

Türk Deri Konfeksiyon Ürünleri İhracatında Karşılaşılan Sorunlar

Dr. Öğr. Üyesi Hatice ER¹

¹Namık Kemal Üniversitesi Çorlu Meslek Yüksekokulu, Deri Teknolojisi Bölümü, her@nku.edu.tr

Özet: Türkiye deri sektörü, dünya pazarına üretim yapan, ihracat odaklı bir sektördür. Dünya pazarında bugünkü konumu ile özgün bir yapıya sahiptir. Türk deri sektörünün yarattığı istihdam ve gerçekleştirdiği ihracat değerleri açısından ülkemizin sürükleyici sektörlerinden biridir. Emek yoğun bir işkolu olması nedeniyle de geniş bir istihdam yaratma potansiyeli bulunmaktadır. Sektörün ihraç ettiği ürünlerin ilk sırasında deri-kürk giyim yani deri konfeksiyon ürünleri gelmektedir. Deri konfeksiyon sektörünün en önemli özelliği ihracata yönelik bir yapıya sahip olmasıdır. Bütün sektörleri etkileyen ekonomik krizlerden en fazla zarar gören sektörlerin başında gelmektedir. Sektörde gelişmenin devam etmesi için ihracat artışına süreklilik kazandırılması gereklidir. Bunun içinde global pazarlarda olumlu bir imaj, markalı ve yüksek katma değerli ürünlerle dünya pazarlarına girilmelidir.

Bu çalışmada; Türk deri ve deri mamulleri sektörünün içinde yer alan deri konfeksiyon ürünlerinin ihracat değerlerinin karşılaştırılması ve ihracatta yaşanan sorunların incelenmesine çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Deri mamulleri, ihracat, deri konfeksiyon

Problems In The Export Of Turkish Leather Clothing Products

Abstract: Turkey leather industry, which produces the world market, is an export-oriented sectors. It has a unique structure with its present position in the world market. It is one of the immersive sectors of our country in terms of the employment created by the Turkish leather sector and its export values. It has the potential to create a wide range of employment due to its labor-intensive sector. Leather-fur clothing ie leather garment products are the first products exported by the sector. The most important feature of the leather apparel industry is its export oriented structure. It is one of the sectors that suffer the most from the economic crisis affecting all sectors. In order for the development to continue in the sector, it is necessary to gain continuity of export growth. Within this, a positive image in global markets, branded and high value-added products should be entered into world markets.

In this study; The comparison of the export values of leather apparel products in the Turkish leather and leather products sector and the problems experienced in export were studied.

Keywords: Leather goods, export, leather garments

1. GİRİŞ

Türkiye ekonomisinin önemli bir yapı taşı durumunda olan deri ve deri mamulleri sektörü global ekonominin bir parçası olarak, dünyadaki değişimden yoğun bir şekilde etkilenmektedir. Sağladığı istihdam, katma değer yanında, ciro, kapasite kullanımı gibi ülkenin çok önemli makro ekonomik değerlerini de etkileyebilmektedir. Son yıllarda yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen sürekli gelişmek, büyümek ve genişlemek amacıyla hareket eden sektörler de dünyadaki bu gelişmelerden yararlanıyor. Global tüketimi ve üretimi birebir olarak etkileyen bu durum, deri sanayinde de kendini göstermiştir (Baydar, 2013).

Deri konfeksiyon sektörü; deri ve deri mamulleri gurubu içinde, deri ve kürk giyim olarak ele alınmaktadır. Sektörde üretilen ürünler katma değer yaratan ve moda sektörüne yönelik değerlendirilmektedir. Emek yoğun sektör olması nedeniyle, genelde işçiliğin ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelerin yatırım yaptığı sektörler olarak ele alınmaktadır (T.C Ekonomi Bakanlığı Sektör Raporları; 2016).

Dünya genelinde, deri sektörlerinde üretimin % 70-80'inin büyükbaş, % 20-30'unun küçükbaş olması dikkat çekicidir. Türkiye'de bu oran tersinedir. Türkiye'de deri üretiminin % 70-80'i küçükbaş ham derinin işlenmesiyle gerçekleşmektedir. Bu durum, Türkiye dericiliğinin ağırlıklı olarak deri ve kürk giyimine odaklandığını göstermektedir (Yusubov, 2017).

