

KIRTASIYE SEKTÖRÜ

DEĞERLENDİRME RAPORU – 2

Hazırlayanlar:

Prof. Dr. Ramazan Aktaş (TOBB ETÜ)

Prof. Dr. Mehmet Mete Doğanay (Çankaya Üniversitesi)

Ar. Gör. Tunahan Tayar (TOBB ETÜ, Bilkent Üniversitesi)

ÖNSÖZ

Bu raporun hazırlanması için ulusal ve uluslararası güvenilir kaynaklar aracılığıyla çeşitli sektör raporları, makaleler, dergiler ve internet siteleri detaylı bir biçimde taranmıştır. Sayısal verilerden bazılarını ulusal düzeyde istatistik tutan kaynaklardan birisi olan TÜİK vasıtası ile ulaşılırken, çoğu veri ise uluslararası düzeyde saygınlığa sahip olan, dünyada pek çok yatırım fonu ve büyük şirketlerin kullanmayı tercih ettiği ve sadece ücretli erişimle kullanılabilen veri platformu Euromonitor üzerinden ulaşılmıştır. Ülke bazlı istatistiklere ülkelerin metin içinde belirtilen kaynakları aracılığıyla; şirket bazlı verilere ise yine metin içinde belirtilen şirket internet siteleri ile kamuoyu duyuru platformları yoluyla erişilmiştir. Tüm bunlara ek olarak saha araştırması ve pazar değerlendirmesi yapılabilmesi açısından TÜKİD aracılığı ile sektör temsilcilerinin görüşlerine başvurulmuştur.

TÜKİD

KASIM 2022

A. Genel Bilgiler

Tüm dünyada her yaştaki insanların kırtasiye ürünlerini kişisel yaşamlarında, iş hayatlarında ve eğitim amacıyla kullanması söz konusu ürünlere olan talebi canlı tutmaktadır. Kırtasiye ürünleri genel olarak aşağıdaki üç segmentte toplanabilir:

- Okul kırtasiye ürünleri,
- Ofis kırtasiye ürünleri,
- Hobi/sanat kırtasiye ürünleri.

Okul kırtasiye ürünleri temel olarak aşağıdakilerden oluşmaktadır:

- Her çeşit defter ve bloknot ile diğer kâğıt ürünleri (etiket, elişî kağıdı, fon kartonu, krapon, vb.),
- Her çeşit kalem,
- Kuru boya, pastel boya, sulu boya, akrilik boya ve guaj boya gibi boyama ürünleri,
- Eğitici akıl ve zeka oyunları ile yayımları,
- Oyun hamuru, kalemtırâş, silgi, kalem kutusu, suluk, çanta, makas, yapıştırıcı, selobant, hesap makinesi gibi diğer eğitim ürünleri.

Ofis kırtasiye ürünleri temel olarak aşağıdakilerden oluşmaktadır:

- Kâğıt (bilgisayar çıktısı almak için A4),
- Bloknot ve büro tipi defter,
- Ajandalar,
- Plannerler,
- Klasör ve dosyalar,
- Her türlü kalem,
- Zimba ve delgeç,
- Tel sökücü,
- Metal masa setleri,
- Şerit silici,
- Büro makasları,

- Maket bıçağı,
- Hesap makinesi,
- Bant kesme makinesi,
- İşletmeler tarafından hediye olarak kullanılan promosyon ürünleri de ofis kırtasiye ürünleri içinde yer almaktadır.

Hobi/sanat kırtasiye ürünleri ise temel olarak aşağıdakilerden oluşmaktadır:

- Her çeşit resim çizme gereci (çizim kalemleri ve fırçaları, çizim boya, çizim defterleri, tuval, vb. ürünler),
- Puzzle grubu ürünler,
- Hobi ve sanat boya (akrilik boya, kumaş boyası, cam ve seramik boyası, sprey boya gibi),
- El beceri ürünleri (origami kağıtları vb. ürünler),
- Seramik ve modelleme ürünleri (polimer kil, model hamurları ve kâğıtlıları, model, kesme ve doku kalıpları, oyma aletleri vb. ürünler),
- Mum türleri ve mum yapım malzemeleri,
- Vernik, tutkal, yapıştırıcı, reçine vb. yardımcı ürünler.

Kırtasiye ürünlerine olan talebin temel sürükleyicisi okul kırtasiye ürünleridir. Dünya’da kırtasiye ürünleri pazarının yaklaşık % 45’i okul kırtasiye ürünlerinden oluşmaktadır. Okul kırtasiye segmenti K-12 ve yükseköğretim olmak üzere iki alt segmente ayrılır. Okul kırtasiye ürünleri her yaştaki öğrenciler ve eğitimciler için en önemli gereç ve eğitim sisteminin ayrılmaz bir bileşenidir. Her öğrencinin ve eğitim faaliyetinin ihtiyacına yönelik çok değişik okul kırtasiye ürünü vardır.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde okullaşma oranının artması ve okul çağındaki nüfusun yükselmesi bu segmentin öne çıkmasında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle okul kırtasiye ürünlerine olan talebin, önümüzdeki yıllarda, gelişmekte olan ülkelerde ve özellikle Asya’da önemli bir artış göstermesi beklenmektedir. Türkiye’de artan genç nüfus potansiyeli iç pazardaki büyüme beklentisi için oldukça önemli bir göstergedir. Aynı zamanda dünya pazarında da önemli büyüme potansiyeli öngörülmektedir. Çin ve Hindistan gibi ülkeler artan okul çağındaki

nüfuslarının eğitim ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak her kademedeki eğitim kurumlarına önemli miktarda yatırım yapmaktadır. Bu durum okula giden öğrenci sayısında kayda değer bir artışın yaşanmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla okul kırtasiye ürünleri segmentinde en fazla büyüme beklenen pazar Asya'dır. En çok büyüme beklenen ikinci pazar ise Ortadoğu ve Afrika'dır. Ortadoğu'da eğitim ile ilgili farkındalığın artması ve özellikle kadınların artan oranda eğitime katılması bu büyümede en önemli rolü oynamaktadır. Afrika'da ise devletlerin eğitim ile ilgili inisiyatifleri ve uluslararası yardımlar okullaşmayı artırmakta ve kırtasiye ürünlerine olan talebi pozitif yönde etkilemektedir.

Okul kırtasiye segmentinin yanında ofis kırtasiye segmentinde de talebin canlı kalacağı değerlendirilmektedir. Pandemi süresince şirketlerin faaliyetlerinde bazı duraksamalar gözlemlense de özellikle pandemi sonrası yeniden ofislere dönülmesiyle birlikte ofis segmentinde de hızlı bir toparlanma görülmüştür. Dünya genelinde ve Türkiye'de her geçen yıl pek çok yeni şirketin kurulması da hem iç hem de dış pazar açısından yeni talep potansiyelini güçlü kılmaktadır. Örneğin; Türkiye şirketleşme istatistikleri değerlendirilecek olursa: 2015 yılında kurulan yeni şirket sayısı 6 bin 200 civarı ve kapanan şirket sayısı 2 bin düzeylerinde iken; 2021 yılında kurulan yeni şirket sayısı 111 bin üzerinde ve kapanan şirket sayısı ise 17 bin düzeyindedir (Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Bilgi Erişim Müdürlüğü). Sadece Türkiye için değerlendirildiğinde dahi bu iki yıl karşılaştırıldığında açılan şirket sayısı oldukça fazla miktarda artarken şirket kapanmasında artış görece daha az seviyedir. Bu da ofis kırtasiye ürünleri açısından olumlu göstergelerden birisi olarak nitelendirilebilir. Dijitalleşme hızı artmış olmakla beraber hala ofis kırtasiye ürünlerine önemli miktarda talep vardır.

Son kategoride yer alan hobi/sanat kırtasiye ürünlerinde ise ilgi pandemi döneminde oldukça artmıştır. Evden çalışma ve evde kalma kampanyalarının sık sık ortaya çıktığı 2020 ve 2021 yıllarında insanların evlerinde vakit geçirmek için yaptıkları faaliyetler bu segment için talebin oluşmasına neden olmuştur. Ayrıca, insanların her zaman ek bir faaliyet yaparak hem boş vakitlerini değerlendirme hem de bireysel becerilerini geliştirme istekleri bu alt grup için de önemli bir pazar potansiyeli oluşturmaktadır.

Kırtasiye ürün grupları içinde yazma gereçlerinin önemli bir payı vardır. Yazma gereçleri içinde en yüksek paya sahip ürün tükenmez kalemlerdir. Bununla beraber yazma gereçlerindeki

talebin sürükleyicisi çok değişik türleri olan boya kalem çeşitleridir. Boya kalemleri özellikle ilk ve ortaokul öğrencileri ile sanat/hobi amacıyla bu araçları kullanan kişiler tarafından talep edilmektedir. Boya kalemlerine olan talebin önümüzdeki yıllarda artacağı değerlendirilmektedir. Higlighterlar ve değişik cinsteki markörler (beyaz tahta kalemleri dâhil) lise ve üniversite seviyesinde öğrenciler, eğitimciler ve kurumlar (şirketler, kamu kurumları vb.) tarafından talep edilmektedir. Bu yazma gereçlerine olan talebin de artması beklenmektedir.

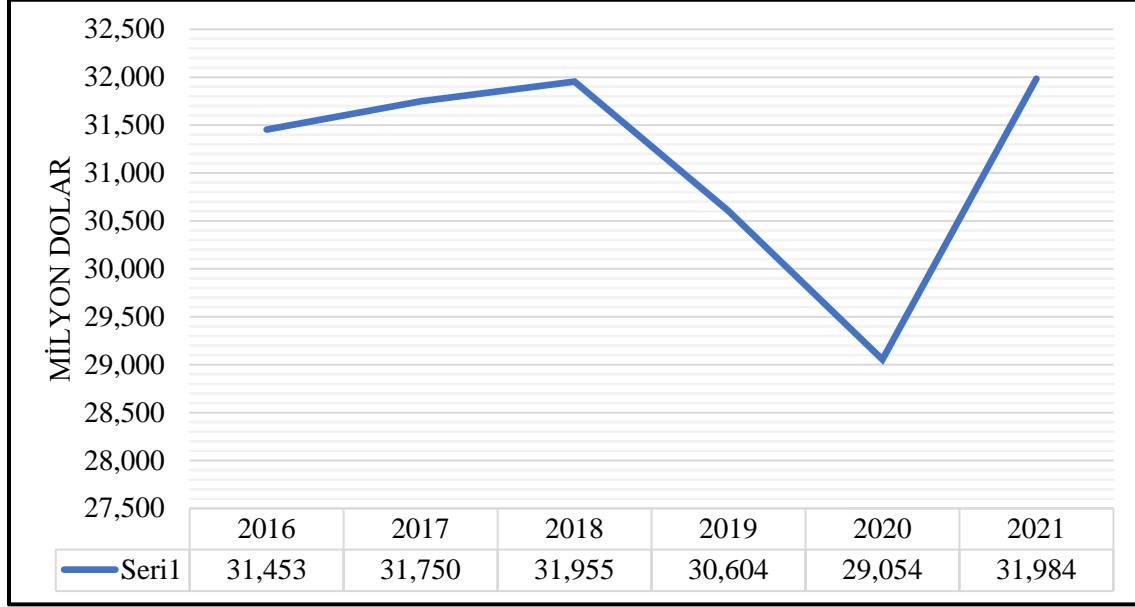
Kırtasiye ürünleri içinde önemli paya sahip diğer bir grup ise kâğıt kırtasiye ürünleridir. Yazma gereçleri ile birlikte kırtasiye sektörünün iki önemli baş segmentini kâğıt ürünleri oluşturmaktadır. Her yazma gereci onu yazacak bir kâğıt ürününe; her kâğıt ürünü de tamamlayıcı olarak bir yazma gereğine ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır. Kâğıt kırtasiye ürünleri özellikle okul segmentinde önemli bir yer işgal etmektedir. Ofis kırtasiye ürünleri ve hobi/sanat kırtasiye ürünleri bazında da ciddi bir paya sahip olan kâğıt ürünlerindeki talep düzeyinin, tıpkı yazma gereçlerinde olduğu gibi, artan genç nüfus ve buna bağlı olarak öğrenci sayısının hızla artması, şirketleşme sayılarının artması, insanların daha yoğun olarak hobi/sanatsal uğraşlara yönelmesi gibi nedenler neticesinde artacağı öngörülmektedir.

