



**İSTANBUL  
SANAYİ ODASI**

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

# **Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi**



İSTANBUL  
SANAYİ ODASI

Küresel Rekabette  
İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri  
Sektör Stratejileri Projesi

# Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi

ISBN: 978-605-137-450-5 (Basılı)  
İSBN : 978-605-137-451-2 (Elektronik)  
İSO Yayın No: 2015/7  
Sertifika No: 19176  
Baskı: 1.000 Adet

Şubat 2015  
İstanbul

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

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

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

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

# RAPORUN HAZIRLANMASINDA KATKIDA BULUNAN MESLEK KOMİTELERİ VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

## 12. Grup Deri ve Deri Mamulleri Sanayii Meslek Komitesi

### **Gürkan KOPUZ**

Meslek Komitesi Başkanı  
Kopuzlar Deri San. ve Tic. A.Ş.

### **İbrahim AYDOĞAN**

Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı  
Derma Deri Tic. ve San. Ltd. Şti.

### **Bilal ALKOÇ**

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)  
İskefe Deri San. ve Tic. A.Ş.

### **Hüseyin DEMİRCİ**

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)  
Asflaş Deri San. ve Tic. Ltd. Şti.

### **Hakkı MATRAŞ**

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)  
Matraş Deri Mamulleri San. ve Tic. A.Ş.

### **Mehmet ÇETİNKAYA**

Meslek Komitesi Üyesi  
Çetinkaya Kürk Deri Konfeksiyon Tarım San. ve Tic. Ltd. Şti.

### **Recai ERDEM**

Meslek Komitesi Üyesi  
Yıldız Deri San. ve Tic. A.Ş.

## 44. Grup Ayakkabı ve Yan Sanayii Meslek Komitesi

### **Hüseyin ÇETİN**

Meslek Komitesi Başkanı  
Çetsan Ayakkabı San. ve Tic. Ltd. Şti.

### **Cem Kubilay KABAN**

Meslek Komitesi Başkan Yardımcısı  
Cabani Ayakkabı San. ve Tic. A.Ş.

### **Mehmet BÜYÜKEKŞİ**

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)  
Ziylan Ayakkabı San. ve Tic. A.Ş.

**Selahattin AKAYDIN**

Meslek Komitesi Üyesi (Meclis Üyesi)  
Akmen Ayakkabı San. ve Tic. A.Ş.

**Ozan LİMONCULAR**

Meslek Komitesi Üyesi  
Alva Ayakkabı Taban Çelikleri San. ve Tic. Ltd. Şti.

**Sivil Toplum Kuruluşları**

DSD Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.  
Saraciyeye Sanayicileri Derneği (SSD)  
Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD)  
Türkiye Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)  
Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)  
Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)  
İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İTKİB)  
Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

**Firma Temsilcileri****Cemal AYDIN**

Cemal Aydın Deri Tekstil ve Turizm Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

**Fatih TERGAN**

Tergan Deri Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.

**Proje Koordinatörü**

İstanbul Sanayi Odası Genel Sekreterliği

**Proje Grubu****Dr. Can Fuat GÜRLESEL**

Proje Danışmanı

**Dr. Nesrin AKÇAY ERİÇOK**

İSO Ekonomik Araştırmalar Şubesi Müdürü

**İlhan UZ**

İSO Ekonomik Araştırmalar Şubesi Uzman Yardımcısı

<b>GRAFİKLER VE TABLOLAR LİSTESİ</b>	<b>VII</b>
<b>SUNUŞ</b>	<b>IX</b>
<b>YÖNETİCİ ÖZETİ</b>	<b>XI</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>XVII</b>
<b>1. BÖLÜM: DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI</b>	<b>1</b>
1.1. Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi	1
1.2. Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Kapsamı	1
<b>2. BÖLÜM: SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELERİ</b>	<b>3</b>
2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji	3
2.2. Temel Göstergeler	3
2.2.1. Girişim Sayısı	4
2.2.2. Üretim Değeri	5
2.2.3. Yaratılan Katma Değer	5
2.2.4. Yatırımlar	6
2.2.5. İstihdam	6
2.2.6. Alt Sektörler İtibariyle Paylar	7
2.3. Genel İmalat Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler	8
2.4. Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları	8
2.5. İstihdam	10
2.6. İşgücü Verimliliği	11
2.7. Dış Ticaret	12
2.7.1. İhracat ve İthalat	12
2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat	13
2.7.3. İhracat Pazarları	15
2.8. Net Döviz Kazancı	18
2.9. Teknoloji ve Markalaşma Faaliyetleri	18
2.10. Üretim, Tüketim ve İç Pazar Büyüklükleri	19
2.11. Avrupa Birliği'nin Deri Sektörüne Yaklaşımı	21
<b>3. BÖLÜM: DÜNYA DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ VE TÜRKİYE'NİN KONUMU</b>	<b>23</b>
3.1. Üretim ve Üretici Ülkeler	23
3.2. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı	23
3.3. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatçı ve İthalatçı Ülkeleri	25
3.3.1. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatçıları	25
3.3.2. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İthalat Pazarları ve Tedarikçileri	28
3.4. Türkiye'nin Konumu	33

<b>4. BÖLÜM: DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİNDE TEMEL REKABET UNSURLARI VE BU ALANLARDAKİ ÖNCELİKLİ SORUNLAR</b>	<b>35</b>
4.1. Temel Rekabet Unsurları ve Değerlendirmeler	35
4.2. Temel Rekabet Unsurlarında Sorunlar	36
4.2.1. Yüksek Üretim Maliyetleri ve Üretimde Rekabet Gücünün Azalması	36
4.2.2. Hammaddede Dışa Bağımlılık ve Yüksek Hammadde Fiyatları	37
4.2.3. Yeni Yatırım Teşvikleri ve Deri Sektörü İçin Yararlanma Kısıtları	39
4.2.4. Yüksek Çevre Önlemleri Maliyetleri ve Sınırlı Destekler	39
4.2.5. İthalat, Korunma Önlemleri ve İç Piyasada Uygulamalar	40
4.2.6. Vadeli İthalatlarda Yüksek KKDF Uygulaması	40
4.2.7. Mevcut Fiziki ve Doğal Kümelenmelerin Desteklenmesi ve Özendirilmesi	40
4.2.8. Özel Fatura Kapsamında Gerçekleştirilen İhracatın, Resmi İhracat Rakamlarına Dahil Edilmemesi	41
4.2.9. Özel Faturalı İhracatta ÖTV İadesi Yapılmaması	41
4.2.10. Ham, Yarı İşlenmiş ve İşlenmiş Kıymetli Kürk Postu İthalatı ve Üretiminde yüzde 20 ÖTV ve yüzde 18 KDV Uygulaması	41
4.2.11. Rusya Pazarına İhracat	42
4.2.12. Kayıt Dışı ve Taklitçilik	42
4.2.13. Deri ve Kürk Giyim Eşyası, Saraciye ve Ayakkabı Sektöründeki Tasarım Faaliyetlerinin (Yatırımlar ve Harcamalar) Desteklenmesi	43
4.2.14. Markalaşma ve Markalı İhracat İçin Desteklerin Arttırılması	43
4.2.15. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında İzin Verilen Döviz Kullanım Oranı	43
<b>5. BÖLÜM: DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİNİN SWOT ANALİZİ VE DEĞERLENDİRMELER</b>	<b>45</b>
5.1. Güçlü Yönler	45
5.2. Zayıf Yönler	46
5.3. Fırsatlar	47
5.4. Tehditler	48
<b>6. BÖLÜM: SEKTÖR STRATEJİLERİ VE POLİTİKALAR</b>	<b>49</b>
6.1. Stratejik Hedefler	49
6.2. Politikalar ve Uygulama Hedefleri	50

## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1 : Üretim Değerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (Yüzde, 2012)	7
Grafik 2 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	8
Grafik 3 : Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler	8
Grafik 4 : Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler	10
Grafik 5 : Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Verimlilik Endeksinde Gelişmeler	11
Grafik 6 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	13
Grafik 7 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	13
Grafik 8 : Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Yüzde, 2013)	16
Grafik 9 : Deri ve Deri Ürünler İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	18
Grafik 10 : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	24
Grafik 11 : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatçı Ülkeler (Milyar Dolar)	25
Grafik 12 : Dünya Deri ve Deri Ürünler İmalatı Sanayi İthalatçı Ülkeler (Milyar Dolar)	29
Grafik 13 : Türkiye Deri ve Deri Ürünleri İhracatının Dünya İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	33

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayine Ait Seçilmiş Bazı Temel Göstergeler	4
Tablo 2 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Girişim Sayısı (Adet)	4
Tablo 3 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)	5
Tablo 4 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)	5
Tablo 5 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımları (Milyon TL)	6
Tablo 6 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdamı (Ücretle Çalışan Sayısı, Kişi)	6
Tablo 7 : Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılım (2012)	7
Tablo 8 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)	8
Tablo 9 : Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları	9
Tablo 10 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Üretim Endeksleri (2005 =100)	9
Tablo 11 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)	10
Tablo 12 : Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)	11
Tablo 13 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)	11
Tablo 14 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)	12
Tablo 15 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)	12
Tablo 16 : Alt Sektörler İtibariyle Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	13
Tablo 17 : Alt Sektörler İtibariyle Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)	14



Tablo 18 : Alt Sektörler İtibariyle Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)	14
Tablo 19 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde En Çok İthalat Yapılan Ülkeler (Milyon Dolar)	15
Tablo 20 : Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	15
Tablo 21 : Ülke Gruplarına Göre Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	16
Tablo 22 : Türkiye'nin Ham ve İşlenmiş Kürk İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	16
Tablo 23 : Türkiye'nin Yarı İşlenmiş ve Bitmiş Deri İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	16
Tablo 24 : Türkiye'nin Deri Giyim Eşyası İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	17
Tablo 25 : Türkiye'nin Kürk Konfeksiyon İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	17
Tablo 26 : Türkiye'nin Saraciye İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	17
Tablo 27 : Türkiye'nin Ayakkabı İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)	17
Tablo 28 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)	18
Tablo 29 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	18
Tablo 30 : İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)	18
Tablo 31 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	19
Tablo 32 : İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)	19
Tablo 33 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Marka Tescilleri (Yerli)	19
Tablo 34 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Kapasitesi	20
Tablo 35 : Deri Mamulleri (Deri ve Kürk Giyim Eşyası, Saraciye, Ayakkabı) İç Pazarı (Milyon TL)	20
Tablo 36 : Turistlerin Türkiye'de Alışveriş Harcamaları (Milyon Dolar)	21
Tablo 37 : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı ve Dünya Ticareti İçindeki Payı	24
Tablo 38 : Alt Sektörler İtibariyle Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)	24
Tablo 39 : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İhracatçı Ülke (Milyon Dolar)	25
Tablo 40 : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İthalatçı Ülke (Milyon Dolar)	28
Tablo 41 : ABD'nin Deri ve Deri Ürünleri İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyar Dolar)	29
Tablo 42 : Almanya'nın Deri ve Deri Ürünleri İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyar Dolar)	30
Tablo 43 : İtalya'nın Deri ve Deri Ürünleri İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyar Dolar)	30
Tablo 44 : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı ve Türkiye'nin Payı	33
Tablo 45 : Alt Sektör Grupları İtibariyle Türkiye'nin Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)	34
Tablo 46 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları	36
Tablo 47 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde Üretim Maliyetleri ile Üretici ve İhraç Fiyatları Gelişimi	37
Tablo 48 : İthal Hammadde Fiyatlarının Gelişimi	37
Tablo 49 : Türkiye'de Tür ve Irklarına Göre Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvan Sayısı (Baş)	38
Tablo 50 : Türkiye'de Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvan Deri Miktarı (Sayı)	38
Tablo 51 : Seçilmiş Ürünlerde İhraç Fiyatı Karşılaştırması (Dolar/kg 2013)	43
Tablo 52 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Güçlü Yönleri	45
Tablo 53 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Zayıf Yönleri	46
Tablo 54 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Fırsatları	47
Tablo 55 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Tehditleri	48
Tablo 56 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İçin Stratejik Hedefler	49

İstanbul Sanayi Odası, 2001 yılından bu yana yürüttüğü “Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi” ile imalat sanayi sektörlerimizin rekabet gücünün geliştirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Meslek Komiteleri temsilcileri, sektör dernekleri ve meslek kuruluşlarının katkı ve katılımlarıyla ortak akıl ürünü olarak hazırlanan sektör raporlarımız, ülkemizin sektörel strateji üretme yeteneğinin geliştirilmesi ve kurumsal işbirliklerinin pekiştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda proje kapsamında yayınlanan sektör raporları serisinin 17.’sini oluşturan “Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi” sektör raporu, proje danışmanımız Dr. Can Fuat Gürlesel tarafından Odamız bünyesinde sektörü temsil eden 12. Grup Deri ve Deri Mamulleri Sanayii ve 44. Grup Ayakkabı ve Yan Sanayii Meslek Komitelerimizin yanı sıra ilgili sivil toplum kuruluşlarının katkı ve katılımlarıyla hazırlanarak kamuoyunun bilgisine sunulmuştur.

Daha çok el emeğine dayanmakla birlikte yüksek uzmanlık gerektiren deri ve deri ürünleri imalatı sanayi, 9 bine yaklaşan girişim sayısı, 71 bini aşkın istihdamı, 2 milyar dolara yakın ihracatı ve imalat sanayi katma değeri içindeki yüzde 1,2’lik payı ile ülke ekonomisine katkı sağlamayı sürdürmektedir. 1980 ve 1990’lı yıllarda hızla büyüyen sektör, 2000’li yıllarda ortaya çıkan rekabet koşullarıyla birlikte önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Bu dönüşüm sürecinde Avrupa’nın en büyük ikinci kurulu kapasitesine sahip olan sektör giderek yüksek katma değerli ve kaliteli üretime, zamanında üretim ve teslimata, tasarım kapasitesini geliştirmeye, modaaya uygun ürünlere ve markalaşmaya yönelmektedir.

Türk deri ve deri ürünleri sektörünün rekabet gücü açısından en önemli sorunları arasında, azalan hayvan varlığı, yüksek üretim maliyetleri, ham deride dışa bağımlılık ve kaliteli deriye erişimdeki sıkıntılar ilk sıralarda gelmektedir. Ayrıca kayıt dışılığın ve taklitçiliğin yaygın oluşu, ürün standartlarının yetersizliği gibi unsurlar haksız rekabet yaratarak sektörün gelişimini sınırlamakta, Ar-Ge faaliyetlerinin yetersizliği, yüksek finansman maliyetleri, sınırlı markalaşma ve yetersiz tasarım kapasitesi sektörün rekabet gücünü azaltmaktadır.

Diğer taraftan geleneksel üretim kültürü, yüksek kurulu kapasite, usta vb. seviyesindeki işgücü varlığı ve doğal kümelenme düzeyi önemli avantajlar olarak dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra gelişmeyi sürdüren iç pazar, önemli dış pazarlara yakınlık, üretimin Batı Avrupa’dan gelişmekte olan ülkelere doğru kayması, yabancıların ilgisi, ticaret tecrübesi ve güçlenen Türk imajı sektörün diğer güçlü yönlerini oluşturmaktadır. Ayrıca sektörün önemi konusunda kamuda artan farkındalık ve kalite-tasarım bilincinin hızlı bir biçimde gelişmesi, sektörün yenilikçilik ve kalite odaklı büyüme potansiyelini tetiklemektedir.

Sektörün önümüzdeki dönemde bu potansiyeli en iyi şekilde değerlendireceğine olan inancımızla “Deri ve Deri Ürünleri İmalatı” raporumuzu, sektörümüze yeni açılımlar getirmesi ve katkı sağlaması dilekleriyle bilgilerinize sunuyor; danışmanımız Sayın Dr. Can Fuat Gürlesel’e, çalışmamıza emek ve katkı veren 12. ve 44. Grup Meslek Komitesi Üyelerimize, sektörel sivil toplum kuruluşları temsilcilerine ve Odamız Ekonomik Araştırmalar Şubesi çalışanlarına teşekkür ediyoruz.

Saygılarımızla,

### **Erdal BAHÇIVAN**

İstanbul Sanayi Odası

Yönetim Kurulu Başkanı



## Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Tanımı ve Kapsamı

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi başta eti için kesilen hayvanlardan elde edilen ham deriler olmak üzere her türlü hayvanın derileri ve kürklerinin imalatı ile bu derilerden valiz, çanta, sandık, eldiven, kemer, koşum takımları gibi aksesuarların imalatlarını ve deri ve kürkten giyim ürünleri ile ayakkabı imalatlarını gerçekleştirmektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi; tabaklama ve deri işleme, saraciye ürünleri, deri giyim eşyası, kürkten eşya ve ayakkabı sektörüne kadar geniş bir üretim alanında faaliyet göstermektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi daha çok el emeğine dayanan ancak yüksek uzmanlık gerektiren bir sanayi koludur. Sanayide kaliteli hammadde temini ayrı bir önem taşımaktadır. Tabaklama ve deri işleme sektöründe atık yönetimi de ayrı bir öneme sahip bulunmaktadır.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi NACE Revize 2 sınıflandırmasına göre iki grupta yer alan ürünlerden oluşmaktadır. "14-Giyim Eşyalarının İmalatı" içinde yer alan "Deri Giyim Eşyaları" ve "Kürkten Giyim Eşyaları" ile "15-Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı" bölümünün tamamını kapsamaktadır.

## Sektörün Gelişimi ve Temel Göstergeleri

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi temel ekonomik göstergeleri farklı eğilimler sergilemektedir. Sanayide faaliyet gösteren girişim sayısı 2006 yılında 10.712 iken, bu sayı 2012 yılında 8.713'e inmiştir. Sektörde genel bir konsolidasyon yaşandığı görülmektedir. İstihdam göstergesi olarak kullanılan ücretli çalışan sayısı ise 2006 yılında 59.731 iken, 2012 yılında 71.076'ya yükselmiştir. Üretim değeri aynı dönemde büyüyerek 2012 yılında 8,56 milyar TL'ye ulaşmıştır. Yaratılan katma değer de artış sağlanmıştır. 2006 yılında yaratılan katma değer 956 milyon TL iken, 2012 yılında 1,63 milyar TL'ye kadar yükselmiştir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi her yıl benzer ölçeklerde yatırım

yapmaktadır. 2011, 398 milyon TL ile en yüksek yatırım yapılan yıl olmuştur. 2012 yılında ise yatırımlar 325 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde girişim sayısı olarak en yüksek paya ayakkabı alt sektörü yüzde 58,1 payı ile sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek payı yüzde 46,7 oranı ile ayakkabı alt sektör grubu sahiptir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 50,4 payı ile yine ayakkabı alt sektörü yaratmaktadır.

2006-2012 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı sınırlı ölçüde gerilemiştir. İstihdam içindeki payı da sınırlı ölçüde gerileyerek 2006 yılında yüzde 2,52 iken, 2012 yılında yüzde 2,28'e düşmüştür. Üretim değeri olarak payı ise kademeli olarak gerilemektedir. 2006 yılında yüzde 1,42 olan üretimdeki payı, 2012 yılında ise yüzde 1,15 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,28 iken, 2012 yılında ise yüzde 1,22 olarak gerçekleşmiştir. Katma değer payının göreceli olarak korunduğu görülmektedir.

Deri ve ilgili ürünleri imalatı sanayinde üretim 2005-2013 yılları arasında yüzde 16,7 artmıştır. Ayakkabı imalatı yüzde 32,9 ve derinin tabaklanması üretimi yüzde 2,3 artmıştır. Buna karşın giyim eşyası üretimi yüzde 21,3 gerilemiştir. Kürkten giyim eşyası ile özellikle saraciye üretiminde ise önemli bir gerileme ortaya çıkmıştır. Deri ve ilgili ürünleri imalatı sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2013 döneminde yüzde 7,9 gerilemiştir.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde dış ticaret göstergeleri için iki ayrı veri kaynağı kullanılmaktadır. İlki Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'in dış ticaret verileridir. İkincisi ise İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İTKİB) ihracat kayıt verileridir. İTKİB verileri özel fatura ile yapılan ihracat satışlarını da göstermekte olup TÜİK verilerine göre sektör için daha yüksek ve doğru bilgileri içermektedir.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracat verileri İTKİB verilerine göre 2006 yılında 1,18 milyar dolar iken, 2013 yılında 1,90 milyar dolara yükselmiştir. Böylece deri ve deri

ürünleri imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı 2006 yılında yüzde 1,38 iken, 2013 yılında yüzde 1,25 olmuştur. En yüksek ihracat ayakkabı grubunda olmaktadır. 2013 yılında ayakkabı ihracatı 730,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Kürk giyim eşyası ihracatı 340,9 milyon dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Deri giyim eşyası 276,3 milyon dolar, saraciye ürünleri ihracatı ise 239,9 milyon dolar olmuştur. Tabakhanelerden yarı işlenmiş ve işlenmiş-bitmiş deri ihracatı ise 191,2 milyon dolardır.

Deri ve deri ürünleri imalat sanayinin ithalatı içinde en büyük payı ayakkabılar almaktadır. Ayakkabı ithalatı yıllar itibariyle önemli bir artış göstermiş ve 2013 yılında 980,2 milyon dolara yükselmiştir. İthalat diğer alt ürün gruplarında ise bazı ürünlerde kademeli ve sınırlı olarak artmıştır. Saraciye ürünleri ithalatı 2013 yılında 432,4 milyon dolar ile ikinci büyük ithalat grubunu oluşturmaktadır. Tabaklanmış ve işlenmiş deri ithalatı ise 2013 yılında 394,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Deri giyim eşyası ve kürk giyim eşyası ithalatı ise sınırlı kalmaktadır.

Türkiye'nin deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde ihracat pazarları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Sektörün en önemli pazarı Rusya olmaya devam etmektedir. Mevcut AB ülkeleri ile yakın ve komşu ülke pazarlarına ilave olarak Çin ve Uzak Doğu ülkeleri giderek gelişme göstermektedir. Irak deri ve deri ürünleri sanayi için önemli bir ihracat pazarı haline gelmiştir. Sektör için S.Arabistan, BAE, Ukrayna, Bulgaristan, Kırgızistan ve Kazakistan gibi diğer yakın ve komşu ülkeler de önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir. ABD'ye ihracat yıllar itibariyle gerilemiştir.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde alınan marka tescilleri markalaşma eğilimini göstermesi açısından önemlidir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde alınan marka tescilleri yıllar itibariyle dalgalanma göstermektedir. 2000 yılında 716 adet yerli marka tescilli yapılırken, bu sayı 2005 yılında 2.060'a çıkmıştır. Daha sonraki yıllarda alınan marka tescilleri sayısı gerilemiştir. 2013 yılında ise tekrar 1.919'a kadar yükselmiştir.

Türk deri ve deri ürünleri sektörü, 1980 ve 1990'lı yıllarda hızla büyümüş, 2000'li yıllarda ortaya çıkan rekabet koşulları ile birlikte sektör bir dönüşüm sürecine girmiş olup imalat

altyapısını ve ihracatta rekabet gücünü korumaya odaklanmıştır.

Türkiye'de deri ve deri ürünleri sektörü üretimi Deri Organize Sanayi Bölgelerinde toplulaşmaktadır. Özellikle derinin tabaklanması ve işlenmesine yönelik faaliyet gösteren işletmeler bu bölgelerde yer almaktadır. Deri tabaklama ve işleme yapan üretici firmaların sayısında 2005 yılından bu yana önemli bir gerileme yaşanırken, büyük firmalar ayakta kalmayı başarmaktadır.

Türkiye deri sektörü uzun yılların bilgi ve tecrübe birikimi ile kurulu üretim kapasitesi ve nitelikli işgücüne dayalı rekabet üstünlüklerine sahip bulunmaktadır. Bunlara ilave olarak son dönemde tasarım, moda ve marka kapasitesinde de önemli ilerlemeler yaşanmaktadır.

Avrupa'nın ikinci büyük kurulu kapasitesine sahip deri sanayi, önemli bir dönüşüm süreci içinde bulunmaktadır.

Bu dönüşüm süreci içinde sermaye yapısı zayıf, ölçek sorunu olan, kalite fiyat dengesini yakalayamayan firmalar sektörden çekilirken, sektör rekabet gücünü arttırmak için yüksek katma değerli ve kaliteli üretime, zamanında üretim ve teslimata, tasarım kapasitesini geliştirmeye, moda uygun ürünlere ve markalaşmaya yönelmektedir. Dünya markalarına yönelik nitelikli tedarikçilik ve bütünleşme önemli olacaktır. Sektör bu dönüşüm ve önceliklerinin farkındadır ve işletmeler bu konuda yoğun bir çaba içinde bulunmaktadır.

Deri ve deri ürünleri sanayinin nihai ürünlerinin yurtiçinde tüketimi TÜİK'in yıllık hanehalkı tüketim harcamaları anketleri verileri kullanılarak yaklaşık olarak hesaplanmaktadır. Buna göre deri ve kürk giyim eşyası, saraciye ve ayakkabı tüketim harcamaları 2013 yılı için 6,45 milyar TL olarak hesaplanmaktadır.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin nihai ürünlerinin yurtiçi tüketimini etkileyen önemli bir talep unsuru, yabancıların Türkiye'de yaptıkları perakende harcamalarıdır. TÜİK yabancıların Türkiye'de yaptıkları alışveriş harcamaları verilerini de yayımlamaktadır. Buna göre 2013 yılında toplam giyim ve ayakkabı harcamaları 3,43 milyar dolar olmuştur. Bunun 854 milyon doları deri, süet ve ayakkabılar, 105 milyon doları ise kıymetli kürkler alışverişi olarak öngörülmektedir.

## Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi ve Türkiye'nin Konumu

Deri sektörünün yarattığı çevre kirliliği nedeniyle ham deri üretimi ve işleme faaliyetleri 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren gelişen ülkelere kaymaya başlamış olup bu eğilim yeni aşamaları ile sürmektedir. Çin, Hindistan ve Pakistan geleneksel üreticilerin önünde yeni rakip üreticiler haline gelmiştir. Çin, Hindistan, Pakistan, Rusya ve Orta Doğu pazarının orta düşük ve orta gelir segmentine yönelik üretimlerini sürdürmektedir. Bununla birlikte Çin ve Hindistan'da son yıllarda ortaya çıkan üretim maliyetlerindeki artış, bu ülkeleri kapasite yatırımı yerine kalite ve moda-marka yatırımlarına yönleltmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelerin ve özellikle Avrupalı ülkelerin pazarlarında ise kaliteli, yüksek katma değerli ve çevre normlarına uygun üretilmiş moda ve markalı ürünlere talep devam etmektedir.

Üretimde Zig deride Türkiye ile birlikte Çin, Hindistan, Pakistan, İtalya, Güney Kore ve İspanya, Kürk süette Türkiye'nin yanı sıra Çin, İtalya, Uruguay, Güney Kore ve Arjantin, Kıymetli kürkte Yunanistan, Çin, Hong Kong, Kanada, Almanya, Finlandiya ve ABD öne çıkan ülkelerdir. Üretimde özellikle İtalya ve İspanya'daki ham deri tabaklama ve işleme kapasitesi ile işlerinin çevre koşulları ve artan üretim maliyetleri ile ülke dışına ve Romanya, Bulgaristan ve Türkiye gibi yakın ülkelere kayma olasılığı artmaktadır. Asya Pasifik bölgesinde ise Çin ve Hindistan'da üretimin giderek pahalı hale gelmesi ile birlikte Vietnam ve Endonezya gibi yeni üretim alanları, İran ve Moğolistan gibi alternatifler ile ayrıca Afrika'da Tunus, Sudan, Nijerya ve Güney Afrika gibi yeni bölgesel üretim ve ihracat merkezleri alternatifleri ortaya çıkmaktadır.

Dünya deri sektöründe öncelikli bir diğer konu hammadde tedariki ve güvenliği haline gelmiştir. Hammadde erişilebilirliği sınırlanmakta ve hammadde fiyatları artmaktadır. Bazı ülkeler deri hammaddesi ihracatına yasaklar ve sınırlamalar getirmektedir. Günümüzde ham deri korumacılığı oranı yüzde 54'e yükselmiştir. Bu eğilimin önümüzdeki dönemde de sürmesi ve orta vadede deri hammaddesi fiyatlarının yüksek kalması beklenmektedir.

Dünya deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatı 2005 yılında 135,6 milyar dolar iken, 2008 yılında 176,1 milyar dolara yükselmiştir. Ancak sektör ihracatı küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve 2009 yılında 149,9 milyar dolara gerilemiştir. İhracat izleyen üç yılda yeniden artarak 2012 yılında 225,1 milyar dolara kadar yükselmiştir. İhracat artışı 2013 yılında da sürmüştü ve toplam dünya ihracatı 239,9 milyar dolara yükselmiştir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı ise yüzde 2005 yılında yüzde 1,29 iken, 2013 yılında yüzde 1,31 olarak gerçekleşmiştir.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının alt sektörler itibariyle dağılımı değerlendirildiğinde ise 2013 yılı itibariyle en yüksek ihracat 122,9 milyar dolar ile ayakkabıda gerçekleşmiştir. Saraciye ürünlerinde ihracat 68,3 milyar dolar olmuştur ve en yüksek ihracat yapılan ikinci alt sektördür. Yarı işlenmiş ve işlenmiş deri ihracatı ise 23,7 milyar dolar olmuştur. Kürkten eşya ile deri giyim eşyası ihracatı ise 4,4 milyar dolar ve 3,9 milyar dolar ile daha sınırlı kalmaktadır.

Dünya deri ve deri ürünleri ihracatında 2013 yılında Çin 82,69 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. İtalya 24,74 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Vietnam son yıllarda ihracatta önemli bir gelişme göstererek 13,12 milyar dolar ihracatı ile üçüncü sıraya yükselmiştir. Fransa 9,85 milyar dolar, Almanya 7,93, Belçika 6,63 ve Hindistan 6,0 milyar dolar ile bu üç ülkeyi izlemektedir. Türkiye ise 1,9 milyar dolar ihracatı ile on altıncı sırada yer almaktadır.

Dünya deri ve deri ürünleri ithalatında ilk sırayı 38,74 milyar dolar ile ABD almaktadır. Almanya ikinci, İtalya ise üçüncü büyük ithalatçıdır. Bu ilk üç ülkeyi Japonya, Fransa ve İngiltere izlemektedir. Çin önemli bir pazar haline gelmiştir. 2013 yılında deri ve deri ürünleri ithalatı 8,6 milyar dolar olmuştur. Rusya 5,9 milyar dolarlık ithalatı ile büyük pazarlardan bir olmayı sürdürmektedir. Hollanda, İspanya ve Belçika Avrupa'daki diğer önemli pazarlardır. İlk on beş büyük pazar içinde yer alan diğer gelişmiş ülkeler ise Güney Kore, Kanada, İsviçre ve Avustralya'dır.