Türk deri konfeksiyon sektörü, yılda 10 milyon adet üretim kapasitesine sahip bulunmakta ve üretiminin yaklaşık % 75'ini ihraç etmektedir Bu nedenle üretimde meydana gelen artış ya da azalış eğilimi ihracatı etkileyen gelişmelere sıkı sıkıya bağlıdır. Deri konfeksiyonda toplam üretimin % 25'i iç pazara yönelmektedir. Sektördeki işletmeler ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Deri ve kürk giyim sektöründe yaklaşık 1.500-2.000 işletme, 25-30.000 kişilik istihdam sağlamaktadır. İşletmelerin % 60'ı küçük, % 20'si orta ve yine % 20'si büyük şirketlerdir. Sektörde KOBİ ağırlığı olması sonucunda esnek üretim avantajı sağlamaktadır (Özçörekçi ve Öngüt, 2005). Türk deri giyim ürünleri dünya pazarlarında daha fazla yer edinmeyi hak

etmektedir. Sektör, kalite-fiyat avantajı, esnek üretim yapısı ve kısa sürede siparişleri yerine getirebilme özellikleri nedeniyle pazar payını

arttırma imkânına sahiptir (Yusubov, 2017). Deri ve deri mamulleri ihracatı ürün grupları itibarıyla dağılımı (Tablo 1) verilmiştir.

Tablo 1: Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracat Rakamları (İTKİB)

Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracat Rakamları				
Birim 1.000 \$	2016 (Ocak-Aralık)	2017 (Ocak-Aralık)	Değişim %	Pay %
Ayakkabı Fası164	707,214	768,870	8.7	50.6
Deri Giyim + Kürük Giyim	271,641	294,347	8.4	19.4
4203.1 Deri Giyim	170,951	159,861	-6.5	10.5
4303-4304 Kürük Giyim	100,690	134,486	33.6	8.9
Yarı İşlenmiş / Bitmiş Deri + İşlenmiş Kürk	236,955	263,848	11.3	17.4
4104-4115 Yarı İşlenmiş / Bitmiş Deri	188,516	208,162	10.4	13.7
4302 İşlenmiş Kürk	48,439	55,686	15	3.7
Saraciye (GTP 4201-4202-4203.21/29/30/40-4205-4206	176,416	189,098	7.2	12.4
Ham Deri + Ham Kürk	365	1,653	352.2	0.11
4101-4103 Ham Deri	352	1,608	356.5	0.11
4301 Ham Kürk	13	45	237.5	0
Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	1,394,061	1,519,231	9	100

Tablo 1 incelendiğinde 2017 yılı deri ve deri mamulleri ürün grupları içerisinde ayakkabı ürün grubundan sonra 2. sırada 294 milyon dolarlık deri ve kürk giyim ürün gurubu yerini almıştır. Deri konfeksiyon ihracatında bir önceki yıla göre %8,4 oranında artış kaydedilmiş ve bu ürün gurubu toplam deri ve deri mamulleri ihracatı içindeki payı % 19,4'dür (İTKİB, 2018).

2. İHRACAT DEĞERLERİ

Deri konfeksiyon, uluslararası pazarlarda deri ve deri ürünleri sektörünün öncüsü konumundadır. Mevcut potansiyelini ihracata yansıtamayan deri sektörü, son yıllarda yaşadığı durgunluğu bu yılda üzerinden atamamıştır. Sektörün ihracat performansında yaşadığı durgunluk, Türkiye'nin toplam ihracatı yıllar itibarı ile karşılaştırıldığında, kendini daha da net bir şekilde ortaya koymaktadır (İTKİB, 2016).

2017 yılında TL'nin dolar karşısında sürekli değer kaybetmesi ve yükselen girdi maliyetlerinin ihracatçı sektörleri zorladığını gözlenmektedir. İç talepteki artışın azalması, üreticileri ihracata yönlendirmiştir. Bu dönemde deri ve deri mamulleri ihracatı da ise % 9,0 artışla 1,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin genel ihracatı ise % 10,4 artışla 156,8 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Deri ve deri ürünleri ihracatı toplam ihracat içindeki payı bu dönemde % 1,0 olarak hesaplanmaktadır. 2016 Ocak-Aralık döneminde ise sektörün ihracatı % 5,7 düşüşle yaklaşık 1,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Anılan dönem itibarıyla Türkiye'nin genel ihracatı ise % 1,2 düşüşle yaklaşık 142 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Deri ve deri ürünleri ihracatımızın toplam ihracat içindeki payı bu dönemde % 1,0 olarak hesaplanmaktadır. 2016 yılında sektör, üretim ve ihracat kapasitesi olarak daha fazla paya sahip olması gerekirken, potansiyelini yeterli oranda yansıtamamış ve ihracatta son yıllarda ciddi durgunluk yaşamıştır.