B. Dünya’da Kırtasiye Sektörü

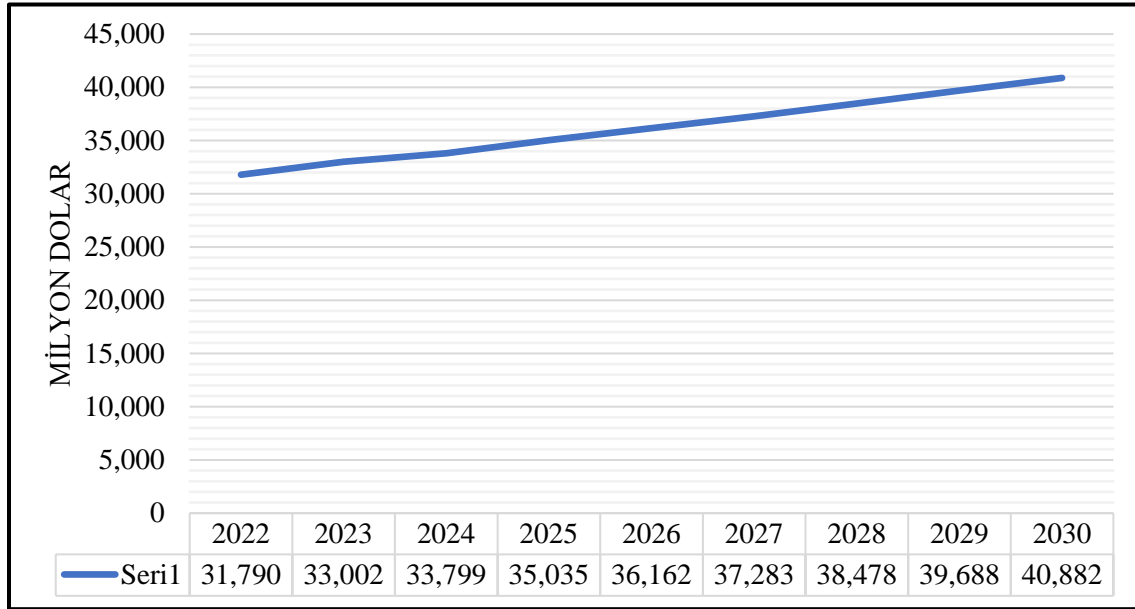
B.1. Toplam İstatistikler

Kırtasiye sektörü için Dünya genelinde akla ilk gelen ürün kategorisi olan kağıt ürünlerinde geçmiş yıllara ait dünya toplam üretim miktarları milyon dolar biriminde aşağıdaki Şekil’de sunulmuştur (Şekil 1). Bu sayılara göre 2016 – 2018 yıllarında düzenli bir artış görülmektedir. Ayrıca, 2019 ve 2020 yıllarındaki gözlemlenen düşüşün pandemi sebebiyle geçici bir düşüş olduğu 2021 yılında görülen keskin artış neticesinde rahatlıkla söylenebilmektedir. Kağıt kırtasiye ürünleri toplam üretim büyüklüğü ile ilgili Euromonitor’ün gelecek yıllara ilişkin tahminleri aşağıdaki Şekil’de sunulmuştur (Şekil 2). Bu grafikten görüleceği üzere gelecek yıllar için kâğıt kırtasiye ürünlerinin üretiminde Dünya genelinde artış trendi beklenmektedir. Öyle ki 2030 yılında gözlemlenmesi beklenen toplam üretim miktarında 2022 yılına göre bir karşılaştırma yapıldığı zaman yaklaşık olarak %30 oranında bir büyüme olacağı tahmin edilmektedir.

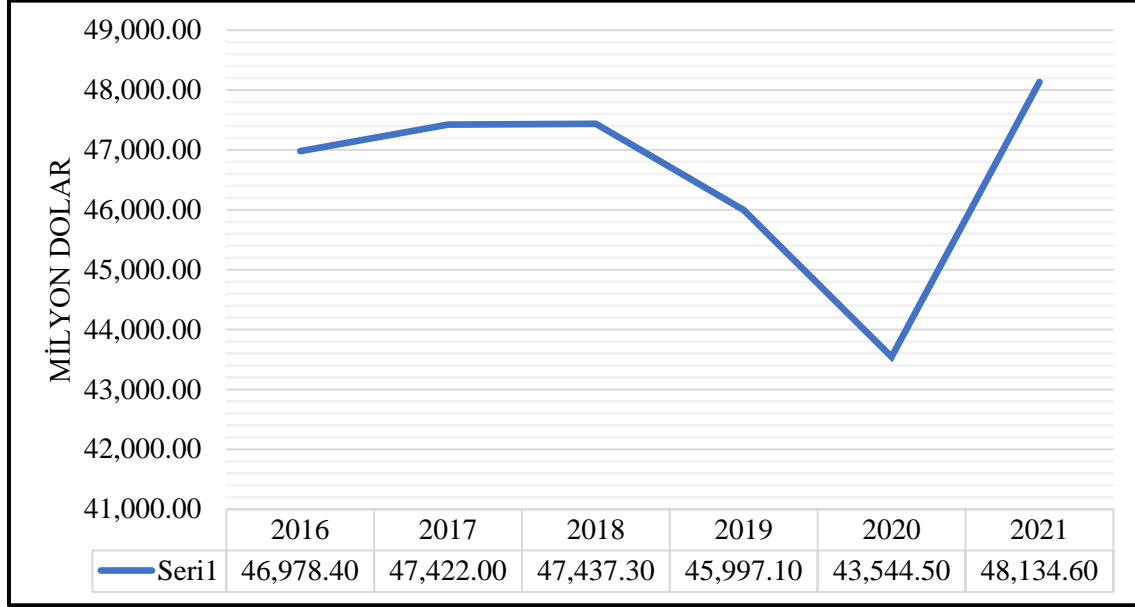
Şekil 1: Kağıt Kırtasiye Ürünleri Yaklaşık Üretim Büyüklüğü (Gerçekleşen),
Kaynak: Euromonitor



Şekil 2: Kağıt Kırtasiye Ürünleri Yaklaşık Üretim Büyüklüğü (Tahmin), Kaynak: Euromonitor



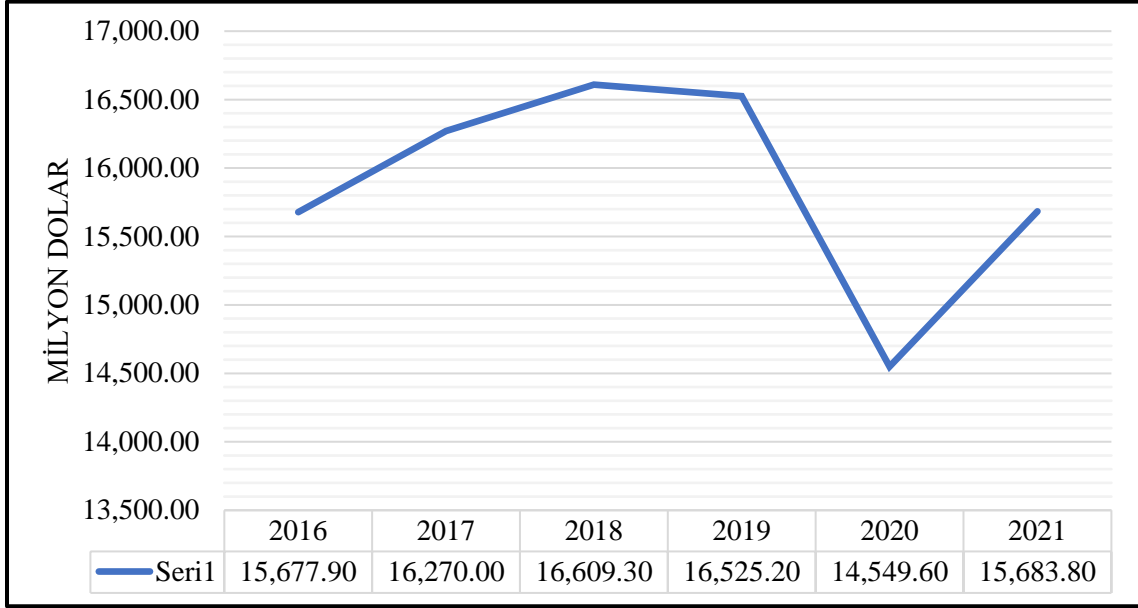
Şekil 3: Kâğıt Kırtasiye Ürünleri Yaklaşık Pazar Hacmi (Gerçekleşen), Kaynak: Euromonitor



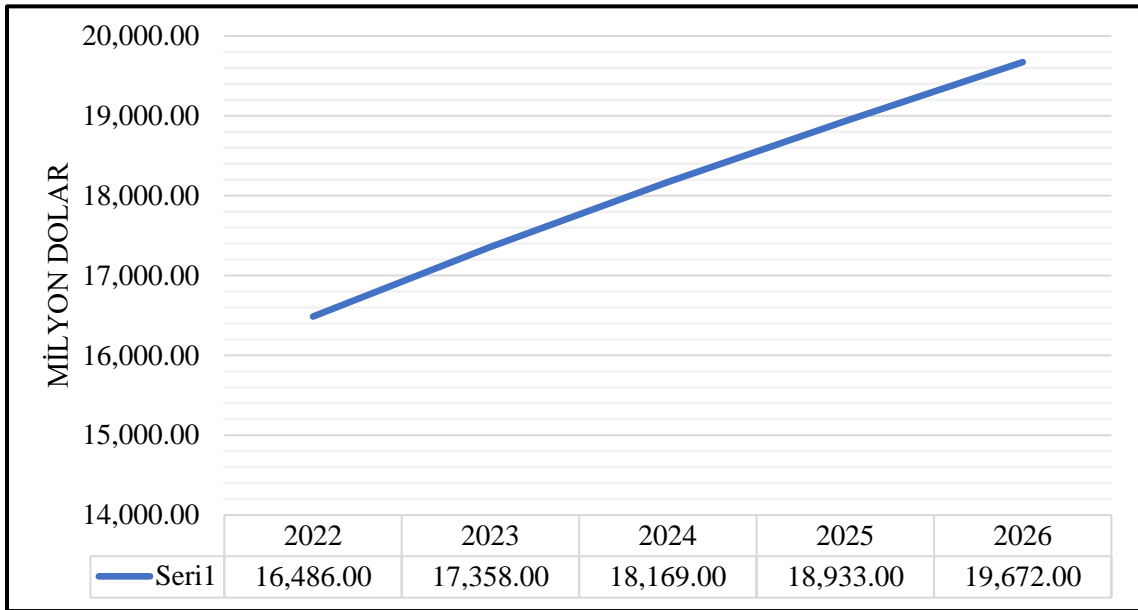
Kâğıt ürünleri için dünya pazarının toplam büyüklüğü için gerçekleşen sayısal istatistikler yukarıdaki Şekil’de sunulmuştur (Şekil 3). 2016 – 2018 yılları arasında gözlemlenen büyümeyi 2019 ve 2020 yıllarında dünya genelinde büyük etkileri olan pandemi sebebiyle oransal olarak büyük sayılabilecek bir düşüş izlemiştir. Ancak, 2021 yılında ticaret faaliyetlerinin normal dönemlerdeki haline dönmesi sonucunda ise yine bu istatistik için de en iyi sayısal büyüklüğe ulaşılmıştır.

Kâğıt ürünleri dışında diğer bir önemli kırtasiye kalemi olan yazma gereçleri için dünya toplamı satış büyüklüklerine ait gerçekleşen durum ve tahmin edilen gelecek büyüklükler aşağıdaki iki Şekil’de sunulmuştur (Şekil 4 ve Şekil 5). Şekil 4’ten gözlemleneceği üzere 2016 yılı baz alındığında 2021 yılı sonunda miktarsal olarak küçük de olsa bir artış gerçekleşmiştir. 2019 ve 2020 yıllarında gözlemlenen düşüşün en büyük etkeninin ise yine pandemi olduğu söylenebilir. Nitekim 2022 yılından 2026 yılına kadar olan tahmin istatistikleri incelendiğinde sürekli bir artışın bekleniyor olması da bu durumu destekler niteliktedir. Kademeli olarak her yıl beklenen büyümeler neticesinde yazma gereçleri satışında dünyada 2026 yılına gelindiği zaman 2022 yılına göre toplamda %19’un üstünde bir büyüme gözlemleneceği öngörülmektedir.

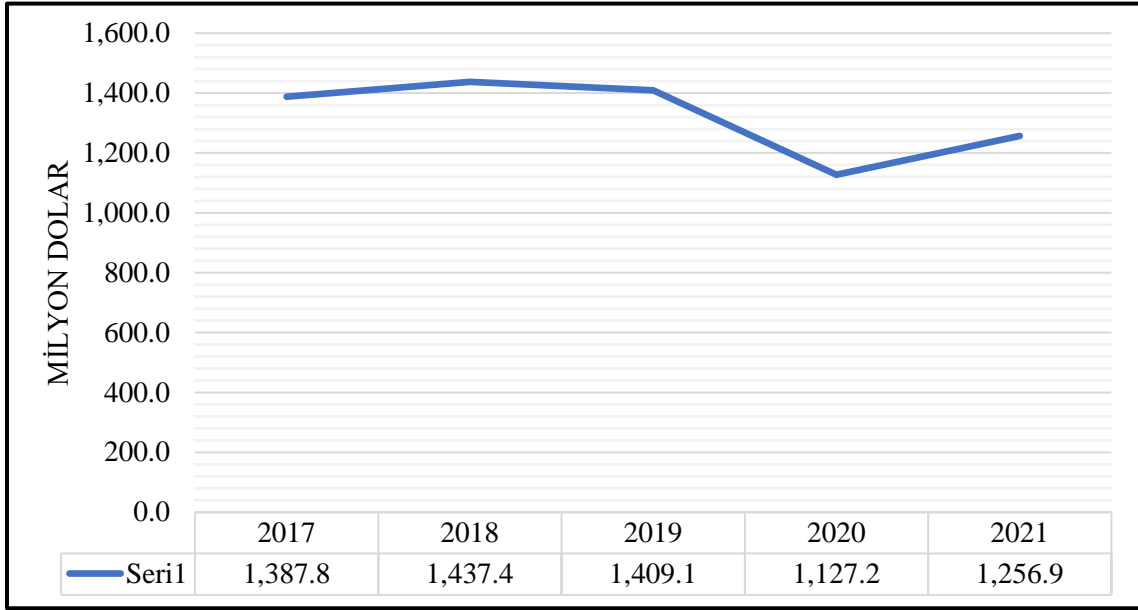
Şekil 4: Yazma Gereçleri Toplam Satış Büyüklüğü (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*