Türkiye deri ve deri ürünleri ihracatında 2013 yılında 1,9 milyar dolar ihracatı ile dünya deri ve deri ürünleri ihracatı içinden yüzde 0,79

pay alırken, ihracatta on altıncı sırada yer almaktadır. Türk deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının dünya ihracatı içindeki payı 2005 yılında bu yana hemen hemen aynı kalmıştır. 2005 yılında yüzde 0,81 olan pay, 2013 yılında yüzde 0,79 olarak gerçekleşmiştir. Alt sektörlerin dünya ihracatı içindeki payları değerlendirildiğinde kürk giyim eşyası ihracatı azalan payına rağmen yüzde 7,75 ile en yüksek paya sahip alt sektördür. Deri giyim eşyaları ise 2013 yılında dünya ihracatı içinde yüzde 7,08 pay almıştır. Ham ve işlenmiş kürkler yüzde 1,38 payı ile üçüncü en yüksek paya sahip alt sektördür.

### Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları ve Bu Alanlardaki Öncelikli Sorunlar

Temel rekabet unsurları ve sorunları;

1. Yüksek üretim maliyetleri ve üretimde rekabet gücünün azalması,
2. Hammaddede dışa bağımlılık ve yüksek hammadde fiyatları,
3. Yeni yatırım teşvikleri ve deri sektörü için yararlanma kısıtları,
4. Yüksek çevre önlemleri maliyetleri ve sınırlı destekler,
5. İthalat ve iç piyasadaki uygulamaların yarattığı haksız rekabet,
6. Vadeli ithalatlarda yüksek KKDF uygulaması,
7. Mevcut fiziki ve doğal kümelenmelerin yeterince desteklenmemesi,
8. Özel fatura kapsamında gerçekleştirilen ihracatın, resmi ihracat rakamlarına dahil edilmemesi,
9. Özel faturalı ihracatta ÖTV iadesi yapılmaması,
10. Ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kıymetli kürk postu ithalatı ve üretiminde yüzde 20 ÖTV ve yüzde 18 KDV uygulaması,
11. Rusya pazarında, Rusya'nın uyguladığı referans fiyatların yüksekliği ve yüksek geçiş maliyetleri,

12. Kayıt dışı ve taklitçilik,
13. Deri ve kürk giyim eşyası, saraciye ve ayakkabı sektöründeki tasarım faaliyetlerinin (yatırımlar ve harcamalar) yeterince desteklenmemesi,
14. Markalaşma ve markalı ihracat için desteklerin artırılması,
15. Dahilde işleme rejimi kapsamında izin verilen döviz kullanım oranının düşük kalması.

### Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin SWOT Analizi ve Değerlendirmeler

#### Güçlü Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde saraciye alt sektörü hariç gelişmiş yan sanayinin varlığı ve ayakkabı sanayinde gelişen yan sanayi güçlü yönler arasında yer almaktadır.

Üretimde deri ve deri ürünleri sanayinde geleneksel üretim kültürü ve mevcut organize sanayi bölgeleri, ayakkabı sanayinde geleneksel üretim kültürü ve doğal kümelenme öne çıkan güçlü yönlerdir. Ancak doğal kümelenmelerin gelişmiş bölgelerde sıkışması sıkıntı yaratmaktadır. Ağırlıklı küçük siparişlere yanıt veren kurulu üretim kapasitesi önemlidir. Deri ve deri ürünlerinde ise bir miktar atıl kalan üretim kapasitesi yeterlidir.

Ürün geliştirme ve kalitede deri ve deri ürünleri sanayinde zig, kürk ve süet üretimindeki know-how, el işçiliği-zanaatkarlığı, yüksek koleksiyon ve tasarım kapasitesi ile moda uyum yeteneği güçlü yönlerdir. Ayakkabı sanayinde ise üretim ve ürün kalitesinde hızlı iyileşme, daha yüksek katma değerli ürünlerin üretimine geçilmesi ve tasarım kapasitesindeki gelişmeler güçlü yönlerdir.

Pazarlama ve satışta coğrafi konum ve pazarlara yakınlık, gelişen iç pazar, yabancıların alışverişleri güçlü yönlerdir. Deri ve ürünlerinde uluslararası pazar ve ticaret tecrübesi ile ayakkabıda güçlenen Türk ayakkabı imajı diğer güçlü yönlerdir.

Verimlilik ve insan kaynaklarında sanayiye yönelik eğitim kurumlarının varlığı ile usta vb. seviyesindeki işgücü varlığı güçlü yönlerdir. Piyasa ve sektör koşullarında korunma önlemleri sanayinin güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

## **Zayıf Yönler**

Hammadde ve girdi tedarikinde deri ve deri ürünleri sanayinde azalan hayvan varlığı, ham deride dışa bağımlılık, kontrolsüz deri kesimi ile oluşan kalite sorunları ve yüksek ÖTV uygulamaları ile çeşit hammadde bulunamaması, ayakkabı sanayinde ise ham deride dışa bağımlılık ve kaliteli deriye erişimde sıkıntılar, üretimde deri ve ürünleri sanayinde yüksek enerji, arıtma, su ve işgücü maliyetleri, ayakkabı sanayinde ise atölye ağırlıklı küçük ölçekler ve yetersiz otomasyon zayıf yönlerdendir.

Ürün geliştirme ve kalitede sınırlı araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile sınırlı ürün geliştirme faaliyetleri, sınırlı markalaşma ile ayakkabı sanayinde sınırlı tasarım kapasitesi zayıf yönlerdir.

Pazarlama ve satışta deri ve ürünleri sanayinde büyük pazarlarda olamamak ve az sayıda pazara bağımlı kalmak ile ayakkabı sanayinde yetersiz tanıtım ve pazarlama faaliyetleri zayıf yönler arasında yer almaktadır.

Finansman ve mali yapıda deri ve deri ürünleri sanayinde düşük karlılık, sınırlı finansal kaynaklar ve yüksek finansman maliyetleri ile ayakkabı sanayinde yetersiz sermaye birikimi zayıf yönlerdir.

Verimlilik ve insan kaynaklarında deri ve deri ürünleri sanayinde eğitim kurumları ile müfredat uyumsuzluğu, pratik eğitimin zayıf kalması ve sınırlı altyapı olanakları ile ayakkabı sanayinde tecrübeli ama eğitimsiz işgücü zayıf yönlerdir.

Piyasa ve sektör koşullarında az sayıda kurumsallaşmış firmanın bulunması ile kayıt dışı ve haksız rekabet, ayakkabı sanayinde ithal ürünler ile taklitçilik zayıf yönler arasında değerlendirilmektedir.

## **Fırsatlar**

Hammadde girdi tedarikinde ayakkabı sanayinde iyileşen ve çeşitlenen yan sanayi,

Üretimde deri ve ürünleri sanayinde Batı Avrupa ülkelerinin üretimden çekilmesi ile ayakkabı sanayinde yüksek el becerisine sahip işçilik,

Ürün geliştirme ve kalitede deri ve ürünleri sanayinde Ar-Ge ve Ür-Ge açığı ve kapatılma ihtiyacı ile ayakkabı sanayinde üretimde kalite bilincinin artması ve tasarım bilincinde hızlı gelişme,

Pazarlama ve satışta deri ve ürünleri sanayinde

halen büyük pazarlara hiç girilmemiş olması, artan yabancı alışveriş potansiyeli ve geleneksel pazarlara yakınlık. Ayakkabı sanayinde iç pazarın tüketim potansiyeli ve gelişen modern perakende pazarı, artan kaliteli ve sağlıklı ayakkabı tercihleri ile yakın ve komşu pazar potansiyeli,

Verimlilik ve insan kaynaklarında artan eğitim yatırımlarının geri dönüşümünün alınacak olması, Piyasa ve sektör koşullarında ise kamunun sanayinin önemini yeniden anlamış olması ile kamunun yeni destekleri fırsatlar olarak görülmektedir.

## **Tehditler**

Hammadde ve girdi tedarikinde deri ve ürünleri sanayinde yerli ham deri arz kaynağının azalması, dünyadan ham deri tedarikinin zorlaşması, ayakkabı sanayi için yerli yan sanayinin gelişimini sınırlayan ucuz-kalitesiz ithal girdiler,

Üretimde deri ve ürünleri sanayinde dünyada arz fazlası ve artan fiyat rekabeti ile ayakkabı sanayinde sanayileşmeye geçememek ve orta ölçekte kalmak,

Ürün geliştirme ve kalitede modada izleyici olmak ve yeterli marka çıkaramamak,

Pazarlama ve satışta deri ve ürünleri sanayinde ikame ürünlerin çıkması, büyük pazarlara girememek ve geleneksel pazarlardaki ekonomik ve siyasi sıkıntılar, ayakkabı sanayinde haksız rekabet yaratan ülkeler, komşu ülkelerde sıkıntılar, modern perakende pazara yabancı markaların agresif girişi,

Finansman ve mali yapıda yetersiz teşvikler ve sermaye ve finansman sıkıntısı ile deri ve ürünleri sanayinde düşük karlılığın sürmesi,

Verimlilik ve insan kaynaklarında işçi-işveren ilişkilerinde yaşanan sıkıntıların sürmesi sektörün eğitim kurumlarına yönelik ilginin ve öğrenci sayısının azalması, sanayide nitelikli ve niteliksiz işgücü açığının artması,

Piyasa ve sektör koşullarında ise sınırlı kurumsallaşma, kayıt dışı üretim, haksız rekabet, yetersiz ithalat ve iç piyasa yönetimi ile ayakkabı sanayinde yetersiz ürün standartları, kaçak ithal ürünler, sektörün oyuncularını için ticaret-üretim açmazı ile sanayinin tamamı için değişen iklim koşulları tehditler olarak değerlendirilmektedir.



## Sektör Stratejileri ve Politikalar

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi için sektörün değer zincirini temel alan 19 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 4, üretim için 4, teknoloji faaliyetler için 1, pazarlama ve satış için 5, insan kaynakları için 2, finansman ve mali yapı için 1 ve piyasa ve sektör koşulları için 2 stratejik hedef belirlenmiştir. Stratejik hedefler aşağıda sunulmaktadır:

1. Hayvan varlığının artırılması için hayvancılığın desteklenmesi, deriye et ve süt kadar önem verilmesi, mezbahaların kayıt içine alınması, derinin elde edilmesi taşıması ve depolanmasında standartlara uyulması,
2. Ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postu ithalatında ve üretiminde yüzde 20 ÖTV'nin kaldırılması, yüzde 18 KDV'nin yüzde 8'e indirilmesi,
3. Vadeli ithalatta uygulanan KKDF oranı yüzde 1'e indirilmesi, yurtiçinden temin edilemeyen malların ithalatında kaldırılması,
4. Aksesuar yan sanayinin geliştirilmesi, üretim, kalite, tasarım kapasitesinin artırılması,
5. Doğal ve fiziki kümelenmeler içinde faaliyet gösteren firmaların işgücü kamu yüklerinin azaltılması, esnek çalışma uygulamalarına geçilmesi, indirimli enerji fiyatı uygulanması,
6. Yeni yatırım teşviklerinde 6. Bölgede uygulanan desteklerin deri sanayinin özel konumu nedeniyle mevcut kurulu deri organize sanayi bölgelerindeki yeni yatırımlar için de aynen uygulanması,
7. Çevre yatırımları ile çevre harcamalarının Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bütçesi ile "Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ" kapsamında desteklenmesi,
8. OSB dışındaki mevcut doğal kümelenmelerin ıslah OSB niteliğinde statüye kavuşturularak altyapı ile yatırım ve üretim aşamalarında desteklenmesi, İstanbul'daki doğal kümelenmelerin yeni planda gösterilen sanayi bölgelerine kümelenerek taşınmasının desteklenmesi,
9. Turquality ve Marka Destek programına deri sektörünün katılımının artırılması, bu programların uygulama süreçlerinin iyileştirilmesi, devlet destekleri kapsamında yapılan ödemelerin hızlandırılması için iyileştirilmelere gidilmesi,
10. 2023 yılında 10 milyar dolar ihracat yapılması,
11. Özel fatura kapsamında gerçekleştirilen ihracatın resmi ihracat rakamına dahil edilmesi ve Özel faturalı ihracatlarda üretici ihracatçılara ÖTV iadesi yapılması,
12. Rusya'ya ihracatta referans fiyatların ve geçiş maliyetlerin düşürülmesi için kamu nezdinde girişimlerin sürdürülmesi, özel faturalı ihracata navlun desteği sağlanması,
13. Dahilde İşleme Rejimi kapsamında izin verilen döviz kullanım oranının yüzde 75'e yükseltilmesi,
14. Doğal deri ile suni deri ayırımına ilişkin tüketici bilincinin artırılması,
15. Nitelikli insan kaynakları yetiştirilmesi ve zanaatkarlığın korunması,
16. Çalışma hayatına ilişkin getirilen düzenlemelerin gözden geçirilmesi ve ilave yüklerin azaltılması,
17. Saracıye sektöründe alışlarda yüzde 18, satışlarda yüzde 8 KDV uygulaması ile ortaya çıkan sıkıntının giderilmesi,
18. İthalatta ürün standardı ve kalitesi denetimlerinin etkinleştirilmesi, yeni standartlar ve ithalatta insan ve tüketici sağlığına yönelik kontrollerin oluşturulması, ürün tanıtım bilgilerine zorunluluk getirilmesi, tüketicinin bilinçlendirilmesi, indirim dönemlerinin düzenlenmesi,
19. Kayıt dışılık ile mücadelede derinin elde edilmesi (mezbahalar) aşamasından başlayarak kayıt dışı denetimlerin artırılması, caydırıcı önlemler alınması, işgücü üzerindeki yükler azaltılarak kayıt dışılığın azaltılması, taklitçilik ile mücadelede fikri mülkiyet hakları düzenlemelerindeki uygulamaların etkinleştirilmesi.

## Manufacturing Industry of Leather and Leather Products

### Definition and Scope

The manufacturing industry of leather and leather products engages in the manufacturing of all animal skins and fur, primarily cattle rawhides as well as accessories such as suitcases, bags, chests, gloves, belts, harnesses and leather and fur apparel and shoes. Manufacturing industry of leather and leather products operates in a wide scope of manufacturing areas from tanning to hide processing, saddlery, leather apparel, fur objects and footwear industry. Manufacturing industry of leather and leather products is a branch of industry that mostly relies on manual labor but requires a high-level expertise. Supply of quality raw materials is of particular importance in the industry. Waste management is also very important in tanning and leather processing industries.

According to NACE Rev. 2 classification, manufacturing industry of leather and leather products is made up of two product groups: "Leather Apparel" and "Fur Apparel" under "14-Manufacture of Wearing Apparel" and the entire "15-Manufacture of Leather and Related Products" group.

### Development and Main Indicators of the Sector

Basic economic indicators of the manufacturing industry of leather and leather products show different trends. In 2006, the number of enterprises in the industry was 10.712 which dropped to 8.713 in 2012. An overall consolidation is observed in the industry. In terms of employment, the number of waged workers was 59.731 in 2006 which rose to 71.076 in 2012. Production value rose to 8.56 billion TL in 2012. While the added value created amounted to 956 million TL in 2006, this figure soared as high as to 1.63 billion TL in 2012. Manufacturing industry of leather and leather products makes investments

on a similar scale every year. 2011 was the year with the highest level of investment totaling 398 million TL. Investments in 2012 amounted to 325 million TL.

The largest rate among the number of enterprises in the manufacturing industry of leather and leather products is the footwear sub-sector with a rate of 58.1% which also holds the highest production value rate of 46.7%. The highest added value in the manufacturing industry of leather and leather products is created in the footwear sub-sector as well which totals 50.4%.

Between 2006 and 2012, the rate of the number of enterprises in the overall manufacturing industry demonstrated a scant decline with a similar level of deterioration in its share in employment, dropping from 2.52% in 2006 to 2.28% in 2012. The industry's share in production value is experiencing a gradual decline with a 1.42% rate in 2006 decreasing to 1.15% in 2012. The share in the created value-added was 1.28% in 2006 and 1.22% in 2012 which manifests that the rate of value-added has been relatively preserved.

Production in the manufacturing industry of leather and leather products rose by 16.7% between 2005 and 2013 with a boost in shoe manufacture by 32.9% and tanning manufacture by 2.3%. By contrast, apparel manufacture declined by 21.3%. A considerable decline was seen in fur apparel and especially saddlery. Productivity measured in terms of production per capita in the manufacturing industry of leather and leather products declined by 7.9% between 2005-2013.

Two different sources of data are used for foreign trade indicators in the manufacturing industry of leather and leather products. The first one is the foreign trade data of Turkish Statistical Institute (TURKSTAT) and the second one is the export records of Istanbul Textile and Apparel Exporters' Associations (ITKIB). ITKIB data include export sales carried out with special invoices, therefore covering a higher and more accurate information of the industry compared to the TURKSTAT data.

According to the ITKIB data, total exports of the manufacturing industry of leather and leather products amounted to 1.18 billion dollars in 2006 and rose to 1.90 billion dollars in 2013. Consequently, the share of the manufacturing industry of leather and leather products in total exports of Turkey dropped to 1.25% in 2013 from 1.38% in 2006. The highest level of exports is carried out in the footwear group. Footwear exports totaled 730.1 million dollars in 2013 followed by 340.9 million dollars in fur apparel exports. Leather apparel exports amounted to 276.3 million dollars and saddlery 239.9 million dollars. Semi-finished and processed-finished hide exports from the tanneries totaled 191.2 million dollars.

The biggest share in imports of the manufacturing industry of leather and leather products is footwear. Footwear imports have demonstrated a considerable rise over the years reaching 980.2 million dollars in 2013. Other sub-product groups in imports have shown gradual and limited growth. Saddlery imports totaled 432.4 million dollars in 2013, becoming the second largest import group. Tanned and processed leather imports amounted to 394.6 million dollars in 2013 while leather apparel and fur apparel imports remain limited.

There is a great variety in the export markets of the manufacturing industry of leather and leather products in Turkey with most significant market still being Russia. In addition to current EU countries; markets in neighboring countries, China and Far Eastern countries are increasingly growing. Iraq has become an important export market for leather and leather goods industry. Other neighboring countries such as Saudi Arabia, UAE, Ukraine, Bulgaria, Kyrgyzstan and Kazakhstan continue to be important markets. Exports to the USA have decreased over the years.

Trademark registrations obtained in the manufacturing industry of leather and leather products stand out as indicators for a trend towards branding. Trademark registrations in the manufacturing industry of leather and leather products show fluctuations over the years. 716 local brands were registered in 2000 and the

figure rose to 2.060 in 2005. The number of registrations declined in the following years but has rebounded to 1.919 in 2013.

Turkish manufacturing industry of leather and leather products grew rapidly in 1980s and 1990s, entered a process of transformation with emerging competition in 2000s and has focused on preserving its manufacturing infrastructure and competitiveness in exports.

The manufacturing industry of leather and leather products in Turkey are concentrated in Leather Organized Industrial Zones which include sites especially operate tanning and hide processing activities. The number of tanning and processing production companies dropped sharply since 2005 with large firms still maintaining a certain level of success.

The Turkish leather industry has a competitive edge based on a manufacturing capacity, long years of knowledge and experience and a qualified workforce. Additionally, there has been significant progress in design, fashion and brand capacity in recent years.

Leather industry is the second largest installed capacity of Europe and is going through a major transformation.

During this process of transformation, companies with a weak capital structure, problems with scale and a disability to balance quality and price are withdrawing from the market. Meanwhile, with an eye to achieve higher competitiveness, the industry moves towards quality manufacture with high added value, timely manufacture and delivery, development of design capacity, fashionable products and branding. Quality supply and integration for world brands will gain prominence. The industry is aware of this transformation as well as these priorities and enterprises have been showing major effort in this regard.

Domestic consumption of finished goods of the manufacturing industry of leather and leather products is roughly calculated according to TURKSTAT's annual surveys on household consumption expenditures. Accordingly, consumption expenditures for leather and fur apparel, saddlery and footwear amounted to 6.45 billion TL in 2013.

Retail spending of foreigners in Turkey creates an important demand that affects the domestic consumption of finished goods in the manufacturing industry of leather and leather products. TURKSTAT publishes the data of foreigners' expenditures in Turkey as well. According to this data, foreigners spent a total of 3.43 billion dollars on apparel and footwear in 2013, of which 854 million dollars were on leather, suede apparel and footwear and 105 million dollars on precious fur.

### **Manufacturing Industry of Leather and Leather Products in the World and the Position of Turkey**

Due to the environmental pollution caused by the leather industry, rawhide manufacturing and processing activities started to shift to developing countries from the second half of 1990s, a trend still observed today. China, India and Pakistan have become new competitors in manufacturing, surpassing traditional manufacturers. China, India and Pakistan continue to produce for middle-low and middle income segments of Russia and Middle East. Furthermore, the increase in prime costs of China and India in recent years has guided these countries towards quality and fashion-brand investments rather than capacity investments. In developed markets and especially in European countries, the demand continues for fashion and brand items of quality and high value-added manufactured according to environmental norms.

Turkey alongside China, India, Pakistan, Italy, South Korea and Spain stand out in Zig leather manufacturing; Turkey, China, Italy, Uruguay, South Korea and Argentina in Fur suede and Greece, China, Hong Kong, Canada, Germany, Finland and the USA in precious fur. The environmental impact of rawhide tanning and processing capacity activities and rising prime costs in especially Italy and Spain make it increasingly likely that manufacturing will shift to neighboring countries such as Romania, Bulgaria and Turkey. In the Asia Pacific region, manufacturing is getting increasingly expensive in China and India with Vietnam and Indonesia emerging as new manufacturing zones,

alternatives such as Iran and Mongolia as well as regional manufacturing and export areas in African countries such as Tunisia, Sudan, Nigeria and South Africa.

Another priority issue in the global leather business is raw material supply and security. Access to raw material is restricted and prices rise with certain countries banning and restricting exports on leather raw materials. Rawhide protectionism today has grown up to 54%. It is expected that this trend will continue in the upcoming term with price of leather raw materials remaining high in medium term.

While exports in global manufacturing industry of leather and leather products totaled 135.6 billion dollars in 2005, the figure soared to 176.1 billion dollars in 2008. The negative impact of the global crisis was felt in the exports in the industry which led to a drop to 149.9 billion dollars in 2009. During the following three years, exports started to grow again and rose to as high as 225.1 billion dollars in 2012. The growth in exports continued in 2013 totaling 239.9 billion dollars in global figures. The share of the manufacturing industry of leather and leather products in total global exports was 1.29% in 2005 and rose to 1.31% in 2013.

In terms of sub-sector distribution in the manufacturing industry of leather and leather products, the highest amount of exports was recorded in footwear as of 2013 with 122.9 billion dollars. Exports in saddlery totaled 68.3 billion dollars making it the second largest sub-sector in exports and semi-processed and processed leather export amounted to 23.7 billion dollars. Fur accessories and leather apparel exports record a weaker level of 4.4 billion and 3.9 billion dollars respectively.

On a global scale, the number one exporter in the manufacturing industry of leather and leather products in 2013 was China with 82.69 billion dollars followed by Italy with 24.74 billion dollars. In recent years, Vietnam has emerged as a significant exporter rising to number three with 13.12 billion dollars followed by France with 9.85 billion dollars, Germany with 7.93 billion dollars, Belgium with 6.63 billion dollars and India with 6.0 billion dollars. Turkey ranks 16th with exports worthy of 1.9 billion dollars.

The number one importer in global manufacturing industry of leather and leather products is the USA with 38.74 billion dollars followed by Germany and Italy. These three countries are followed by Japan, France and the UK. China has become a major market with leather and leather goods import amounting to 8.6 billion dollars in 2013. Russia continues to be among leading markets with imports worthy of 5.9 billion dollars. Other developed countries in the fifteen largest markets are South Korea, Canada, Switzerland and Australia.

Turkey has had a share of 0.79% in global leather and leather goods exports worthy of 1.9 billion dollars in 2013, ranking 16th. The rate has remained more or less constant since 2005, dropping to 0.79% in 2013 from 0.81% in 2005. In terms of shares of sub-sectors in global exports, fur apparel exports recorded the highest rate of 7.75% albeit with a shrinking share. Leather apparel has had a 7.08% share in global exports in 2013. Raw and processed fur comes third with a share of 1.38%.

### **Main Competitive Factors in the Manufacturing Industry of Leather and Leather Products and Priority Issues in These Areas**

Basic competitive factors and issues are as follows;

1. High production costs and decreasing competitiveness in manufacturing,
2. Foreign dependence in raw materials and high prices of raw materials,
3. New investment incentives and benefit limitations for the leather industry,
4. High costs of environmental measures and limited support,
5. Unfair competition caused by imports and domestic market practices,
6. High resource utilization support fund (RUSF) in term imports,
7. Insufficient support for current physical and natural clusters,
8. Exclusion of exports carried out with special invoices from official exports records,

9. No refunds on Special Consumption Tax (SCT) for exports with special invoices,
10. 20% SCT and 18% VAT in rawhide, semi-processed and processed precious fur imports and manufacturing,
11. The high reference prices set by Russia and high transition costs in the Russian market,
12. Grey economy and counterfeits,
13. Insufficient support (investment and expenditures) for design activities in leather and fur apparel, saddlery and footwear industries,
14. Increase in branding and contributions for brand exports,
15. Low rate of foreign currency use authorized as part domestic processing regime.

### **SWOT Analysis of the Manufacturing Industry of Leather and Leather Products and Considerations**

#### **Strengths**

Strengths include developed supply industries in raw material and input supplies of the manufacturing industry of leather and leather products except in the saddlery sub-sector in addition to the supply industry in footwear industry.

Other strong aspects that stand out include traditional manufacturing culture and current organized industrial zones in the manufacturing industry of leather and leather products and traditional manufacturing culture and natural clustering in footwear industry. However, natural clusters are limited to developed regions only, which creates problems. It is important to have an installed production capacity that responds to primarily small orders. A certain level of idle production capacity in leather and leather goods is sufficient.

In terms of product development and quality in leather and leather goods industry; strong elements include knowhow, handicraft/craftsmanship, high collection and design capacity as well as the capacity to keep up with the fashion in zig, fur and suede manufacturing.

Rapid improvement in manufacturing and product quality, transition to manufacturing of products with higher added value and developments in design capacity are strong aspects of footwear industry.

Geographical position and proximity to markets are strong aspects in sales and marketing in addition to the developing domestic market and shopping activities of foreigners. Other strengths include experience in international markets and commerce in leather goods as well as a growing image of Turkish shoes.

In terms of productivity and human resources, strong aspects include the presence of educational institutions specializing in the industry as well as master etc. levels in labor force. Measures for protection within market and industry conditions are also regarded as a strong aspect of the industry.

### **Weaknesses**

Weaknesses in raw material and input supplies of leather and leather goods industry include decreasing level of animal availability, external dependence in rawhide, quality issues stemming from unchecked hide cutting, high SCT levels and lack of diverse raw materials. In the footwear industry, weak aspects are external dependence in rawhide and issues with access to quality hides. In terms of production in leather and leather goods industry weaknesses are high costs of energy, effluent treatment, water and labor while small scale production relying on workshops and insufficient automation are the weaknesses in footwear industry.

Limited research and development activities in product development and quality, limited branding and limited design capacity in footwear industry are also regarded as weak aspects.

Additional weaknesses include absence from large markets in sales and marketing in leather and leather goods industry, dependence on a small number of markets and insufficient promotion and marketing activities in the footwear industry.

In financing and financial structure, leather and leather goods industry shows weakness in terms of low profitability, limited financial resources and high financing costs. Footwear industry is weak in capital stock.

In terms of productivity and human resources, leather and leather goods industry demonstrates incompatibility with educational institutions over curriculum and shows weakness in practical training and infrastructure whereas footwear industry has experienced but uneducated labor force.

As part of market and industry conditions, insufficient number of institutionalized companies, grey economy and unfair competition are additional weaknesses. For the footwear industry, import goods and counterfeits are regarded as weak aspects.

### **Opportunities**

Improvement and diversification of supply industry in raw material input supplies of footwear industry,

Withdrawal of Western European countries in the manufacturing industry of leather and leather products and high level of handicraft in footwear industry labor force,

In terms of product development and quality, the need to compensate inadequate R&D and product development in leather and leather goods industry, a rise in quality awareness in footwear manufacturing industry and rapid growth in design awareness,

In sales and marketing, the leather and leather goods industry is yet to enter big markets, holds a potential for the shopping activities of foreigners and is close to traditional markets. The consumption potential in the domestic market for footwear industry as well as a developing modern retail market, rising quality and healthy footwear choices and potential in neighboring markets,

The return to be received from increased educational investments in productivity and human resources,

In market and industry conditions, opportunities include a restored public recognition of the importance of the industry and new state aids.

### **Threats**

For leather and leather goods industry, threats include a decrease in domestic rawhide supplies for raw material and input supplies,

increasing difficulties of rawhide supplies in the world. Threats of for footwear industry include cheap imports of poor quality that restricts the development of domestic supply industry,

In manufacturing, excess supply and rising price competition in leather and leather goods industry; lack of industrialization and failure to go beyond medium scale production in footwear industry,

In terms of product development and quality, being an onlooker in fashion and failure to create a sufficient number of brands,

In sales and marketing, leather and leather goods industry is threatened by the emergence of replacement products, failure to enter large markets, economic and political problems in traditional markets whereas threats for footwear industry include countries creating unfair competition, problems in neighboring countries, aggressive penetration of foreign brands in the modern retail market,

In terms of financing and financial structure, threats include insufficient incentives, capital and financing problems and the continuation of low profitability in leather and leather goods industry,

In productivity and human resources, persistence of problems in labor relations, a decline in interest and number of students in educational institutions for the industry, an increasing shortfall of skilled and unskilled labor in industry,

In terms of market and industry conditions, threats for the leather and leather goods industry include limited institutionalization, grey economy, unfair competition, insufficient import and domestic market management whereas footwear industry is threatened by insufficient product standards, illegal imported products, a trade-production impasse for the players in the industry as well as changing climate conditions that affect the entire industry.

## Sector Strategies and Policies

19 goals have been set for the manufacturing industry of leather and leather products based on the value chain of the industry. Strategic goals include 4 goals for raw material and input, 4 for

production, 1 for technological activities, 5 for sales and marketing, 2 for human resources, 1 for financing and financial structure and 2 for market and industry conditions all listed as follows:

1. Support for stockbreeding to increase animal availability, consideration of hide as important as meat and milk, registering slaughterhouses, compliance with standards in obtainment, transportation and storage of hide,
2. Abolition of 20% SCT in raw, semi-processed and processed fur import and manufacturing; reduction of 18% VAT to 8%,
3. Reduction of RUSF rate in term imports to 1% and abolition of the said rate for imports of goods impossible to supply from the domestic market,
4. Development of supply industry for accessories and an increase in capacity of its production, quality and design,
5. Relief of labor force and state burdens of companies operating in natural and physical clusters, transition to flexible work hours, implementation of discount energy prices,
6. As regards new investment incentives; aids for new investments in current leather organized industrial zones in exactly the same way as those applied in the 6th region, in view of the special position of the leather industry,
7. Aids for environmental investments and costs provided by the budget of the Ministry of Environment and Urbanization as part of the communiqué on “State Aid for Environmental Protection Activities”,
8. Aside from Organized Industrial Zones (OIZ), raising current natural clusters to rehabilitated OIZ status with support for infrastructure, investment and manufacturing; supporting the transfer of natural clusters in Istanbul to industrial zones as indicated in the plan, preserving the clusters,
9. Increasing the participation of leather industry in Turquality and Brand Support programs,

improvement in the implementation processes of these programs, improvement in accelerating payments in state aids,

10. Exports worthy of 10 billion dollars in 2023,
11. Incorporation of exports carried out with special invoices in official export records and SCT refunds for producing exporters engaging in special invoice exports,
12. Continuation of public efforts to broker a reduction in reference price and transition costs for exports to Russia, freight aid for exports with special invoices,
13. Raising the use of foreign currency rate to 75% authorized as part of Inward Processing Regime,
14. Raising awareness in consumers to distinguish between natural and artificial leather,
15. Developing qualified human resources and preserving craftsmanship,
16. Revision of regulations in work life and relief of extra burdens,
17. Elimination of problems stemming from an 18% VAT for purchases and 8% VAT for sales in saddlery industry,
18. Effective product standard and quality control for imports, establishing new standards and controls in imports aimed at human and consumer health, obligatory product descriptions, raising awareness in consumers, organizing discount periods,
19. In an effort to fight against grey economy, reinforcement of control over grey economy starting from the obtainment of hide (slaughterhouses), enforcing disincentives, relieving the burden on the labor force and thereby diminishing grey economy as well as effective exercise of regulations on intellectual property rights to fight against counterfeits.