Tablo 2: 2012-2017 Yılları Arasında Deri Mamulleri ve Deri Konfeksiyon İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı

	TOPLAM İHRACAT 1000 \$	DERİ MAMÜLLERİ İHR. 1000 \$	PAY %	DERİ KONFEKSİYON İHR. 1000 \$	TOPLAM İHR. PAY %	DERİ MAMÜLLERİ İHR. PAY %
2012	151.860.847	1.605.069	1.06	570.576	0.38	35.55
2013	151.626.709	1.942.238	1.28	658.598	0.43	33.91

2014	157.622.057	1.823.147	1.16	524.038	0.33	28.74
2015	143.838.871	1.473.271	1.02	361.188	0.25	24.52
2016	142.069.560	1.394.061	0.98	271.641	0.19	19.49
2017	156.782.257	1.519.231	0.97	294.347	0.19	19.37

Deri konfeksiyon ihracatı, 2016 yılında yaşanan krizle azalmaya başlamış ve 2016 yılında bir önceki yıla oranla % 26,3 oranında azalmıştır. 2015-2016 yıllarında yaşanan gerek ekonomik, gerekse ulusal-uluslararası krizler sonrasında kapasitesinin altında üretim yapan sektör, 2017 yılında üretim ve ihracattaki tecrübesinden yararlanarak toparlanma sürecine girmiştir. Sektörün ihracatı, 2015 yılından itibaren ihracat değerleri düşüş göstermiştir. Sektörün, üretim ve ihracat kapasitesi olarak daha fazla paya sahip olması gerekirken potansiyelini

yeterli oranda yansıtamayan Türk deri sektörü ve deri konfeksiyon ihracatında son yıllar da ciddi bir durgunluk yaşanmaktadır (T.C Ekonomi Bakanlığı Sektör Raporları, 2016).

Sektörü önemli sorunlarla karşılaşmasında; iç ve dış kaynaklı krizler, maliyeti arttırıcı unsurlar, finans problemler, mevzuatta karşılaşılan güçlükler sonucu gerçekleştirilen ihracat, beklenen yükselişi gösterememiştir.

Tablo 3: Deri Giyim İhracatındaki İlk 10 Ülke

En Fazla Deri Giyim İhracatı Yapılan Ülkeler					
	Birim 1.000 ABD \$	2016 Ocak-Aralık	2017 Ocak-Aralık	Değişim (%)	Pay (%)
1	Rusya Federasyonu	34,253	46,774	36.6%	29.3%
2	Fransa	19,732	18,325	-7.1%	11.5%
3	Almanya	19,308	17,504	-9.3%	10.9%
4	ABD	12,292	12,497	1.7%	7.8%
5	İtalya	13,381	12,069	-9.8%	7.5%
6	Hollanda	6,868	7,927	15.4%	5.0%
7	İspanya	9,135	4,825	-47.2%	3.0%
8	İngiltere	8,625	4,782	-44.6%	3.0%
9	Avusturya	3,837	3,944	2.8%	2.5%
10	Birleşik Arap Emirlikleri	2,991	3,370	12.7%	2.1%
İlk 10 Ülke Toplamı		130,422	132,017	1.2%	82.6%
Diğer Ülkeler ve S. Bölgeler		40,529	27,844	-31.3%	17.4%
AB(28) Toplamı		98,690	82,819	-16.1%	51.8%
Deri Giyim İhracat		170,951	159,861	-6.5%	100.0%

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları/Ocak 2018

Türkiye'nin deri giyim ürün gurubunun ihracatında ilk 10 ülke değerleri Tablo 3'de gösterilmiştir. 2017 yılı ihracatında en büyük payı % 36.6 ile Rusya aittir.