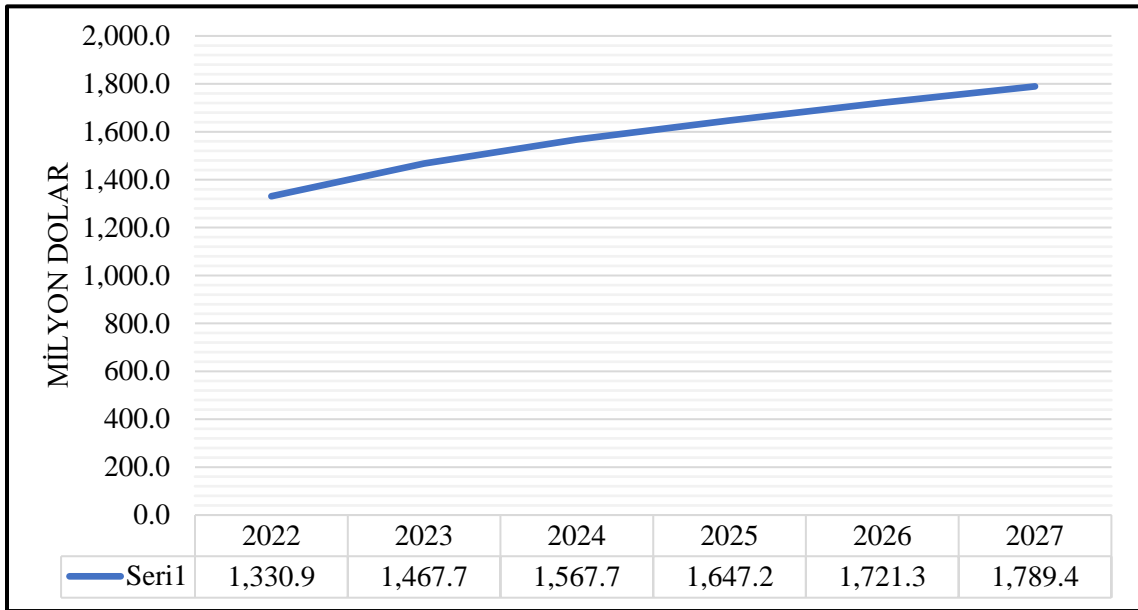
Şekil 5: Yazma Gereçleri Toplam Satış Büyüklüğü (Tahmin), *Kaynak: Euromonitor*



Şekil 6: Lüks Yazma Gereçleri Toplam Satış Büyüklüğü (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*



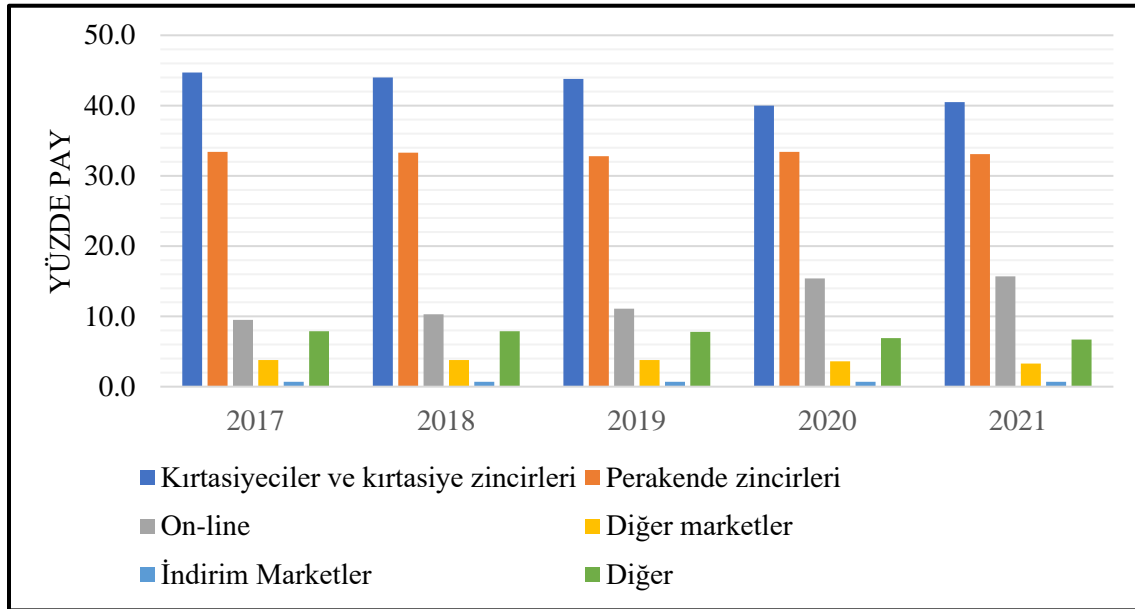
Şekil 7: Lüks Yazma Gereçleri Toplam Satış Büyüklüğü (Tahmin), *Kaynak: Euromonitor*



Yazma araçları kategorisinde önemli bir yere sahip olan özellikli yazma araçları için gerçekleşen satış büyüklüğü sayıları ve tahmin istatistikleri yukarıdaki iki şekilde Şekil 6 ve Şekil 7) sunulmuştur. 2018 yılında ulaşılmış olan zirve satış büyüklüğü olan 1.5 milyar dolar mertebelerinin ardından 2020 yılı sonuna kadar bir düşüş (yine en büyük nedeninin pandemi koşulları olduğu söylenebilir) gözlemlenirken 2021 yılı sonunda tekrar artış eğilimi başlamıştır. Aynı eğilimin devam etmesi durumunda tekrar zirve büyüklüklere 2023 yılında erişilmesi ve ardından da 2027 yılında yaklaşık olarak 1 milyar 790 milyon dolar mertebelerine ulaşılması beklenmektedir. Toplam yazma araçları satış büyüklüğü içinde yaklaşık %10 paya sahip olan özellikli yazma gereçlerinin büyüme eğiliminde olması sektörün geleceği için önemli bir göstergedir.

Aşağıdaki Şekil 8) (Şekil 8), tüm Dünya’da yazma gereçleri dağıtım kanallarının toplam içindeki payları yıllar itibariyle gösterilmektedir. Bu grafikte gözlemlenen en önemli husus kırtasiyeciler ve kırtasiye zincirlerinin payının yıllar geçtikçe azalsa da her yıl için en büyük payı elinde bulundurmasıdır. Diğer önem arz eden bir durum da on-line satış kanalına ait oranın yıllara bağlı olarak artış eğiliminde olmasıdır. Bu konuda bir istatistik olmamakla beraber kâğıt kırtasiye ürünleri dağıtım kanallarında da benzer bir durumun olduğu değerlendirilmektedir.

Şekil 8: Yazma Gereçleri Dağıtım Kanalları Eğilimi, *Kaynak: Euromonitor*



Aşağıda dünya çapında kırtasiye ürün gruplarında üretim/satış konusunda önde gelen firmaların isimleri ve bu firmalar ile ilgili bazı özet bilgilere yer verilmiştir (*Veri kaynağı olarak ilgili firmaların internet siteleri ile halka açık olan firmalar için kamuoyu duyuru platformları esas alınmıştır.*):

- **The Hamelin Group**: Fransa merkezli bir firmadır. Avrupa’da defter sektöründe piyasa lideridir. Oxford markası ile dikişsiz sayfalı defterler, spiralli defterler, not defterleri, çeşitli okul defterleri, resim defterleri, bloknotlar, sert kapaklı ofis not defterleri, adres defterleri, hatıra defterleri, Elba markası ile dosya ve klasörler üretmektedir. 100’ün üzerinde ülkede ürünleri satılan firmanın 2021 yılı için yaklaşık cirosu 400 milyon Euro’dur.
- **C. Josef Lamy GmbH**: Almanya merkezli bir firmadır. Sert kapaklı not defterleri, karton kapaklı not defterleri, PVC kapaklı not defterleri, PP kapaklı defterler üretmektedir. Firmanın 80’den fazla ülke ve 15.600 satış noktasında ürünleri satılmaktadır.
- **Exacompta Clairefontaine SA**: Fransa merkezli bir firmadır. Clairefontaine, G.Lalo ve Rhodia markalarıyla değişik türde defterler, Exacompta ve Falken markalarıyla ile dosya ve klasör, Exacompta markası ile ajanda, Lagenda Moderna markası ile hatıra defteri, ABL markası ile promosyon ürünleri üretmektedir. Defter, dosya klasör ve promosyon ürünleri için elde ettiği son yıla ait yıllık gelir yaklaşık olarak 560 milyon Euro’dur. Halka açık olan firmanın fiyat/kazanç oranı 5,52; piyasa değeri/defter değeri oranı ise 0,27’dir.
- **Erich Krause**: Rusya’da en fazla defter satışını gerçekleştiren firmadır.
- **Hallmark Licensing LLC**: ABD merkezli bir firmadır. Peanuts Woodstock karton kapaklı spiralli defterleri ve Dalmatian Spots defterleri vardır. Firma esas olarak tebrik kartları ile bilinmektedir.
- **ITC Ltd**: Hindistan merkezli bir holdingdir. Papercraft Premium segment markasıdır. Bu marka altında deri kaplı veya sert kapaklı not defterleri, spiralli defterler, hatıra defterleri üretmektedir. Diğer markası Classmate ise öğrencilere yönelik çok çeşitli türde defterler üretmektedir. Kâğıt kırtasiye ürün kategorisinde firmanın yıllık cirosu yaklaşık olarak 90 milyar Dolar’dır.

- **Kikki.K Pty Ltd:** Avustralya merkezli bir firmadır. A4 ve A5 boyutunda çeşitli defterler, bloknotlar, planlayıcılar, hatıra defterleri üretmektedir.
- **Kokuyo Co. Ltd:** Japonya'nın önde gelen defter üreticisidir. Campus, posity ve repete markaları ile spiralli ve spiralsiz defterler ve not defterleri üretmektedir. Bloknot üretimi de vardır. Firmanın kırtasiye ürünleri için konsolide cirosu yaklaşık olarak 632,5 milyon Dolar'dır. Aynı zamanda halka açık olan firmanın fiyat/kazanç oranı 12,7; piyasa değeri/defter değeri oranı ise 0,87'dir.
- **Kokuyo Camlin Ltd:** Hindistan merkezli bir firmadır. Esasen Camlin firması kalem, boya vb. kırtasiye ürünlerine üretmekteydi. Japonya'nın önde gelen defter üreticisi Kokuyo firması, 2012 yılında, Camlin firmasının % 50'den fazlasını satın almış ve şirketin ismi Kokuyo Camlin olmuştur. Firma, resim defterleri, spiralli sert ve karton kapaklı defterler, karton kapaklı diğer tür defterler üretmektedir. Firmanın tüm kırtasiye ürünleri için cirosu yaklaşık olarak 66 milyon Dolar'dır. Halka açık olan firmanın fiyat/kazanç oranı 37,99; piyasa değeri/defter değeri oranı ise 2,91'dir.
- **Leuchtturm Gruppe GmbH & Co. KG:** Almanya merkezli bir firmadır. Leuchtturm1917 markası ile kişisel kullanıma yönelik sert kapaklı not defterleri, hatıra defterleri, eskiz defterleri ve planlayıcılar üretmektedir.
- **CIAK:** İtalya merkezli firmadır. Lüks kişisel not defterleri ve hatıra defterleri konusunda uzmanlaşmıştır.
- **Vijayshri Notebooks Pvt Ltd:** Hindistan merkezli bir firmadır. Değişik tür okul defterleri, resim ve eskiz defterleri, sert kapaklı defterler ve bloknotlar üretmektedir.
- **Moleskine SRL:** Milano İtalya merkezli bir firmadır. Moleskine daha çok işyerinde ve günlük hayatta kullanılan defter, ajanda, planlayıcı, kalem üretip satmaktadır. Çanta satışı da bulunmaktadır. Firmanın 2021 yılı cirosu 121,6 milyon Euro'dur.
- **Herlitz PBS AG:** Pelikan International Corp Bhd içindedir. Herlitz, Pelikanın iki markasından birisidir (diğer marka Pelikan markasıdır). Herlitz markası ile daha çok Doğu Avrupa'da satış yapılmaktadır. Pelikan International Corp Bhd'nin toplam satışlarının % 82,4'ü Avrupa'da, toplam satışlarının % 62'si Almanya'dadır.
- **Lyreco Group:** Kırtasiye ürünlerinin dağıtım kanalları arasında Avrupa'daki en büyük firmalardan birisi olan Lyreco, aynı zamanda ofis ve bilişim ürünleri, kişisel koruma ekipmanları ve catering ve hijyen ürünlerinin de satışını yapmaktadır. 1926 yılında

kurulan firmada aktif çalışan sayısı yaklaşık olarak 10.000'dir. Firmanın 2021 yılı için yıllık cirosu ise 2 milyar Dolar'ın üzerindedir.

- **EOSA (The European Office Supplies Alliance):** 2002 yılında kurulan Avrupa Ofis Malzemeleri İttifakı (EOSA), satış geliştirme, ürün yeniliği ve kaynak bulma ve satın alma tasarruflarını teşvik etme misyonuyla 14 Avrupa ofis ürünleri şirketinin ortaklığıdır. Firma tedarik ve dağıtım kanalları konusunda bir ortaklık amacıyla kurulmuş birliktir.
- **Activa:** Çekya merkezli olan firmanın ana iş alanı ofis ürünlerinin üretimi ve satışlarıdır. Aynı zamanda pek çok lider defter ve kalem üreticisi ile anlaşması olan firma bu ürünler için de bir dağıtım kanalı konumundadır. 1992 yılından beri faaliyette olan firmanın 2021 yılı cirosu yaklaşık olarak 64,5 milyon Euro'dur.
- **Newell Brands Inc:** ABD New York merkezli çok çeşitli ürün portföyüne sahip bir firmadır. Temel ürün grupları içinde yazma gereçleri, yiyecek ve içecek saklama gereçleri (Rubbermaid markası bu firmaya aittir), ev deodorantları, temizlik gereçleri (Rubbermaid markasının bu alanda da ürünleri vardır), çocuk bakım ürünleri, küçük mutfak gereçleri yer almaktadır. Yazma gereçleri firmanın ürün portföyünde önemli bir yere sahiptir. Bu alanda; sharpie (markör, fosforlu kalem, kurşun kalem, keçe kalem), Papermate (kalem, silgi), Prismacolor (kurşun kalem, kuru boya kalemi, markörler, pastel boya), Parker, Elmer (oyun hamuru), Expo (beyaz tahta kalemi), Krazy glue (yapıştırıcı), Reynolds (kalem, markör), X-Acto (kalemıraş) önemli markalarıdır.
- **Societe Bic SA:** Fransız firması olup Bic markası ile kalem üretmektedir. Bunun yanında çakmak ve jilet de üretmektedir. Kırtasiye ürünleri için toplam cirosu yaklaşık olarak 684 milyon Euro'dur. Aynı zamanda halka açık olan firmanın fiyat/kazanç oranı 11,8; piyasa değeri/defter değeri oranı ise 1,44'tür.
- **Pilot Corp:** Tokyo merkezli Japon firmasıdır. Pilot markası ile kalem üretmektedir. Mücevher üretimi de vardır.
- **Shanghai M&G Stationery Inc:** Merkezi Şangay Çin'de olan bir firmadır. M&G markası ile çeşitli tür kalem üretmektedir. Kalem yanında hesap makinesi, zımba, makas, klasör, defter, etiket, yapıştırıcı, spiral makinesi, kâğıt kıyma makinesi, crayon, suluboya, cetvel, gönye vb. üretimi de vardır.
- **Faber-Castell AG:** Almanya merkezli kalem üretim firmasıdır. Kalem yanında değişik defter türleri, silgi, sulu boya, kalemıraş, yağlı boya, model hamuru da üretmektedir.