## 1.1. Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi, her türlü hayvanın derileri ve kürklerinin imalatı ile bu derilerden valiz, çanta, sandık, eldiven, kemer, koşum takımları gibi aksesuarların imalatlarını ve deri ve kürkten giyim ürünleri ile ayakkabı imatlarını gerçekleştirmektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi; tabaklama ve deri işleme, saraciye ürünleri, deri giyim eşyası, kürkten eşya ve ayakkabı sektörüne kadar geniş bir üretim alanında faaliyet göstermektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi daha çok el emeğine dayanan ancak yüksek uzmanlık gerektiren bir sanayi koludur. Sanayide kaliteli hammadde temini ayrı bir önem taşımaktadır. Tabaklama ve deri işleme sektöründe atık yönetimi de ayrı bir öneme sahip bulunmaktadır.

## 1.2. Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Kapsamı

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi, NACE Rev. 2 sınıflandırmasına göre iki grupta yer alan ürünlerden oluşmaktadır. "14-Giyim Eşyalarının İmalatı" içinde yer alan "deri giyim eşyaları ve kürkten giyim eşyaları" ile "15-Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı" bölümünün tamamını kapsamaktadır. Bu durumda deri ve deri ürünlerinin imalatı;

### 14 Giyim Eşyalarının İmalatı

14.11 Deri giyim eşyası imalatı

14.20 Kürkten eşya imalatı

### 15 Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı

15.1 Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık ve koşum takımı imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması

15.11 Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması

15.12 Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı (deri giyim eşyası hariç)

15.2 Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı

15.20 Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı

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

### 14 Giyim Eşyalarının İmalatı

#### 14.11 Deri giyim eşyası imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; deri ve deri karışımı giyim eşyası imalatı deriden veya deri endüstrisi çalışmaları ile üretilen aksesuarlar ve deriden kaynak önlüklerinin imalatı dahil.

Kapsam dışı olanlar; Kürk giyim eşyası imalatı (bkz. 14.20), Deriden spor eldivenleri ve spor başlıkları imalatı (bkz. 32.30), Yangına dayanıklı ve koruyucu güvenlik elbiseleri imalatı (bkz. 32.99).

#### 14.20 Kürkten eşya imalatı

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; Kürklü deriden yapılmış eşya imalatı; kürk giyim eşyası ve elbise aksesuarları, kürkün bir araya getirilmesi; örneğin serpmeye kürk, levha, keçe, şerit vb., kürklü deriden yapılan çeşitli ürünler: kilimler, kumaşsız puflar, endüstriyel cilalı giysiler.

Kapsam dışı olanlar; Ham kürk imalatı (bkz. 01.4, 01.70), Ham post ve deri imalatı, (bkz. 10.11), İmitasyon kürk imalatı (dokuma veya örme yoluyla elde edilen uzun tüylü kumaşlar) (bkz. 13.20, 13.91), Kürkten şapka imalatı (bkz. 14.19), kürk ile süslenmiş giysi imalatı (bkz. 14.19), kürkün terbiye edilmesi ve boyanması (bkz. 15.11), kürk parçaları ihtiva eden çizme, ayakkabı botlar imalatı (bkz. 15.20).

### 15 Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı

Bu bölüm, kürklerin boyanması ve işlenmesini, hayvan postlarının tabaklanması ve ıslah edilmesi yöntemleriyle deriye dönüştürülmesini ve derinin nihai tüketim amacıyla ürünler olarak üretilmesini kapsamaktadır.

Bu bölüm, ayrıca diğer malzemelerden (imitasyon deriler ya da deri ikamelerinden), kauçuk ayakkabılar, dokuma kumaştan bavullar, vb. gibi ürünlerin imalatını da kapsamaktadır. Deri yerine kullanılan malzemelerden imal edilen ürünler de

bu bölüme dahildir. Çünkü onlar da deri ürünler ile benzer şekilde imal edilmekte (örneğin; bavullar) ve genellikle aynı birim tarafından üretilmektedir.

#### **15.1 Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık ve koşum takımı imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması**

Bu grup, deri, kürk ve bunlardan elde edilen ürünlerin imalatını kapsamaktadır.

#### **15.11 Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması**

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; kürkün ve derinin tabaklanması, boyanması, işlenmesi, elbiselik güderi, elbiselik parşömen deri, açık ve metalize deri imalatı, birleştirilmiş deri imalatı, kürklü derinin ve postların kazınarak temizlenmesi, kırılması, tüylerinin yolunması, tabaklanması, ağartılması ve boyanması.

Kapsam dışı olanlar; Çiftçiliğin bir parçası olarak hayvan derisi ve post imalatı (bkz. 01.4), kesim faaliyetlerinin bir parçası olarak hayvan derisi ve post imalatı (bkz. 10.11), deri giyim eşyası imalatı (bkz. 14.11), doğal deri temelli olmayan suni (imitasyon) deri imalatı (bkz. 22.19, 22.29).

#### **15.12 Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı (deri giyim eşyası hariç)**

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; deriye uygulanan teknolojilerin aynısının uygulandığı elyaf ve karton, tekstil ürünleri plastik tabakalar gibi diğer materyaller, karma deri ve deriden bavul, el çantası ve benzeri ürünler imalatı, saraçlık ve koşum takımı imalatı, metal olmayan saat kayışı imalatı (örneğin; kumaş, deri, plastik), deri veya karma deriden çeşitli mamul imalatı: çark kayışı, ambalajlama ürünleri vb., deriden ayakkabı bağı imalatı, at kamçuları ve binicilik eşyaları imalatı.

Kapsam dışı olanlar; Deri giyim eşyası imalatı (bkz. 14.11), Deri eldiven ve şapka imalatı (bkz. 14.19), ayakkabı imalatı (bkz. 15.20), bisikletler için sele imalatı (bkz. 30.92), değerli metallere saat kayışı imalatı (bkz. 32.12), değerli olmayan metallere saat kayışı imalatı (bkz. 32.13), demir yolu hat işçilerine emniyet kemeri ve mesleki amaçla kullanılan diğer kemerlerin imalatı (bkz. 32.99).

#### **15.2 Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı**

#### **15.20 Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı**

Bu sınıf aşağıdakileri kapsamaktadır; kalıplama dahil, herhangi bir işlemle, herhangi bir malzemeden, ayakkabı, terlik vb. imalatı (istisnalar için aşağıya bakınız.), ayakkabıların deri kısımlarının imalatı: üst ve üst parçaları, dış ve iç tabanlar, topuklar vb. imalatı, tozluk ve benzeri ürünlerin imalatı.

Kapsam dışı olanlar; Ayakkabı pençesi vurulmamış tekstil maddelerinden ayakkabı imalatı (bkz. 14.19), tahta ayakkabı parçaları imalatı (örn topuk, ökçe) (bkz. 16.29), kauçuk bot ve ayakkabı topukları ve pençeleri ve kauçuk ayakkabıların diğer parçalarının imalatı (bkz. 22.19), plastik ayakkabı parçaları imalatı (bkz. 22.29), kayak ayakkabısı imalatı (bkz. 32.30), ortopedik ayakkabı imalatı (bkz. 32.50).

### 2.1. Genel Kapsam ve Metodoloji

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

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin girişim sayısı, üretim, katma değer ve yatırımlar ile istihdam göstergeleri için TÜİK'in Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri verileri kullanılmaktadır. Bu göstergeler için NACE Revize 2 sınıflandırmasındaki veriler 2009-2012 arasındaki yıllara ait bulunmaktadır. Geçmiş yıllar için ise NACE Revize 1 sınıflandırmasında sektörü temsil eden veriler kullanılmaktadır.

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

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

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

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

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

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

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

### 2.2. Temel Göstergeler

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin temel ekonomik göstergeleri 2006 yılından itibaren aşağıda sunulmaktadır. Buna göre deri ve deri ürünleri imalatı sanayi temel göstergeleri farklı eğilimler sergilemektedir. Sanayide faaliyet gösteren girişim sayısı 2006 yılında 10.712 iken, bu sayı 2012 yılında 8.713'e inmiştir. Sektörde genel bir konsolidasyon yaşandığı görülmektedir. İstihdam göstergesi olarak kullanılan ücretli çalışan sayısı ise 2006 yılında 59.731 iken, 2012 yılında 71.076'ya yükselmiştir. Üretim değeri aynı dönemde büyüyerek 2012 yılında 8,56 milyar TL'ye ulaşmıştır. Yaratılan katma değerde de artış sağlanmıştır. 2006 yılında yaratılan katma değer 956 milyon TL iken, 2012 yılında 1,63 milyar TL'ye kadar yükselmiştir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi her yıl benzer ölçeklerde yatırım yapmaktadır. 2011, 398 milyon TL ile en yüksek yatırım yapılan yıl olmuştur. 2012 yılında ise yatırımlar 325 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Girişim Sayısı (Adet)	Ücretli Çalışan Sayısı (Kişi)	Üretim Değeri (Milyon TL)	Katma Değer (Milyon TL)	Yatırımlar (Milyon TL)
2006	10.712	59.731	5.370	956	365
2007	9.506	57.954	5.144	900	211
2008	8.066	59.980	5.275	991	284
2009	8.328	47.604	4.601	904	220
2010	7.458	58.056	5.847	1.101	259
2011	8.668	60.698	7.328	1.384	398
2012	8.713	71.076	8.562	1.625	325

**Tablo 1 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayine Ait Seçilmiş Bazı Temel Göstergeler

**Kaynak :** TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

### 2.2.1. Girişim Sayısı

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi beş alt sektör grubundan oluşmaktadır. Bu beş alt grup Deri giyim eşyası, Kürkten eşya imalatı, Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması, Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı ile Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatıdır.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde 2006 yılından bu yana girişim sayısı artan alt sektör sadece Kürkten eşya imalatı alt sektörüdür. Diğer dört alt sektör grubunda girişim sayısı azalmıştır. Girişim sayısı en çok ayakkabı üretiminde düşmüştür. Ancak ayakkabı alt sektöründe girişim sayısının 2010 yılından sonra yeniden arttığı görülmektedir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>15+14.11+14.20</b>	<b>Deri ve Deri Ürünleri İmalatı</b>	<b>10.712</b>	<b>9.506</b>	<b>8.066</b>	<b>8.328</b>	<b>7.458</b>	<b>8.668</b>	<b>8.467</b>
14.11	Deri giyim eşyası	986	999	787	830	1.108	1.034	776
14.20	Kürkten eşya imalatı	60	63	79	51	61	77	86
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	9.666	8.444	7.200	7.447	6.289	7.557	7.605
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	1.206	1.137	842	932	852	1.114	1.073
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	1.674	1.868	1.355	1.519	1.451	1.649	1.604
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	6.786	5.439	5.003	4.996	3.986	4.794	4.928
<b>C</b>	<b>İmalat Sanayi</b>	<b>309.841</b>	<b>316.596</b>	<b>321.652</b>	<b>320.815</b>	<b>299.928</b>	<b>333.288</b>	<b>336.862</b>
<b>Pay (%)</b>		<b>3,46</b>	<b>3,00</b>	<b>2,51</b>	<b>2,60</b>	<b>2,49</b>	<b>2,60</b>	<b>2,51</b>

**Tablo 2:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Girişim Sayısı (Adet)

**Kaynak:** TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

## 2.2.2. Üretim Değeri

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde üretim değerleri nominal olarak tüm alt sektörlerde yükselmiştir. En yüksek artış ayakkabı imalatı

alt sanayinde gerçekleşmiştir. Deri giyim eşyası üretim değerinde artış sınırlı kalmıştır. Derinin tabaklanması ile saraciye imalatı alt sektörlerinde de büyümeler görülmektedir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>15+14.11+14.20</b>	<b>Deri ve Deri Ürünleri İmalatı</b>	<b>5.370</b>	<b>5.144</b>	<b>5.275</b>	<b>4.601</b>	<b>5.847</b>	<b>7.328</b>	<b>8.659</b>
14.11	Deri giyim eşyası	1.304	1.263	1.205	951	1.061	1.301	1.601
14.20	Kürkten eşya imalatı	147	152	220	81	114	229	311
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	3.919	3.729	3.850	3.569	4.672	5.798	6.747
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	1.290	1.426	1.428	1.111	1.344	2.024	2.003
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	407	375	468	403	552	602	701
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	2.222	1.928	1.954	2.055	2.776	3.172	4.043
<b>C</b>	<b>İmalat Sanayi</b>	<b>379.215</b>	<b>414.733</b>	<b>477.137</b>	<b>420.381</b>	<b>524.469</b>	<b>696.364</b>	<b>750.375</b>
<b>Pay (%)</b>		<b>1,42</b>	<b>1,24</b>	<b>1,11</b>	<b>1,09</b>	<b>1,11</b>	<b>1,05</b>	<b>1,15</b>

**Tablo 3:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Değeri (Milyon TL)

**Kaynak:** TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

## 2.2.3. Yaratılan Katma Değer

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde değer itibarıyla en yüksek katma değeri ayakkabı alt sektör grubu yaratmaktadır. En yüksek katma

değer yaratan diğer alt sektör grupları sırası ile derinin tabaklanması, deri giyim eşyası ve saraciye alt sektör gruplarıdır. 2006 yılından bu yana en yüksek katma değer artışını da yine ayakkabı alt sektörü gerçekleştirmiştir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>15+14.11+14.20</b>	<b>Deri ve Deri Ürünleri İmalatı</b>	<b>956</b>	<b>900</b>	<b>991</b>	<b>904</b>	<b>1.101</b>	<b>1.384</b>	<b>1.600</b>
14.11	Deri giyim eşyası	207	184	186	164	191	269	258
14.20	Kürkten eşya imalatı	16	16	32	14	19	38	49
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	733	700	773	726	891	1.077	1.293
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	207	207	227	207	205	273	291
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	86	81	101	100	135	178	195
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	440	412	445	419	551	626	807
<b>C</b>	<b>İmalat Sanayi</b>	<b>74.798</b>	<b>79.000</b>	<b>93.804</b>	<b>84.735</b>	<b>99.229</b>	<b>128.950</b>	<b>131.303</b>
<b>Pay (%)</b>		<b>1,28</b>	<b>1,14</b>	<b>1,06</b>	<b>1,07</b>	<b>1,11</b>	<b>1,07</b>	<b>1,22</b>

**Tablo 4:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Katma Değeri (Faktör Maliyetiyle, Milyon TL)

**Kaynak:** TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

## 2.2.4. Yatırımlar

Deri ve deri ürünleri imalat sanayinde yatırımlar 2006 yılından bu yana daha çok ayakkabı sektöründe yoğunlaşmaktadır. Deri giyim eşyası ve kürkten giyim eşyası yatırımları oldukça

sınırlı kalmaktadır. Ayakkabı ile birlikte göreceli daha yüksek yatırım gerçekleşen diğer alt sektör ise derinin tabaklanması alt sektörüdür. Bu alt sektörde de daha çok modernizasyon yatırımları yapılmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>15+14.11+14.20</b>	<b>Deri ve Deri Ürünleri İmalatı</b>	<b>365</b>	<b>211</b>	<b>284</b>	<b>220</b>	<b>259</b>	<b>398</b>	<b>325</b>
14.11	Deri giyim eşyası	48	29	38	48	51	41	34
14.20	Kürkten eşya imalatı	3	7	12	3	5	5	7
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	314	175	234	169	203	352	284
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	118	92	122	48	63	76	97
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saracılık ve koşum takımı imalatı	23	22	15	12	15	41	13
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	173	61	97	109	125	235	174
<b>C</b>	<b>İmalat Sanayi</b>	<b>53.002</b>	<b>38.773</b>	<b>36.348</b>	<b>36.597</b>	<b>33.711</b>	<b>49.443</b>	<b>49.139</b>
<b>Pay (%)</b>		<b>0,69</b>	<b>0,54</b>	<b>0,78</b>	<b>0,60</b>	<b>0,77</b>	<b>0,80</b>	<b>0,66</b>

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

## 2.2.5. İstihdam

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde en yüksek istihdam ayakkabı alt sektöründe yer almaktadır. 2006 yılından sonra ayakkabı alt sektöründe

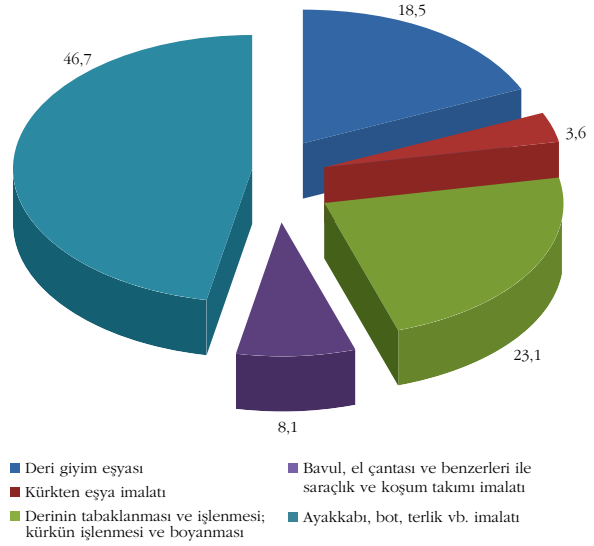
istihdamda önemli bir artış görülürken, deri giyim eşyası ile derinin tabaklanması alt sektörlerinde istihdam gerilemektedir. Kürkten giyim eşyası ile saraciyeye alt sektörlerinde de istihdamın arttığı görülmektedir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>15+14.11+14.20</b>	<b>Deri ve Deri Ürünleri İmalatı</b>	<b>59.731</b>	<b>57.954</b>	<b>59.980</b>	<b>47.604</b>	<b>58.056</b>	<b>60.698</b>	<b>71.296</b>
14.11	Deri giyim eşyası	14.228	14.646	13.627	10.370	12.556	11.626	11.736
14.20	Kürkten eşya imalatı	677	941	1.989	934	1.244	1.824	2.130
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	44.826	42.367	44.364	36.300	44.256	47.248	57.430
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	10.590	11.493	10.544	7.920	8.736	9.948	10.064
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saracılık ve koşum takımı imalatı	6.171	6.127	7.006	6.116	7.451	7.180	9.160
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	28.065	24.747	26.814	22.264	28.069	30.120	38.206
<b>C</b>	<b>İmalat Sanayi</b>	<b>2.368.861</b>	<b>2.459.904</b>	<b>2.538.318</b>	<b>2.264.238</b>	<b>2.564.244</b>	<b>2.842.446</b>	<b>3.126.540</b>
<b>Pay (%)</b>		<b>2,52</b>	<b>2,36</b>	<b>2,36</b>	<b>2,10</b>	<b>2,26</b>	<b>2,14</b>	<b>2,28</b>

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

## 2.2.6. Alt Sektörler İtibariyle Paylar

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde alt sektörlerin temel ekonomik göstergelerdeki payları 2012 yılı itibariyle aşağıda sunulmaktadır. Buna göre girişim sayısı olarak en yüksek paya ayakkabı alt sektörü yüzde 58,1 payı ile sahip bulunmaktadır. Üretim değeri olarak en yüksek payı yüzde 46,7 oranı ile ayakkabı alt sektör grubu sahiptir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde en yüksek katma değeri ise yüzde 50,4 payı ile yine ayakkabı alt sektörü yaratmaktadır. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde en yüksek yatırımı ise yüzde 53,5 payı ile ayakkabı alt sektörü yapmaktadır.



**Grafik 1:** Üretim Değerine Göre Alt Sektör Gruplarının Payları (Yüzde, 2012)  
**Kaynak:** TÜİK.

	Girişim Sayısı		Üretim Değeri		Faktör Fiyatlarıyla Katma Değer		Maddi Mallara İlişkin Brüt Yatırımlar	
	Sayı	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)	Milyon TL	Pay (%)
Deri giyim eşyası	776	9,2	1.601	18,5	258	16,1	34	10,5
Kürkten eşya imalatı	86	1,1	311	3,6	49	3,1	7	2,2
Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	1.073	12,7	2.003	23,1	291	18,2	97	29,8
Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	1.604	18,9	701	8,1	195	12,2	13	4,0
Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	4.928	58,1	4.043	46,7	807	50,4	174	53,5
<b>Deri ve Deri Ürünleri İmalatı</b>	<b>8.467</b>	<b>100,0</b>	<b>8.659</b>	<b>100,0</b>	<b>1.600</b>	<b>100,0</b>	<b>325</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 7:** Bazı Temel Göstergelerde Alt Sektör Grupları İtibariyle Dağılımı (2012)

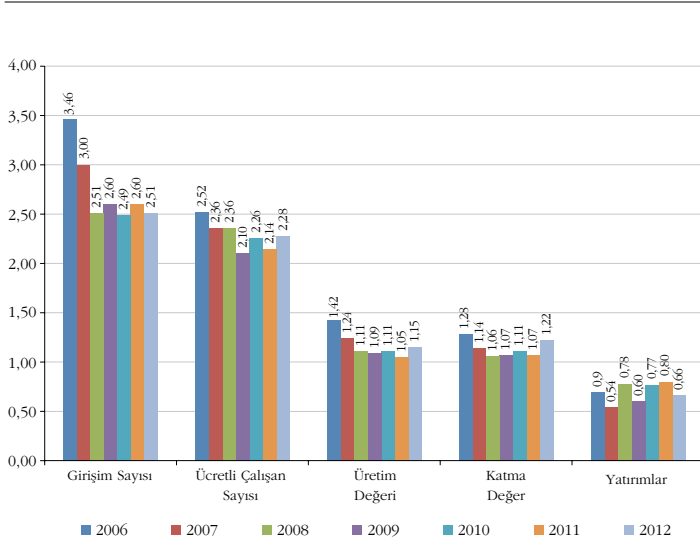
**Kaynak:** TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.



### 2.3. Genel İmalat Sanayi İçinden Alınan Paylarda Gelişmeler

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin temel ekonomik göstergeler itibarıyla imalat sanayinin genelinden aldığı paylar ve bu paylardaki gelişmeler ise aşağıda sunulmaktadır. 2006-2012 yılları döneminde girişim sayısının imalat sanayinin geneli içindeki payı sınırlı ölçüde gerilemiştir. İstihdam içindeki payı da sınırlı ölçüde gerileyerek 2006 yılında yüzde 2,52 iken, 2012 yılında yüzde 2,28'e düşmüştür. Üretim değeri olarak payı ise kademeli

olarak gerilemektedir. 2006 yılında yüzde 1,42 olan üretimdeki payı, 2012 yılında ise yüzde 1,15 olmuştur. Yaratılan katma değer içindeki payı da 2006 yılında yüzde 1,28 iken, 2012 yılında ise yüzde 1,22 olarak gerçekleşmiştir. Katma değer payının göreceli olarak korunduğu görülmektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi yatırımları içinde ise sınırlı bir paya sahip bulunmaktadır. 2006 yılında toplam imalat sanayi yatırımları içinde alınan pay yüzde 0,69 iken, bu pay 2011 yılında yüzde 0,80, 2012 yılında ise yüzde 0,66 olmuştur.



Yıllar	Girişim Sayısı	Ücretli Çalışan Sayısı	Üretim Değeri	Katma Değer	Yatırımlar
2006	3,46	2,52	1,42	1,28	0,69
2007	3,00	2,36	1,24	1,14	0,54
2008	2,51	2,36	1,11	1,06	0,78
2009	2,60	2,10	1,09	1,07	0,60
2010	2,49	2,26	1,11	1,11	0,77
2011	2,60	2,14	1,05	1,07	0,80
2012	2,51	2,28	1,15	1,22	0,66

**Tablo 8 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)

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

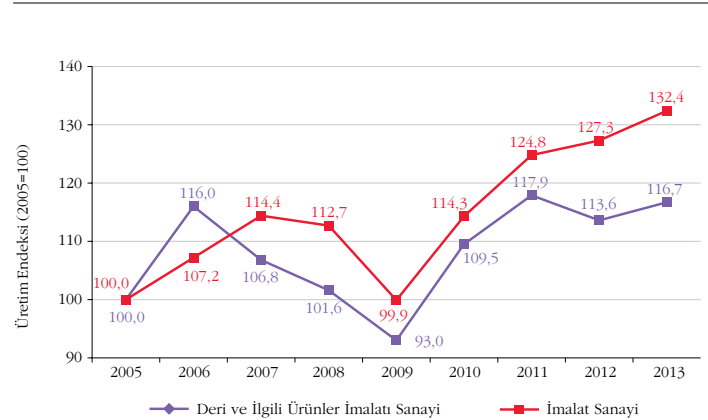
**Grafik 2:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Genel İmalat Sanayi Payındaki Gelişmeler (Yüzde Paylar)

**Kaynak :** TÜİK.

### 2.4. Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları

Deri ve ilgili ürünleri imalatı sanayinde üretim 2005-2013 yılları arasında yüzde 16,7 artmıştır. Böylece aynı dönemde yüzde 32,4 artış gösteren ortalama imalat sanayi üretim büyümesinin altında kalmıştır.

Sanayide 2006 ile 2009 yılları arasında oldukça düşük kapasite kullanım oranları gerçekleşmiştir. 2011 ve 2012 yıllarında yüzde 70,4 ve yüzde 69,7 ile daha yüksek kapasite kullanım oranına ulaşılmıştır. Ancak kapasite kullanım oranı 2013 yılında yeniden yüzde 66,5'e gerilemiştir. Deri ve ilgili ürünleri imalat sanayinde fazla kapasite nedeniyle kapasite kullanım oranları oldukça düşük gerçekleşmeye devam etmektedir.



**Grafik 3:** Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Üretim Endeksinde Gelişmeler

**Kaynak :** TÜİK.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Deri ve İlgili Ürünleri İmalatı Sanayi Üretimi (% Değişim)	16,0	-7,9	-4,9	-8,5	14,4	9,2	-3,7	2,7
İmalat Sanayi Üretimi (% Değişim)	7,2	6,7	-1,5	-11,3	14,4	9,2	2,0	4,0
Deri ve İlgili Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	116,0	106,8	101,6	93,0	109,5	117,9	113,6	116,7
İmalat Sanayi Üretim Endeksi (2005=100)	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4
Deri ve İlgili Ürünleri İmalatı Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	62,5	60,6	60,6	56,0	65,3	70,4	69,7	66,5
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	81,0	80,2	76,7	65,2	72,7	75,4	74,2	74,6

**Tablo 9:** Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Üretimi ve Kapasite Kullanım Oranları  
**Kaynak:** TÜİK, TCMB.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde üretimin alt sektörler itibariyle gelişimi değerlendirildiğinde 2005-2013 dönemi arasında üretimde farklı eğilimler görülmektedir. Bu dönemde ayakkabı imalatı yüzde 32,9

ve derinin tabaklanması üretimi yüzde 2,3 artmıştır. Bunun karşın giyim eşyası üretimi yüzde 21,3 gerilemiştir. Kürkten giyim eşyası ile özellikle saracıye üretiminde ise önemli bir gerileme ortaya çıkmıştır.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
14.11	Deri giyim eşyası	96,7	97,9	106,8	99,8	76,4	79,9	88,4	78,7
14.20	Kürkten eşya imalatı	90,7	82,8	61,5	48,2	54,8	62,1	69,5	63,3
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	115,8	113,2	112,6	87,4	110,8	107,5	105,4	102,3
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	100,6	86,8	85,5	76,3	65,0	68,4	58,7	51,9
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	119,5	107,4	98,9	99,7	118,4	126,0	123,2	132,9
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	116,0	106,8	101,6	93,0	109,5	117,9	113,6	116,7
<b>C</b>	<b>İmalat Sanayi</b>	<b>107,2</b>	<b>114,4</b>	<b>112,7</b>	<b>99,9</b>	<b>114,3</b>	<b>124,8</b>	<b>127,3</b>	<b>132,4</b>

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

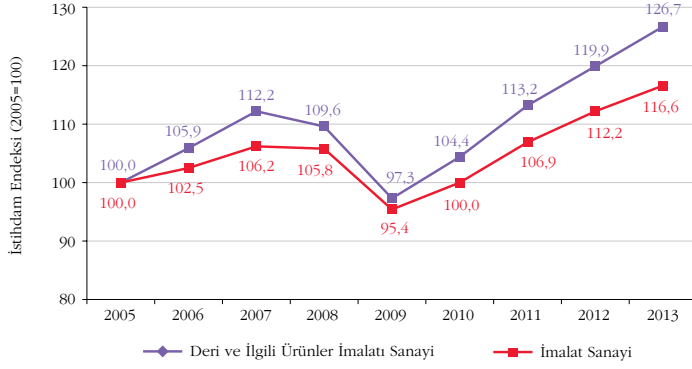
## 2.5. İstihdam

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde 2005-2013 yılları arasında istihdam imalat sanayi ortalamasının daha üzerinde artmıştır. Ancak deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde 2005-2013 yılları arasında istihdamda da alt sektörler itibariyle yine farklı gelişmeler yaşanmıştır. Beş

alt sektörden üçünde istihdam artmıştır. En yüksek istihdam artışı yüzde 46,8 ile ayakkabı alt sektöründe gerçekleşmiştir. Deri giyim eşyası alt sektöründe istihdam yüzde 39,6, derinin tabaklanması alt sektöründe ise yüzde 12,8 artmıştır. Buna karşın saraciye ve kürkten eşya üretimi sanayilerinde istihdam gerilemiştir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
14.11	Deri giyim eşyası	111,0	118,1	121,3	103,6	111,0	114,2	115,5	139,6
14.20	Kürkten eşya imalatı	101,2	103,6	105,4	83,9	87,9	86,1	87,0	95,2
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	104,1	110,4	104,5	92,4	95,5	104,8	112,2	112,8
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	91,7	89,2	102,6	79,7	83,7	90,6	88,3	83,7
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	111,0	120,1	113,9	104,3	114,4	123,5	133,4	146,8
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	105,9	112,2	109,6	97,3	104,4	113,2	119,9	126,7
C	İmalat Sanayi	102,5	106,2	105,8	95,4	100,0	106,9	112,2	116,6

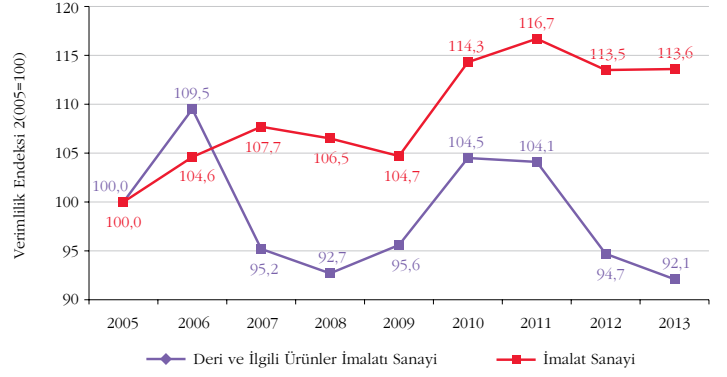
**Tablo 11:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde İstihdam Endeksleri (2005=100)  
**Kaynak :** TÜİK, İstihdam ve Ücret İstatistikleri.