Rusya'yı sırası ile % -7.1 ve % -9.3'lik payları ile Fransa, Almanya ve % 1.7'lik pay ile ABD izlemektedir.

Tablo 4: Kürk Giyim İhracatındaki İlk 10 Ülke

En Fazla Kürk Giyim İhracatı Yapılan Ülkeler					
Birim 1.000 ABD \$		2016	2017	Değişim (%)	Pay (%)
		Ocak-Aralık	Ocak-Aralık		
1	Rusya Federasyonu	32,412	58,588	80.8%	43.6%
2	Fransa	9,488	16,322	72.0%	12.1%
3	Almanya	9,36	10,971	17.2%	8.2%
4	ABD	8,955	7,93	-11.4%	5.9%
5	İtalya	6,36	6,625	4.2%	4.9%
6	Hollanda	5,032	4,85	-3.6%	3.6%
7	İspanya	5,092	3,671	-27.9%	2.7%
8	İngiltere	2,702	3,27	21.0%	2.4%
9	Avusturya	1,838	2,863	55.8%	2.1%
10	Birleşik Arap Emirlikleri	3,445	1,671	-51.5%	1.2%
İlk 10 Ülke Toplamı		86,684	116,762	37.9%	86.8%
Diğer Ülkeler ve S. Bölgeler		16,006	17,724	10.7%	13.2%
AB(28) Toplamı		41,242	48,484	17.6%	36.1%
Deri Giyim İhracat		100,69	134,486	33.6%	100.0%

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları/Ocak 2018

Türkiye'nin Kürk giyim ürün gurubunun ihracatında ilk 10 ülke değerleri Tablo 4'de gösterilmiştir. 2017 yılı ihracatında en büyük payı % 80.8 ile Rusya aittir. Rusyayı sırası ile % 72.0 ve % 17,2'lik payları ile Fransa, ABD ve % -11.4'lık pay ile İtalya izlemektedir. Deri konfeksiyon sektörünün rakipleri İtalya, İspanya, Hindistan, Pakistan ve Çin'dir. İtalya ve İspanya, imaj ve marka yaratan tarzı, katma değeri yüksek ve pahalı ürünleriyle, diğerleri ise uluslararası pazarlarda fiyat avantajıyla rekabet güçlerini korumaya çalışmaktadırlar.(4)

3. ÜRETİM MALİYETLERİ

Deri konfeksiyon sektörünün ihracat performansına etki eden en önemli faktörler arasında üretim maliyetleri yer almaktadır. Üretim maliyetleri içerisinde de ham madde maliyeti en çok yer almaktadır. Sektörün ham madde ihtiyacını ithalatla karşılanması, deri sanayi için maliyetlerin artmasına neden olmaktadır (Baydar, 2013). Sektör işçilik, enerji ve diğer girdi maliyetlerindeki artışlar nedeniyle rekabet gücünü yitirmektedir. Ayrıca, her geçen gün yeni bir rakip gücün fiyatları daha da aşağıya çekerek piyasaya girmesiyle sektör çok daha zor durumda kalmaktadır. Deri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde maliyet teşkil eden girdi unsurlarının toplam maliyetten aldığı paylar Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5: Deri Sanayi İşletmelerinde Maliyet Unsurlarının Toplam Maliyet içindeki Payları (%)

İşletmeler	Deri (hammadde)	Kimyasal madde	İşçilik	Amortisman	Diğer
Küçükbaş Deri işleme	59,43	17,97	13,00	2,60	7,00
Büyükbaş Deri işleme	63,00	14,00	12,00	2,67	8,33

Deri Konfeksiyon	73,82	4,86	14,85	2,33	4,14
Deri Saraciyeye	66,98	7,29	21,24	1,29	3,21

Deri konfeksiyon sektörünün hammadde maliyeti toplam maliyetler içerisinde % 73,8'ini oluşturmaktadır. Temel hammadde niteliğindeki ham derinin hemen hemen tamamına yakın bir kısmı ithal edilmektedir. Sektörün ham madde yönünden ithalata bağımlı bir üretimi gerçekleştiriyor olması, uluslar arası piyasalarda oluşan fiyat değişiklikleri sektörün rekabet gücünü ve performansını doğrudan etkilemektedir. Aynı zamanda derinin standart olmaması ve konfeksiyonda el emeği oranının yüksekliği büyük miktarda standart mal üretimini zorlaştırmaktadır. Yıllık üretim planı yapılamadığı için sektörde mevcut stokun ürüne dönüşme riski artmaktadır (T.C Ekonomi Bakanlığı Sektör Raporları, 2016).