Kuru boya kalem takımları özellikle ünlüdür. Firmanın 10 ülkede üretim tesisi, 22 ülkede kendisine ait satış şirketi, 120 ülkede ise temsilci bulunmaktadır. Konsolide cirosu yaklaşık olarak 553 milyon Euro'dur.

- **Mitsubishi Pencil Co Ltd:** Tokyo merkezli Japon firmasıdır. Uni-ball markası ile değişik türde kalemler üretmektedir. İlgili firmanın konsolide cirosu yaklaşık olarak 540 milyon Dolar'dır. Borsaya kote olan firmanın fiyat/kazanç oranı 11,73; piyasa değeri/defter değeri oranı ise 0,74'tür.
- **Hallmark Cards Inc:** Missouri ABD merkezli bir firmadır. Özellikle tebrik kartları, hediye paketleme kâğıtları ve hediyelik eşyaları ile tanınmaktadır. Ancak değişik türde kalemler ve crayon da üretmektedir.
- **Richemont SA, Cie Financière:** İsviçre merkezli lüks ürünler üreten bir firmadır. Cartier, Montblanc, Chloé, Old England, Purdey ve Alfred Dunhill markaları bu firmaya aittir. Mücevher ve lüks saatler en önemli ürünleridir. Bunun yanında lüks kalemler de üretmektedir.
- **Pentel Co Ltd:** Tokyo Japonya merkezli bir firmadır. Tükenmez ve kurşun kalem, dolma kalem, markörler, pastel boya, crayon, suluboya, silgi ve yapıştırıcı üretmektedir.
- **Staedtler Mars GmbH & Co KG:** Nürnberg Almanya merkezli bir firmadır. Temel ürünü kalem olup çeşitli türde kalemler üretmektedir. Kalem yanında silgi, kalemtraş, oyun hamuru, pastel boya, crayon, sulu boya, beyaz tahta kalemi de üretmektedir. 150 ülkede ürünleri satılan firmanın son yıla ait cirosu yaklaşık olarak 342 milyon Euro'dur.

B.2. Bölgesel İstatistikler

Tablo 1: Kâğıt Kırtasiye Ürünleri Bölgesel Üretim Büyüklükleri (Gerçekleşen, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Almanya	1.131	1.154	1.216	1.158	1.039	1.239
Fransa	594	588	642	595	582	649
İngiltere	646	692	683	674	583	673
İspanya	541	542	699	690	594	668
İtalya	4.131	4.261	4.604	3.839	3.732	3.948
Rusya	175	200	190	188	165	193

Kâğıt ürünlerinin üretiminde ülkelerin gerçekleştiren miktarları yukarıdaki Tablo'da (Tablo 1), geleceğe yönelik tahminsel istatistikleri ise aşağıdaki Tablo'da (Tablo 2) verilmiştir. Gerçekleşen verilerin bulunduğu Tablo incelendiği zaman her yıl için İtalya'nın kâğıt ürünleri üretiminde en önde gelen ülke olduğu görülmekte iken aldığı toplam pay da diğer ülkelerin toplamından daha fazladır. İkinci sırada gelen ülke yine her yıl için Almanya'dır. Diğer verileri sunulan ülkelerden Fransa, İngiltere ve İspanya arasında ise yıllar geçtikçe değişken bir sıralama gözlenmektedir. Gelecek tahminleri verilerinde ise ilk iki sıranın 2030 yılına kadar değişmeyeceği beklenirken, İngiltere'nin üretim miktarının Fransa ve Almanya'yı her yıl için geçeceği öngörülmektedir. Ortalama yıllık büyüme oranları incelendiği zaman %0,50 ile %3,50 arasında potansiyel yıllık büyüme ilgili ülkelerin kâğıt kırtasiye ürünleri üretimi için beklenmektedir.

Tablo 2: Kâğıt Kırtasiye Ürünleri Bölgesel Üretim Büyüklükleri (Tahmin, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Kümülatif Yıllık Büyüme	Ortalama Yıllık Büyüme
Almanya	1.191	1.332	1.299	1.328	1.342	1.360	1.376	1.389	1.400	%13,03	%1,45
Fransa	599	656	641	663	686	710	735	759	783	%19,90	%2,21
İngiltere	669	729	759	790	822	848	871	893	913	%31,28	%3,48
İspanya	638	717	703	726	745	767	787	806	824	%22,03	%2,45
İtalya	3.580	3.849	3.680	3.756	3.819	3.889	3.954	4.018	4.079	%4,20	%0,47
Rusya	209	189	209	214	220	225	231	238	246	%25,81	%2,87

Tablo 3: Kâğıt Ürünleri Bölgesel Pazar Büyüklükleri (Gerçekleşen, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Almanya	1.213	1.223	1.286	1.211	1.089	1.293
Fransa	978	981	987	919	902	1.034
İngiltere	1.461	1.598	1.658	1.621	1.458	1.735
İspanya	707	683	893	891	713	814
İtalya	5.163	5.235	5.638	4.673	4.526	4.779
Rusya	440	494	508	505	450	524
G7	27.188	26.755	26.031	25.209	24.321	26.133
G20	48.898	49.212	49.469	47.569	45.176	50.102

Kâğıt kırtasiye ürünleri kategorisinde ülkelerin pazar büyüklükleri yukarıdaki Tablo'da (Tablo 3) sunulmuştur. İstatistikler incelendiğinde 2019 ve özellikle 2020 yıllarında pandemi etkisinin görüldüğü dikkati çekmektedir. G20 ülkelerinin pazar büyüklüğü 2021 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %10 oranında artmıştır. G7 ülkelerinde de 2021 yılında önceki yıla oranla artış olmuştur. Ülke bazında değerlendirmeler yapılırsa, İtalya'nın pazar büyüklüğü verilerinde henüz pandemi öncesi sayılarına ulaşamadığı ancak diğer ülkelerin en yüksek değerlere 2021 yılında ulaşmış olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 4: Yazma Gereçleri Bölgesel Satış Büyüklükleri (Gerçekleşen, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Almanya	685	706	751	725	643	697
Fransa	624	640	675	642	655	685
Hollanda	108	110	114	107	91	100
İngiltere	309	303	324	319	328	367
İspanya	145	148	157	150	143	152
İsveç	41	41	41	38	35	42
İtalya	367	373	394	375	330	354
Rusya	271	328	313	316	273	306

Tablo 5: Yazma Gereçleri Bölgesel Satış Büyüklükleri (Tahmin, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2022	2023	2024	2025	2026	Kümülatif Yıllık Büyüme	Ortalama Yıllık Büyüme
Almanya	733	758	779	801	820	%16,33	%3,27
Fransa	702	711	718	728	736	%7,14	%1,43
Hollanda	106	111	115	116	117	%15,71	%3,14
İngiltere	378	388	397	406	415	%12,38	%2,48
İspanya	164	173	182	191	199	%26,99	%5,40
İsveç	45	45	46	48	49	%15,99	%3,12
İtalya	374	388	399	408	413	%15,42	%3,08
Rusya	315	323	330	338	346	%12,14	%2,43

Yazma gereçlerinde çeşitli ülkelerdeki satış büyüklerine ait gerçekleşen ve tahmin edilen verilerin bulunduğu Tablo'lar aşağıda ve yukarıda verilen Tablo'larda sunulmuştur (Tablo 4 ve Tablo 5). Geçmiş yıllara ait istatistikler incelendiği zaman dikkate alınan altı yıl için genel anlamda en fazla satışın gerçekleştiği ülke Almanya'dır. İkinci sırada Fransa gelirken, üç ve dördüncü sırada ise yıllar bazında değişiklikler olsa da İtalya ve İngiltere'nin olduğu söylenebilmektedir. Yine diğer verilerde de olduğu gibi 2019 ve 2020 yıllarında görülen düşüşün en temel sebebi pandeminin etkileridir. Öyle ki gelecek yıllar için yapılan tahminler ışığında da pandeminin etkisinin geçmesiyle birlikte her ülke için oransal olarak önemli derecede artış gözlemlenmesi beklenmektedir. 2026 yılına kadar ilgili veri için listelenen ülkeler bazında yıllık ortalama yaklaşık %1,5 ile yaklaşık %5,5 oranlarında değişen potansiyel büyümeler olacağı beklenmektedir. Gelecek yıllar için de bu kategoride ülkeler bazında geçmişte olduğu gibi, önceki cümlelerde açıklanan şekilde, bir sıralama olması öngörülmektedir.

Tablo 6: Lüks Yazma Gereçleri Bölgesel Satış Büyüklükleri (Gerçekleşen, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2017	2018	2019	2020	2021
Almanya	85	91	89	68	78
Fransa	134	142	137	105	114
Hollanda	21	23	22	19	20
İngiltere	52	54	53	45	54
İspanya	43	45	43	30	33
İsveç	6	6	6	6	6
İtalya	113	119	113	73	84
Rusya	42	40	39	37	37

Yazma araçlarının bir alt kırılımı olan özellikli yazma araçlarının ülkeler bazında geçmiş yıllarda gerçekleşen ve gelecek yıllar için beklenen satış büyüklükleri yukarıdaki Tablo'da (Tablo 6) ve aşağıdaki Tablo'da (Tablo 7) sunulmuştur. Bu istatistik için verilen ülkeler arasında en büyük satış payını elde eden ülke Fransa iken ardından İtalya ve Almanya gelmektedir. 2020 yılında pandemi faktörüyle ortaya çıkan düşüşün diğer kırtasiye sektörü alt dallarında gözlemlenenden daha büyük olmasında bu ürünlerin daha katma değerli ürünler olmasının etkisi bulunmaktadır. Ancak yine gelecek yıllar için tahmin edilen satış büyüklükleri incelendiği zaman

gelecek yıllar için ciddi oranlarda büyüme beklenmektedir. 2027 yılında ülkelerin toplam satış büyüklüğü olarak 2017 yılına göre yaklaşık %20, 2021 yılına göre ise yaklaşık olarak %40 oranında büyüme kaydetmesi öngörülmektedir. Bu Tablo’da büyüme öngörülmeleyen tek ülkenin ise Rusya olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum için en önemli etkenin ise Ukrayna ile Rusya arasında yaşanan çatışmaların oluşturduğu ekonomik belirsizlik olduğu söylenebilir.

Tablo 7: Lüks Yazma Gereçleri Bölgesel Satış Büyüklükleri (Tahmin, Milyon Dolar),

Kaynak: Euromonitor

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Kümülatif Yıllık Büyüme	Ortalama Yıllık Büyüme
Almanya	88	104	113	119	125	130	%53,5	%8,91
Fransa	125	139	152	160	168	174	%43,4	%7,24
Hollanda	21	22	24	25	26	27	%27,4	%4,56
İngiltere	57	62	67	68	69	71	%28,5	%4,75
İspanya	34	38	41	42	44	46	%32,4	%5,40
İsveç	6	7	7	7	8	8	%25,0	%4,17
İtalya	91	105	117	126	132	135	%49,5	%8,25
Rusya	9	5	4	5	5	5	-%108	-%18

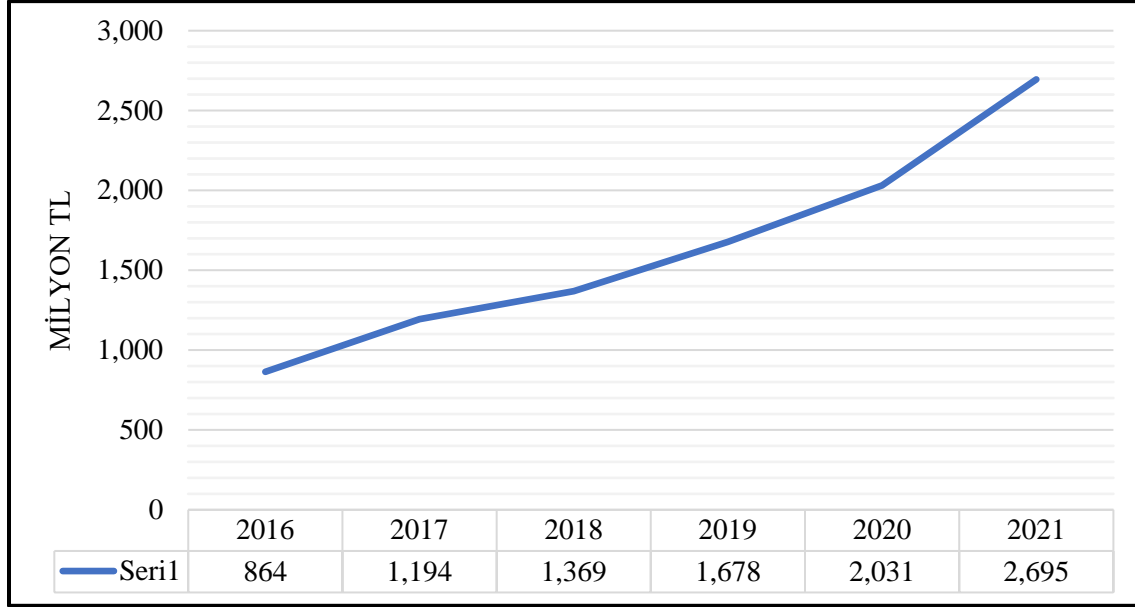
Aşağıdaki Tablo’da seçilmiş bölgelerde yazma gereçleri için dağıtım kanallarının 2021 yılındaki payları verilmiştir. Rusya ve Doğu Avrupa bölgelerinde ilk sırada perakende zincirleri yer alırken; Asya-Pasifik, Batı Avrupa ve Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde ise ilk sırada kırtasiyeciler ve kırtasiye zincirleri yer almaktadır. İlgili Tabloda önemli olabilecek diğer bir husus da Doğu Avrupa dışındaki bölgeler için indirim marketlerinin payı neredeyse %0 düzeyindedir.