**Grafik 4:** Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi İstihdam Endeksinde Gelişmeler  
**Kaynak :** TÜİK.

## 2.6. İşgücü Verimliliği

Deri ve ilgili ürünleri imalatı sanayinde kişi başı üretim ile ölçülen verimlilik 2005-2013 döneminde yüzde 7,9 gerilemiştir. Bu dönemde üretim artışı istihdam artışının gerisinde kalmıştır ve bu nedenle işgücü verimliliği de azalmıştır. Aynı dönemde imalat sanayinde ortalama verimlilik veya kişi başına ortalama üretim ise yüzde 13,6 artmıştır.



**Grafik 5:** Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Verimlilik Endeksinde Gelişmeler  
**Kaynak :** TÜİK.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Deri ve İlgili Ürünleri İmalatı Sanayi İstihdam Endeksi	105,9	112,2	109,6	97,3	104,4	113,2	119,9	126,7
İmalat Sanayi İstihdam Endeksi	102,5	106,2	105,8	95,4	100,0	106,9	112,2	116,6
Deri ve İlgili Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Endeksi	116,0	106,8	101,6	93,0	109,5	117,9	113,6	116,7
İmalat Sanayi Üretim Endeksi	107,2	114,4	112,7	99,9	114,3	124,8	127,3	132,4
Deri ve İlgili Ürünleri İmalatı Sanayi Kişi Başına Üretim Endeksi	109,5	95,2	92,7	95,6	104,5	104,1	94,7	92,1
İmalat Sanayi Kişi Başına Üretim Endeksi	104,6	107,7	106,5	104,7	114,3	116,7	113,5	113,6

**Tablo 12:** Deri ve İlgili Ürünler İmalatı Sanayi Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)  
**Kaynak :** TÜİK'in Sanayi Üretim Endeksi ile İstihdam ve Ücret Endeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde alt sektörler itibariyle verimlilik gelişmeleri de yine kişi başına üretim ile ölçülmektedir. Buna göre 2005-2013 döneminde tüm alt sektörlerde

verimlilik düşmüştür. Deri giyim eşyası, kürkten eşya ve saraciye alt sektörlerinde işgücü verimliliği çok daha yüksek oranda gerilemiştir.

Kod	Ürün Açıklaması	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
14.11	Deri giyim eşyası	87,1	82,9	88,0	96,3	68,8	70,0	76,5	56,4
14.20	Kürkten eşya imalatı	89,6	79,9	58,3	57,4	62,3	72,1	79,9	66,5
15.11	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	111,2	102,5	107,8	94,6	116,0	102,6	93,9	90,7
15.12	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı	109,7	97,3	83,3	95,7	77,7	75,5	66,5	62,0
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	107,7	89,4	86,8	95,6	103,5	102,0	92,4	90,5
15	Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı	109,5	95,2	92,7	95,6	104,9	104,2	94,7	92,1

**Tablo 13:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Alt Sektörlerinde Verimlilik (Kişi Başına Üretim) Endeksleri (2005=100)  
**Kaynak :** TÜİK'in Sanayi Üretim Endeksi ile İstihdam ve Ücret Endeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

## 2.7. Dış Ticaret

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin dış ticareti toplam ve alt sektörler itibariyle ihracat ve ithalat, ihracat pazarları ile ihracat miktar ve birim fiyat gelişmeleri başlıkları altında incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde dış ticaret göstergeleri için iki ayrı veri kaynağı kullanılmaktadır. İlki TÜİK'in dış ticaret verileridir. İkincisi ise İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İTKİB) ihracat kayıt verileridir. İTKİB verileri özel fatura ile yapılan ihracat satışlarını da göstermekte olup TÜİK verilerine göre sektör için daha yüksek ve doğru bilgileri içermektedir. Çalışmada her iki kaynağın verileri de sunularak değerlendirmeler yapılmaktadır.

### 2.7.1. İhracat ve İthalat

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracat ve ithalat verileri öncelikle TÜİK verileri ile sunulmaktadır. Buna göre deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin ihracatı 2006 yılında 808 milyon dolar iken, 2013 yılında 1,55 milyar dolara yükselmiştir. Böylece deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 0,94'den yüzde 1,02'ye yükselmiştir.

2006 yılında 1,19 milyar dolar olan deri ve deri ürünleri ithalatı ise 2013 yılında 1,92 milyar dolara yükselirken, toplam ithalat içindeki payı da yüzde 0,86'dan yüzde 0,76'ya gerilemiştir.

Yıllar	Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	Türkiye İhracatı	Pay (%)	Deri ve Deri Ürünleri İthalatı	Türkiye İthalatı	Pay (%)
2006	808	85.535	0,94	1.196	139.576	0,86
2007	941	107.272	0,88	1.414	170.063	0,83
2008	986	132.027	0,75	1.560	201.964	0,77
2009	778	102.143	0,76	1.106	140.928	0,78
2010	989	113.883	0,87	1.368	185.544	0,74
2011	1.185	134.907	0,88	1.733	240.842	0,72
2012	1.324	152.462	0,87	1.700	236.545	0,72
2013	1.551	151.803	1,02	1.919	251.661	0,76

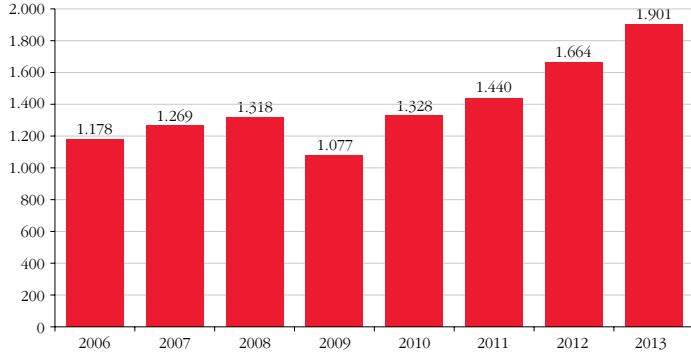
**Tablo 14:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin toplam ihracat verileri ayrıca İTKİB verileri ile de sunulmaktadır. Buna göre deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin ihracatı 2006 yılında 1,18 milyar dolar iken, 2013 yılında 1,90 milyar dolara yükselmiştir. Böylece deri ve deri

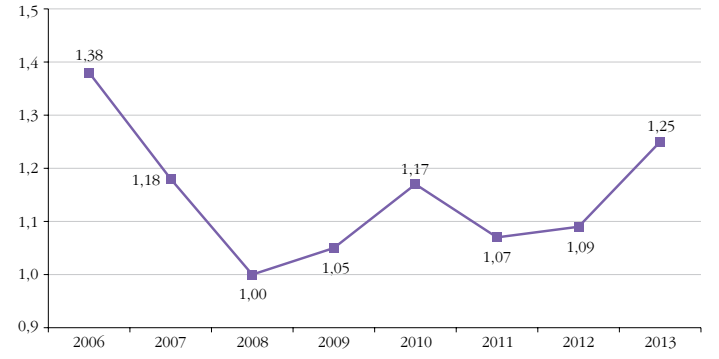
ürünleri imalatı sanayi ihracatının Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı 2006 yılında yüzde 1,38 iken, 2013 yılında yüzde 1,25 olmuştur. İthalat verilerinin kaynağı ise sadece TÜİK olduğu için ithalat sayıları değişmemektedir.

Yıllar	Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	Türkiye İhracatı	Pay (%)	Deri ve Deri Ürünleri İthalatı	Türkiye İthalatı	Pay (%)
2006	1.178	85.535	1,38	1.196	139.576	0,86
2007	1.269	107.272	1,18	1.414	170.063	0,83
2008	1.318	132.027	1,00	1.560	201.964	0,77
2009	1.077	102.143	1,05	1.106	140.928	0,78
2010	1.328	113.883	1,17	1.368	185.544	0,74
2011	1.440	134.907	1,07	1.733	240.842	0,72
2012	1.664	152.462	1,09	1.700	236.545	0,72
2013	1.901	151.803	1,25	1.919	251.661	0,76

**Tablo 15:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Dış Ticareti (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları, TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.



**Grafik 6:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** İTKİB.



**Grafik 7:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)  
**Kaynak :** İTKİB, TÜİK.

## 2.7.2. Alt Sektör Grupları İtibariyle İhracat ve İthalat

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde ihracatın alt sektörler itibariyle dağılımı ve gelişimi de iki ayrı veri kaynağına bağlı olarak aşağıda sunulmaktadır.

TÜİK'in verilerine göre deri ve deri ürünleri imalatı sanayi alt sektör grupları içinde en yüksek

ihracatı ayakkabı grubu gerçekleştirmektedir. 2013 yılında ayakkabı ihracatı 690 milyon dolar olmuştur. İkinci en yüksek ihracatı ise tabaklanmış ve işlenmiş deriler gerçekleştirmektedir. Bu alt ürün grubunun ihracatı 2013 yılında 300,4 milyon dolar olmuştur. Saraciye ürünleri ihracatı 203,4 milyon dolar, deri giyim eşyası ihracatı ise 181,9 milyon dolar olmuştur.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1511 1512 1520 1411 1420	Deri ile İlgili Ürünler	941	986	778	989	1.185	1.324	1.551
1411	Deri Giyim Eşyası	229,8	253,6	188,9	177,6	178,1	162,7	181,9
1420	Kürkten Eşya	126,8	110,5	86,2	135,1	184,9	189,2	175,4
1511	Tabaklanmış, İşlenmiş Deri, İşlenmiş, Boyanmış Kürk	149,0	141,5	106,7	150,3	212,1	243,0	300,4
1512	Bavul, El Çantası, Saraciye	137,5	151,1	121,2	150,1	197,3	209,9	203,4
1520	Ayakkabı, Bot, Terlik	297,4	329,3	275,3	375,6	413,0	519,6	690,0

**Tablo 16:** Alt Sektörler İtibariyle Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

İTKİB ihracat kayıt verilerine göre ihracatın alt sektörler itibariyle dağılımı ise aşağıda sunulmaktadır. Buna göre en yüksek ihracat yine ayakkabı grubunda olmaktadır. 2013 yılında ayakkabı ihracatı 730,1 milyon dolar olarak

gerçekleşmiştir. Kürk giyim eşyası ihracatı 340,9 milyon dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Deri giyim eşyası 276,3 milyon dolar, saraciye ürünleri ihracatı ise 239,9 milyon dolar olmuştur.

Alt Ürün Grupları	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ham Deri	1,6	3,0	0,4	1,1	0,6	0,16	0,76	1,28
Yarı İşlenmiş Bitmiş Deri	90,1	109,1	119,2	90,8	122,9	142,1	161,7	191,2
Saraciye	155,2	181,5	201,5	162,7	186,3	236,1	248,9	239,9
Deri Giyim Eşyası	283,8	313,3	340,9	264,9	262,4	235,9	239,4	276,3
Ham ve İşlenmiş Kürk	49,6	50,7	50,8	50,7	73,7	96,9	98,1	118,6
Kürk Giyim Eşyası	354,6	287,2	254,0	210,1	269,4	267,7	331,2	340,9
Ayakkabı	243,4	321,7	348,4	296,3	401,4	450,3	551,5	730,1
<b>Toplam</b>	<b>1.178,4</b>	<b>1.268,8</b>	<b>1.318,0</b>	<b>1.076,6</b>	<b>1.327,8</b>	<b>1.440,4</b>	<b>1.663,9</b>	<b>1.901,4</b>

**Tablo 17:** Alt Sektörler İtibariyle Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)

**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

İhracat ve ithalat verilerinin kapsamında NACE Revize 2 sınıflaması itibariyle ham deri bulunmamaktadır. İTKİB istatistiklerinde ham deri verisi de kullanılmaktadır. İhracatı çok düşük olduğu için tabloda ve toplam veri içinde gösterilmemiştir.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde ithalatın alt sektörler itibariyle gelişimi ise aşağıda yer almaktadır. Deri ve deri ürünleri ithalatı içinde en büyük payı ayakkabılar almaktadır. Ayakkabı

ithalatı yıllar itibariyle önemli bir artış göstermiş ve 2013 yılında 980,2 milyon dolara yükselmiştir. İthalat diğer alt ürün gruplarında ise bazı ürünlerde kademeli ve sınırlı olarak artmıştır. Saraciye ürünleri ithalatı 2013 yılında 432,4 milyon dolar ile ikinci büyük ithalat grubunu oluşturmaktadır. Tabaklanmış ve işlenmiş deri ithalatı ise 2013 yılında 394,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Deri giyim eşyası ve kürk giyim eşyası ithalatı ise sınırlı kalmaktadır.

Kod	Ürün Açıklaması	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1511 1512 1520 1411 1420	Deri ile İlgili Ürünler	1.414	1.560	1.106	1.368	1.733	1.700	1.919
1411	Deri Giyim Eşyası	46,8	90,6	112,2	106,6	84,4	110,2	89,9
1420	Kürkten Eşya	5,6	10,1	7,4	11,9	16,4	17,7	21,9
1511	Tabaklanmış, İşlenmiş Deri, İşlenmiş, Boyanmış Kürk	394,5	372,6	216,9	316,1	401,4	368,4	394,6
1512	Bavul, El Çantası, Saraciye	408,2	427,2	238,8	284,4	374,3	354,4	432,4
1520	Ayakkabı, Bot, Terlik	558,5	659,7	530,5	648,7	856,9	849,7	980,2

**Tablo 18:** Alt Sektörler İtibariyle Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatı (Milyon Dolar)

**Kaynak :** TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

İthalatın en çok yapıldığı ülkeler aşağıda sunulmaktadır. Buna göre en yüksek ithalat Çin'den yapılmaktadır. 2013 yılında Çin'den yapılan ithalat 877,5 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. En çok ithalat yapılan ülkeler içinde ikinci sırada 306,3 milyon dolar ile İtalya yer almaktadır. Onu sırası ile Vietnam, İspanya ve Hindistan izlemektedir.

Sıra	Ülkeler	2012	2013
1	Çin	761,1	877,5
2	İtalya	257,2	306,3
3	Vietnam	127,3	160,5
4	İspanya	128,0	131,5
5	Hindistan	100,1	103,9
6	Endonezya	84,7	99,7
7	Fransa	49,0	51,9
8	Yunanistan	42,4	39,2
9	Pakistan	72,8	34,7
10	Finlandiya	27,4	29,7

**Tablo 19:** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde En Çok İthalat Yapılan Ülkeler (Milyon Dolar)

**Kaynak :** TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

### 2.7.3. İhracat Pazarları

Türkiye'nin deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde ihracat pazarları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Sektörün en önemli pazarı Rusya olmaya devam etmektedir. Mevcut AB ülkeleri ile yakın ve komşu ülke pazarlarına ilave olarak Çin ve Uzak Doğu ülkeleri giderek gelişme göstermektedir.

Rusya 2013 yılında sektörün en büyük pazarı olmayı sürdürmektedir. 2013 yılında toplam ihracatın yüzde 26,7'si Rusya'ya yapılmıştır.

AB ülkeleri içinde İtalya ve Almanya ile Fransa ve İngiltere geleneksel ve önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir. 2013 yılında AB ülkeleri içinden Litvanya Türkiye'nin 6. büyük ihracat pazarı haline gelmiştir.

Çin hızlı gelişen hedef pazar olarak ve ticari işbirliği içindeki Hong Kong iki önemli ihracat pazarı haline gelmiştir. 2013 yılında Çin'e ihracat 81,2 milyon dolar ve Hong Kong'a ihracat 57,7 milyon dolar olmuştur.

Irak deri ve deri ürünleri sanayi için önemli bir ihracat pazarı haline gelmiştir. 2013 yılında ihracat 113,9 milyon dolara yükselmiştir.

Sektör için S.Arabistan, BAE, Ukrayna, Bulgaristan, Kırgızistan ve Kazakistan gibi diğer yakın ve komşu ülkeler de önemli pazarlar olmayı sürdürmektedir.

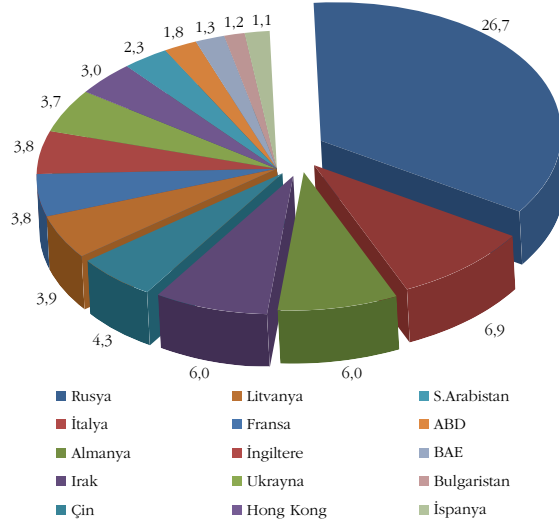
ABD'ye ihracat yıllar itibariyle gerilemiş olup 2013 yılında 34,8 milyon dolara kadar inmiştir. İspanya, Romanya, Hollanda ve Avusturya ilk yirmi pazar içindeki diğer ülkelerdir.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Rusya	508,2	26,7
2	İtalya	131,6	6,9
3	Almanya	114,7	6,0
4	Irak	113,9	6,0
5	Çin	81,2	4,3
6	Litvanya	74,9	3,9
7	Fransa	72,1	3,8
8	İngiltere	72,1	3,8
9	Ukrayna	70,3	3,7
10	Hong Kong	57,7	3,0
11	S.Arabistan	43,4	2,3
12	ABD	34,8	1,8
13	BAE	24,8	1,3
14	Bulgaristan	22,4	1,2
15	İspanya	21,0	1,1
16	Kırgızistan	19,1	1,0
17	Kazakistan	18,9	1,0
18	Hollanda	18,7	1,0
19	Romanya	18,3	1,0
20	Avusturya	18,2	1,0

**Tablo 20:** Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)

**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.





Altı ana alt ürün grubu itibarıyla en çok ihracat gerçekleştirilen ilk on pazar bilgileri ise aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

**Grafik 8:** Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Yüzde, 2013)

**Kaynak:** İTKİB.

Ülke Grupları	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
AB Ülkeleri	517,0	591,0	609,3	463,1	520,2	615,6	545,9	644,4
Amerika Ülkeleri	87,6	72,6	70,7	50,4	26,5	31,8	38,8	42,2
Diğer Avrupa Ülkeleri	18,4	33,4	28,9	21,5	20,3	23,3	25,3	31,3
Eski Doğu Bloku Ülkeleri	430,0	416,9	425,4	358,9	437,9	397,2	567,3	622,4
Türk Cumhuriyetleri (1)					99,9	73,4	79,4	78,7
Ortadoğu Ülkeleri	48,6	53,9	68,7	78,9	109,4	131,9	174,1	225,9
Afrika Ülkeleri	6,8	6,6	8,1	15,8	26,1	36,4	61,7	65,2
Asya Ülkeleri	33,1	36,9	36,4	42,8	77,6	121,2	133,4	181,2
Serbest Bölgeler	37,0	55,6	70,5	45,3	7,8	7,9	5,6	7,0
<b>Toplam</b>	<b>1.178,3</b>	<b>1.268,8</b>	<b>1.318,0</b>	<b>1.076,6</b>	<b>1.327,8</b>	<b>1.440,4</b>	<b>1.663,9</b>	<b>1.901,4</b>

**Tablo 21:** Ülke Gruplarına Göre Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)

**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

(1) 2006-2009 yıllarında Eski Doğu Bloğu Ülkeleri içinde yer almışlardır.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Çin	37,8	31,8
2	Rusya	32,5	27,4
3	Hong Kong	9,9	8,3
4	İtalya	8,8	7,4
5	Güney Kore	5,3	4,5
6	Almanya	3,3	2,7
7	Fransa	3,2	2,7
8	Estonya	2,0	1,7
9	İngiltere	1,9	1,6
10	Ukrayna	1,8	1,5

**Tablo 22:** Türkiye'nin Ham ve İşlenmiş Kürk İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)

**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Hong Kong	39,8	20,8
2	Çin	31,9	16,7
3	Ukrayna	25,5	13,4
4	Rusya	16,0	8,4
5	İtalya	13,7	7,2
6	Güney Kore	7,3	3,8
7	Bulgaristan	6,4	3,4
8	Almanya	6,2	3,2
9	ABD	6,2	3,2
10	Fransa	3,0	1,6

**Tablo 23:** Türkiye'nin Yarı İşlenmiş ve Bitmiş Deri İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)

**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Rusya	93,8	33,9
2	Fransa	33,5	12,1
3	Almanya	33,3	12,1
4	İtalya	12,8	4,6
5	ABD	12,3	4,4
6	İngiltere	10,5	3,8
7	BAE	6,9	2,5
8	Avusturya	6,9	2,5
9	İsveç	6,8	2,4
10	Belçika	5,5	2,4

**Tablo 24:** Türkiye'nin Deri Giyim Eşyası İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)  
**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Rusya	225,6	66,2
2	İtalya	16,4	4,8
3	Fransa	15,7	4,6
4	Almanya	12,7	3,7
5	Ukrayna	8,1	2,4
6	Çin	7,4	2,2
7	İngiltere	6,6	1,9
8	BAE	5,6	1,6
9	ABD	5,3	1,6
10	İspanya	4,0	1,2

**Tablo 25:** Türkiye'nin Kürk Konfeksiyon İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)  
**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	İtalya	64,4	26,8
2	Almanya	32,0	13,3
3	İngiltere	30,0	12,5
4	Rusya	11,4	4,7
5	Irak	8,3	3,4
6	Fransa	8,0	3,3
7	İspanya	7,7	3,2
8	ABD	7,2	3,0
9	Danimarka	7,0	2,9
10	Avusturya	4,5	1,0

**Tablo 26:** Türkiye'nin Saracive İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)  
**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

Sıra	Ülkeler	İhracat	Pay (%)
1	Rusya	128,8	17,6
2	Irak	195,4	14,4
3	Litvanya	72,2	9,9
4	S.Arabistan	41,9	5,7
5	Ukrayna	29,2	4,0
6	Almanya	27,1	3,7
7	İngiltere	22,3	3,0
8	Kırgızistan	16,2	2,2
9	İtalya	15,5	2,1
10	Romanya	14,0	1,9

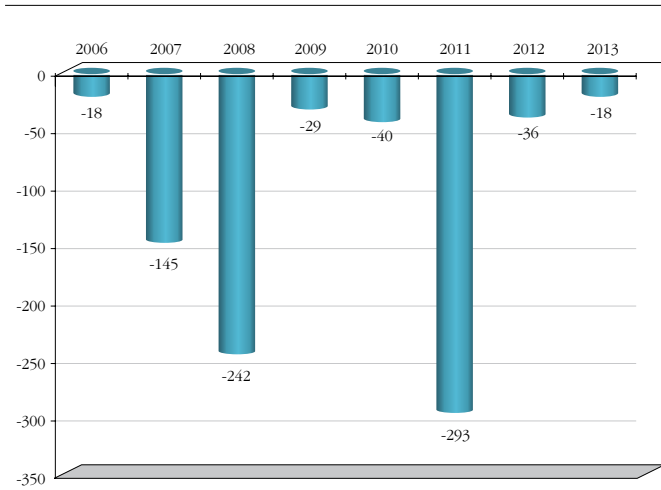
**Tablo 27:** Türkiye'nin Ayakkabı İhracat Pazarları (Milyon Dolar, 2013)  
**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları.

## 2.8. Net Döviz Kazancı

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin, nihai ürünlerin ihracat ve ithalat farkı ile ölçülen net döviz kazancı yıllar itibariyle açık vermektedir. Sektörün net döviz açığı 2006 yılında 18 milyon dolar iken, 2011 yılında 293 milyon dolara kadar yükselmiştir. 2012 ve 2013 yıllarında ise hızlı ihracat artışı ile birlikte net ihracat veya net döviz açığı yeniden 18 milyon dolara kadar gerilemiştir.

Yıllar	Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	Deri ve Deri Ürünleri İthalatı	Net İhracat
2006	1.178	1.196	-18
2007	1.269	1.414	-145
2008	1.318	1.560	-242
2009	1.077	1.106	-29
2010	1.328	1.368	-40
2011	1.440	1.733	-293
2012	1.664	1.700	-36
2013	1.901	1.919	-18

**Tablo 28 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** İTKİB, İhracat Kayıtları, TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.



**Grafik 9 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Net İhracatı (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** İTKİB, TÜİK.

## 2.9. Teknoloji ve Markalaşma Faaliyetleri

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde teknoloji faaliyetleri, Ar-Ge çalışmaları ve tasarım kapasitesi ile markalaşma rekabetin en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir.

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

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde Ar-Ge faaliyetleri için istihdam edilenlerin sayısı 2013 yılı itibariyle 89 kişidir. Sanayide Ar-Ge istihdamının son yıllarda düşük ve hemen hemen aynı kaldığı görülmektedir.

Ar-Ge faaliyetleri için yapılan harcamalar ise yıllar itibariyle artmakla birlikte yine düşük kalmaktadır. Ar-Ge harcamaları 2013 yılında 3,7 milyon TL olarak ölçülmüştür. Bunun 3,3 milyon TL'si istihdam ağırlıklı cari harcamalar, 0,4 milyon Türk lirası ise ekipman ve benzerlerini içeren yatırım harcamalarıdır.

Yıllar	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2009	78	14	42	22
2010	98	30	55	13
2011	81	54	19	8
2012	72	31	41	0
2013	89	28	39	22

**Tablo 29 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)  
**Kaynak :** TÜİK, Araştırma Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer Destek
2009	23.445	13.085	7.371	2.989
2010	24.588	13.242	8.120	3.226
2011	28.781	16.036	9.348	5.301
2012	31.334	17.433	10.309	3.592
2013	33.425	19.140	10.353	3.932

**Tablo 30 :** İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar Sayısı (Kişi)  
**Kaynak :** TÜİK, Araştırma Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2009	1,3	1,3	0,0
2010	1,7	1,5	0,2
2011	2,5	2,1	0,4
2012	2,9	2,1	0,8
2013	3,7	3,3	0,4

**Tablo 31 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)

**Kaynak :** TÜİK, Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Yıllar	Toplam	Cari Harcama	Yatırım Harcaması
2009	2.105	1.760	255
2010	2.035	1.812	223
2011	2.569	2.119	450
2012	3.124	2.610	514
2013	3.611	3.054	557

**Tablo 32 :** İmalatı Sanayi Ar-Ge Faaliyetleri Harcamaları (Milyon TL)

**Kaynak :** TÜİK, Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde alınan marka tescilleri markalaşma eğilimini göstermesi açısından önemlidir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinde alınan marka tescilleri yıllar itibariyle dalgalanma göstermektedir. 2000 yılında 716 adet yerli marka tescilli yapılırken, bu sayı 2005 yılında 2.060'a çıkmıştır. Daha sonraki yıllarda alınan marka tescilleri sayısı gerilemiştir. 2013 yılında ise tekrar 1.919'a kadar yükselmiştir.

Yıllar	Deri ve Deri Ürünleri	Genel Toplam
2000	716	10.736
2005	2.060	27.192
2006	1.357	34.812
2007	1.335	83.928
2008	1.073	71.763
2009	1.247	85.063
2010	842	64.286
2011	870	69.466
2012	1.368	104.720
2013	1.919	144.950

**Tablo 33 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Marka Tescilleri (Yerli)

**Kaynak :** Türk Patent Enstitüsü (TPE).

## 2.10. Üretim, Tüketim ve İç Pazar Büyüklükleri

Deri ve deri ürünleri sektörü, Türkiye'nin en köklü geçmişine sahip sektörlerinden biridir. Sektörün temellerinin atıldığı Anadolu dericiliği,

geniş bir coğrafya ile etkileşim içinde farklı kültürlerin potasında gelişmiştir. 16. ve 17. yüzyıllarda en parlak devrini yaşayan Türk dericiliği, kalitesiyle yurt dışında aranır hale gelmiştir. Türklere özgü bir deri yapım yöntemi olan "sahtiyan", bu dönemde dünyaca kabul görmüş ve İngilizce literatüre "Turkish Leather" olarak girmiştir. Bugün binlerce yıllık Türk geleneğinin ülkenin hızla büyüyen üretim gücüyle birleşmesi, Türkiye'yi deri üretiminde iddialı ülkelerden biri haline getirmiştir.

Türk deri ve deri ürünleri sektörü, 1980 ve 1990'lı yıllarda hızla büyümüş, 2000'li yıllarda ortaya çıkan rekabet koşulları ile birlikte sektör bir dönüşüm sürecine girmiş olup imalat altyapısını ve ihracatta rekabet gücünü korumaya odaklanmıştır.

Türkiye'de deri ve deri ürünleri sektörü üretimi Deri Organize Sanayi Bölgelerinde toplulaşmaktadır. Özellikle derinin tabaklanması ve işlenmesine yönelik faaliyet gösteren işletmeler bu bölgelerde yer almaktadır. Deri işleme işi özel bir uzmanlık ve yatırım gerektirdiğinden sektörde rekabet etmenin yolu kurumsal olmayı gerektirmektedir. Deri tabaklama ve işleme yapan üretici firmaların sayısında 2005 yılından bu yana önemli bir gerileme yaşanırken, büyük firmalar ayakta kalmayı başarmaktadır.

Yoğunlukla Deri Organize Sanayi Bölgelerinde faaliyetlerini sürdüren sektörün en önemli özelliklerinden biri Avrupa standartlarında, çevreye duyarlı, modern üretim gerçekleştirmesi olarak ortaya çıkmaktadır. Uluslararası pazarlarda bu durum sektöre imaj kazandırmaktadır.

Deri işleme sanayi, İstanbul-Tuzla, İzmir-Menemen, Tekirdağ-Çorlu, Uşak, Bursa, Balıkesir-Gönen, Bolu-Gerede, Isparta, Hatay, Manisa-Kula'da yoğunlaşmış bulunmaktadır.

