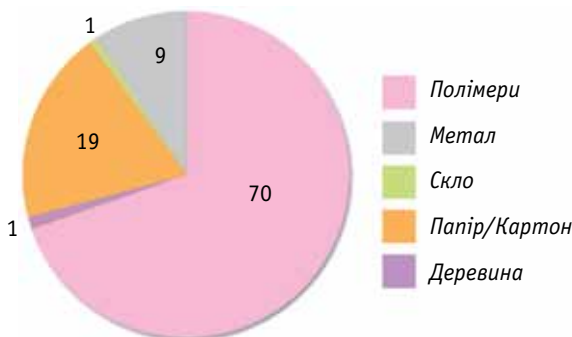


Рис. 4. Структура експорту пакувальної продукції (\$) Туреччини в 2013 р., %

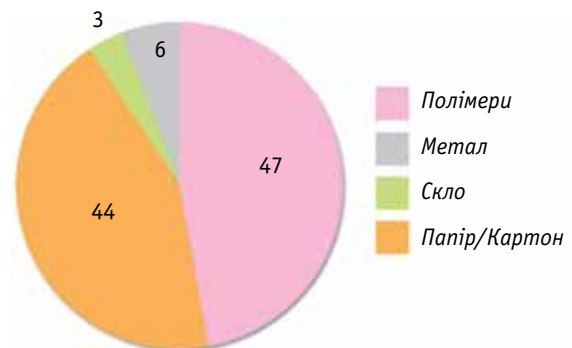


Рис. 5. Структура імпорту пакувальної продукції (\$) в Туреччині в 2013 р., %

життєвого рівня, у 2010 р. становив 110 \$ / чол. Для порівняння зазначимо, що в Північній Америці та Канаді цей показник становить \$ 350–400, у країнах Західної Європи — \$ 250–300, в Японії — \$ 550. У 2012 р. кількість упаковки на душу населення в Туреччині склала близько \$ 190, а в 2013 р. досягла рівня \$ 210. Прогноз експертів на 2023 р. показує, що цей показник перевищить рівень \$ 300.

Основною причиною низького рівня кількості упаковки на душу населення в Туреччині порівняно з розвиненими країнами є значна різноманітність продукції в переробній промисловості, а не потужність або відсутність необхідних технологій у пакувальній індустрії. Технологічний рівень розвитку пакувальної індустрії в Туреччині, з погляду обладнання і нових технологій, не нижчий ніж у деяких розвинених країн ЄС. Нові види упаковки, які надходять на ринок імпорту через зовнішньоторговельну мережу та низькі ставки в іноземній валюті, вже починають вироблятися в Туреччині. «Індикатор» стандарту життя починає зростати. Хоча турецька пакувальна індустрія має як структурний, так і технологічний потенціал для задоволення потреб внутрішньої переробної промисловості, імпортні поставки такої продукції надходять в оригінальній упаковці. Коли нові продукти почнуть вироблятися в Туреччині, упаковка для них також буде вироблятися в країні, а обсяг ринку буде розвиватися відповідним чином. Пакувальна індустрія Туреччини має необхідний потенціал і досвід для розвитку. В країні є кілька компаній, які займають провідні позиції на місцевих та міжнародних ринках. Підраховано, що в пакувальній індустрії Туреччини працює 90–100 тис. робітників на приблизно 3 тис. підприємств. Пакувальні компанії розміщені поблизу підприємств переробної промисловості. Вони найбільш інтенсивно розташовані в Стамбулі, Ізмірі, Манісі та різних місцях Анатолії. Розміщення пакувальних компаній Туреччини в середині 2013 р. показано на рис. 7. Ця інформація повинна інтерпретуватися як кількість компаній, а не як їх потужності. Таким чином, одна компанія в регіоні може мати потужність, рівну сумі потужностей великої кількості компаній в іншому регіоні. *Ж*