Tablo 8: Yazma Gereçleri Bölgesel Dağıtım Kanalı Payları 2021, *Kaynak: Euromonitor*

Asya-Pasifik %		Batı Avrupa %	
Kırtasiyeciler ve Kırtasiye Zincirleri	44,00	Kırtasiyeciler ve Kırtasiye Zincirleri	38,50
Perakende Zincirleri	30,70	Perakende Zincirleri	37,90
On-line	13,60	On-line	14,90
Diğer	5,90	Diğer	7,80
Diğer Marketler	5,80	İndirim Marketler	0,80
İndirim Marketler	0,00	Diğer Marketler	0,10
Rusya %		Ortadoğu ve Afrika %	
Perakende Zincirleri	40,10	Kırtasiyeciler ve Kırtasiye Zincirleri	47,70
Kırtasiyeciler ve Kırtasiye Zincirleri	23,50	Perakende Zincirleri	39,90
Diğer	22,40	Diğer	7,60
On-line	14,00	On-line	4,80
İndirim Marketler	0,00	İndirim Marketler	0,00
Diğer Marketler	0,00	Diğer Marketler	0,00
Doğu Avrupa %			
Perakende Zincirleri	36,30		
Kırtasiyeciler ve Kırtasiye Zincirleri	29,60		
Diğer	14,20		
On-line	12,00		
İndirim Marketler	7,60		
Diğer Marketler	0,30		

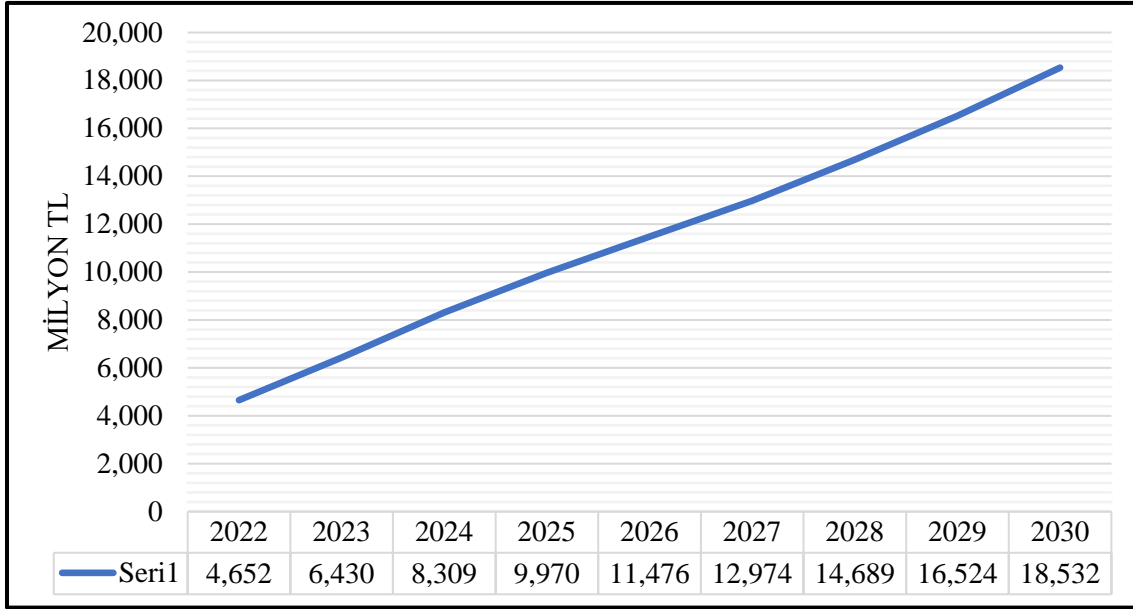
C. Türkiye’de Kırtasiye Sektörü

Şekil 9: Kâğıt Ürünleri Türkiye Üretim Büyüklüğü (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*

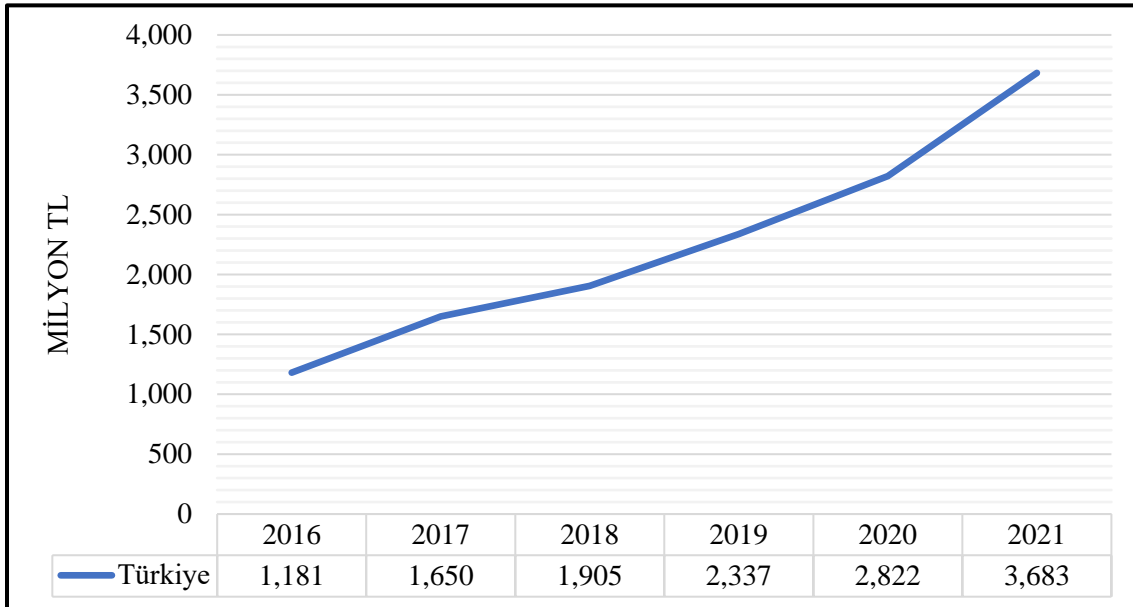


Türkiye için kâğıt ürünleri üretim büyüklüğü gerçekleşen verilerine ait bilgiler Şekil 9, gelecek yıllara ait yapılan tahminler ise Şekil 10’da sunulmuştur. 2021 yıl sonu verilerinde 2016 yılına göre yaklaşık olarak 2 kat büyüme gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Ayrıca toplam dünya verileri ve diğer ülkelere ait verilerde olan pandeminin istatistikleri azaltıcı etkisi Türkiye kâğıt ürünleri üretimi için söz konusu olmamıştır. Burada ortaya çıkan durumda döviz paritesinin etkisi olsa dahi sadece büyüme hızının yavaşlamış olduğu görülmekte iken; 2021 yılında başlayan ve tahmin yıllarında da devam eden ivmeli bir artış gelecek adına sektörde sevindirici bir durumdur. Buna ek olarak 2030 yılında gerçekleşmesi öngörülen üretim büyüklüğü olan yaklaşık 18,5 milyar TL, 2021 yılında gerçekleşen büyüklüğün yaklaşık olarak yedi katıdır. Ayrıca 2022 yılı sonu geldiği zaman da 2021 yılının üretim büyüklüğünün 1,5 katından daha fazla bir üretim büyüklüğüne erişmesi beklenmektedir.

Şekil 10: Kâğıt Ürünleri Türkiye Üretim Büyüklüğü (Tahmin), *Kaynak: Euromonitor*



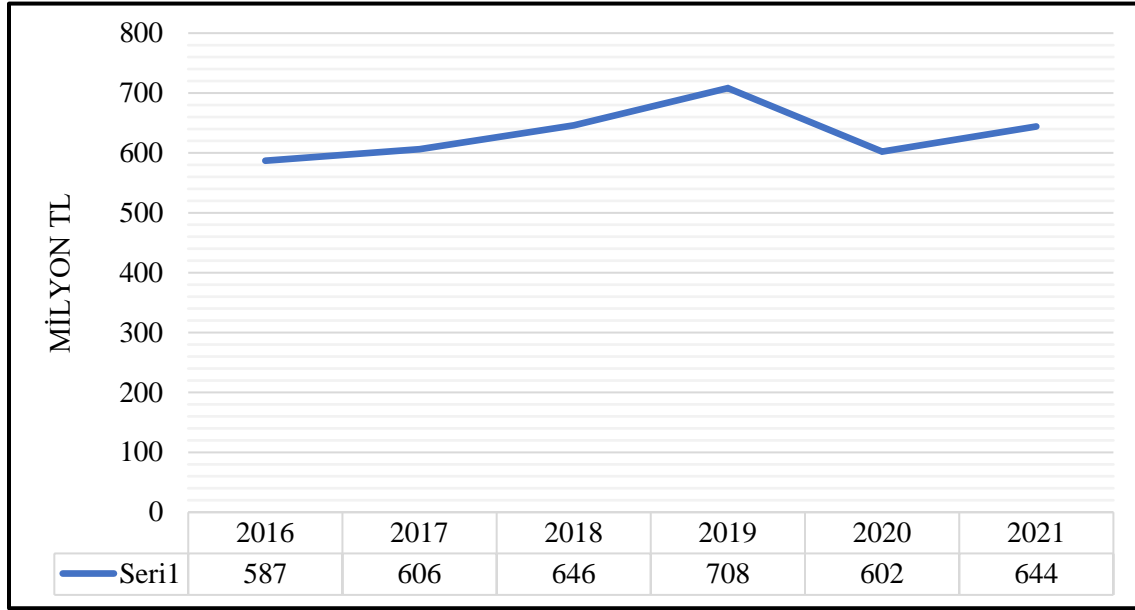
Şekil 11: Kâğıt Ürünleri Türkiye Pazar Büyüklüğü (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*



Kâğıt ürünleri pazar büyüklüğünde Türkiye için gerçekleşen duruma ait veriler yukarıdaki Şekil’de sunulmuştur (Şekil 11). Burada da Türk Lirası bazında yıllara bağlı olarak artış

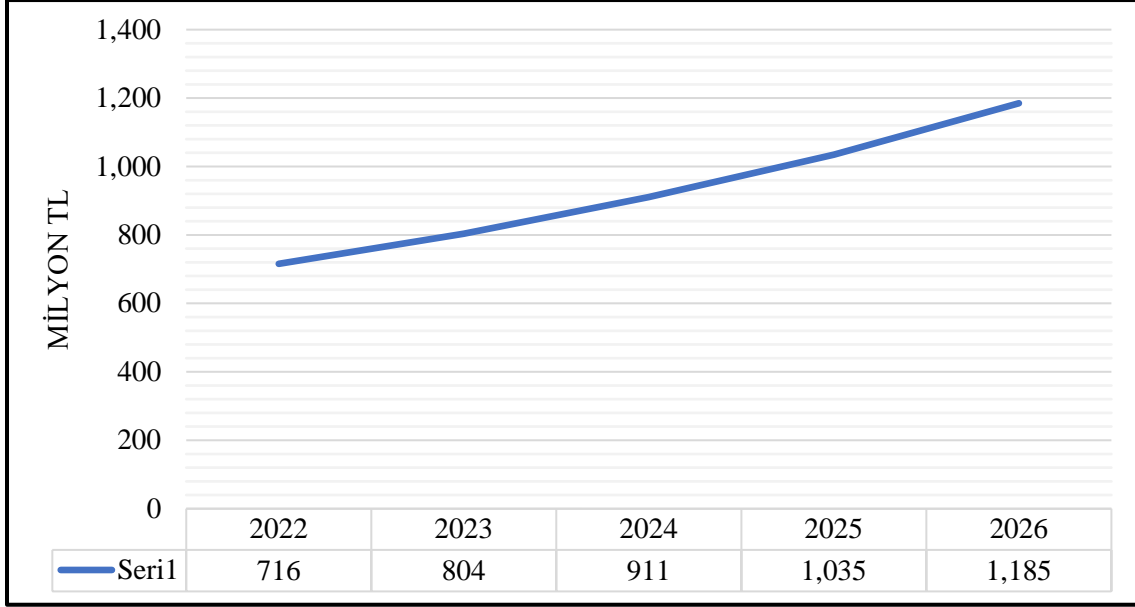
gözlemlenmekte iken, pandemi döneminde 2 yıllık bir artış hızı azalması söz konusudur. 2021 yılı kâğıt ürünleri Türkiye pazar büyüklüğü 2016 yılına göre üç kattan daha fazla olmak üzere 3 milyar 683 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Şekil 12: Yazma Gereçleri Türkiye Satış Büyüklüğü (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*

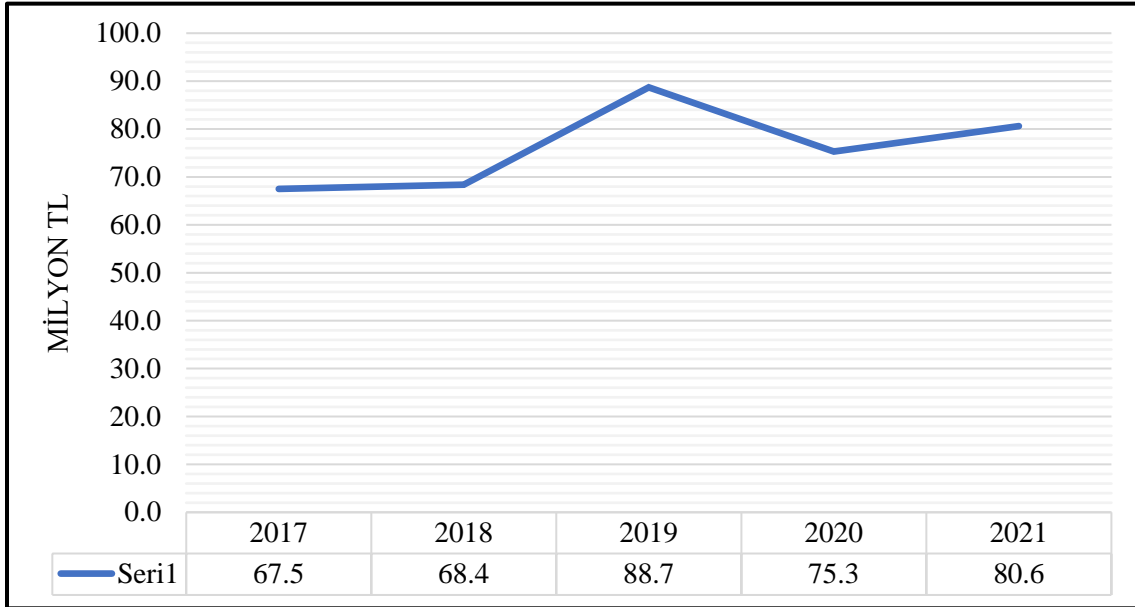


Yazma gereçleri satış büyüklüğü rakamlarında Türkiye için geçmiş yıllara ait veriler yukarıdaki Şekil’de verilmiştir (Şekil 12). Bu istatistikler için 2016 – 2019 yıllarında devam eden kademeli artışı 2020 yılında pandemi etkisiyle bir azalma takip etmiştir. 2021 yılında ise 2020 yılına göre %7 oranında bir artış gerçekleşerek 644 milyon TL mertebelerine ulaşılmıştır. Buna ek olarak gelecek yıllar için de yazma gereçleri Türkiye satış büyüklüğünde kademeli olarak bir büyüme eğilimi beklenmektedir (Şekil 13). 2022 yılı sonunda beklenen veri olan 716 milyon TL, geçmiş yıllar ile kıyaslandığı zaman zirve bir sayıdır. 2026 yılı sonunda ise Türkiye’de yazma gereçlerinde satış büyüklüğünün 1 milyar 185 milyon TL dolaylarına yükselmesi öngörülmektedir.