Ayakkabı Yan Sanayi firmalarının dağılımı ise yüzde50 oranında İstanbul olup, diğer firmalar İzmir, Konya, Gaziantep, Bursa gibi şehirlerde konumlanmıştır. Deri hazır giyim firmaları ise daha çok İstanbul ve İzmir'de yer almaktadır.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin üretim kapasitesi alt üretim grupları itibariyle aşağıda sunulmaktadır. TOBB Sanayi Envanteri veri tabanı güncel verilerine göre (NACE Revize 2 sınıflandırması ile) sektörde toplam istihdam 95.805 kişi olarak görülmektedir.

Üretici Sınıfı	Çalışan Sayısı	Üretim Kapasitesi
Deri Giyim Eşyası	12.304	3.599.585 Adet
Kürk Giyim Eşyası	8.915	5.561.353 Adet
Deri ve Kürkün Tabaklanması ve İşlenmesi	11.919	635.416.577 Kg 47.083.273 Adet 26.848.515 m2
Saraciye	13.358	3.345.991 Kg 2.689.958.157 Adet
Ayakkabı	49.309	535.078.052 Çift 42.198.466 Kg (1)

**Tablo 34 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Üretim Kapasitesi

**Kaynak :** TOBB Sanayi Envanteri, 2014.

(1) Yan Sanayi

Türkiye deri sektörü uzun yılların bilgi ve tecrübe birikimi ile kurulu üretim kapasitesi ve nitelikli işgücüne dayalı rekabet üstünlüklerine sahip bulunmaktadır. Bunlara ilave olarak son dönemde tasarım, moda ve marka kapasitesinde de önemli ilerlemeler yaşanmaktadır.

Türk deri sektörü önemi bir döviz kazandırıcı sektör konumundadır. Sektör ihracat ve yabancılara satış odaklı bir yapı oluşturmuştur. Üretim ve satışlarının önemli bir bölümü yurtdışı pazarlara yöneliktir. Bu nedenle sektörün büyümesi ve gelişimi ihracata ve dış pazarlara yüksek bağımlılık göstermektedir. Sektör ihracatta rekabet gücünü arttırdıkça büyüme ve gelişmesini hızlandırmaktadır. Sektör yurtiçindeki kümelenmelerini de müşteri ve pazar yakınlığı kriterlerini dikkate alarak gerçekleştirmektedir.

Avrupa'nın ikinci büyük kurulu kapasitesine sahip deri sanayi, önemli bir dönüşüm süreci içinde bulunmaktadır.

Bu dönüşüm süreci içinde sermaye yapısı zayıf, ölçek sorunu olan, kalite fiyat dengesini yakalayamayan firmalar sektörden çekilirken, sektör rekabet gücünü arttırmak için yüksek katma değerli ve kaliteli üretime, zamanında üretim ve teslimata, tasarım kapasitesini geliştirmeye, moda uygun ürünlere ve markalaşmaya yönelmektedir. Dünya markalarına yönelik nitelikli tedarikçilik ve bütünleşme önemli olacaktır. Sektör bu dönüşüm ve önceliklerinin farkındadır ve işletmeler bu konuda yoğun bir çaba içinde bulunmaktadır.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin nihai ürünlerinin yurtiçinde tüketimi TÜİK'in yıllık hanehalkı tüketim harcamaları anketleri verileri kullanılarak yaklaşık olarak hesaplanmaktadır. Buna göre deri ve kürk giyim eşyası, saraciye ve ayakkabı tüketim harcamaları 2013 yılı için 6,45 milyar TL olarak hesaplanmaktadır.

Yıllar	İç Pazar Büyüklüğü
2005	4.315
2006	4.500
2007	4.740
2008	4.812
2009	4.440
2010	5.250
2011	6.160
2012	6.065
2013	6.450

**Tablo 35 :** Deri Mamulleri (Deri ve Kürk Giyim Eşyası, Saraciye, Ayakkabı) İç Pazarı (Milyon TL)

**Kaynak :** TÜİK, Hanehalkı Tüketim Harcaması verilerinden hesaplanmıştır.

Deri ve deri ürünleri sanayinin nihai ürünlerinin yurtiçi tüketimini etkileyen önemli bir talep unsuru, yabancılara Türkiye'de yaptıkları perakende harcamalarıdır. TÜİK yabancıların Türkiye'de yaptıkları alışveriş harcamaları verilerini de yayımlamaktadır. Buna göre 2013 yılında toplam giyim ve ayakkabı harcamaları 3,43 milyar dolar olmuştur. Bunun 854 milyon doları deri, süet ve ayakkabılar, 105 milyon doları ise kıymetli kürkler alışverişi olarak öngörülmektedir.

Yıllar	Toplam Giyim Ayakkabı	Hazır Giyim	Deri Süet Ayakkabı	Kıymetli Kürkler
2006	2.147	1.550	520	75
2007	2.289	1.660	550	80
2008	2.744	1.985	660	100
2009	2.541	1.850	615	75
2010	2.327	1.730	630	70
2011	2.738	1.985	680	95
2012	2.992	2.164	741	87
2013	3.428	2.469	854	105

**Tablo 36 :** Turistlerin Türkiye’de Alışveriş Harcamaları (Milyon Dolar)  
**Kaynak :** TÜİK verilerinden hesaplanmıştır.

## 2.11 Avrupa Birliği’nin Deri Sektörüne Yaklaşımı

AB ülkeleri, tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinde hem üretim yapmakta, hem de ihracat ve ithalat kapasitesiyle dünya pazarını yönlendiren en büyük taraf olmayı sürdürmektedir. Bu nedenle bu sektörler AB için halen önem arz etmektedir. Birlik önemine istinaden, imalat sanayinde yaratılan katma değerın yüzde 3’ünü oluşturan bu sektörlerde gelecekte de faaliyetlerini sürdürmeyi hedeflemektedir.

Bu amaçla Avrupa Birliği Tekstil Yüksek İhtisas Komisyonu’nun son raporunda sektörlere özel 2020 vizyonunda **“emek yoğun faaliyetleri azaltacak yüksek verimlilik şartları üzerinde yoğunlaşarak, sektörden elde edilen ciroların ihracata dayalı olarak artırılması”** hedefi ortaya konmuştur. Sektörlerde bu vizyon çerçevesinde öne çıkan alt hedefler şu şekilde özetlenmektedir:

### 1. Değer Zincirinde Uzmanlaşmış Birimlerden Oluşan İşbirlikleri Oluşturulması

Bu kapsamda şirketlerin kendi yapılarına uygun işbirliklerini güvenilir iş planları ve kritik üretim planları ile sağlamaları önerilmektedir. Burada şirketlere bir uyarı da tek bir örneğin kendi uygulamalarına uyum sağlayamayacağı, firmaların ilişkilerini kendi yapılarına uygun şekilde geliştirmeleri gerektiği doğrultusundadır.

### 2. Teknoloji ve Yenilikçi Yaklaşımlarla Rekabet Etme

AB komisyonu sektör vizyonunu belirlerken 2020 yılında da halen işçilik maliyetlerinin Asya ülkelerine oranla çok yüksek olacağını kabul ederek, işçilik anlamında Asya ülkeleri ile rekabet edemeyecekleri gerçeğini kabul etmektedir. Ancak katma değeri yüksek, ileri teknoloji tabanlı ürünlerle dünyadaki gücünü koruyabileceğini savunmaktadır. Tekstil ve deride bu anlamda; üretimde yeni teknolojilerin kullanılması, ürüne fonksiyonel özellikler katan yeni teknolojilere yatırım ve kişiye özel üretim teknolojilerine öncelik verilmesi hususları desteklenmektedir.

### 3. Giyim Sektöründe Teknoloji Tabanlı Yeni Uygulamaların Geliştirilmesi

AB komisyonu el emeğine dayalı giyim üretiminde emek yoğun faaliyetlerin azaltılması için geliştirilen projelere öncelik vermektedir. Bu kapsamda komisyonun desteklediği önceki projelerde çeşitli kavrama cihazları, taşıyıcı askılar, otomatik yönlendirme cihazları, ayarlanabilir kalıp sehpaları gibi cihazlar geliştirilmiştir. Giyim üretiminde 3 boyutlu simülasyonların kullanımı, elektronik ticaret ve kişiye özel seri üretim yöntemleri komisyonun öncelikli alanlarıdır. Komisyon özellikle elektronik ortamda kişiye özel giyim satışlarını sağlayacak projelere destek vermiştir. Bu kapsamda teknolojinin hazır olduğu ve uygulamaya bir an önce geçilmesi gerektiği savunulmaktadır. Böylece giyim ticaretinde tüketiciyi memnun edecek yeni bir dönemin başlaması öngörülmektedir.

#### **4. Moda ve Görsellik Açısından Teknolojinin Takibi**

Moda sektörü teknolojinin kullanımıyla daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Çeşitli moda kanalları, moda forumları bu sektörü yönlendiren yeni araçlardır. Komisyon bu gelişmelerin takip edilmesini önermektedir.

#### **5. Sınai Mülkiyet Haklarının Korunması**

Moda ürünlerin taklit edilmesi markalaşarak satış yapan sektörü önemli ölçüde zarara uğratmaktadır. Tüm dünyada sınai mülkiyet haklarının korunarak ürünlerin taklit edilmesinin önüne geçilmesi komisyonun temel yaklaşımlardan biri olmaktadır.

#### **6. Sektörün İnsan Kaynağı Açısından Olumsuz İmajının Yok Edilmesi**

Komisyon AB'nin imalat sanayinde yoluna devam etmesi gerektiğini savunarak buna tekstil ve hazır giyim sektörlerini de dahil etmiştir. Ancak sektörün olumsuz çalışma şartları nedeniyle mavi yakalı anlamında çalışan bulmakta zorluk çektiği, sirkülasyonun fazla olduğu bu nedenle kalifiye eleman sorunu yaşandığı belirtilmektedir. Ancak komisyon raporunda yeni teknolojilerin sektör için "karanlık şeytani fabrikalar" imajını silebileceği, iş sirkülasyonunun firmalar üzerinde sosyal standartları düzenleme baskısı oluşturacağı ve eğitim kurumlarının çok uluslu öğrencilere yönelik programlarla sektöre kalifiye eleman sağlayabileceği belirtilmiştir.

#### **7. Çevresel ve Sosyal Standartların Geliştirilmesi**

Çevresel ve sosyal standartların geliştirilmesi sektöre kalifiye eleman sağlanmasıyla doğrudan ilgilidir. Tüketicilerin çevre ve insan sağlığına karşı duyarlı olması ürünlerin pazarda tercih edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu iki faktör düşünüldüğünde sürdürülebilir bir imalat sanayi için gerçek anlamda "kurumsal sosyal sorumluluk" bilincinin sektörde yaygınlaştırılması komisyonun temel hedeflerinden biridir.

Dünya tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerini ve ticaretini yönlendiren AB ülkeleri, bu

sanayilerde üretimden vazgeçmemiş, aksine moda, marka, tasarım ve teknolojinin önemli merkezlerinden biri olarak konumlanmıştır. Diğer yandan birlik 2010 yılında yayımladığı 2020 Strateji Belgesinde, "küresel üretim zinciri dünyasında, en rekabetçi girdileri ithal yoluyla elde etmeden, başarılı bir ihracat politikası geliştirilmez" fikri ile ithalata bakışını ortaya koymuştur.

Dünya deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ve Türkiye'nin konumu bölümünde deri ve deri ürünleri imalatı sanayindeki üretim ve üretici ülkeler, dünya deri ve deri ürünleri imalatı sanayi dış ticareti ve Türkiye'nin konumu başlıklarına yer verilmektedir.

### 3.1. Üretim ve Üretici Ülkeler

Deri sektörünün yarattığı çevre kirliliği nedeniyle ham deri üretimi ve işleme faaliyetleri 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren gelişen ülkelere kaymaya başlamış olup bu eğilim yeni aşamaları ile sürmektedir. Çin, Hindistan ve Pakistan geleneksel üreticilerin önünde yeni rakip üreticiler haline gelmiştir. Bu ülkeler hem ucuz işgücü ile hem de uluslararası üretim koşullarının altındaki normlarda yaptıkları üretimler ile haksız bir rekabet gücüne ulaşmıştır.

İlk aşamada kalitesiz, kuralsız, çevre normlarına uyumsuz üretim yapılarına küresel alıcıların sessiz kalması ile geniş bir üretim kapasitesi yaratılmıştır. Çin, Hindistan ve Pakistan ucuz işgücü, ucuz hammadde ve çevreye uyum yükümlülükleri olmaksızın yarattıkları rekabet olanakları ile dünya pazarlarında da önemli paylara ulaşmıştır. Çin, Hindistan, Pakistan, Rusya ve Orta Doğu pazarının orta düşük ve orta gelir segmentine yönelik üretimlerini sürdürmektedir. Bununla birlikte Çin ve Hindistan'da son yıllarda ortaya çıkan üretim maliyetlerindeki artış, bu ülkeleri kapasite yatırımı yerine kalite ve moda-marka yatırımlarına yöneltmeye başlamıştır.

Gelişmiş ülkelerin ve özellikle Avrupalı ülkelerin pazarlarında ise kaliteli, yüksek katma değerli ve çevre normlarına uygun üretilmiş moda ve markalı ürünlere talep devam etmektedir.

Üretimde Zig deride Türkiye ile birlikte Çin, Hindistan, Pakistan, İtalya, Güney Kore ve İspanya, Kürk süette Türkiye yanı sıra Çin, İtalya, Uruguay, Güney Kore ve Arjantin, Kıymetli kürkte Yunanistan, Çin, Hong Kong, Kanada, Almanya, Finlandiya ve ABD öne çıkan ülkelerdir.

Üretimde özellikle İtalya ve İspanya'daki ham deri tabaklama ve işleme kapasitesi ile işlerinin çevre koşulları ve artan üretim maliyetleri ile ülke dışına ve Romanya, Bulgaristan ve Türkiye gibi yakın ülkelere kayma olasılığı artmaktadır.

Asya Pasifik bölgesinde ise Çin ve Hindistan'da üretimin giderek pahalı hale gelmesi ile birlikte Vietnam ve Endonezya gibi yeni üretim alanları, İran ve Moğolistan gibi alternatifler ile ayrıca Afrika'da Tunus, Sudan, Nijerya ve Güney Afrika gibi yeni bölgesel üretim ve ihracat merkezleri alternatifleri ortaya çıkmaktadır.

Dünya deri sektöründe öncelikli bir diğer konu hammadde tedariki ve güvenliği haline gelmiştir. Hammadde erişilebilirliği sınırlanmakta ve hammadde fiyatları artmaktadır. Bazı ülkeler deri hammaddesi ihracatına yasaklar ve sınırlamalar getirmektedir. Bu eğilimin önümüzdeki dönemde de sürmesi orta vadede deri hammaddesi fiyatlarının yüksek kalması beklenmektedir.

Deriden mamul eşyalara yönelik talep küresel iklim değişiminden etkilenerek yavaşlamakla birlikte moda endüstrisinin deri giyim eşyalarını ön plana çıkarması ve deri aksesuarlarını yeniden kullanmaya başlaması ile birlikte talep yeniden canlanmaktadır. Deri giyim eşyası ve aksesuarları dışında saraciye ürünlerin ve deri ayakkabı ürünlerinin talebi ise genişlemeye devam etmektedir.

### 3.2. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı

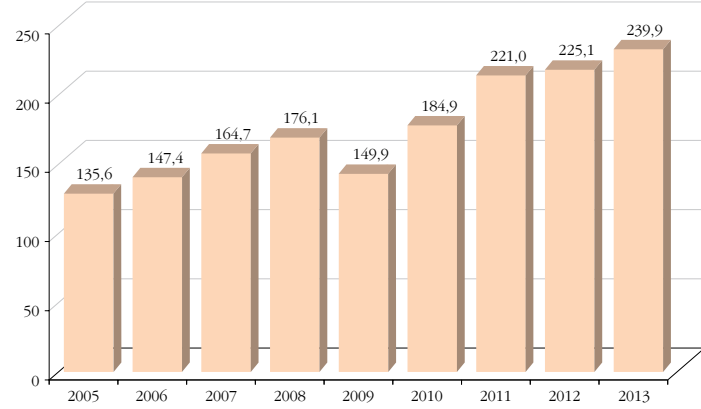
Dünya deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatı 2005 yılında 135,6 milyar dolar iken, 2008 yılında 176,1 milyar dolara yükselmiştir. Ancak sektör ihracatı küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve 2009 yılında 149,9 milyar dolara gerilemiştir. İhracat izleyen üç yılda yeniden artarak 2012 yılında 225,1 milyar dolara kadar yükselmiştir. İhracat artışı 2013 yılında da sürmüş ve toplam dünya ihracatı 239,9 milyar dolara yükselmiştir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı ise yüzde 2005 yılında yüzde 1,29 iken, 2013 yılında yüzde 1,31 olarak gerçekleşmiştir.



Yıllar	Dünya Mal İhracatı (Milyar Dolar)	Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	Deri ve Deri Ürünleri İhracatının Payı (%)
2005	10.475	135,6	1,29
2006	12.113	147,4	1,22
2007	13.883	164,7	1,19
2008	15.820	176,1	1,11
2009	12.380	149,9	1,21
2010	15.240	184,9	1,21
2011	17.816	221,0	1,24
2012	17.850	225,1	1,26
2013	18.270	239,9	1,31

**Tablo 37 :** Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı ve Dünya Ticareti İçindeki Payı

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı ve Dünya Ticaret Örgütü.



**Grafik 10 :** Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü.

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının alt sektörler itibarıyla dağılımı değerlendirildiğinde ise 2013 yılı itibarıyla en yüksek ihracat 122,9 milyar dolar ile ayakkabıda gerçekleşmiştir. Saraciye ürünlerinde ihracat 68,3 milyar dolar

olmuştur ve en yüksek ihracat yapılan ikinci alt sektördür. Yarı işlenmiş ve işlenmiş deri ihracatı ise 23,7 milyar dolar olmuştur. Kürkten eşya ile deri giyim eşyası ihracatı ise 4,4 milyar dolar ve 3,9 milyar dolar ile daha sınırlı kalmaktadır.

Alt Ürün Grupları	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ham Deri	5,7	6,0	5,6	4,0	6,3	7,9	7,6	8,1
Yarı İşlenmiş Bitmiş Deri	23,0	26,7	21,6	15,3	22,4	23,1	22,2	23,7
Saraciye	34,0	39,7	45,3	39,3	47,8	61,4	64,0	68,3
Deri Giyim Eşyası	4,3	4,3	4,3	3,5	3,6	4,0	3,8	3,9
Ham ve İşlenmiş Kürk	4,9	4,5	4,9	3,8	5,4	6,7	7,9	8,6
Kürk Giyim Eşyası	2,5	2,1	2,1	2,0	3,0	3,8	4,2	4,4
Ayakkabı	72,8	81,4	91,1	81,2	95,6	113,1	114,3	122,9
<b>Toplam</b>	<b>147,4</b>	<b>164,7</b>	<b>176,1</b>	<b>149,9</b>	<b>184,9</b>	<b>221,0</b>	<b>225,1</b>	<b>239,9</b>

**Tablo 38:** Alt Sektörler İtibarıyla Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı (Milyar Dolar)

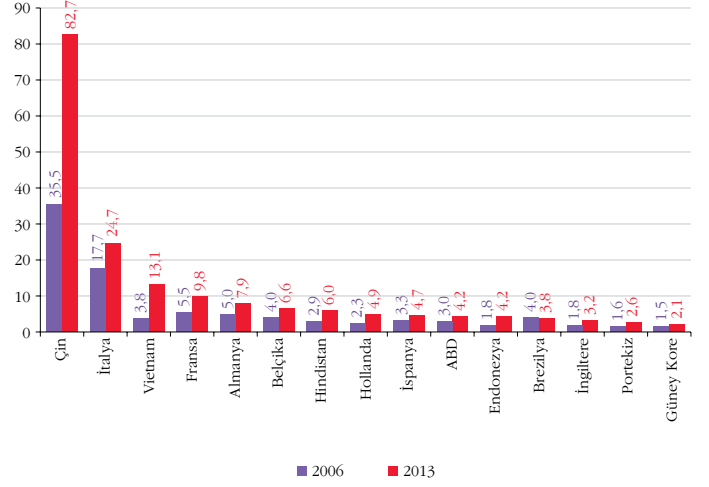
**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı, Dünya Ticaret Örgütü.

### 3.3. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatçı ve İthalatçı Ülkeleri

Dünya deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ticaretinde ihracatçı ve ithalatçı ülkeler bu bölümde incelenmekte ve değerlendirilmektedir.

#### 3.3.1. Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatçıları

Dünya deri ve deri ürünleri ihracatında ilk 15 sırada yer alan ülkeler 2006 ve 2013 yılları itibarıyla sunulmaktadır. Buna göre 2013 yılında Çin 82,69 milyar dolar ile en çok ihracat gerçekleştiren ülkedir. İtalya 24,74 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır. Vietnam son yıllarda ihracatta önemli bir gelişme göstererek 13,12 milyar dolar ihracatı ile üçüncü sıraya yükselmiştir. Fransa 9,85 milyar dolar, Almanya 7,93, Belçika 6,63 ve Hindistan 6,0 milyar dolar ile bu üç ülkeyi izlemektedir. Türkiye ise 1,9 milyar dolar ihracatı ile on altıncı sırada yer almaktadır.



**Grafik 11** : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatçı Ülkeler (Milyar Dolar)  
**Kaynak** : BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İhracat	Sıra	Ülkeler	İhracat
1	Çin	35.529	1	Çin	82.694
2	İtalya	17.665	2	İtalya	24.735
3	Hong Kong	15.099	3	Vietnam	13.124
4	Fransa	5.489	4	Fransa	9.849
5	Almanya	5.017	5	Almanya	7.931
6	Belçika	4.027	6	Belçika	6.632
7	Brezilya	3.969	7	Hindistan	6.009
8	Vietnam	3.846	8	Hollanda	4.902
9	İspanya	3.314	9	İspanya	4.701
10	ABD	2.967	10	ABD	4.204
11	Hindistan	2.881	11	Endonezya	4.202
12	Hollanda	2.274	12	Brezilya	3.812
13	İngiltere	1.823	13	İngiltere	3.166
14	Endonezya	1.818	14	Portekiz	2.575
15	Romanya	1.709	15	Güney Kore	2.135
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>147.410</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>239.940</b>

**Tablo 39** : Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İhracatçı Ülke (Milyon Dolar)  
**Kaynak** : BM Ticaret Veri Tabanı.

**Sığır ve At Cinsi Hayvanların Dabaklanmış Derileri (GTİP 4104)  
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Brezilya	905	1	Brezilya	1.102
2	Hong Kong	675	2	ABD	1.001
3	ABD	656	3	Arjantin	654
4	Arjantin	605	4	İtalya	526
5	İtalya	592	5	Tayvan	323
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>6.749</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>6.423</b>

**Sığır ve Atların Dabaklanmış ve Hazırlanmış Deri ve Köselesi (GTİP 4107)  
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	İtalya	3.170	1	İtalya	3.598
2	Hong Kong	1.986	2	Brezilya	1.370
3	Çin	1.299	3	Hindistan	833
4	Brezilya	939	4	Güney Kore	782
5	Almanya	615	5	Almanya	619
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>12.094</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>11.786</b>

**Deri ve Kösele vb.'den Seyahat Eşyası (GTİP 4202)  
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Çin	8.703	1	Çin	27.592
2	Hong Kong	5.063	2	İtalya	6.826
3	İtalya	3.047	3	Fransa	5.840
4	Fransa	3.015	4	Vietnam	2.126
5	Belçika	936	5	Almanya	1.417
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>26.808</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>55.885</b>

**Deri ve Köseleden Giyim Eşyası (GTİP 420310)  
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Çin	1.648	1	İtalya	724
2	İtalya	430	2	Hindistan	652
3	Pakistan	423	3	Çin	627
4	Hindistan	318	4	Pakistan	385
5	Almanya	233	5	Almanya	254
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>4.351</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>3.965</b>

**Kürkten Giyim Eşyası, Aksesuarları, Kürkten Diğer Eşya (GTİP 4303)**  
**Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Çin	836	1	Çin	2.829
2	Hong Kong	429	2	İtalya	461
3	Yunanistan	313	3	Yunanistan	293
4	İtalya	258	4	Türkiyee	175
5	Türkiye	141	5	Almanya	121
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>2.430</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>4.338</b>

**Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik Vb (GTİP 6404)**  
**Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Çin	2.877	1	Çin	9.685
2	Vietnam	1.484	2	Vietnam	3.371
3	Belçika	630	3	Belçika	1.358
4	İtalya	474	4	Endonezya	906
5	Hong Kong	322	5	Almanya	890
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>8.124</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>21.711</b>

**Ayakkabı; Dış Taban Yüzü Kauçuk, Diğer (GTİP 640299)**  
**Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Çin	5.308	1	Çin	17.741
2	Hong Kong	1.389	2	Vietnam	1.894
3	Belçika	502	3	Belçika	766
4	Panama	309	4	Almanya	653
5	Vietnam	302	5	Hollanda	446
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>9.661</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>24.519</b>

**Ayakkabı; Yüzü Deriden, Diğer (GTİP 640399)**  
**Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	Çin	5.643	1	Çin	7.979
2	Hong Kong	3.113	2	Vietnam	3.336
3	İtalya	2.493	3	İtalya	2.707
4	Almanya	1.150	4	Belçika	1.443
5	Belçika	1.145	5	Almanya	1.373
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>21.895</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>26.860</b>

**Ayakkabı; Bileği Kapatan Diğer Yüzü Deri Ayakkabı (GİTP 640391)  
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	İtalya	1.001	1	Çin	2.171
2	Çin	592	2	İtalya	1.547
3	Almanya	401	3	Vietnam	1.455
4	Hong Kong	383	4	Almanya	904
5	Romanya	258	5	Hollanda	797
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>5.202</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>12.438</b>

**Ayakkabı; Diğer Tabanı Kösele, Yüzü Deri (GİTP 640359)  
Dünya İhracatı ve En Büyük İhracatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İhracat	Sıra	Ülke	İhracat
1	İtalya	2.212	1	İtalya	3.077
2	İspanya	358	2	Fransa	460
3	Portekiz	304	3	İspanya	352
4	Brezilya	133	4	Portekiz	338
5	Hong Kong	130	5	Hindistan	212
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>3.953</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>5.615</b>

### 3.3.2 Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İthalat Pazarları ve Tedarikçileri

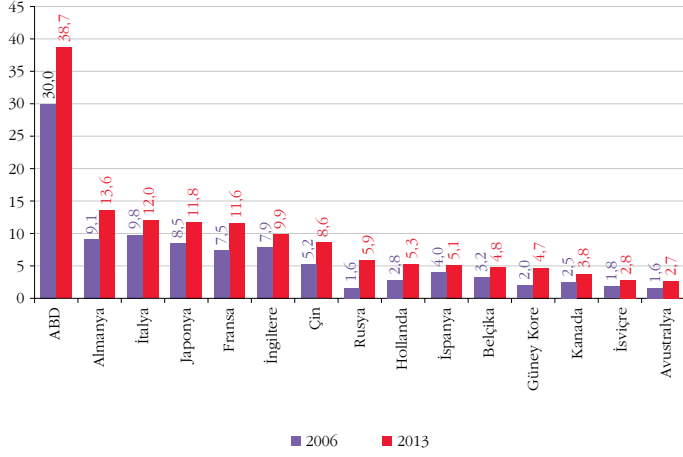
Dünya deri ve deri ürünleri ithalatında ilk sırayı 38,74 milyar dolar ile ABD almaktadır. Almanya ikinci, İtalya ise üçüncü büyük ithalatçıdır. Bu ilk üç ülkeyi Japonya, Fransa ve İngiltere

izlemektedir. Çin önemli bir pazar haline gelmiştir. 2013 yılında deri ürünleri ithalatı 8,6 milyar dolar olmuştur. Rusya 5,9 milyar dolarlık ithalatı ile büyük pazarlardan biri olmayı sürdürmektedir. Hollanda, İspanya ve Belçika Avrupa'daki diğer önemli pazarlardır. İlk on beş büyük pazar içinde yer alan diğer gelişmiş ülkeler ise Güney Kore, Kanada, İsviçre ve Avustralya'dır.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	ABD	30.044	1	ABD	38.741
2	Hong Kong	13.744	2	Almanya	13.597
3	İtalya	9.783	3	İtalya	12.032
4	Almanya	9.056	4	Japonya	11.755
5	Japonya	8.468	5	Fransa	11.597
6	İngiltere	7.876	6	İngiltere	9.971
7	Fransa	7.509	7	Çin	8.566
8	Çin	5.169	8	Rusya	5.892
9	İspanya	3.958	9	Hollanda	5.331
10	Belçika	3.175	10	İspanya	5.075
11	Hollanda	2.842	11	Belçika	4.808
12	Kanada	2.546	12	Güney Kore	4.651
13	Güney Kore	2.005	13	Kanada	3.824
14	İsviçre	1.795	14	İsviçre	2.769
15	Meksika	1.763	15	Avustralya	2.747
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>145.401</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>236.106</b>

**Tablo 40 :** Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İlk 15 İthalatçı Ülke (Milyon Dolar)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı.



En büyük üç ithalatçı ülke ABD, Almanya ve İtalya'ya en yüksek ihracat gerçekleştiren tedarikçi ülkeler de aşağıda sunulmaktadır. Buna göre ABD'ye en büyük ihracatı Çin, sonrasında Vietnam, İtalya ve Endonezya yapmaktadır. Ardından Meksika ve Hindistan gelmektedir.

Almanya'ya en yüksek ihracatı ise yine Çin yapmaktadır. Ardından İtalya, Vietnam ve Hindistan gelmektedir.

İtalya'ya en çok ihracat gerçekleştiren ülke Çin, sonrasında Fransa ve üçüncü sırada Romanya gelmektedir.

**Grafik 12 :** Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İthalatçı Ülkeler (Milyar Dolar)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	21.363	1	Çin	26.174
2	İtalya	2.038	2	Vietnam	3.785
3	Vietnam	1.169	3	İtalya	2.495
4	Brezilya	1.075	4	Endonezya	1.322
5	Endonezya	553	5	Meksika	781
6	Meksika	409	6	Hindistan	661
7	Hindistan	406	7	Fransa	601
8	Fransa	382	8	Brezilya	343
9	Tayland	379	9	İspanya	295
10	İspanya	280	10	Dominik	287
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>30.044</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>38.741</b>

**Tablo 41 :** ABD'nin Deri ve Deri Ürünleri İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyar Dolar)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	2.614	1	Çin	4.313
2	İtalya	1.353	2	İtalya	1.465
3	Vietnam	805	3	Vietnam	1.379
4	Hindistan	444	4	Hindistan	809
5	Avusturya	341	5	Hollanda	524
6	Portekiz	335	6	Endonezya	502
7	Hollanda	286	7	Portekiz	420
8	Romanya	257	8	Fransa	373
9	Slovakya	238	9	Slovakya	310
10	Fransa	188	10	Romanya	292
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>9.056</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>13.597</b>

**Tablo 42 :** Almanya'nın Deri ve Deri Ürünleri İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyar Dolar)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı.