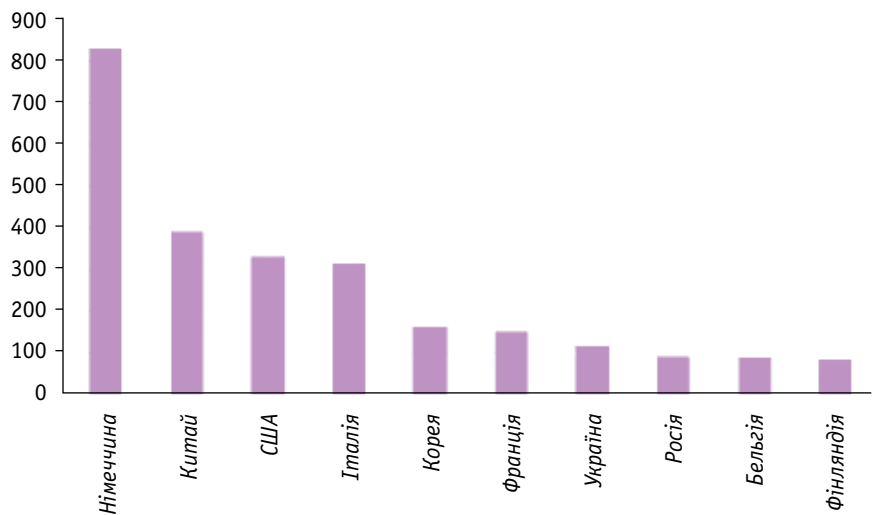


Рис. 6. Імпорт пакувальної продукції в Туреччину з інших країн, \$ млн

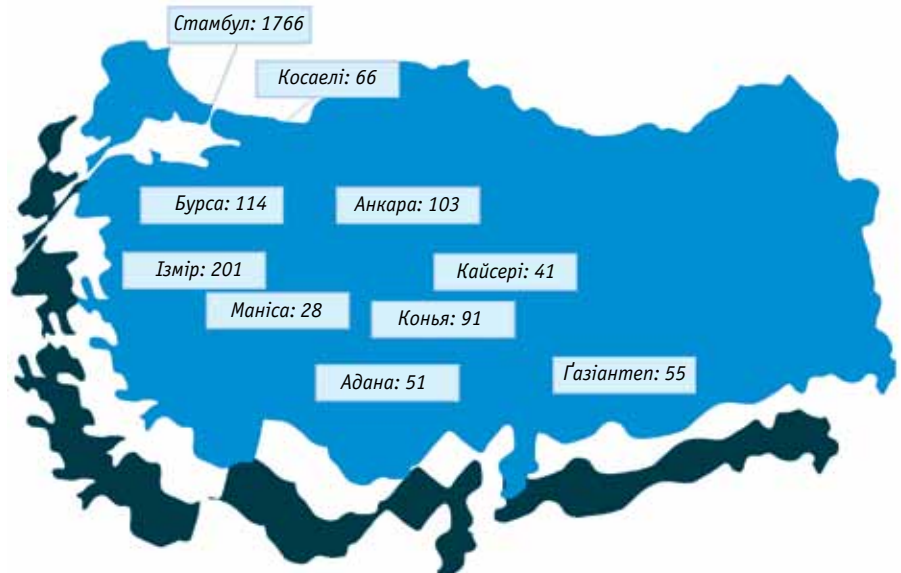


Рис. 7. Географічне розміщення пакувальних компаній Туреччини

Упаковочная индустрия Турции

А. Арыкан

Автор анализирует ситуацию и развитие упаковочной индустрии Турции. Она объясняет, каким образом развитие упаковки связано с развитием перерабатываемой промышленности. Указано количество производимой упаковки по упаковочным материалам. Проанализировано экспорт и импорт упаковочной продукции, её структура, страны-экспортеры и импортеры. Приведены причины, которые объясняют нынешнее состояние упаковочной индустрии, а также спрогнозировано её развитие на ближайшие годы.

Ключевые слова: упаковка; рынок Турции; производство; экспорт; импорт.

Turkish packaging industry

A. Arıkan

The author analyzes the situation and development of the packaging industry in Turkey. She explains how the development of packaging associated with the development of industry workmanship. It is indicated the number of produced packaging for packaging materials. She analyzed the import and export packaging products, its structure, exporters and importers. Are the reasons that explain the current state of the packaging industry, and predicted its development in the coming years.

Keywords: packaging; Turkish market; production; export; imports.