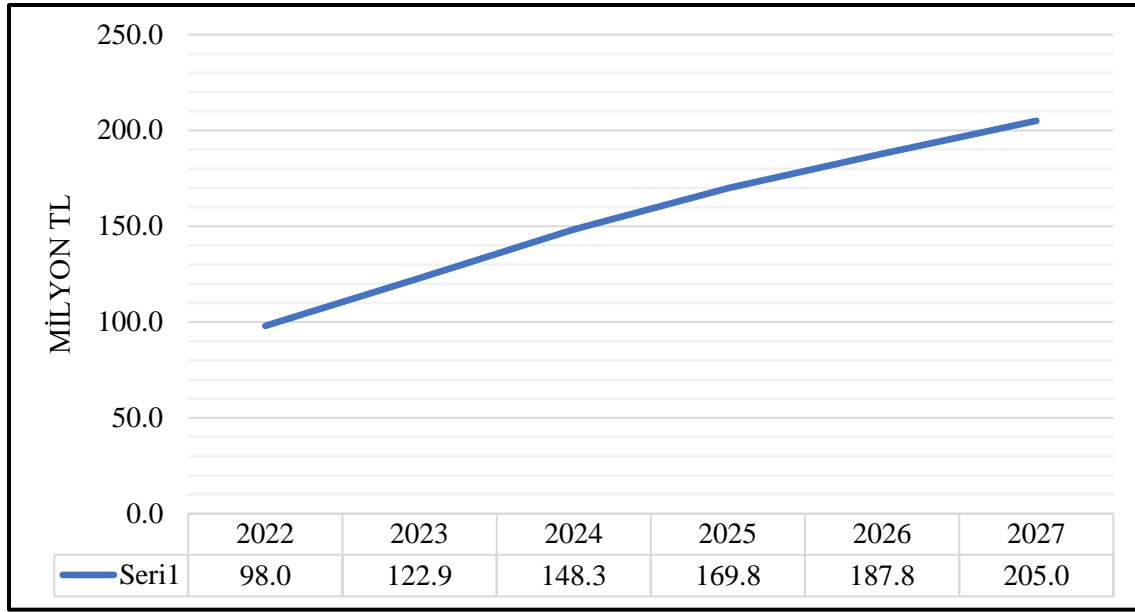
Şekil 13: Yazma Gereçleri Türkiye Satış Büyüklüğü (Tahmin), *Kaynak: Euromonitor*



Şekil 14: Lüks Yazma Gereçleri Türkiye Satış Büyüklüğü (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*



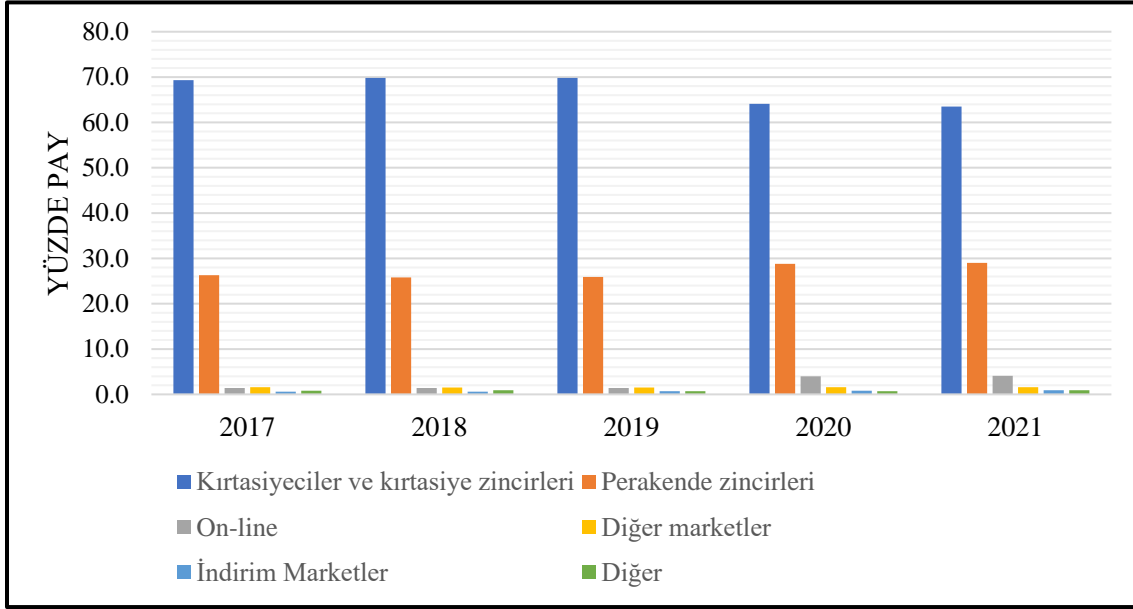
Şekil 15: Lüks Yazma Gereçleri Türkiye Satış Büyüklüğü (Tahmin), *Kaynak: Euromonitor*



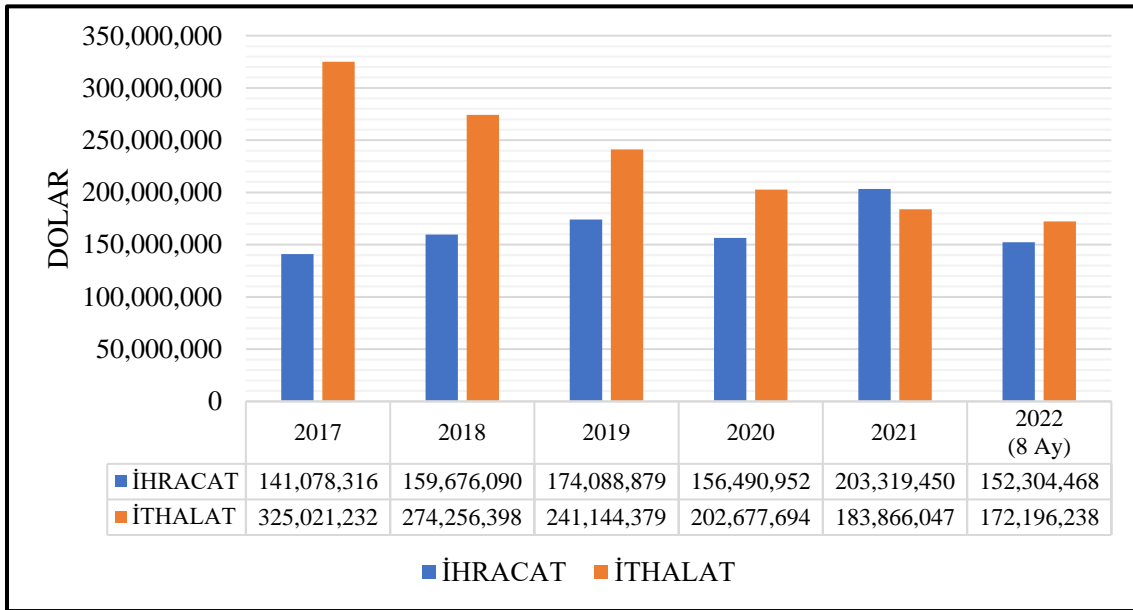
Türkiye’de özellikle yazma araçları için satış büyüklüklerinde gerçekleşen ve tahmin edilen veriler yukarıdaki iki ayrı Şekil’de sunulmuştur (Şekil 14 ve Şekil 15). Bu kategoride 2019 yılında ani bir şekilde gerçekleşen artışı tamamı pandemi etkisinde geçen 2020 yılında düşüş takip etmiştir. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre 5 milyon TL’lik bir artış ile 80 milyon TL’nin üzerine erişilmiştir. Gelecek yıllar için yapılan tahminler incelendiği zaman ise her yıl için kademeli olarak artışların gerçekleşmesinin ardından 2027 yılında 200 milyon TL’nin üzerinde bir lüks yazma gereci satışı istatistiğine ulaşılması öngörülmektedir.

Aşağıdaki Şekil’de ise yazma gereçleri dağıtım kanallarında Türkiye için yıllara bağlı olarak gerçekleşen eğilime ait veriler sunulmuştur (Şekil 16). Burada öne çıkan en önemli hususlardan bir tanesi her yıl için en büyük payı açık ara ile kırtasiyeciler ve kırtasiye zincirlerinin almış olmasıdır. Diğer önemli noktalardan birisi ise her yıl küçük oranda da olsa kırtasiyeciler ve kırtasiye zincirlerinin dağıtımdaki payının azalması ve bu payın perakende zincirlerine ve on-line satış kanallarına kaymış olmasıdır. Diğer dağıtım kanallarında anlamlı ölçüde gözlemlenen bir pay değişikliği 2017 – 2021 yılları arasında yoktur. Elde istatistiki bir veri olmamakla beraber kâğıt kırtasiye ürünleri dağıtım kanallarında da benzer bir durum olduğu değerlendirilmektedir.

Şekil 16: Yazma Gereçleri Türkiye Dağıtım Kanalları Eğilimi, *Kaynak: Euromonitor*



Şekil 17: Türkiye Kırtasiye Ürünleri İhracat-İthalat Verisi, *Kaynak: TÜİK*



Yukarıda verilen Şekil’de Türkiye’nin geçmiş yıllara ait tüm kırtasiye ürünleri için ihracat ve ithalat verileri sunulmuştur (Şekil 17). Grafikte gözlemlenen ilk durum 2017 – 2020 yılları arasında her yıl için dış ticaret açığı verilmişken 2021 yılında kırtasiye ürünleri için dış ticaret fazlası verilmiş olmasıdır. Ayrıca, diğer önemli bir husus olarak, bu durum gerçekleşirken 2021 yılındaki ihracat verisi 2017 yılındaki aynı istatistiğe oranla yaklaşık olarak 1,5 katı mertebesindedir. 2022 yılının sekiz aylık verilerine göre ise yaklaşık olarak 20 milyon dolarlık bir dış ticaret açığı bulunmaktadır. Bu şekilde tüm kırtasiye ürünlerinin bulunması sebebiyle defter ve kalem dış ticaret istatistiklerine ait diğer bir Tablo da aşağıda sunulmuştur (Tablo 9). Bu Tablo’da dikkat çeken ilk husus defter ürün kategorisinde (bu kategori içinde klasör ve dosya da vardır) her yıl için dış ticaret fazlası gerçekleşirken; kalem ürün kategorisi için ise aksine dış ticaret açığının verilmiş olmasıdır. 2021 yılında defter ürün kategorisinde elde edilen dış ticaret fazlası 2017 yılındaki aynı istatistiğe göre yaklaşık olarak dört kat değerindedir. 2022 yılının ilk sekiz aylık verilerine göre ise elde edilen dış ticaret fazlası 2021 yılına göre sadece 4 milyon dolar eksiktir. Tablo’dan çıkarılabilecek diğer dikkat çeken bir istatistiğe göre de 2021 yılı sonunda kalem ürün kategorisinde verilen dış ticaret açığının 2017 yılı verisine göre yarı yarıya azalmış olmasıdır.