2006			2013		
Sıra	Ülkeler	İthalat	Sıra	Ülkeler	İthalat
1	Çin	1.952	1	Çin	2.260
2	Romanya	1.248	2	Fransa	1.002
3	Fransa	566	3	Romanya	992
4	Brezilya	557	4	Brezilya	557
5	Hindistan	439	5	Belçika	501
6	Belçika	427	6	Hollanda	495
7	Vietnam	257	7	Hindistan	482
8	Bulgaristan	249	8	İspanya	466
9	Tunus	242	9	Vietnam	350
10	İspanya	225	10	Tunus	315
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>9.783</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>12.032</b>

**Tablo 43 :** İtalya'nın Deri ve Deri Ürünleri İthalatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyar Dolar)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı.

**Sığır ve At Cinsi Hayvanların Dabaklanmış Derileri (GTİP 4104)**

**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	İtalya	1.429	1	Çin	1.542
2	Çin	937	2	İtalya	1.483
3	Hong Kong	749	3	Hong Kong	543
4	Vietnam	273	4	Vietnam	353
5	Tayland	241	5	Tayland	327
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>6.297</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>6.808</b>

**Sığır ve Atların Dabaklanmış ve Hazırlanmış Deri ve Köselesi (GTİP 4107)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	Çin	2.618	1	Çin	2.244
2	Hong Kong	2.319	2	Hong Kong	1.818
3	Almanya	628	3	İtalya	665
4	ABD	596	4	Almanya	655
5	İtalya	499	5	Vietnam	536
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>11.298</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>12.374</b>

**Deri ve Kösele vb.'den Seyahat Eşyası (GTİP 4202)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	7.479	1	ABD	8.500
2	Japonya	4.072	2	Japonya	4.614
3	Hong Kong	3.842	3	Hong Kong	4.479
4	İngiltere	1.932	4	Fransa	2.483
5	Fransa	1.815	5	Almanya	2.238
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>32.763</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>40.510</b>

**Deri ve Köseleden Giyim Eşyası (GTİP 420310)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	973	1	ABD	575
2	Almanya	411	2	Almanya	452
3	Fransa	266	3	Fransa	373
4	İtalya	234	4	İtalya	219
5	İspanya	195	5	İngiltere	212
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>3.744</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>3.744</b>

**Kürkten Giyim Eşyası, Aksesuarları, Kürkten Diğer Eşya (GTİP 4303)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	281	1	Hong Kong	286
2	Hong Kong	247	2	Rusya	249
3	Japonya	245	3	BAE	194
4	Almanya	110	4	Japonya	176
5	Güney Kore	100	5	ABD	162
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>1.735</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>2.106</b>



**Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik vb (GTİP 6404)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	1.267	1	ABD	4.482
2	Japonya	812	2	Almanya	1.698
3	Almanya	723	3	Japonya	1.592
4	Fransa	693	4	Fransa	1.342
5	İngiltere	656	5	İngiltere	1.322
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>8.952</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>22.557</b>

**Ayakkabı; Dış Taban Yüzü Kauçuk, Diğer (GTİP 640299)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	3.427	1	ABD	5.088
2	Hong Kong	1.182	2	Japonya	1.567
3	Japonya	1.109	3	Almanya	1.081
4	Almanya	626	4	Rusya	869
5	İngiltere	513	5	Fransa	808
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>11.992</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>20.885</b>

**Ayakkabı; Yüzü Deriden, Diğer (GTİP 640399)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	8.591	1	ABD	6.895
2	Hong Kong	2.635	2	Almanya	2.291
3	Almanya	2.297	3	İngiltere	1.674
4	İngiltere	2.176	4	Fransa	1.654
5	Fransa	1.763	5	İtalya	1.491
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>27.958</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>27.242</b>

**Ayakkabı; Bileği Kapatın Diğer Yüzü Deri Ayakkabı (GTİP 640391)**  
**Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	2.402	1	ABD	3.839
2	Almanya	824	2	Almanya	1.510
3	İngiltere	605	3	Fransa	1.033
4	Fransa	474	4	İtalya	1.029
5	İtalya	459	5	Rusya	853
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>7.893</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>15.027</b>

**Ayakkabı; Diğer Tabanı Kösele, Yüzi Deri (GİTP 640359)  
Dünya İthalatı ve En Büyük İthalatçı Ülkeler (Milyon Dolar)**

2006			2013		
Sıra	Ülke	İthalat	Sıra	Ülke	İthalat
1	ABD	960	1	ABD	984
2	Fransa	466	2	Fransa	660
3	İngiltere	256	3	İngiltere	374
4	Almanya	255	4	Hong Kong	282
5	İtalya	232	5	Almanya	264
<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>3.940</b>	<b>Toplam</b>	<b>Dünya</b>	<b>5.036</b>

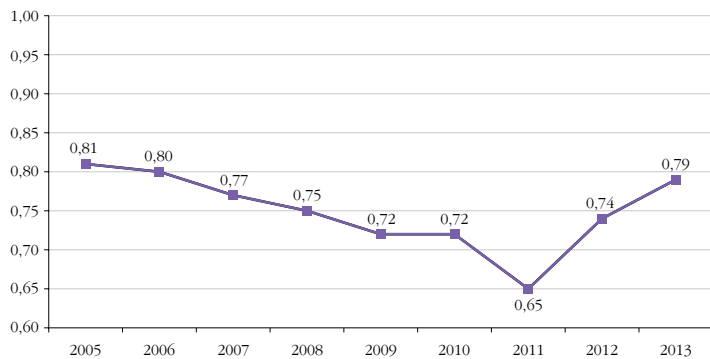
### 3.4. Türkiye'nin Konumu

Türkiye deri ve deri ürünleri ihracatında 2013 yılında 1,9 milyar dolarlık ihracatı ile dünya deri ve deri ürünleri ihracatı içinden yüzde 0,79 pay alırken, ihracatta on altıncı sırada yer almaktadır.

Türk deri ve deri ürünleri imalatı sanayi ihracatının dünya ihracatı içindeki payı 2005 yılından bu yana hemen hemen aynı kalmıştır. 2005 yılında yüzde 0,81 olan pay, 2013 yılında yüzde 0,79 olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar	Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	Türkiye Deri ve Deri Ürünleri İhracatı (Milyar Dolar)	Türkiye'nin Deri ve Deri Ürünleri İhracatı Payı (%)
2005	135,6	1.092	0,81
2006	147,4	1.178	0,80
2007	164,7	1.269	0,77
2008	176,1	1.318	0,75
2009	149,9	1.077	0,72
2010	184,9	1.328	0,72
2011	221,0	1.440	0,65
2012	225,1	1.664	0,74
2013	239,9	1.901	0,79

**Tablo 44 :** Dünya Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İhracatı ve Türkiye'nin Payı  
**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü.



**Grafik 13 :** Türkiye Deri ve Deri Ürünleri İhracatının Dünya İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)  
**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü.

Alt sektörlerin dünya ihracatı içindeki payları değerlendirildiğinde kürk giyim eşyası ihracatı azalan payına rağmen yüzde 7,75 ile en yüksek paya sahip alt sektördür. Deri giyim eşyaları ise

2013 yılında dünya ihracatı içinde yüzde 7,08 pay almıştır. Ham ve işlenmiş kürkler yüzde 1,38 payı ile üçüncü en yüksek paya sahip alt sektördür.

Alt Ürün Grupları	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ham Deri	0,03	0,05	0,01	0,03	0,01	0,00	0,01	0,02
Yarı İşlenmiş Bitmiş Deri	0,39	0,41	0,55	0,59	0,55	0,62	0,73	0,81
Saraciye	0,46	0,46	0,44	0,41	0,39	0,38	0,39	0,35
Deri Giyim Eşyası	6,60	7,29	7,93	7,57	7,29	5,90	6,30	7,08
Ham ve İşlenmiş Kürk	1,01	1,13	1,04	1,33	1,36	1,45	1,24	1,38
Kürk Giyim Eşyası	14,18	13,68	12,10	10,51	8,98	7,04	7,89	7,75
Ayakkabı	0,33	0,40	0,38	0,36	0,42	0,40	0,48	0,59
<b>Toplam</b>	<b>0,80</b>	<b>0,77</b>	<b>0,75</b>	<b>0,72</b>	<b>0,72</b>	<b>0,65</b>	<b>0,74</b>	<b>0,79</b>

**Tablo 45:** Alt Sektör Grupları İtibariyle Türkiye'nin Dünya Deri ve Deri Ürünleri İhracatı İçindeki Payı (Yüzde)

**Kaynak :** BM Ticaret Veri Tabanı, TÜİK, Dünya Ticaret Örgütü verilerinden hesaplanmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde deri ve deri ürünleri imalatı sanayi rekabet gücünde yaşanan gelişmeler ile bu alandaki sorunlara yer verilmektedir. Bu amaçla öncelikle deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin temel rekabet unsurları ortaya konulmaktadır. Temel rekabet unsurları değer zinciri halkalarına bağlı olarak deri ve deri ürünleri ile ayakkabı alt sektörleri için gruplandırılmaktadır. Daha sonra temel rekabet unsurlarına ilişkin olarak değerlendirmeler yapılmakta ve bu alanlardaki öncelikli sorunları ortaya konulmaktadır.

## 4.1. Temel Rekabet Unsurları ve Değerlendirmeler

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin temel rekabet unsurları aşağıda değer zincirini temel halkalarına ilişkin olarak sunulmaktadır. Temel rekabet unsurları deri ve deri ürünleri ile ayakkabı sanayi için ayrı değerlendirilmektedir.

### **Deri ve Deri Ürünlerinin Temel Rekabet Unsurları İçinde;**

Kaliteli ham deri kaynakları ile kaliteli ara girdilerin varlıkları ve bunlara uygun ve rakipler ile aynı maliyet ve koşullarda erişim önemli olmaktadır. Türkiye’de hem ham deri varlıkları azalmakta, hem de yüksek maliyetler bulunmaktadır.

Hammadde ve girdi tedarikinde ayakkabı sanayinde deri ve taba başta olmak üzere kaliteli hammadde varlığı, saya üretimi ile gelişmiş bir yan sanayinin varlığı rekabette belirleyici olmaktadır.

Üretimde istihdam koşulları ve yükleri önemlidir. İşgücü maliyetleri yüksek iken yeni çıkarılan iş sağlığı ve iş güvenliği düzenlemeleri yeni yükler getirmiştir. Genel itibariyle işçilik, enerji hammadde, lojistik, çevre-atık maliyetleri belirleyicidir. Kullanılan üretim teknolojisi de rekabet unsurudur. Deri sanayinde altyapısı tamamlanmış, atık sistemleri bulunan çevre dostu organize sanayi bölgelerinin varlığı önemlidir.

### **Ayakkabı ve Yan Sanayinin Temel Rekabet Unsurları İçinde;**

Ayakkabı sanayinde üretimde ölçekler ve verimlilik, kullanılan üretim teknolojisi, üretim maliyetleri ve kümelenme önem taşımaktadır.

Ürün geliştirme ve kalite konusunda moda ve tasarım kapasitesi ile özellikle markalaşma rekabette belirleyicidir.

Ürün geliştirme ve kalitede ana sanayinin moda-tasarım kapasitesi kadar yan sanayinin tasarım kapasitesi ve yeteneği de büyük önem taşımaktadır. Nitekim ayakkabı sanayinde tasarım yan sanayinde başlamaktadır. Ayakkabıda markalaşma ve ilave olarak sağlık odaklı ürün kalitesi önemli olmaktadır.

Değer Zinciri	Deri ve Deri Ürünleri	Ayakkabı
<b>Hammadde ve Girdi Tedariki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaliteli ham deri kaynakları</li> <li>• Kaliteli ara girdi varlığı</li> <li>• Hammaddeye uygun maliyetler ile erişim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaliteli hammadde (deri ve taba) varlığı</li> <li>• Saya üretimi</li> <li>• Gelişmiş yan sanayi varlığı</li> </ul>
<b>Üretim</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İstihdam koşulları ve yükleri</li> <li>• Kullanılan üretim teknolojisi</li> <li>• Üretim maliyetleri</li> <li>• Altyapısı tamamlanmış çevre ile uyumlu OSB varlığı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kullanılan üretim teknolojisi</li> <li>• Ölçek ve verimlilik</li> <li>• Üretim maliyetleri</li> <li>• Kümelimenin varlığı</li> </ul>
<b>Ürün Geliştirme ve Kalite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moda tasarım kapasitesi</li> <li>• Markalaşma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moda tasarım kapasitesi</li> <li>• Yan sanayinin moda ve tasarım kapasitesi</li> <li>• Markalaşma</li> <li>• Ürün kalitesi (sağlık vb)</li> </ul>
<b>Pazarlama ve Satış</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pazarlara yakınlık</li> <li>• Ülke-ürün-marka imajı ve tanıtımı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İç pazar potansiyeli</li> <li>• Pazarlara yakınlık</li> <li>• Ülke-ürün-marka imajı ve tanıtımı</li> </ul>
<b>Finansman ve Mali Yapı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karlılık</li> <li>• Finansmana erişim ve kredi olanakları</li> <li>• Döviz kurlarında istikrar ve öngörülebilirlik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karlılık</li> <li>• Finansmana erişim ve kredi olanakları</li> <li>• Döviz kurlarında istikrar ve öngörülebilirlik</li> </ul>
<b>Verimlilik ve İnsan Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitelikli insan kaynakları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitelikli insan kaynakları</li> </ul>
<b>Piyasa ve Sektör Koşulları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurumsallaşma</li> <li>• Etkin piyasa gözetimi</li> <li>• Alıcıların standartları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurumsallaşma</li> <li>• Etkin piyasa gözetimi</li> <li>• Alıcıların standartları</li> </ul>

**Tablo 46 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde Temel Rekabet Unsurları

Pazarlama ve satışta deri sanayinde öncelikle ülke-ürün ve marka imajı ve bunların tanıtımı ile iç pazarda hakimiyet önemli olmaktadır. Gelişmiş ve hızlı gelişen potansiyel pazarlara yakınlık da önemlidir.

Ayakkabı sektörü içinde ülke-ürün ve marka imajı ile tanıtımı ve gelişmiş ve hızlı gelişen potansiyel pazarlara yakınlık önem taşımaktadır. Bunlara ilave olarak iç pazar potansiyeli de önemlidir.

Finansman ve mali yapıda karlılık, finansmana erişim ve kredi olanakları ile döviz kurlarının rekabetçi, istikrarlı ve öngörülebilir olması hem deri ve deri ürünleri hem de ayakkabı sanayi için rekabette belirleyici olmaktadır. Türkiye’de bu üç alanda da sıkıntılar yaşanmaktadır. Özellikle düşük karlılık sanayide sıkıntı yaratmaktadır.

Ayrıca ayakkabı sanayi dışındaki alt sektörlerde büyüme sıkıntısı da yaşanmaktadır. Sanayideki küçük ölçekler nedeniyle finansmana erişim de sınırlı kalmaktadır.

Verimlilik ve insan kaynakları içinde nitelikli insan kaynakları deri ve deri ürünleri ile ayakkabı sanayileri için rekabette belirleyicidir.

Piyasa ve sektör koşulları içinde deri ve deri ürünleri sanayi ile ayakkabı sanayi için firmaların

kurumsallaşma seviyesi ithalatta ve iç pazarda adil ve etik rekabeti sağlayacak asgari piyasa denetimi ile alıcıların koydukları veya talep ettikleri ürün ve kalite standartları belirleyici olmaktadır.

## 4.2. Temel Rekabet Unsurlarında Sorunlar

### 4.2.1. Yüksek Üretim Maliyetleri ve Üretimde Rekabet Gücünün Azalması

Deri sanayi tüm alt üretim grupları itibarıyla emek yoğun bir sektördür. Hammadde fiyatları maliyetlerde önemli bir belirleyici olmaktadır. Tabakhane ve işleme tesisleri ile konfeksiyon, ayakkabı, eşya üretiminde enerji bağımlılığı da yüksektir.

Deri sanayi üretim maliyetleri içinde hammadde yüzde 60, işçilik yüzde 20, yardımcı malzemeler yüzde 7, enerji yüzde 7, finansman yüzde 4 ve diğer unsurlar da yüzde 2 pay almaktadır.

Deri sanayinde işgücü maliyetleri, hammadde maliyetleri ve enerji maliyetlerindeki artışlar yüksek üretim maliyetleri oluşturmakta ve sektörün rekabet gücünü azaltarak olumsuz etkilemektedir.

2005-2014 yılları arasında işgücü maliyetleri yüzde 203,8, hammadde maliyetleri yüzde 84,2 ve enerji maliyetleri yüzde 123,7 artmıştır. Buna karşın üretici fiyatları yüzde 72,3 ve ihracat birim fiyatı TL cinsinden yüzde 69,7 oranında artabilmektedir.

Deri sanayi üretimde karşılaştığı maliyet artışlarını üretici fiyatlarına ve ihracat fiyatlarına yansıtamamıştır. Buna bağlı olarak mevcut işletmelerin rekabet gücü ve karlılıkları azalmakta ve sektörde kapanmalar yaşanmaktadır.

Yıllar	Üretim Maliyetleri			Üretici ve İhracat Fiyatları	
	Brüt Ücret ve Maaş Endeksi	Yarı İşlenmiş/ İşlenmiş/Deri Girdi Fiyatı Endeksi	Enerji Fiyatı Endeksi	Deri Eşya Üretici Fiyatı Endeksi	Deri Eşya TL İhracat Birim Fiyatı Endeksi
2005	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2006	120,2	104,9	102,8	107,6	107,3
2007	139,2	106,0	105,2	114,2	109,6
2008	147,1	105,4	162,5	117,7	118,4
2009	138,2	112,6	175,2	122,2	124,7
2010	161,9	122,0	167,2	126,0	127,3
2011	193,5	140,8	182,9	142,5	147,3
2012	238,7	160,9	210,9	152,7	151,0
2013	288,0	166,6	210,9	157,1	164,3
2014/9	303,8	184,2	223,7	172,3	169,7

**Tablo 47 :** Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinde Üretim Maliyetleri ile Üretici ve İhracat Fiyatları Gelişimi

**Kaynak :** TÜİK, İmalat Sanayi Brüt Ücret ve Maaş Endeksi, Üretici Fiyat Endeksi, Dış Ticaret Birim Değer Endeksi, TEİAŞ ve TEDAŞ Elektrik Fiyatları.

Sektörde ham deri fiyatlarındaki artış yarı işlenmiş ve işlenmiş deri fiyatlarından daha hızlı artmakta (Tablo 49'da sunulduğu üzere) ve mevsimsel önemli dalgalanmalar göstermektedir. Buna bağlı olarak tabaklama ve deri işleme tesislerinin girdi ve hammadde girdi maliyetlerindeki artış daha yüksek olmaktadır.

#### 4.2.2. Hammaddede Dışa Bağımlılık ve Yüksek Hammaddede Fiyatları

Türkiye'de hayvan varlığı ve ham deri üretimi gerileyerek deri sanayinin hammadde tedariki için yetersiz kalırken, üretilen deriler kesim, yüzme ve istifleme aşamalarında büyük zarar görmektedir. Buna bağlı olarak sektör üretimde dışa bağımlı kalmakta, ithalatta artan fiyatlar nedeniyle rekabet gücü olumsuz etkilenmektedir. Hammaddede ihracatçı ülkelerin getirdiği ihracat kısıtlamaları ve hammaddeye erişim kaynakları sınırlanmaktadır. Ayrıca çeşitli ülkelerde görülen hayvan hastalıkları ile ilgili olarak, hastalığın ülkemize de yayılmasını ve halkın sağlığını

Ürün Sınıfı HS6 Kod	Ürün İsmi	2005 Kg/Dolar	2011 Kg/Dolar	2013 Kg/Dolar
410210	Koyun ve Kuzuların Yünü Alınmamış Ham Derileri	1,87	4,77	4,65
410221	Koyun ve Kuzuların Pikle Derileri Yünü Alınmış	3,45	3,82	3,63
410229	Koyunların Diğer Derileri Yünü Alınmış	1,34	2,02	2,01

**Tablo 48:** İthal Hammaddede Fiyatlarının Gelişimi Payı (Yüzde)

**Kaynak :** TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri.

olumsuz etkilemesini önlemek amacıyla, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından Dünya Hayvan Sağlığı Örgütü (OIE)'in tavsiyeleri doğrultusunda önlemler alınmaktadır. Bununla beraber OIE'nin tavsiyelerinden ve uluslararası uygulamalardan daha katı önlemler alınarak deri sektörünün hammadde tedarikinde sorunlar yaşanabilmektedir.

Yurtiçinde hayvan varlıklarının değerlendirilmesi aşamasında derilerin elde edilmesi, taşınması, toplanması, korunması, ambalajlanması ve depolanması konusunda gayri nizami ve kayıt dışı

işlerin yoğunluğu sıkıntı yaratmaktadır. Organize ve düzenli tabakhanelerin dışında kalan ham deri işlerinden başlayan kayıt dışılık sektörün geri kalanı için de kayıt dışı kalınmasına yol açmaktadır.

Yıllar	Sığır Kültür	Sığır Kültür Melezi	Sığır Yerli	Koyun Yerli	Koyun Merinos	Keçi Kıl	Keçi Tiftik
2000	1.806.000	4.738.000	4.217.000	27.719.000	773.000	6.828.000	373.000
2001	1.854.000	4.620.000	4.074.000	26.213.000	759.000	6.676.000	346.000
2002	1.859.786	4.357.549	3.586.163	24.473.826	699.880	6.519.332	260.762
2003	1.940.506	4.284.890	3.562.706	24.689.169	742.370	6.516.088	255.587
2004	2.109.393	4.395.090	3.564.863	24.438.459	762.696	6.379.900	230.037
2005	2.354.957	4.537.998	3.633.485	24.551.972	752.353	6.284.498	232.966
2006	2.771.818	4.694.197	3.405.349	24.801.981	815.431	6.433.744	209.550
2007	3.295.678	4.465.350	3.275.725	24.491.211	971.082	6.095.292	191.066
2008	3.554.585	4.454.647	2.850.710	22.955.941	1.018.650	5.435.393	158.168
2009	3.723.583	4.406.041	2.594.334	20.721.925	1.027.583	4.981.299	146.986
2010	4.197.890	4.707.188	2.464.722	22.003.299	1.086.392	6.140.627	152.606
2011	4.836.547	5.120.621	2.429.169	23.811.036	1.220.529	7.126.862	151.091
2012	5.679.484	5.776.028	2.459.400	25.892.582	1.532.651	8.199.184	158.102
2013	5.954.333	6.112.437	2.348.487	27.485.166	1.799.081	9.059.259	166.289

**Tablo 49:** Türkiye'de Tür ve Irklarına Göre Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvan Sayısı (Baş)

**Kaynak :** TÜİK, Hayvansal Üretim İstatistikleri.

Yıllar	Koyun	Keçi	Sığır	Manda
2000	6.602.950	1.232.024	2.272.234	25.870
2001	5.130.979	923.796	1.997.071	13.765
2002	4.261.562	792.943	1.921.184	11.121
2003	3.859.092	632.746	1.728.322	10.473
2004	4.265.536	595.052	2.009.396	10.844
2005	4.492.625	719.467	1.780.148	9.812
2006	5.168.738	841.112	1.912.969	10.624
2007	6.884.829	1.293.280	2.178.805	10.485
2008	6.051.011	802.208	1.897.350	7.976
2009	4.319.367	633.456	1.639.905	5.343
2010	6.873.626	1.219.504	2.602.246	15.720
2011	5.479.546	1.254.092	2.571.765	7.255
2012	4.541.122	926.799	2.791.034	7.426
2013	4.958.226	1.340.909	3.430.723	2.403

**Tablo 50:** Türkiye'de Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvan Deri Miktarı (Sayı)

**Kaynak :** TÜİK, Hayvansal Üretim İstatistikleri.

### 4.2.3. Yeni Yatırım Teşvikleri ve Deri Sektörü İçin Yararlanma Kısıtları

Deri sanayi emek yoğun bir sektör olup üretim maliyetleri içindeki yüksek işgücü maliyetleri, zorunlu işgücü düzenlemeleri, kıdem tazminatı ve benzeri gibi yüklerden olumsuz etkilenmektedir. Yeni Yatırım Teşvikleri 6. Bölge olarak nitelendirilen 15 ilde yapılacak yeni yatırımlarda işgücü maliyetleri üzerinde yüzde 41 avantaj sağlayan indirimler ve destekler öngörülmektedir. Bu destekler bu bölgede yeni yatırım yapacak emek-yoğun sektör ve şirketlere önemli rekabet avantajları sağlayacaktır.

Bununla birlikte deri sanayi 6. Bölgede yatırım yaparak bu ilave desteklerden yararlanma konusunda önemli kısıtlarla karşı karşıya bulunmaktadır.

- Deri sanayi altyapısı ve arıtma tesisleri olan özel ve ihtisas sanayi bölgelerinde toplulaşmış olup yeni yatırımlar da ancak bu altyapıyı sağlayan mevcut bölgelerde yapılabilecektir. (Tuzla, İzmir, Çorlu, Bursa, Gerede, Manisa, Uşak OSB arıtma tesisleri mevcut) 6. Bölgede yeni bir özel ihtisas deri OSB kurulması ve altyapısının hazırlanması hem zaman alacak, hem de mevcut kurulu olanların önceliği ortadan kalkacaktır. Üstelik mevcut ilk ihtisas Organize Sanayi Bölgeleri kamu kararı ile ve mevcut tesislerin taşınması ile kurulmuştur.
- Deri konfeksiyon sanayi ve deri yan sanayi de bu bölgelerde veya bu bölgelerin hemen etrafında toplulaşan doğal kümeler oluşturmakta ve kümelenmenin yarattığı rekabet avantajı olanaklarından yararlanmaktadır. Bu kümelenmelerin dışında yer alınması olasılığı çok sınırlıdır.
- Deri sektörü; deri tabaklama ve işleme, deri konfeksiyon, kürk konfeksiyon, ayakkabı ve saraciye üretiminde nitelikli işgücüne sahiptir ve el emeğine dayalı beceri gerektiren işlerde 6. ve 5. Bölgede yeterli nitelikli işgücü bulmak veya bulunanları kısa sürede eğitmek ve yeterli verimlilik alma olanakları da çok sınırlıdır.

### 4.2.4. Yüksek Çevre Önlemleri Maliyetleri ve Sınırlı Destekler

Deri sanayi sektörü imalat sanayi içinde çevre ve insan sağlığına uygun standartlarda üretim yaparken, sektör ve işletmeler olarak en yüksek maliyetler ile karşılaşmaktadır ve bu yükümlülüklerini karşılarken sağlanan destekler çok sınırlı kalmaktadır.

- Deri sanayi şirketlerinin katı atık, su arıtma ve geri kazanım sistemlerinin getirdiği yatırım ve işletme maliyetlerine yönelik bir destek programı bulunmamaktadır.
- Bu konuda destek sağlayan “Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliği” ile sadece kalite ve çevre belgelerinin alınması ile can ve mal emniyetini gösteren işaretlerin alınmasına ilişkin belgelendirme harcamaları karşılanmakta olup belge ve analiz başına yüzde 50 oranında ve azami 25 bin dolar destek verilmektedir. Ancak işletmelerin bu işlere yönelik yatırım ve işletme harcamaları karşılanmamaktadır.
- Çin, Hindistan, Pakistan gibi ülkelerde benzeri standartların olmaması veya çok sınırlı uygulanması nedeniyle Türk üreticileri ve ihracatçıları çevre yükleri ile haksız rekabet uğramaktadır.
- Yine benzer haksız bir rekabet yurtiçinde kayıtlı firmalar ile kayıt dışı çalışan firmalar arasında yaşanmaktadır.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı yerel yönetimlerin merkezi arıtma tesisi yatırımları için karşılıksız destek sağlamaktadır. Ancak Organize Sanayi Bölgelerindeki çevre yatırımlarına yönelik bir desteği bulunmamaktadır.
- Arıtma tesislerinde kullanılan enerjinin Bakanlar Kurulu'nca uygun görülecek bir kısmı (azami yüzde 50) desteklenmektedir. Ancak bunun için gerekli olan ve çevre mevzuatı ile düzenlenen mevcut parametrelerin tutturulması hemen imkansızdır ve bu nedenle enerji desteğinden yararlanılamamaktadır. Ayrıca çok az sayıda desteğe hak kazananlara ödemeleri de kaynağın yetersizliği gerekçe gösterilerek yapılmamakta veya çok geç yapılmaktadır.



- g. Arıtma tesisleri ve arıtma faaliyetleri ile ilgili olarak ayrıca aşağıdaki sıkıntılar yaşanmaktadır.
- Deri sanayi arıtma çamurlarının toprakta kullanılması mümkün olmakla birlikte ilgili mevcut “Kentsel Atık Su Arıtımı Yönetmeliği” ekindeki endüstriyel sektörler listesinde yer almamaktadır ve bu yöntem ile atıklar bertaraf edilememektedir.
- Deri çamuru yüksek organik içeriği ile bir toprak destek maddesi olarak değerlendirilebilecek olmasına karşın arıtmaya tabi çamurlar olarak muamele görmektedir.
- OSB bölgelerde atık madeni yağların analizi zorunlu olup analiz maliyetleri yüksektir. Bir yılda işletmelerin çıkardığı yağ miktarları çok sınırlı olmakla birlikte her yağ atığı ayrı ayrı analize tabi tutulmakta ve ayrı analiz ücretleri ödenmektedir.
- Krom talaşının bertarafı önümüzdeki yıllarda sorun oluşturacaktır.

#### 4.2.5. İthalat, Korunma Önlemleri ve İç Piyasada Uygulamalar

- a. Deri giyim eşyası, saraciye ve ayakkabı ürünlerinde Çin, Pakistan ve Hindistan’dan yapılan ucuz, standart dışı, sağlık denetimi yapılmayan ürünlerin ithalatı haksız rekabet yaratmakta ve yerli üretim kapasitesi olumsuz etkilenmektedir. Ayrıca Pakistan ve Hindistan’ın bu sektör ürünlerinde “Genelleştirilmiş Tercihli Ticaret Sistemi”nden yararlanması ve böylece ticarete ayrıcalıklı istisnalara sahip olmaları da sıkıntı yaratmaktadır.
- b. Uluslararası gelişmiş pazarlarda bu nitelikteki ürünler dışlanmaya başlanmış olmasına karşın Türkiye’de artan ithalat eğilimi yaşanmaktadır. Son yıllarda özellikle deri giyim eşyası ve ayakkabı ithalatında miktar ve değer bazında hissedilir artış bulunmaktadır. Kanserojen madde içerme riskleri başta olmak üzere bu ürünlerin yaratacağı olumsuz

etkiler konusunda tüketici bilinci de yeterince oluşmamıştır.

- c. Bunun yanı sıra yerli ve yabancı markaların da deri ürünleri ihtiyaçlarını fiyat avantajları nedeniyle ithal ürünler ile karşıladıkları görülmektedir.
- d. İç pazarda yeterli ürün standardı ve kalitesi denetimi yapılamamaktadır.
- e. İç pazarda özellikle ayakkabı ürünlerine ilişkin indirimlerin düzensiz, zamansız, kuralsız ve sınırsız olması da pazar ve rekabet koşullarını bozmaktadır.
- f. Deri ile suni deri arasındaki fark ile ilgili olarak da yeterli bilinç bulunmamaktadır. Suni deri de halen deri gibi kabul görmektedir. Bu nedenle deri yerine deri gibi tercih edilmektedir.