Tablo 9: Türkiye Defter ve Kalem İhracat-İthalat Verisi (Dolar), *Kaynak: TÜİK*

	DEFTER		KALEM	
	İHRACAT	İTHALAT	İHRACAT	İTHALAT
2017	27.666.459	16.872.939	13.679.394	95.226.977
2018	34.062.487	14.808.148	15.501.037	73.123.724
2019	40.383.364	10.024.042	11.818.599	49.000.509
2020	35.002.311	3.308.430	9.873.088	56.657.993
2021	43.647.822	4.091.513	14.307.273	51.453.921
2022 (8 Ay)	38.357.745	2.664.059	11.731.597	54.376.704

Aşağıda Türkiye’de kâğıt ürünlerinin satışı konusunda önde gelen markalar alfabetik olarak listelenmiştir (*Veri kaynağı olarak çevrimiçi satış sitelerinin açık erişim verileri ile saha araştırması esas alınmıştır.*):

- As Defter San. ve Tic. Ltd. Şti.
- Bayındır Kırtasiye
- Çınar Defter
- Faber-Castell
- Fabio Ricci
- Gıpta A.Ş.
- Keskin Color A.Ş.
- LİZ Kırtasiye ve Tanıtım Mam. San. Tic. Ltd. Şti.
- Meteksan Kitabevi
- Mopak Kırtasiye
- Umur Kırtasiye A.Ş.
- Umut Defter

Aşağıda Türkiye’de yazma gereçleri satışı konusunda önde gelen firmalar alfabetik olarak listelenmiştir (*Veri kaynağı olarak çevrimiçi satış sitelerinin açık erişim verileri ile saha araştırması esas alınmıştır.*):

- A T Cross Co.
- Adel Kalemcilik Tic. ve San. A.Ş.
- BIC Kırtasiye
- Derya Ofis Ürünleri San. Tic. A.Ş.
- Edding AG
- Etafelt SRL
- Faber-Castell AG
- Fatih Kalemcilik A.Ş.
- Gıpta A.Ş.
- Haslar Kırtasiye Malz. Ür. San. Tic. Ltd. Şti. (Penmark)

- Kemberburgaz Ofis ve Okul Gereçleri San. Tic. A.Ş.
- Mitsubishi Pencil Co. Ltd.
- Newell Brands Inc.
- Pensan Kalem ve Kâğıt San. ve Tic. A.Ş.
- Pilot Corp.
- Richemont SA, Cie Financière
- Srikss Kalem Kırtasiye ve Ofis Malzeme San A.Ş.
- Silka Kırtasiye İmalat San. Tic. Ltd. Şti.

C.1. Defter Ürün Kategorisi Avrupa Piyasası ve Türkiye'nin Pazardaki Yeri

(Bu bölümde yer alan veri seti özet çıkarımlar için Veri kaynağı olarak Hollanda Gelişmekte Olan Ülkelerden İhracatı Teşvik Merkezi platformunun raporları ile Euromonitor platformu esas alınmıştır. Defter ürün kategorisinde defter grubuna ek olarak klasör ve dosya da bulunmakta olup, bölümde defter ürün kategorisi olarak bahsi geçen yerlerde bu ürünler de yer almaktadır.)

Avrupa defter pazarı pandeminin etkilerinin azalması ile birlikte büyümeye başlamıştır. Avrupa defter piyasanın önemli tedarikçileri gelişmekte olan ülkelerdeki imalatçılardır. Avrupa'da satılan defterlerin yaklaşık 3/5'i gelişmekte olan ülkelerden ithal edilmektedir. Avrupa'da en çok defter ithal eden ülkeler İngiltere, Almanya, Fransa, Hollanda, Polonya ve İtalya'dır. Avrupa defter piyasası alt segment, orta segment ve üst segment olarak üçe ayrılmaktadır.

Alt segmentte önemli olan faktörler fiyat ve fonksiyonelliktir. Bu segmentte imalat maliyeti ve fiyatı düşük olan, yüksek hacimde kitlesel olarak üretilmiş defterler satılmaktadır. Bu segmentteki defterler daha çok indirim marketlerde ve perakende zincirlerinde satılmaktadır. Avrupa defter pazarında en yüksek paya bu segment sahiptir.

Orta segment ürünler tasarım ve kullanılan malzemeye daha fazla önem vermekle beraber fiyatları makul seviyededir. Bu segmentteki ürünler kırtasiyeciler ve kırtasiye zincirlerinde, orta

segmente hitap eden çok departmanlı mağaza zincirlerinde, hediyelik ve yaşama yönelik ürün satan mağazalarda satılmaktadır.

Üst segment defterlerde ise tasarım, malzeme ve imalat oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Bu segmentte lüks ürünler satılmaktadır. Üst segment defterler üst segment müşterilere hitap eden kırtasiye ve kırtasiye zincirlerinde, üst segmente hitap eden çok departmanlı mağaza zincirleri ile üst segmente hitap eden hediyelik ve yaşama yönelik ürün satan mağazalarda satılmaktadır. Pazarda en düşük pay bu segmente aittir.

Gelişmekte olan ülkeler alt segment ile orta segmentin alt kısımlarına defter tedarik etmektedir.

İthal defterlerin Avrupa pazarına ulaşmasında rol oynayan kanallardan birisi ithalatçılar ve toptancılarıdır. Bunlar gelişmekte olan ülkelerdeki üreticilerden tedarik yapmaktadırlar. Avrupa'da bir ithalatçı veya toptancı ile uzun vadeli iş ilişkisi kurmak üreticiye bazı avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar; tüketici tercihlerine göre tasarım yapabilmek, yeni trendleri takip edebilmek, kullanılacak malzeme ve kalite gereksinimlerine cevap verebilmek olarak sıralanabilir.

Bazı perakende ve kırtasiye zincirleri doğrudan üreticiden defter ithal etmektedir. Bu zincirlerin bazılarının ihracatçı gelişmekte olan ülkede satın alma ofisleri bulunmaktadır.

Üçüncü kanal ise ithalatçıların ihracatçı gelişmekte olan ülkede bulunan acentesidir. İthalatçı Avrupalı firma acentesi yoluyla ithalat yapmaktadır.

Bu kanallardan en çok kullanılanı toptancılarıdır.

Avrupa'daki bazı büyük toptancılar ithal ettikleri defterlerin önemli bir kısmını diğer Avrupa ülkelerine ihraç etmektedirler.

Avrupa'da defter üretiminin büyük bölümü Asya ve Doğu Avrupa ülkelerinde yapılmaktadır. Üretici firma Batı Avrupa'da olsa bile üretim fiilen bu ülkelerde yapılmaktadır. Bunun nedeni maliyet avantajıdır. Doğu Avrupa, Batı Avrupa'ya Asya ülkelerinden daha yakın olduğundan üretim Asya'dan Doğu Avrupa'ya kaymaya başlamıştır. Bu durum hem tedarik süresini kısaltmakta hem de taşıma maliyetlerinin düşük olmasını sağlamaktadır. Genel olarak

Batı Avrupa ülkeleri alıcı (kendi pazarları veya yeniden ihrac amacıyla), Asya ülkeleri imalatçı, Doğu Avrupa ülkeleri (Türkiye’de bu ülkeler içindedir) ise imalatta ilerleyen ülkelerdir. Ancak yukarıda da ifade edildiği gibi Asya ve Doğu Avrupa ülkelerinde alt segment ile orta segmentin alt kısımlarına üretim yapılmaktadır. Bununla beraber Avrupa pazarının önemli bir kısmı bu segmentlerden oluşmaktadır. Türkiye’nin bu alandaki en önemli rakipleri Polonya ve Çekya’dır. Polonya ve Çekya’nın ihracatının önemli bir kısmı Almanya’ya yapılmaktadır. Türkiye’nin defter ihracatının önemli bir kısmı da Almanya’ya yapılmaktadır. Almanya’nın defter konusunda Avrupa’da önemli bir aktarma merkezi olduğu belirtelim. Almanya ithal ettiği defterlerin kayda değer bir kısmını diğer Avrupa ülkelerine yeniden ihrac etmektedir. Avrupa’daki diğer önemli bir aktarma merkezi ise Hollanda’dır. Türkiye’nin Avrupa defter piyasasındaki en önemli avantajı Avrupa’ya yakın olması ve bu nedenle tedarik süresinin kısalığıdır. Türkiye’nin Avrupa’ya defter ihracatı kararlı bir şekilde artmaktadır.

Tablo 10: Türkiye’nin Seçilmiş Ülkelere Defter İhracat Verisi (Dolar), *Kaynak: TÜİK*

	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (8 Ay)
Almanya	4.288.745	5.299.712	5.314.062	4.246.685	4.630.269	3.774.772
Fransa	2.580.257	2.462.466	3.313.353	2.619.522	3.341.587	1.046.644
Hollanda	1.051.247	1.062.578	1.289.112	1.123.909	769.500	694.342
İngiltere	1.109.200	1.408.484	2.286.250	1.652.086	2.019.377	1.583.424
İtalya	348.473	1.105.314	1.733.769	1.439.347	1.907.767	3.290.264

Yukarıdaki Tablo’da Türkiye için sadece Avrupa’nın seçilmiş büyük ülkelerine yapılan defter ürün kategorisinin (bu kategori içinde klasör ve dosya da vardır) ihracat verileri sunulmuştur (Tablo 10). İlgili Tablo’dan da gözlemlenebileceği üzere 2017 yılında Türkiye’nin en çok defter ürünü ihracatı yaptığı ülke 4 milyon doların üzerindeki rakam ile Almanya’dır. Aynı dönem için ikinci sırada Fransa, üçüncü sırada ise İngiltere yer almaktadır. 2021 yılında da bu sıralama değişmemiştir. Ancak bu yıllar için Tablo da dikkat çeken önemli bir husus 2017 yılında yaklaşık 350 bin dolar ile ilgili ülkeler arasında en az ihracatın yapılmış olduğu İtalya için 2021 yılı sonundaki değer neredeyse iki milyon dolar mertebesine ulaşmıştır. 2022 yılının ilk sekiz aylık verilerine göre ise İtalya’nın payı daha da artarak 3,3 milyon dolar düzeylerine

yükselmiştir. Böylelikle İtalya Türkiye'nin en çok defter ürünü ihraç ettiği ikinci ülke konuma gelmiştir.

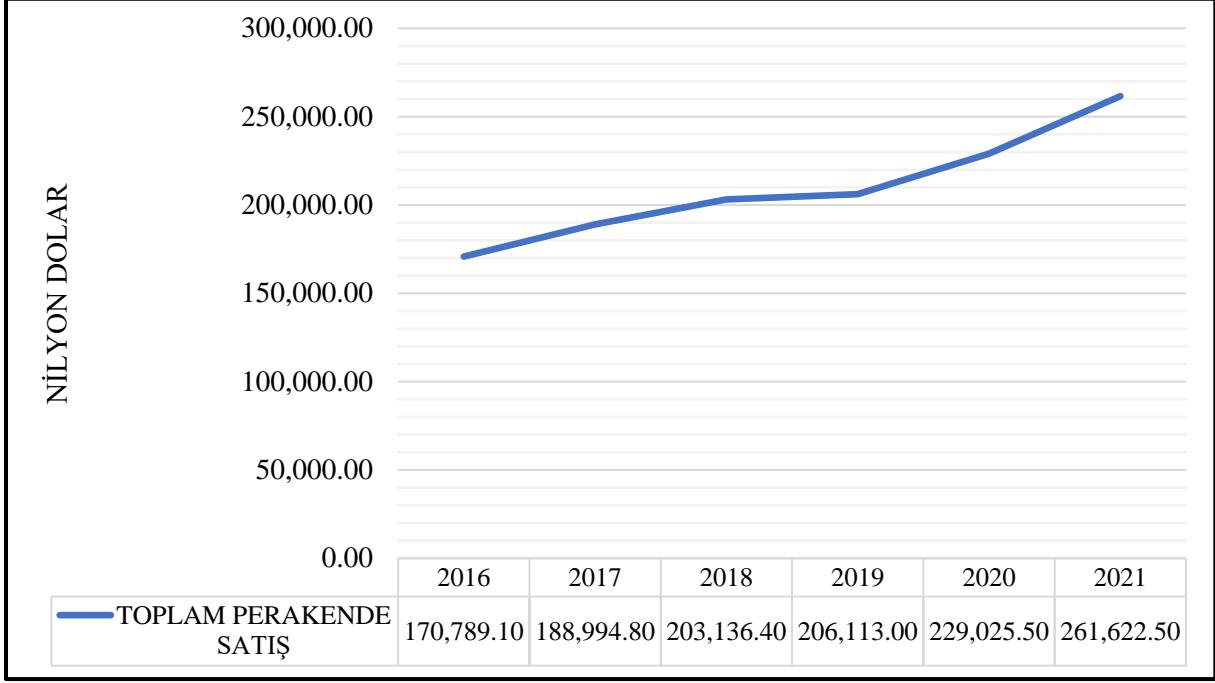
Aşağıdaki Tablo'da seçilmiş dört Avrupa ülkesinin defter ithalat rakamları verilmiştir (Tablo 11). İlgili verilerden görüleceği üzere 2021 yılında bahsi geçen ülkelerin yapmış olduğu toplam ithalat 315 milyon dolardır. Aynı yıldaki toplam sayının 2017 yılına göre artış oranı yaklaşık olarak %20 civarındadır. Ek olarak 2020 yılında önceki yıllardaki süregelen artışın etkisi pandemi sebebiyle kaybolduğu için pazarın gelecek yıllar için daha da büyüyeceği raporda kullanılan tüm verilerin de ışığında söylenebilir. Bu rakamlar ve Türkiye'nin bu ülkelere yaptığı defter ürünleri ihracatı birlikte incelendiğinde; Türkiye'nin bu ülkelere defter ürünleri ihracatı ile ilgili önemli bir potansiyeli olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Avrupa Ülkelerinin Defter İthalat Verisi (Milyon Dolar),
Kaynak: Euromonitor ve Hollanda Gelişmekte Olan Ülkelerden İhracatı Teşvik Merkezi Verileri Kullanılarak Hesaplanmıştır

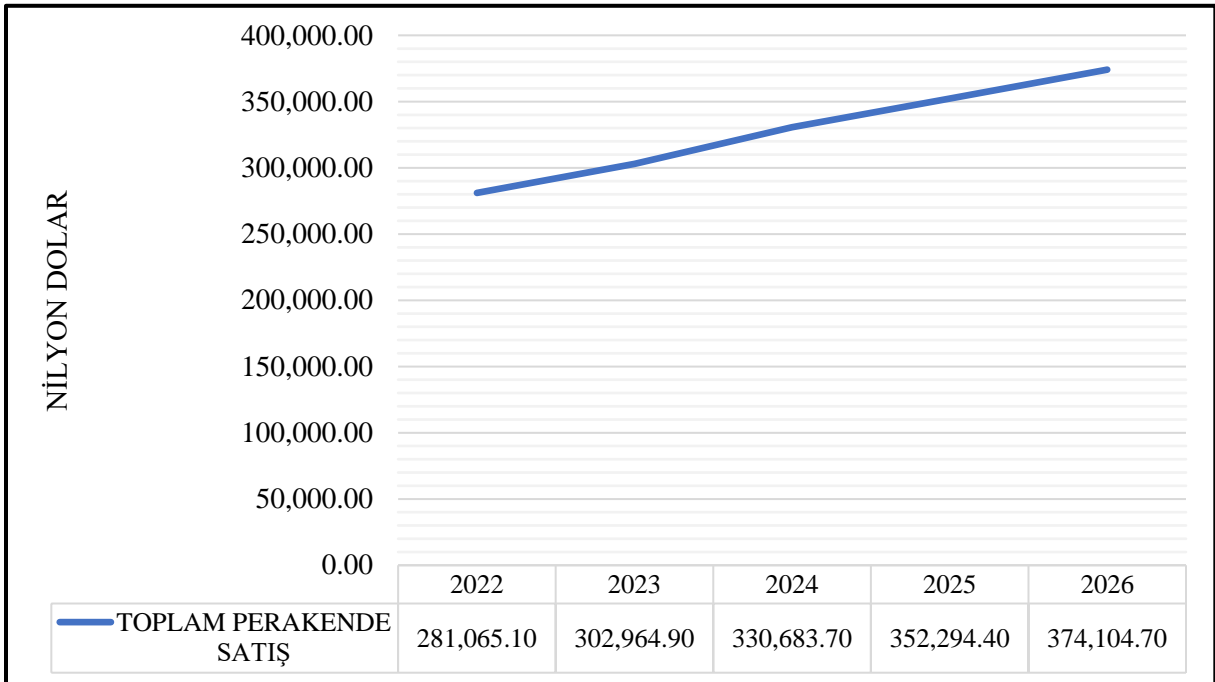
	2017	2018	2019	2020	2021
Almanya	46	49	60	48	55
Fransa	87	99	103	89	101
İngiltere	103	116	125	114	126
İtalya	24	21	23	30	33

EK 1: OYUNCAK SEKTÖRÜ

EK 1, Şekil 1: Dünya Toplam Oyuncak Satış Verileri (Gerçekleşen),
Kaynak: Euromonitor



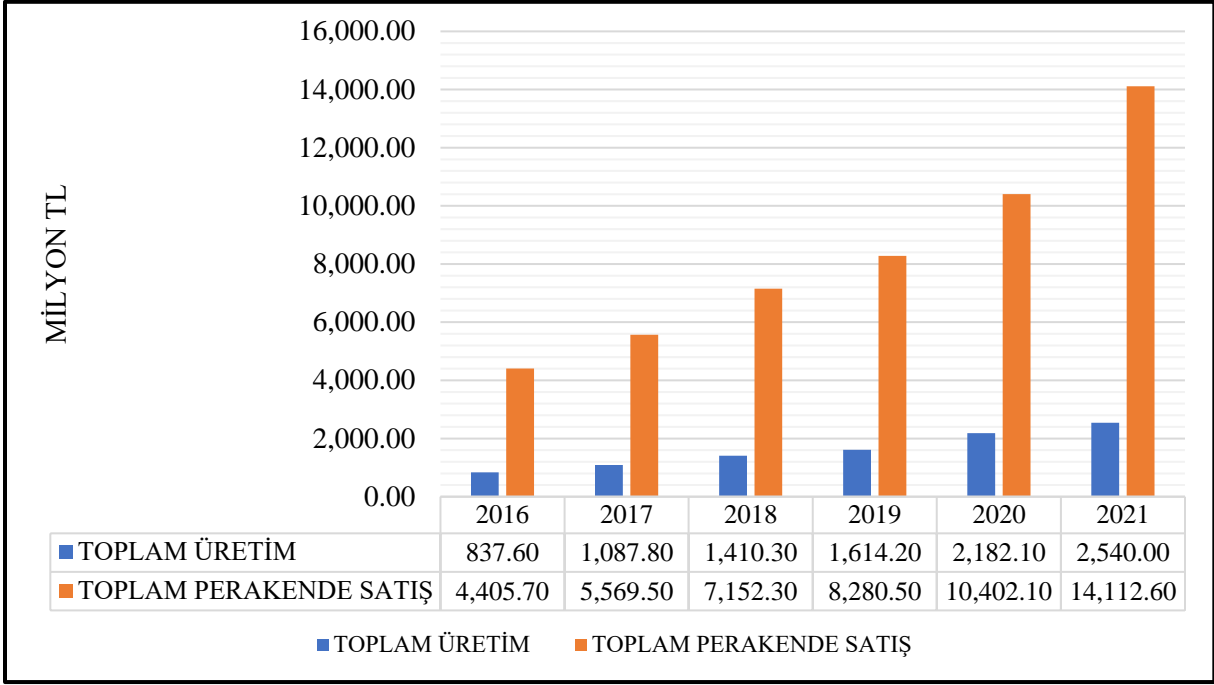
EK 1, Şekil 2: Dünya Toplam Oyuncak Satış Verileri (Tahmin),
Kaynak: Euromonitor



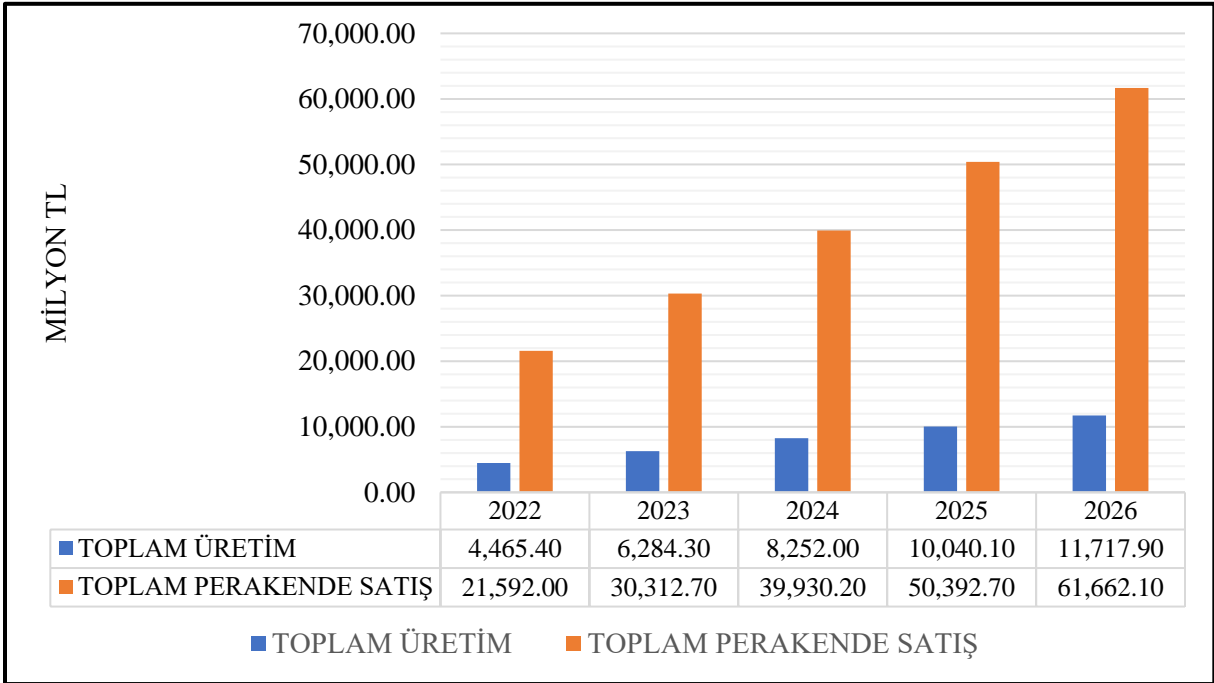
Yukarıdaki Şekil’lerde dünya toplamı için oyuncak perakende satışları ile ilgili gerçekleşen ve geleceğe yönelik olarak yapılan tahminlere ait veriler sunulmuştur (Ek 1, Şekil 1’de gerçekleşen veriler; Ek 1, Şekil 2’de ise tahmin verileri). İlk Şekil’den gözlemleneceği üzere toplam perakende satış istatistiklerinde 2021 yılında 2016 yılına göre gözlemlenen artış miktarı yaklaşık olarak %53 oranındadır. Bir önceki yıla göre en yüksek hızda artışa 2021 yılında rastlanmıştır. İkinci Şekil’de verilen tahmin değerlerine göre ise toplam oyuncak perakende satışı için 2022 yılında 2021 yılı gerçekleşen verilere göre yükseliş olması beklenmektedir. Kategoride, 2022 yılından 2026 yılına kadar süregelen bir artış öngörülmektedir. Ek olarak, 2026 yılında toplam perakende satış verisi için 2022 yılına göre beklenen büyüme oranı yaklaşık olarak %33’tür.

Aşağıda verilen iki Şekil’de ise ayrı ayrı olarak Türkiye için oyuncak toplam üretim ve toplam perakende satışları ile ilgili gerçekleşen ve geleceğe yönelik olarak yapılan tahminlere ait veriler sunulmuştur (Ek 1, Şekil 3’te gerçekleşen veriler; Ek 1, Şekil 4’te ise tahmin verileri). Geçmiş yıllara ait veriler incelendiği zaman hem toplam üretim hem de perakende satış sayılarında her yıl bir önceki yıla göre artış yaşandığı gözlemlenmektedir. 2021 yılı sonunda elde edilen toplam oyuncak üretim değeri 2016 yılındaki aynı verinin yaklaşık olarak 3 katı iken; 2021 yılı sonunda elde edilen oyuncak perakende satış değeri ise 2016 yılında gözlemlenen aynı verinin yaklaşık olarak 3,2 katıdır. Tahmin değerlerinin bulunduğu grafik incelendiği zaman Türkiye’de oyuncak ürünleri için hem üretim hem de perakende satış değerlerinde yıllara bağlı olarak sürekli bir artış olacağı öngörülmektedir. 2026 yılında Türkiye’nin toplam oyuncak üretim değerinin 2022 yılında beklenen değerin yaklaşık olarak 2,5 katına ve 2026 yılında Türkiye’nin toplam oyuncak perakende satış değerinin 2022 yılında beklenen değerin yaklaşık olarak 2,9 katına artması öngörülmektedir. Ayrıca 2022 yılında Türkiye toplam oyuncak üretimi için öngörülen değer 2021 yılında gerçekleşen değerin yaklaşık olarak 2 katı iken; 2022 yılında Türkiye toplam oyuncak perakende satışı için öngörülen değer ise 2021 yılında gerçekleşen aynı verinin yaklaşık olarak 1,5 katıdır.

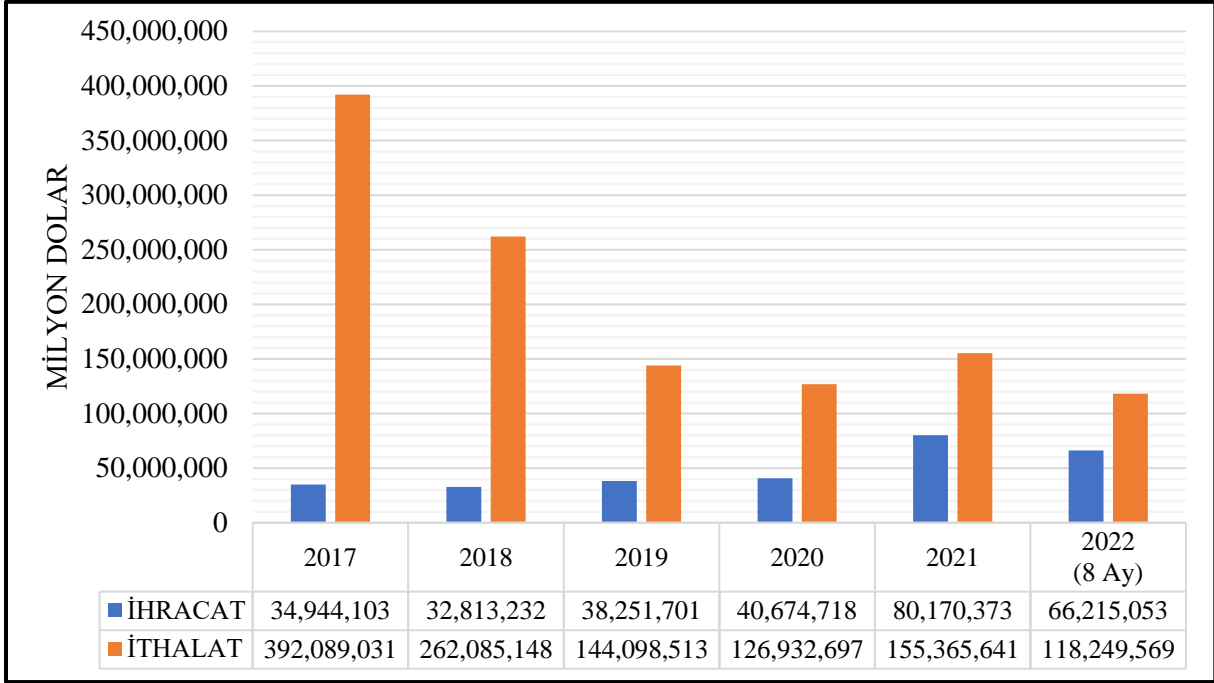
EK 1, Şekil 3: Türkiye Oyuncak Üretim ve Satış Verileri (Gerçekleşen), *Kaynak: Euromonitor*



EK 1, Şekil 4: Türkiye Oyuncak Üretim ve Satış Verileri (Tahmin), *Kaynak: Euromonitor*



EK 1, Şekil 5: Türkiye'nin Yıllara Bağlı Oyuncak İhracat ve İthalat Verileri, *Kaynak: TÜİK*



Yukarıdaki Şekil'de ise Türkiye için geçmiş yıllara ait dış ticaret bilgileri sunulmuştur (Şekil 5). Verilerden gözlemleneceği üzere 2021 yılındaki oyuncak ihracat miktarı 2017 yılına göre yaklaşık olarak 2,4 kat artmış iken; aynı yıllar için ithalat miktarı ise yaklaşık olarak %60 oranında azalmıştır. 2022 yılındaki ilk sekiz aylık veri ışığında da aynı eğilimin devam edileceği grafik ve geçmiş eğilim doğrultusunda söylenebilir.