#### 4.2.6. Vadeli İthalatlarda Yüksek KKDF Uygulaması

Deri sektörü hammadde açısından büyük ölçüde ithal ham deriye bağımlı bulunmaktadır. Sektördeki işletmelerin sermaye yapıları ve finansman olanakları itibarıyla bu ithalatların büyük bölümü de vadeli yapılmaktadır.

Vadeli ithalatlarda uygulanan yüzde 6 oranında KKDF kesintisi yüksek bir maliyet kalemi haline gelmiştir. Ayrıca serbest bölgelerden yapılan ithalatlarda ithalatı yapan yurtiçi yerleşik firma ile serbest bölgedeki mal alınan firma arasında bir ortaklık veya merkez-şube ilişkisi yoksa peşin ödemelerde dahi yüzde 6 KKDF oranı uygulanmaktadır.

#### 4.2.7. Mevcut Fiziki ve Doğal Kümelenmelerin Desteklenmesi ve Özendirilmesi

Deri sektöründe tabaklama ve deri işleme, deri ve kürk giyim eşyası üretimi, saraciye üretimi ve ayakkabı üretimi ile bunların yan sanayi üretimlerinin yapıldığı OSB ve OSB dışı alanlarda doğal kümelenmeler oluşmuş olup kendi içlerinde rekabet avantajları yaratırken, bu kümelenmeler yeterince destek görmemektedir.

#### 4.2.8. Özel Fatura Kapsamında Gerçekleştirilen İhracatın, Resmî İhracat Rakamlarına Dahil Edilmemesi

Yaklaşık 800 milyon \$ düzeyinde olan özel faturalı ihracat, gümrük işlemleri, kambiyo, KDV iadesi ve diğer açılardan ihracat statüsünde sayılmakla birlikte, işlemlerin ihracat istatistiklerine esas teşkil eden gümrük beyannamesi kapsamında gerçekleştirilmemesi nedeniyle, ihracat istatistiklerinde yer almamaktadır. Bu durumda sektörel değerlendirmelerin sağlıklı yapılması mümkün olmamaktadır.

#### 4.2.9. Özel Faturalı İhracatta ÖTV İadesi Yapılmaması

Türkiye'de ikamet etmeyen yabancılara yapılan özel faturalı teslimlere dayalı ihracatta, Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) ihracat istisnasından yararlandırılmamakta ve ÖTV tutarı iade edilmemektedir. Oysa gümrük çıkış beyannameli ihracatlarda istisna uygulanarak ÖTV iade edilmektedir. İdare konuya ilişkin özelgesinde, her iki tip ihracatta farklı uygulamaya gidilme gerekçesi olarak ÖTV Kanunu 1 Seri nolu Özel Tüketim Tebliğinin 5.1.1 ve 5.1.2 hükümlerinde gümrük çıkış beyannamesi sayılmakla beraber, gümrük çıkış onayı içeren özel faturaların ibrazının sayılmamış olması ileri sürülmektedir.

#### 4.2.10. Ham, Yarı İşlenmiş ve İşlenmiş Kıymetli Kürk Postu İthalatı ve Üretiminde yüzde 20 ÖTV ve yüzde 18 KDV Uygulaması

Türkiye'de kıymetli kürk ürünleri üretimi için kullanılacak kıymetli kürk hayvanı yetiştiriciliği ve avcılığı hemen hemen hiç bulunmamaktadır. Bu nedenle kıymetli kürk postları (ham, yarı işlenmiş, işlenmiş) ithalat yolu ile karşılanmaktadır. Ancak bu ürünlerin ithalatında yüzde 20 ÖTV ve yüzde 18 KDV uygulanmakta ve ithalatta ödenen vergi yükü yüzde 41,6 olarak gerçekleşmektedir. Bu vergi yükü ile ithalat yapılması halinde yurtiçinde karlı ve rekabetçi kıymetli kürk ürünleri üretimi ve ihracatı yapmak

mümkün olmamaktadır. ÖTV tüketim ürünleri üzerine konularak uygulanan ve nihai ürünün son kullanıcısı tarafından ödenen bir vergi türüdür. Bu itibarla hammadde ve yarı mamul niteliğinde olan ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kıymetli kürk postları ithalatında ÖTV uygulanması bu verginin tekniğine aykırı bulunmaktadır. Kıymetli kürk ürünleri pazarında rakiplerimiz olan Çin, Hong Kong, İtalya ve Yunanistan'da ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş ham kürk postlarında yüzde 20 ÖTV bulunmamaktadır ve bu nedenle rakiplerimiz ile bu oranda bir rekabet gücü farkı oluşmaktadır. Yurtiçinde kıymetli kürk hayvanı yetiştiriciliği/avcılığı ile elde edilen ham kürk postlarda da yüzde 20 ÖTV uygulaması, yerli üretimi olanaksız hale getirmektedir. Yüzde 18 KDV uygulaması ise Türkiye'yi nihai üründe yabancılar için pahalı ülke haline getirmektedir.

Mevcut ÖTV uygulamaları kapsamında aşağıdaki sıkıntılar yaşanmaktadır:

- ÖTV uygulanan malların ihraç edilmesi halinde bu verginin iadesi, sadece ÖTV mükelleflerinden satın alınan mallar için söz konusu olmaktadır.
- ÖTV ödenerek ithal edilen malların ithalatçısı tarafından ihraç edilmesi halinde gümrüğe ödenen ÖTV ithalatçı-ihracatçıya iade edilmekte, ancak ÖTV'yi gümrüğe ödeyen ithalatçıdan satın alınan malların ihraç edilmesi halinde ise ÖTV'nin iadesi söz konusu olmamaktadır.
- ÖTV uygulanan safhadan sonraki satıcılardan alınan malların ihraç edilmesi halinde alış belgelerinde görünmeyen ve malın fiyatına dahil edilmemiş olan ÖTV iade edilmemektedir.
- ÖTV ödenerek ithal edilmiş veya yurtiçinde üretilmiş hammadde ve ara madde ve yarı mamullerin işlenmesi ile elde edilen ürünlerin ihraç edilmesi halinde ÖTV iadesi ürünün vasfının değişmiş olması nedeniyle yapılmamaktadır.
- İthalat ve imalat aşamasında ÖTV uygulanmış olan malların yurtiçinde yurtdışı yerleşiklere perakende satışında

ayrıca ÖTV uygulanmamaktadır ve ÖTV fiyat içine önceden dahil edilmiş bulunmaktadır. Fatura veya benzeri vesikalarda ayrıca gösterilmemektedir. Ancak ÖTV uygulanmamış olan malların yurtiçinde yurtdışı yerleşiklere perakende satışında ÖTV uygulanmakta ve düzenlenen fatura veya benzeri vesikalarda ÖTV ayrıca gösterilmektedir. Ancak her iki halde de yabancılara ÖTV indirimi yapılamamakta ve yabancılar ÖTV iadesi alamamaktadır. Böylece Türkiye yabancılar için yüzde 20 pahalı hale gelmektedir.

- f. Yurtiçinde yurtdışı yerleşiklere yapılan perakende satışlarda satıcılara ve yabancılara Özel Faturalı Satışlarda da ihracatçılara ÖTV iadesi yapılmamaktadır.

#### 4.2.11. Rusya Pazarına İhracat

##### a. Rusya'nın Uyguladığı Referans Fiyatların Yüksekliği

Rusya İthalat Rejimi'nde gümrük vergisi hesaplanmasında minimum kıymet uygulamasının mevcudiyeti çerçevesinde uygulamada sorunların devam edeceği düşünülmektedir.

Rusya tarafındaki referans fiyat uygulamasının (maktu gümrük vergileri) aşağıya doğru revizyonunun sağlanması gerekmektedir. Halen zig deriden giyim eşyalarında kilo başına uygulanan 7 euro referans fiyat ile kürkten giyim eşyalarında uygulanan parça başı 30 euro arasındaki orantısızlığın, kürk parça lehine aşağıya doğru çekilmesi yönünde girişimlerde bulunulması gerekmektedir. (zig deride kilo, kürk süet kabanda ise parça başı esas olmakla beraber 1 parça zig deri ürün bir kiloyu bazen yüzde 20'ye varan orana kadar geçebilmekle beraber karşılaştırma kolaylığı için iki grupta da parça ürün esas alınmıştır);

- Kürk ürün, zig deriden yüzde 50 (1,5 kat) daha pahalı iken, asgari maktu gümrük vergisi uygulamasında kürkün, zig deriden yüzde 330 (4,3 kat) daha fazla bir orana varan şekilde vergiye tabi tutulması, Türkiye'nin zig deriye göre daha güçlü

olduğu kürk bazlı giyim ürünlerinde zig deride güçlü olan Çin ve benzeri diğer ihracatçı ülkeler karşısında dezavantajlı konuma itilmesine neden olmaktadır.

- Rusya tarafı Türkiye'den ithal kürk ürünler ile CITES belgesine konu nesli tehlikede olan hayvan derilerinden imal edilen ve asgari parça ürün fiyatı 2.000 dolardan başlayan ürünleri aynı kategoride değerlendirmekte ve her iki tip ürün için de asgari 30 euro maktu gümrük vergisi talep etmektedir. CITES belgesine tabi olmayan ve zig derinin uzun tüylü tipi olarak fiyatı 200 dolardan başlayan kürk ürünlerin gümrük vergisinin tespitinde referans grup, 10 katı piyasa değerindeki CITES belgesine tabi yaban hayvanı derisi bazlı ürünler değil, 1'e 1,5 değer oranı olan zig ürünler olmalıdır.

##### b. Yüksek Geçiş Maliyetleri

Kargo yoluyla özel faturalı ihracatta mal bedeli üzerine parça başına zig deri için 25\$ veya kürk üründe 40 \$ civarında bir tutar taşıma ve Rusya'daki alıcıya teslim bedeli olarak eklenirken, GÇB veya Basitleştirilmiş Gümrük Hattı yoluyla formal Rusya ithalatında parça başı maliyet ürünlerin satış bedelinden bağımsız olarak uygulanan asgari/maktu gümrük vergisi tutarı uygulanması nedeniyle, taşıma, KDV ve gümrük vergisi tutarını içeren mal bedeline ilaveler zig deri için 60\$-90\$ ve kürk ürün için 100\$-150\$ arasında meblağları bulmaktadır. Böylece ürüne ilave taşıma ile vergi vb. giderler, özel faturalı ihracata göre ortalama 3 katın üzerinde artmış olmaktadır. Bu tip keskin artışların ürünün fiyatı üzerinden karşı tarafta yansıtılması genellikle mümkün olmamaktadır.

#### 4.2.12. Kayıt Dışı ve Taklitçilik

Sektörün üretim ve ihracat faaliyetlerinde yaşanan kayıt dışılık haksız rekabet ve piyasa bozucu etki yaratmaktadır.

Sektörde hayvan kesimlerinin önemli bölümünün kayıt dışı olması ile başlayan kayıt dışılık, yüksek işgücü maliyetleri ve diğer maliyetler etkisi ile üretim süreçlerinde kısmen devam etmektedir.

İhracatta ise mevcut pazarların (Rusya, Ukrayna, Kırgızistan, İran, Irak, Suriye vb.) düzenli ve kurallı pazarlar olmaması nedeniyle çoğunlukla satışlar ortaya çıkmaktadır. İhracatın-satışın kayıt dışı olması, üretimi de ister istemez kayıt dışına itmektedir.

Diğer önemli bir sorun ise yabancı ve yerli markaların taklitçiliği ve taklit üretim yapılması ve taklit ürünlerin yaygın şekilde satılabilesidir.

#### 4.2.13. Deri ve Kürk Giyim Eşyası, Saraciyeye ve Ayakkabı Sektöründeki Tasarım Faaliyetlerinin (Yatırımlar ve Harcamalar) Desteklenmesi

Türkiye’de faaliyet gösteren ve yurt dışında kendi tescilli markası ile satış yapan şirketler, Türkiye’de faaliyet gösteren yerli veya yabancı markalar için fason üretim yapan/yaptıran şirketler ile yurt içinde kendi markasıyla satış yapan şirketlerin tasarım faaliyetlerin desteklenmesi ve bu desteklerin ayrıca bir Tebliğ ile düzenlenmesi son derece önemlidir. Bu çerçevede 2014 yılı Aralık ayında çıkarılan Tasarım Tebliği önemli bir destek unsuru getirmiştir.

#### 4.2.14. Markalaşma ve Markalı İhracat İçin Desteklerin Arttırılması

Deri sektöründe ortaya çıkan küresel rekabet koşulları içinde Türk firmaları için yüksek katma değerli üretim ve markalaşma önemli bir seçenektir. Bu kapsamda sektördeki firmaların markalaşma faaliyetleri daha kapsamlı olarak desteklenmeye ihtiyaç duymaktadır.

#### 4.2.15. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında İzin Verilen Döviz Kullanım Oranı

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından 17.05.2011 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 2006/12 sayılı DİR Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair (İhracat: 2011/7) Tebliğ ile Dahilde işleme izin belgesi kapsamında yüzde 80 olan döviz kullanım oranı deri ve deri mamulleri ürünleri sektöründe düzenlenen belgeler için azami yüzde 60 oranına indirilmiş olup bu oran düşük kalmaktadır.

Ürün		İtalya	Çin	Türkiye
Kodu	Açıklama	\$/Kg	\$/Kg	\$/Kg
420310	Deri ve köseleden giyim eşyası	332	49	193
430310	Kürkten giyim eşyası-aksesuarları	1.036	516	251
420221	El çantaları, dış yüzleri tabii/terkip yoluyla elde edilen deri, kösele, rugandan	279	24	74
640299	Ayakkabı; dış taban yüzü kauçuk, diğer	25	9	7
640399	Ayakkabı; yüzü deriden, diğer	74	19	17

**Tablo 51 :** Seçilmiş Ürünlerde İhraç Fiyatı Karşılaştırması (Dolar/Kg, 2013)

**Kaynak :** Comtrade, World Trade Statistics Database, 2014.



Türkiye’de deri ve deri ürünleri imalatı sanayinin SWOT analizi kapsamında sanayinin mevcut güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya bulunulan tehditler ve fırsatlar tespit edilmekte ve değerlendirilmektedir. SWOT analizi değerlendirmeleri değer zinciri kapsamında deri ve deri ürünleri ile ayakkabı alt sektörleri için yapılmaktadır.

### 5.1. Güçlü Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde deri ve deri ürünleri sanayinde saraciye alt sektörü hariç gelişmiş yan sanayinin varlığı ve ayakkabı sanayinde gelişen yan sanayi güçlü yön olarak görülmektedir.

Üretimde deri ve deri ürünleri sanayinde geleneksel üretim kültürü ve mevcut organize sanayi bölgeleri, ayakkabı sanayinde geleneksel üretim kültürü ve doğal kümelenme öne çıkan güçlü yönlerdir. Ancak doğal kümelenmelerin gelişmiş bölgelerde sıkışması sıkıntı yaratmaktadır. Ağırlıklı küçük siparişlere yanıt

veren kurulu üretim kapasitesi önemlidir. Deri ve deri ürünlerinde ise bir miktar atıl kalan üretim kapasitesi yeterlidir.

Ürün geliştirme ve kalitede deri ve deri ürünleri sanayinde zig, kürk ve süet üretimindeki know-how, el işçiliği-zanaatkarlığı, yüksek koleksiyon ve tasarım kapasitesi ile moda uyum yeteneği güçlü yönlerdir. Ayakkabı sanayinde ise üretim ve ürün kalitesinde hızlı iyileşme, daha yüksek katma değerli ürünlerin üretimine geçilmesi ve tasarım kapasitesindeki gelişmeler güçlü yönlerdir.

Pazarlama ve satışta coğrafi konum ve pazarlara yakınlık, gelişen iç pazar, yabancıların alışverişleri güçlü yönlerdir. Deri ve ürünlerinde uluslararası pazar ve ticaret tecrübesi ile ayakkabıda güçlenen Türk ayakkabı imajı diğer güçlü yönlerdir.

Verimlilik ve insan kaynaklarında sanayiye yönelik eğitim kurumlarının varlığı ile usta vb. seviyesindeki işgücü varlığı güçlü yönlerdir. Piyasa ve sektör koşullarında korunma önlemleri sanayinin güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Değer Zinciri	Deri ve Deri Ürünleri	Ayakkabı
<b>Hammadde ve Girdi Tedariki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gelişmiş yan sanayi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gelişmiş yan sanayi</li> </ul>
<b>Üretim</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geleneksel üretim kültürü</li> <li>Organize sanayi bölgeleri</li> <li>Yeterli alt yapı (arınma)</li> <li>Çevreye duyarlı üretim</li> <li>İleri üretim teknolojisi</li> <li>Doğal kümelenme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geleneksel üretim kültürü</li> <li>Üretim tecrübesi ve birikimi</li> <li>Kurulu üretim kapasitesi</li> <li>İleri üretim teknolojisi</li> <li>Doğal kümelenme</li> <li>Hızlı esnek üretim kapasitesi</li> </ul>
<b>Ürün Geliştirme ve Kalite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zig üretiminde bilgi birikimi</li> <li>Kürk süet üretiminde yüksek know-how</li> <li>Butik esnek küçük parti üretim yeteneği</li> <li>Ürün çeşitlendirme yeteneği</li> <li>Yüksek koleksiyon ve tasarım kapasitesi</li> <li>Modaya uyum yeteneği</li> <li>Yüksek ürün kalitesi</li> <li>Güçlü el işçiliği (zanaatkarlık)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Üretim ve ürün kalitesinde hızlı iyileşme</li> <li>Daha yüksek katma değerli ürün üretimine geçilmesi</li> <li>Her çeşit ürünü üretme yeteneği</li> <li>Tasarım kapasitesinde gelişmeler</li> </ul>
<b>Pazarlama ve Satış</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coğrafi konum pazarlara yakınlık</li> <li>Gelişen iç pazar</li> <li>Yabancıların alışverişi</li> <li>Uluslararası pazar ve rekabet tecrübesi</li> <li>Deri tanıtım grubu</li> <li>Turizm ülkesi, alışveriş olanakları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coğrafi konum pazarlara yakınlık</li> <li>Gelişen iç pazar</li> <li>Yabancıların alışverişi</li> <li>Güçlenen türk ayakkabı imajı</li> <li>Hızlı ve etkili yurtdışı bilgi akışı</li> </ul>
<b>Verimlilik ve İnsan Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Orta ve yüksek eğitim kurumlarının varlığı</li> <li>Vasıflı işgücü (usta vb.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vasıflı işgücü (usta vb.)</li> <li>Hızlı bilgi transferi ve öğrenme</li> </ul>
<b>Piyasa ve Sektör Koşulları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Korunma önlemleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Korunma önlemleri</li> </ul>

Tablo 52 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Güçlü Yönleri

## 5.2. Zayıf Yönler

Hammadde ve girdi tedarikinde deri ve ürünleri sanayinde azalan hayvan varlığı, ham deride dışa bağımlılık, kontrolsüz deri kesimi ile oluşan kalite sorunları ve yüksek ÖTV uygulamaları ile çeşit hammadde bulunamaması zayıf yönler arasında yer almaktadır. Ayakkabı sanayinde ise ham deride dışa bağımlılık ve kaliteli deriye erişimde sıkıntılar, üretimde deri ve ürünleri sanayinde yüksek enerji, arıtma, su ve işgücü maliyetleri, ayakkabı sanayinde ise atölye ağırlıklı küçük ölçekler ve yetersiz otomasyon zayıf yönlerdendir.

Ürün geliştirme ve kalitede sınırlı araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile sınırlı ürün geliştirme faaliyetleri, sınırlı markalaşma ile ayakkabı sanayinde sınırlı tasarım kapasitesi zayıf yönlerdir.

Pazarlama ve satışta deri ve ürünleri sanayinde

büyük pazarlarda olamamak ve az sayıda pazara bağımlı kalmak ile ayakkabı sanayinde yetersiz tanıtım ve pazarlama faaliyetleri zayıf yönler olarak dikkat çekmektedir.

Finansman ve mali yapı açısından deri ve ürünleri sanayinde düşük karlılık, sınırlı finansal kaynaklar ve yüksek finansman maliyetleri ile ayakkabı sanayinde yetersiz sermaye birikimi zayıf yönlerdir.

Verimlilik ve insan kaynaklarında deri ve ürünleri sanayinde eğitim kurumları ile müfredat uyumsuzluğu, pratik eğitimin zayıf kalması ve sınırlı altyapı olanakları ile ayakkabı sanayinde tecrübeli ama eğitimsiz işgücü zayıf yönlerdir.

Piyasa ve sektör koşullarında az sayıda kurumsallaşmış firmanın bulunması ile kayıt dışı ve haksız rekabet, ayakkabı sanayinde ithal ürünler ile taklitçilik zayıf yönler arasında yer almaktadır.

Değer Zinciri	Deri ve Deri Ürünleri	Ayakkabı
<b>Hammadde ve Girdi Tedariki</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Azalan hayvan varlığı</li><li>Ham deride dışa bağımlılık</li><li>Kontrolsüz deri kesimi ve kalite sorunları</li><li>Yüksek vergi uygulamaları</li><li>Aksesuar yan sanayinde sınırlı gelişme</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ham deride dışa bağımlılık</li><li>Saya ithalatına bağımlılık</li><li>Kaliteli hammaddeye erişimde sıkıntı</li></ul>
<b>Üretim</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yüksek enerji, arıtma ve su maliyetleri</li><li>Bazı illerde artmasız üretim</li><li>Yeni rakip üretici ülkelere göre yüksek işçilik maliyeti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Atölye ağırlıklı yapı (sanayileşme sınırlı)</li><li>Küçük ölçekler</li><li>Yetersiz otomasyon</li><li>Yeni rakip ülkelerin yarattığı maliyet ve fiyat baskısı/rekabeti</li></ul>
<b>Ürün Geliştirme ve Kalite</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sınırlı Ar-Ge ve Ür-Ge</li><li>Sınırlı markalaşma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sınırlı Ar-Ge ve Ür-Ge</li><li>Sınırlı yaratıcılık ve tasarım kapasitesi</li><li>Sınırlı markalaşma</li></ul>
<b>Pazarlama ve Satış</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Büyük pazarlarda (ABD, Japonya, Çin, Kore vb) olamamak</li><li>Pazar çeşitlendirmeye gidememek</li><li>Az sayıda pazara bağımlılık</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yetersiz tanıtım ve pazarlama faaliyetleri</li></ul>
<b>Finansman ve Mali Yapı</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Düşük karlılık</li><li>Sınırlı finansal kaynaklar</li><li>Yüksek finansman maliyetleri</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yetersiz sermaye birikimi</li></ul>
<b>Verimlilik ve İnsan Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Müfredat uyumsuzluğu</li><li>Pratik eğitim verilmemesi</li><li>Eğitim veren kurumlarda eleman, lab, teçhizat, malz. eksikliği</li><li>Mevcut eğitim kurumlarının kapanması, yetersiz eğitim elemanları, öğrencilerin ve öğretmenlerin azalan ilgisi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Tecrübeli ama eğitimsiz işgücü</li></ul>
<b>Piyasa ve Sektör Koşulları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Az sayıda kurumsallaşmış firma</li><li>Yüksek kayıt dışı/haksız rekabet, taklit üretim (lüks markalar)</li><li>Yetersiz devlet destekleri</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Az sayıda kurumsallaşmış firma</li><li>Kayıt dışı/haksız rekabet</li><li>Uzak doğu ülkelerinden ithalat</li><li>Taklitçilik-taklit ürünler</li></ul>

Tablo 53 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Zayıf Yönleri

### 5.3. Fırsatlar

Hammadde girdi tedarikinde ayakkabı sanayinde iyileşen ve çeşitlenen yan sanayi,

Üretimde deri ve ürünleri sanayinde Batı Avrupa ülkelerinin üretimden çekilmesi ile ayakkabı sanayinde yüksek el becerisine sahip işçilik,

Ürün geliştirme ve kalitede deri ve ürünleri sanayinde Ar-Ge ve Ür-Ge açığı ve kapatılma ihtiyacı ile ayakkabı sanayinde üretimde kalite bilincinin artması ve tasarım bilincinde hızlı gelişme,

Pazarlama ve satışta deri ve ürünleri sanayinde halen büyük pazarlara hiç girilmemiş olması,

artan yabancı alışveriş potansiyeli ve geleneksel pazarlara yakınlık ile ayakkabı sanayinde iç pazarın tüketim potansiyeli ve gelişen modern perakende pazarı, artan kaliteli ve sağlıklı ayakkabı tercihleri ile yakın ve komşu pazar potansiyeli,

Verimlilik ve insan kaynaklarında artan eğitim yatırımlarının geri dönüşümünün alınacak olması,

Piyasa ve sektör koşullarında ise kamunun sanayinin önemini yeniden anlamış olması ile kamunun yeni destekleri fırsatlar olarak görülmektedir.

Değer Zinciri	Deri ve Deri Ürünleri	Ayakkabı
<b>Hammadde ve Girdi Tedariki</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>• İyileşen ve çeşitlenen yan sanayi</li></ul>
<b>Üretim</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Batı Avrupa ülkelerinin üretimden çekilmesi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yüksek el becerisine sahip işçilik</li></ul>
<b>Ürün Geliştirme ve Kalite</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ar-Ge ve Ür-Ge açığı ve ihtiyacı</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tasarım ve marka açığı ve ihtiyacı</li><li>• Üretimde kalite bilincinde artış</li><li>• Tasarım bilincinde hızlı gelişme</li></ul>
<b>Pazarlama ve Satış</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Abd, Kanada, Japonya, Kore, Çin gibi henüz girilmemiş pazarlar</li><li>• Artan turizm ve yabancı alışveriş eğilimi</li><li>• AB, Rusya, Ortadoğu pazarına yakınlık</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İç pazar tüketim potansiyeli</li><li>• Artan kaliteli ve sağlıklı ayakkabı tercihi</li><li>• Yakın ve komşu pazarlar</li><li>• Modern perakende sektöründe/ pazarında gelişme</li><li>• AB'de emek yoğun sektörlerde kayıplar</li></ul>
<b>Verimlilik ve İnsan Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eğitim kurumları ve yeni mezunlar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eğitim yatırımları</li></ul>
<b>Piyasa ve Sektör Koşulları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kamunun sanayinin önemini anlaması ve yeniden öncelik vermesi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kamunun yeni destekleri</li></ul>

Tablo 54 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Fırsatları



## 5.4. Tehditler

Hammadde ve girdi tedarikinde deri ve ürünleri sanayinde yerli ham deri arz kaynağının azalması, dünyadan ham deri tedarikinin zorlaşması, ayakkabı sanayi için yerli yan sanayinin gelişimini sınırlayan ucuz-kalitesiz ithal girdiler,

Üretimde deri ve ürünleri sanayinde dünyada arz fazlası ve artan fiyat rekabeti ile ayakkabı sanayinde sanayileşmeye geçememek ve orta ölçekte kalmak,

Ürün geliştirme ve kalitede modada izleyici olmak ve yeterli marka çıkaramamak,

Pazarlama ve satışta deri ve ürünleri sanayinde ikame ürünlerin çıkması, büyük pazarlara girememek ve geleneksel pazarlardaki ekonomik ve siyasi sıkıntılar ile ayakkabı sanayinde haksız rekabet yaratan ülkeler, komşu ülkelerde

sıkıntılar, modern perakende pazara yabancı markaların agresif girişi,

Finansman ve mali yapıda yetersiz teşvikler ve sermaye ve finansman sıkıntısı ile deri ve ürünleri sanayinde düşük karlılığın sürmesi,

Verimlilik ve insan kaynaklarında işçi-işveren ilişkilerinde yaşanan sıkıntıların sürmesi sektörün eğitim kurumlarına yönelik ilginin ve öğrenci sayısının azalması, sanayide nitelikli ve niteliksiz işgücü açığının artması,

Piyasa ve sektör koşullarında ise sınırlı kurumsallaşma, kayıt dışı üretim, haksız rekabet, yetersiz ithalat ve iç piyasa yönetimi ile ayakkabı sanayinde yetersiz ürün standartları, kaçak ithal ürünler, sektörün oyuncularını için ticaret-üretim açmazı ile sanayinin tamamı için değişen iklim koşulları tehditler olarak değerlendirilmektedir.

Değer Zinciri	Deri ve Deri Ürünleri	Ayakkabı
<b>Hammadde ve Girdi Tedariki</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yerli ham deri arz kaynağının azalması</li><li>Dünyada ham deri tedarikinin zorlaşması</li><li>Girdilerin pahalı olması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yerli yan sanayinin gelişmesini sınırlayan ucuz-kalitesiz ithal girdiler</li></ul>
<b>Üretim</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Dünyada arz fazlası ve fiyat rekabeti</li><li>Çin, Hindistan, Pakistan hızlı gelişme</li><li>El işçiliğinin/zanaatkarlığın zamanla kaybolması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sanayileşmeye geçememek</li><li>Orta ölçekte kalmak</li></ul>
<b>Ürün Geliştirme ve Kalite</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Modada izleyici olma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Modada izleyici kalma</li><li>Markalaşamama</li></ul>
<b>Pazarlama ve Satış</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Deriyi ikame edecek ürünlerin imalatı ve kullanımı</li><li>Haksız rekabet yaratan üretici ülkeler</li><li>Büyük pazarlara girememe</li><li>Geleneksel pazarlarda yavaşlama</li><li>AB STA anlaşmaları</li><li>Yurtiçinde tüketime zayıflaması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Haksız rekabet yaratan ülkeler</li><li>Komşu yakın pazarlarda sıkıntılar</li><li>Modern perakende pazarlara yabancı markaların agresif girişi</li><li>Perakende gelişimi ile büyük hacimli üretim ihtiyacı (dikey entegrasyon)</li></ul>
<b>Finansman ve Mali Yapı</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yetersiz teşvikler</li><li>Sermaye ve finansman sıkıntısı</li><li>Düşük karlılık</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Yetersiz teşvikler</li><li>Sermaye ve finansman sıkıntısı</li></ul>
<b>Verimlilik ve İnsan Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>İşçi-işveren ilişkileri</li><li>Sektörün eğitim kurumlarına ilginin /öğrenci sayısının azalması</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>İşçi-işveren ilişkileri</li><li>Kalifiye elemanların azalması</li></ul>
<b>Piyasa ve Sektör Koşulları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sınırlı kurumsallaşma</li><li>Kayıt dışı üretim/haksız rekabet</li><li>Yetersiz ithalat ve iç pazar gözetimi</li><li>Değişen iklim koşulları</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sınırlı kurumsallaşma</li><li>Yetersiz ürün standartları</li><li>Ticaret-üretim açmazı</li><li>Değişen iklim koşulları</li><li>Kaçak ithal ürünler</li></ul>

Tablo 55 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayinin Tehditleri

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

### 6.1. Stratejik Hedefler

Deri ve deri ürünleri imalat sanayi için strateji ve politikalar başlığı altında öncelikle sektörün değer zincirini temel alan 19 stratejik hedef belirlenmiştir. Hammadde ve girdiler için 4, üretim için 4, teknoloji faaliyetleri için 1, pazarlama ve satış için 5, insan kaynakları için 2, finansman ve mali yapı için 1 ve piyasa ve sektör koşulları için 2 stratejik hedef belirlenmiştir. Stratejik hedefler aşağıda sunulmaktadır.

Değer Zinciri	Stratejik Hedefle
<b>Hammadde ve Girdiler</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hayvan varlığının artırılması, deriye önem verilmesi, mezbahaların kayıt içine alınması, derinin elde edilmesi taşıması ve depolanmasında standartlara uyulması</li> <li>2. Ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postu ithalatında ve üretiminde yüzde 20 ÖTV'nin kaldırılması yüzde 18 KDV'nin yüzde 8'e indirilmesi</li> <li>3. Vadeli ithalatta uygulanan KKDF oranının yüzde 1'e indirilmesi, yurtiçinden temin edilemeyen malların ithalatında kaldırılması</li> <li>4. Aksesuar yan sanayinin geliştirilmesi, üretim, kalite, tasarım kapasitesinin artırılması</li> </ol>
<b>Üretim</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Doğal ve fiziki kümelenmeler içinde faaliyet gösteren firmaların işgücü kamu yüklerinin azaltılması, esnek çalışma uygulamalarına geçilmesi, indirimli enerji fiyatı uygulanması</li> <li>6. Yeni yatırım teşviklerinde 6. Bölgede uygulanan desteklerin deri organize sanayi bölgelerindeki yeni yatırımlar için de aynen uygulanması</li> <li>7. Çevre yatırımları ile çevre harcamalarının Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bütçesi ile desteklenmesi</li> <li>8. OSB dışındaki mevcut doğal kümelenmelerin ıslah OSB niteliğinde statüye kavuşturularak altyapı ile yatırım ve üretim aşamalarında desteklenmesi, İstanbul'daki doğal kümelenen yeni planda gösterilen sanayi bölgelerine kümeler korunarak taşınmasının desteklenmesi</li> </ol>
<b>Teknoloji Faaliyetleri</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Turquality ve Marka Destek programına deri sektörünün katılımının artırılması, bu programların uygulama süreçlerinin iyileştirilmesi, devlet destekleri kapsamında yapılan ödemelerin hızlandırılması için iyileştirilmelere gidilmesi</li> </ol>
<b>Pazarlama ve Satış</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. 2023 yılında 10 milyar dolar ihracat yapılması</li> <li>11. Özel fatura kapsamında gerçekleştirilen ihracatın resmi ihracat rakamına dahil edilmesi ve özel faturalı ihracatlarda üretici ihracatçılara ÖTV iadesi yapılması</li> <li>12. Rusya'ya ihracatta referans fiyatların ve geçiş maliyetlerin düşürülmesi için kamu nezdinde girişimlerin sürdürülmesi, özel faturalı ihracata navlun desteği sağlanması</li> <li>13. Dahilde İşleme Rejimi kapsamında izin verilen döviz kullanım oranının yüzde 75'e yükseltilmesi</li> <li>14. Doğal deri ile suni deri ayrımına ilişkin tüketici bilincinin artırılması</li> </ol>
<b>İnsan Kaynakları</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>15. Nitelikli insan kaynakları yetiştirilmesi ve zanaatkarlığın korunması</li> <li>16. Çalışma hayatına ilişkin getirilen düzenlemelerin gözden geçirilmesi ve ilave yüklerin azaltılması</li> </ol>
<b>Finansman ve Mali Yapı</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>17. Saraciyeye sektörde alışlarda yüzde 18, satışlarda yüzde 8 KDV uygulaması ile ortaya çıkan sıkıntının giderilmesi</li> </ol>
<b>Piyasa ve Sektör Koşulları</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>18. İthalatta ürün standardı ve kalitesi denetimlerinin etkinleştirilmesi, ürün tanıtım bilgilerine zorunluluk getirilmesi, tüketicinin bilinçlendirilmesi, indirim dönemlerinin düzenlenmesi</li> <li>19. Kayıt dışılık ve taklitçilik ile mücadelede fikri mülkiyet hakları düzenlemelerindeki uygulamaların etkinleştirilmesi</li> </ol>

Tablo 56 : Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi İçin Stratejik Hedefler

## 6.2. Politikalar ve Uygulama Hedefleri

Belirlenen 19 stratejik hedefe ulaşılmasına yönelik olarak politika önerileri hazırlanmış olup aşağıda her bir stratejik hedef başlığı altında sunulmaktadır.

### Strateji 1

**Hayvan varlığının artırılması için hayvancılığın desteklenmesi, deriye et ve süt kadar önem verilmesi, mezbahaların kayıt içine alınması, derinin elde edilmesi taşıması ve depolanmasında standartlara uyulması**

#### Politika Önerileri;

1. Dişi hayvanların üreme dönemi olan üç yaşına kadar kesimi önlenmelidir.
2. Derilerin Elde Edilmesi, Taşınması, Toplanması, Korunması, Ambalajlanması ve Depolanması Hakkındaki Yönetmelik kalkmış olup yerine çıkarılacak olan tebliğ, yönetmelik ve düzenlemelerin sorunun çözümüne yönelik uygulamalar içermesi, yasaklayıcı ve özellikle caydırıcı unsurlar (yüksek para cezaları vb) içermesi gerekmektedir.
3. Sektörde derilerin elde edilmesi aşamasında kayıt dışılık sıkı ve etkin denetim sistemi ile engellenmelidir. Bu konuda yerel yönetimlerin ve özel sektörün mezbahalarında toplulaştırma ve birleştirme bir yöntem olarak kullanılmalıdır.
4. Ticaret Borsasında ham deri girişinde alınan ve ayrıca işlem görmeden satılan ham deriden alınan tescil ücreti kaldırılmalıdır. (Uluslararası borsalarda işlem gören bir ürün olarak ham derilerin ithalatı aşamasında borsa tescil ücreti alınması bu ürünlerin maliyetini artırmaktadır.)
5. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından alınacak ithalatı kontrol amaçlı önlemlerde uluslararası uygulamalar ve OIE'nin tavsiyeleri paralelinde hareket edilmelidir.

### Strateji 2

**Ham, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postu ithalatında ve üretiminde yüzde 20 ÖTV'nin kaldırılması yüzde 18 KDV'nin yüzde 8'e indirilmesi**

#### Politika Önerileri;

1. Kıymetli ham kürk postu, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postları ithalatında ÖTV uygulanması kaldırılmalı veya halen yüzde 20 olarak uygulanan oran yüzde sıfıra indirilmelidir.
2. Yurtiçinde kıymetli kürk yetiştiriciliği ve avcılığı ile elde edilen kıymetli ham kürk postları satışında ÖTV uygulaması kaldırılmalı veya halen yüzde 20 olarak uygulanan oran yüzde sıfıra indirilmelidir.
3. Yurtiçi ve yurtdışı yerleşiklere perakende satışlarda yüzde 20 ÖTV uygulanması kaldırılmalıdır.
4. İhracatta ve yurtiçinde yabancılara satışta;
  - a. Gümrük Çıkış Beyannameli ihracatta ÖTV uygulanmamalı
  - b. Yabancı yerleşiklere perakende satışlarda ÖTV iadesi yapılmalı
  - c. Yabancı yerleşiklere özel faturalı satışlarda ÖTV uygulanmamalı/ uygulanması halinde satıcıya/ihracatçıya ÖTV iadesi yapılmalıdır.
5. Kıymetli kürk sektöründe içinde yer aldığı deri sektörü ve ilişkili olduğu tekstil ve hazır giyim sektörü ile uyum sağlanması amacı ile KDV oranı yüzde 8 olarak uygulanmalıdır.
  - a. Kıymetli ham kürk postu yüzde 8 (ithalat-yurtiçi üretim),
  - b. Yarı işlenmiş ve işlenmiş kıymetli kürk postu yüzde 8 (ithalat-yurtiçi üretim),
  - c. Kıymetli kürk giyim eşyası, kürk aksesuar ve kürk eşya yüzde 8 (ithalat-yurtiçi üretim),
  - d. Kıymetli ham kürk postu, yarı işlenmiş ve işlenmiş kürk postu gümrük çıkış beyannameli ihracatı yüzde 8,
  - e. Kıymetli kürk giyim eşyası, kürk aksesuar ve kürk eşya yurtiçinde yabancılara satış (özel faturalı ve münferit tüketiciye) yüzde 8,

- f. Kürk giyim eşyası, kürk aksesuar ve kürk eşya yurtiçi satışları yüzde 8.

### **Strateji 3**

#### **Vadeli ithalatta uygulanan KKDF oranının yüzde 1'e indirilmesi, yurtiçinden temin edilemeyen malların ithalatında kaldırılması**

##### **Politika Önerileri;**

1. Vadeli ithalatta KKDF oranı yüzde 1'e indirilmelidir.
2. Yurtiçinden temin edilemeyen ve yurtdışından ithal edilmek zorunda kalınan vadeli hammadde ithalatında KKDF oranı sıfırlanmalıdır.
3. Serbest bölgelerden yapılan peşin ithalatlarda KKDF uygulanmamalıdır.

### **Strateji 4**

#### **Aksesuar yan sanayinin geliştirilmesi, üretim, kalite, tasarım kapasitesinin artırılması**

##### **Politika Önerileri;**

1. Deri ürünleri ve saracıye üretiminde aksesuar ve yan sanayi özel programlar ile desteklenmeli, ölçek, katma değer, kalite, tasarım alanında yetkinlikleri artırılmalıdır.
2. Ayakkabı yan sanayinde artan ihtisaslaşma karşısında teknolojik ve niş ayakkabılar için yan sanayi kapasitesi kurulmalı ve teknoloji faaliyetleri desteklenmelidir.

### **Strateji 5**

#### **Doğal ve fiziki kümelenmeler içinde faaliyet gösteren firmaların işgücü kamu yüklerinin azaltılması, esnek çalışma uygulamalarına geçilmesi, indirimli enerji fiyatı uygulanması**

##### **Politika Önerileri;**

Deri sektörü özel ve ihtisas sanayi bölgelerinde ve doğal olarak oluşan kümelenme bölgelerinde üretim yapmakta olup üretim maliyetlerini azaltmak üzere taşınması mümkün değildir. Bu nedenle deri sanayi üretimi "bulunduğu yerlerde-bölgelerde" desteklenmeli ve bu amaçla karşılaştığı yüksek üretim maliyetleri azaltılmalıdır.

Bu amaçla mevcut üretim tesislerinin buldukları yerler özel (ıslah) sanayi bölgeleri ilan edilmeli ve bu bölgelerde üretim maliyetleri aşağıdakiler gibi düşürülmelidir;

- a. İşveren SSK primi ve vergi indirimi (çalışan sayısına göre artan oranda ve asgari yüzde 10 oranında başlayan indirimler) uygulanmalı (örneğin; 49 kişiye kadar çalışan için yüzde 10 indirim, 50-99 çalışan için yüzde 15 indirim, 100+ çalışan için yüzde 20 indirim),
- b. İndirimli enerji fiyatı uygulanmalı (yüzde 25 indirim),
- c. Zorunlu işgücü düzenlemelerinden muafiyet sağlanmalı,
- d. Güvenceli esnek çalışma saatleri uygulamaları hayata geçirilmeli,
  - İşletmelerde alınan siparişlere göre işbaşı yaptırılmalı ve çalışılan saat karşılığı ücret ödenmeli,
  - Fazla mesai esnek çalışma koşullarında haftalık çalışma saatinin aşılması halinde ve aylık olarak ödenmeli,
  - Bu konuda yapılacak düzenlemeler ile geriye dönük fazla mesailer ile ilgili olarak işçi-işveren arasında oluşan hukuki ihtilaflar da önlenmeli.
- e. Deri sanayi ile ilgili Meslek Liseleri, Meslek Yüksek Okulu ve Fakülte mezunlarının mezun oldukları yıl istihdam edilmesi halinde ilk 2 yıl SGK primi ve gelir vergisi ödemeleri kamu tarafından karşılanmalı,
- f. Ayrıca yeni OSB açılması yerine mevcutların etkinliğinin artırılmasına ve birbirine yakın olanların birleştirilmesine öncelik verilmeli.

### **Strateji 6**

#### **Yeni yatırım teşviklerinde 6. Bölgede uygulanan desteklerin deri sanayinin özel konumu nedeniyle mevcut kurulu deri organize sanayi bölgelerindeki yeni yatırımlar için de aynen uygulanması**

### **Politika Önerileri;**

1. Emek yoğun sektörler için 6. Bölgede getirilen yeni yatırım teşvik unsurları deri sanayinin özel konumu nedeniyle mevcut kurulu deri organize sanayi bölgelerindeki yeni yatırımlar için de aynen uygulanmalıdır.
2. Ancak bu bölgelerdeki mevcut işletmeler ile oluşacak haksız rekabetin önlenmesi için mevcut işletmelere de mutlaka madde 1'de belirtilen destekler sağlanmalıdır.

### **Strateji 7**

#### **Çevre yatırımları ile çevre harcamalarının Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bütçesi ile "Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ" kapsamında desteklenmesi**

### **Politika Önerileri;**

1. Deri üreticileri ve ihracatçı firmalarının çevre (atık, arıtma, geri kazanım) ile işyeri (ses, ısı, toz vb.) standartlarına uyum sağlamak amacı ile yaptıkları yatırımların belirli bir kısmı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı bütçesinden desteklenmeli, yatırımlarda KDV ve gelir vergisi muafiyet sağlanmalıdır.
2. Çevre ve işyeri standartlarına uyum için yıl içinde yapılan işletme harcamalarının belirli bir kısmı (azami yüzde 50) "Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ" kapsamına alınarak desteklenmelidir.
3. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı deri ve deri üretimi ağırlıklı karma organize sanayi bölgelerindeki arıtma tesislerinin ilk yatırım harcamalarına katkı sağlamalıdır. (azami yüzde 50)
4. Arıtma tesislerinde kullanılan enerjinin desteklenmesi amacı ile uyulması zorunlu parametreler makul ve ulaşılabilir seviyelerde tespit edilmelidir. Ayrıca ödemeler için makul bir takvim ilan edilmeli ve bu takvime uyulmalıdır.
5. Arıtma tesisleri ve arıtma faaliyetleri ile ilgili olarak;
  - a. "Ham Deri İşleme Endüstrisi" kentsel

atık su arıtma yönetmeliğine Ek. III'de yer alan endüstriyel sektörler listesine dahil edilmelidir.

- b. Arıtma çamurlarının bertarafında deri çamuru atık olmaktan çıkartılarak toprak destek maddesi elde edilmesinde kullanılmalıdır.
- c. Deri arıtma çamurlarının yakılması yerine kompostlaştırma işlemine tabi tutulmalıdır.
- d. İhtisas Organize Sanayi bölgelerinde atık madeni yağların analizinde OSB bazında yapılacak tek analiz tüm yıl genelindeki atık madeni yağlar için geçerli olmalıdır.
- e. Krom talaşı atıklar, salpa ve benzeri ürünlerin yapımında hammadde olarak kullanılmalı ve böylece geri kazanım yoluyla bertaraf edilmelidir.

### **Strateji 8**

#### **OSB dışındaki mevcut doğal kümelenmelerin ıslah OSB niteliğinde statüye kavuşturularak altyapı ile yatırım ve üretim aşamalarında desteklenmesi, İstanbul'daki doğal kümelenmelerin yeni planda gösterilen sanayi bölgelerine kümeler korunarak taşınmasının desteklenmesi**

### **Politika Önerileri;**

1. OSB dışındaki mevcut kümelenmeler ıslah OSB veya ihtisas OSB niteliğinde statüye kavuşturularak altyapı ile yatırım ve üretim aşamalarında desteklenmelidir.
2. İstanbul Zeytinburnu ve Gedikpaşa gibi bölgelerde oluşan doğal üretim kümelenmeleri 1/100.000 şehir planında ilan edilen şehir çeperlerindeki yeni sanayi bölgelerine (özel nitelikli sanayi bölgeleri statüsü kazandırılarak) kümeler korunarak taşınmalı, yeni yerlerde altyapı kamu tarafından yapılmalı, fiziki mekanlar TOKİ vb. ile yapılacak işbirlikleri ile tahsis edilmeli ve taşınma halinde 2-3 yıl kurumlar vergisi muafiyetleri uygulanarak oluşacak kıdem tazminatı yükleri için ödeme kolaylıkları ve destekleri sağlanmalıdır.

3. Tuzla, Çorlu ve Menemen OSB'de yanı sıra ilk aşamada Manisa, Uşak, Bursa, Gerede OSB (arıtma tesisleri mevcut) ve ikinci aşamada Denizli, Gönen, Isparta OSB'de özellikle Avrupa ülkelerindeki yüksek çevre yükümlülükleri nedeniyle üretimi bırakmak zorunda kalan deri firmalarının (İtalya ve İspanya gibi ülkeler başta olmak üzere) yatırımları için özendirici destekler sağlanmalıdır.
4. Bu ülkelerde pahalı hale gelen üretim Romanya, Bulgaristan veya Türkiye'ye kayacaktır. OSB içinden 2-3 adeti seçilerek yabancı yatırımların çekilmesi için ayrıcalıklı destekler sunulmalıdır. Yabancı yatırımların mevcut altyapı koşullarında 6. ve 5. Bölgeye yapılması olasılığı çok sınırlıdır.
5. Sermaye birikimi zayıf, küçük ölçekli ve ilave yatırım kapasitesine ihtiyaç duymayan ayakkabı, saraciye, deri konfeksiyon atölyelerinin 6. Bölgeye taşınmaları ancak çoklu firmalar (20-30 firma bir arada) için altyapı ve üstyapısı kamu tarafından karşılanmış özel OSB kurulması halinde mümkün olabilecektir. Buna rağmen nitelikli eleman ve yan sanayi ihtiyacının karşılanması sorun olacaktır. Bu nedenle bu firmaların kümelenme içinde buldukları yerlerde desteklenmesi öncelikle tercih edilmektedir.

## **Strateji 9**

**Turquality ve Marka Destek programına deri sektörünün katılımının artırılması, bu programların uygulama süreçlerinin iyileştirilmesi, devlet destekleri kapsamında yapılan ödemelerin hızlandırılması için iyileştirilmelere gidilmesi**

### **Politika Önerileri;**

1. Yurt dışında markalı, toptan ve perakende satış faaliyetlerinde bulunan şirketlere yönelik destek programlarının geliştirilmelidir.

Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğde (2010/6) yer alan destek unsurlarının deri sektörünün öncelikle,

kullanım şekilleri ve faaliyetleri çerçevesinde yeniden ele alınması ve uygulama sürecinin basitleştirilmesi gerekmektedir. Bu destek kapsamında yer alan şirketlerin zaman içerisinde Marka destek programına geçişinin sağlanmasına yönelik bir çalışma başlatılmalıdır.

Turquality ve Marka Destek Programları (2006/4) kapsamında olan deri kürk giyim ve konfeksiyon, saraciye, ayakkabı faaliyetinde bulunan şirketlerin, uygulama sürecinin basitleştirilmesi ve bürokratik işlemlerden arındırılması gerekmektedir.

Deri kürk giyim ve konfeksiyon, saraciye, ayakkabı sektörüne yönelik olarak sağlanan desteklerin; desteklenen firma sayısı, firma başına destek sınırları ve ayrılan toplam kaynak olarak artırılması, satış performansına göre farklı destek büyüklükleri uygulanması.

2. Devlet yardımları kapsamında sağlanan tüm destekler ile özellikle Turquality ve Marka Destek Programı kapsamındaki ödemelerin daha hızlı ve harcamalar ile birlikte yapılması sağlanmalıdır.

Devlet yardımları kapsamında sağlanan tüm destekler ile özellikle Turquality ve Marka destek programı kapsamında yer alan markalara yönelik olarak sağlanan desteklerin daha hızlı ve ödeme belgesinin ibrazından sonra makul süreler içinde yapılması. Bu amaçla mevzuatın iyileştirilmesi ve basitleştirilmesi ile uygulama kolaylıkları getirilmesi gerekmektedir. Bu alanda gecikmelere yol açan teknik darboğazlar tespit edilerek giderilmelidir.

3. Devlet destekleri kapsamında alınan yardımlar kurumlar vergisi matrahından muaf tutulmalıdır.

Devlet yardımları çerçevesinde alınan desteklerin, yapılacak yasal düzenlemeyle istisna kapsamına alınması ve kurumlar vergisi matrahına dahil edilmeyerek, vergi kesintisinin yapılmaması gerekmektedir.

4. Fuar alanları genişletilmeli ve uluslararası nitelikteki yurtiçi fuarların desteklenmelidir.

Yurtiçinde düzenlenen fuarlar için daha geniş kapasiteli fuar alanları yaratılmalı, fuar katılım ücretlerinde uygulanan devlet desteği nedeniyle ortaya çıkan şişmeler önlenmeli ve yurtiçindeki uluslararası nitelikteki fuarlara getirilen müşteriler/ alıcılar için yapılan harcamalar da destek kapsamına alınmalıdır.

#### **Strateji 10**

##### **2023 yılında 10 milyar dolar ihracat yapılması**

##### **Politika Önerileri;**

1. Markalaşma ve markalı ürün ihracatı artırılmalı ve bu alandaki destekler genişletilmelidir.
2. Tasarım, koleksiyon, moda kapasitesinin geliştirilmesi ile daha yüksek katma değerli ürünlerin üretimi ve ihracatı yapılmalıdır.
3. Fuar destekleri artırılmalı, kullanılabilir hale getirilmeli, saraciye sektörü için milli katılım sağlanacak uluslararası nitelikte fuar yapılmalıdır.
4. İstanbul Deri Fuarı'na daha geniş bir vizyon kazandırılmalı, moda, tasarım ve sanat festivali konseptiyle düzenlenmelidir.
5. Küçük ve orta ölçekli yüksek katma değerli siparişlere ve ihracata ağırlık verilmelidir.
6. Deri, ayakkabı, saraciye, aksesuar konsept mağazaları kurulmalıdır.
7. Çin, Japonya, Güney Kore ile Ortadoğu ve Afrika ülkeleri hedef pazarlar olmalıdır. Bu pazarlar ile ilgili pazar araştırmaları yapılmalı, bu pazarlara 15-20 kişilik küçük ticari heyetler ile düzenlenmesi ile girilmeye çalışılmalıdır.

#### **Strateji 11**

##### **Özel fatura kapsamında gerçekleştirilen ihracatın resmi ihracat rakamına dahil edilmesi ve özel faturalı ihracatlarda üretici ihracatçılara ÖTV iadesi yapılması**

#### **Politika Önerileri;**

1. Sektörün ihracat performansında önemli ağırlığı bulunan özel faturalı ihracatın da, resmi ihracat istatistiklerinde yer alması amacıyla gerekli düzenlemelerin bir an önce yapılmalıdır.
2. Türkiye'de ikamet etmeyenlere özel fatura ile yapılan satışlar, Dış Ticaret Müsteşarlığından yayımlanan 2003/3 İhracat Tebliğinde; (1) Özel Fatura kapsamı eşyanın yurtdışı edildiğinin tespiti için gümrük idaresince onaylanması (2) Mal bedeli dövizlerin satılarak Döviz Alım Belgesi düzenlenilmesi kaydıyla, açıkça ihracat sayılmıştır. ÖTV Kanununa ilişkin Seri 1 Tebliğinde gerekli değişiklik yapılarak gümrük çıkış beyannamesi yanında, ilgili gümrük idaresi onayı taşıyan özel faturalarla temsil edilen ihracatta da ÖTV iadesi uygulamasına imkan verilmelidir.

#### **Strateji 12**

##### **Rusya'ya ihracatta referans fiyatların ve geçiş maliyetlerin düşürülmesi için kamu nezdinde girişimlerin sürdürülmesi, özel faturalı ihracata navlun desteği sağlanması**

##### **Politika Önerileri;**

1. Türkiye'nin deri ihracatında önemli bir payı olan CITES dışı kürk ürünlerde asgari/maktu gümrük vergisi tutarının 30 Euro'dan zig derideki 7 Euro'ya yakın şekilde 10 Euro'nun altında tespitinin geçerli ve güçlü nedenleri bulunmakta olup bu yönde girişimler sürdürülmelidir.
2. Türkiye'nin mevcut özel faturalı ihracattaki rekabet kapasitesinin geçiş döneminde desteklenmesi amacıyla, Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu veya benzeri kaynaktan ihracat yönteminden kaynaklanan maliyet artışlarının etkisini hafifletmeyi sağlayacak navlun ve benzeri devlet yardımlarının sağlanmalıdır.

#### **Strateji 13**

##### **Dahilde İşleme Rejimi kapsamında izin verilen döviz kullanım oranının yüzde 75'e yükseltilmesi**

### **Politika Önerileri;**

1. Dahilde işleme izin belgesi kapsamında döviz kullanım oranı Deri ve deri mamulleri ürünleri sektöründe düzenlenen belgeler için azami yüzde 75 oranına (benzer sektörlerde olduğu gibi) yükseltilmelidir.

### **Strateji 14**

#### **Doğal deri ile suni deri ayrımına ilişkin tüketicici bilincinin artırılması**

### **Politika Önerileri;**

1. Nihai tüketici nezdinde doğal deri ile suni deri arasındaki ayırım anlatılmalı ve tüketici bilinci artırılmalı, bu amaçla tanıtım grubu yurtiçi kampanyalar düzenlenmelidir.
2. Tüketicinin bilinçlendirilmesi amacıyla deri ve deri ürünleri etiketlenmeli ve buna yönelik mevzuat hazırlanmalıdır.

### **Strateji 15**

#### **Nitelikli insan kaynakları yetiştirilmesi ve zanaatkarlığın korunması**

### **Politika Önerileri;**

1. Mevcut mesleki eğitim kurumları açık tutulmalı, öğrenci ve öğretmenler için yeniden cazibe getirecek olanaklar sunulmalıdır.
2. Öğretmenlerin eğitimi, bu alanda kamu ve yerel yönetimler ile sanayi işbirliği programları uygulanmalıdır.
3. Meslek Liseleri mezunlarının yüksek öğrenimde devam edecekleri bölümler açılmalı, fakülteler kurulmalı, özellikle tasarım alanında yüksek öğrenim olanakları genişletilmelidir.
4. Meslek Liselerindeki yetişmiş ve tecrübeli öğretmenlerin sık ve ilgisiz okullara atanmaları önlenmelidir.
5. Sektörde ve sanayide meslek standartlarının oluşturulması ile sanayinin ihtiyaçları odaklı olarak meslek okulu ve yüksek öğrenim kurumlarının müfredatları oluşturulmalı, sanayi desteği ile okulların altyapıları güçlendirilmelidir.

6. Sektörde çalışanların sertifikalı olması ile firmaların sertifikalı eleman çalıştırması özendirilmelidir.
7. Meslek okullarına uygun ve daha nitelikli öğrencilerin başvuruları özendirilmeli, tanıtım kampanyaları düzenlenmelidir.
8. Özellikle saraciye alanında mevcut el işçiliğine dayalı zanaatkarlığın korunması için özel programlar uygulanmalıdır.

### **Strateji 16**

#### **Çalışma hayatına ilişkin getirilen düzenlemelerin gözden geçirilmesi ve ilave yüklerin azaltılması**

### **Politika Önerileri;**

1. Son yıllarda çalışma hayatına yönelik olarak çıkarılan düzenlemelerin sektör ve firmalar üzerindeki rekabet bozucu etkisine ilişkin bir etki analizi çalışması yapılmalı ve buna bağlı olarak düzenlemeler gözden geçirilerek ilave yükler azaltılmalıdır.

### **Strateji 17**

#### **Saraciye sektöründe alışlarda yüzde 18, satışlarda yüzde 8 KDV uygulaması ile ortaya çıkan sıkıntının giderilmesi**

### **Politika Önerileri;**

1. Öncelikle farktan oluşan KDV alacakları ödemeleri hızlandırılmalı, sonrasında KDV oranlarında eşitlemeye gidilmelidir.

### **Strateji 18**

#### **İthalatta ürün standardı ve kalitesi denetimlerinin etkinleştirilmesi, yeni standartlar ve ithalatta insan ve tüketici sağlığına yönelik kontrollerin oluşturulması, ürün tanıtım bilgilerine zorunluluk getirilmesi, tüketicinin bilinçlendirilmesi, indirim dönemlerinin düzenlenmesi**

### **Politika Önerileri;**

1. İthalatta insan ve tüketici sağlığını korumak üzere asgari ürün ve kalite standartları oluşturulmalı, bunlar ek listeler olarak yayımlanmalı, bu standartlara uyuma yönelik teknik denetimler etkinleştirilmeli, denetim



- için gerekli test vb laboratuvar altyapısı iyileştirilmeli ve ithalatta haksız rekabetin önlenmesi için referans fiyat dahil gerekli düzenlemeler yapılmalı ve uygulanmalıdır.
2. İç pazarda tüketici sağlığını gözetilen ürün standardı ve kalite denetimleri sıklaştırılmalı ve etkinleştirilmelidir.
  3. Yerli ve ithal ürünlerin yurtiçi satışlarında ürün kimlik ve tanıtım bilgileri zorunlu olmalı ve bu zorunluluk denetlenmelidir.
  4. Tüketici bilinçlendirilmeli ve sağlıksız ürünlerin kullanımı ile oluşacak riskler tanıtımı yapılmalıdır.
  5. İndirim dönemleri kurallı hale getirilmeli, dönem, süre ve azami oranlar belirlenmeli ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından gözetilmelidir.
  6. Deri ile suni deri arasındaki farka ilişkin bilinç oluşturulmalı ve suni derinin sağlığa olası zararları tanıtılmalıdır.
  7. İhtisas gümrükleri kurulmalıdır.

#### **Strateji 19**

**Kayıt dışılık ile mücadelede derinin elde edilmesi (mezbahalar) aşamasından başlayarak kayıt dışı denetimlerin artırılması, caydırıcı önlemlerin alınması, işgücü üzerindeki yüklerin azaltılarak kayıt dışılığın azaltılması, taklitçilik ile mücadelede fikri mülkiyet hakları düzenlemelerindeki uygulamaların etkinleştirilmesi**

#### **Politika Önerileri;**

1. Başta derilerin elde edilmesi, taşınması, toplanması, korunması, ambalajlanması ve depolanması işleri olmak üzere sektörün değer zinciri içinde yer alan tüm aşamalarda etkin denetim ve gözetim ile kayıt dışı sınırlanmalı ve önlenmelidir. Özellikle kayıt dışı denetimine mezbahalardan başlanmalıdır.
2. İşgücü üzerindeki yüklerle ilişkin öneriler hayata geçirilmelidir.
3. Taklitçilik ile mücadelede denetimler, piyasa gözetimi, caydırıcı cezalar ve fikri mülkiyet haklarına ilişkin uygulama alanında iyileştirmeler sağlanmalıdır.
4. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde sınırlarda yaşanan kaçak mal girişi engellenmelidir.



ISBN: 978-605-137-450-5  
ISBN: 978-605-137-451-2 (Elektronik)