Artan rekabet, firmalar üzerinde fiyatları düşürme yönündeki baskılara neden olmaktadır. Üretimde kullanılan donanımın yeniliği ve kalitesi ürünün kalitesi ve verimliliği etkilediğinden, Türk deri konfeksiyon sektörü üretim teknolojisinde oluşan değişiklikleri yakından takip etmek zorundadır. Sektörde kullanılan teknoloji rakip ülkelerin birçoğuna göre daha ileri durumdadır. Türk deri sektörünün moda yaratma ve kalite üretimde zorlanmayacağı kesindir. Ancak hammaddeyi ithal etmesi sektörün en büyük dezavantajıdır. Bu nedenle sektör, dünyadaki rekabeti kendi imkânları ile fazlasıyla emek ve güç harcıyarak aşmak durumundadır. Günümüzde rekabetin çok yoğun olduğu gerçeği göz önüne alındığında, Çin ve Uzakdoğu gibi arıtma, işçilik, hammadde ve enerji maliyetleri düşük olan ülkelerin fiyat avantajı karşısında deri konfeksiyon sektörünün rekabet gücünü koruyabilmesi açısından, daha fazla katma değeri yüksek mamul deri ürünleri üretmesi şart olacaktır (ASO, 2013).

SONUÇ

Türk deri konfeksiyon sektörünün; üretim ve ihracat açısından dünyada önemli ülkeler arasında yer aldığı ne kadar gerçekse; sektörde geleceğe yönelik açıklık ve netliğin olmaması da bir gerçektir. Sektör mevcut durumunu korumak ve daha da geliştirmek için iyi yönlerini bulup geliştirmeli, zayıf yönlerini bulup güçlendirmelidir.

Sektörün pazarlama stratejileri başta olmak üzere uluslararası geçerlilikleri de dikkate alarak kendini yeniden organize etmesi ve çözüm yolları yaratması gerekmektedir. Sektörün pazarlama stratejileri başta olmak üzere uluslararası geçerlilikleri de dikkate alarak

kendini yeniden organize etmesi ve çözüm yolları yaratması gerekmektedir.

Sektörün devletin ilgili birimleri ile işbirliği yaparak eğitim konusuna özel bir ilgi göstermesi şarttır. Özgün tasarımları yapabilen, günün modasını takip eden ve gelişmeye açık bir meslek geliştirme eğitimi; deri konfeksiyon ürünlerinin rekabet gücünün artırılmasına ve dünya pazarlarından daha fazla pay alabilmesine katkıda bulunacaktır.

KAYNAKLAR

1. BAYDAR, Hikmet. (2013). MÜSİAD Sektör Raporları, Tekstil Ve Deri Sektörü Raporları, 2013-2023 Dönemi Tekstil Ve Deri Sektörü Stratejik Yol Haritası, Mavi Ofset Basım Yayın, İstanbul
2. T.C Ekonomi Bakanlığı Sektör Raporları, (2016). Deri ve Deri Mamulleri Sektörü İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Daire Başkanlığı
3. Yusubov, A. (2017). Türk Dış Ticaretinde Deri Sektörünün Yeri Ve Rus Deri Sektörü İle Karşılaştırmalı Analizi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
4. Özçörekçi, M. ve Öngüt, E. (2005). Dünya'da ve Türkiye'de Deri ve Deri Ürünleri Sanayiinin Gelişme Eğilimleri ve Geleceği, T. C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, İktisadi Sektörler Ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Sanayi Dairesi Başkanlığı, YAYIN NO: DPT:2685
5. İTKİB Genel Sekreterliği (2018). Tekstil, Deri Halı (TDH) Ar&Ge ve Mevzuat Şb. Deri ve Deri Ürünleri Sektörü 2018 Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu.
6. İTKİB Genel Sekreterliği (2016). Tekstil, Deri Halı (TDH) Ar&Ge ve Mevzuat Şb. Deri ve Deri Ürünleri Sektörü 2016 Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu.
7. Ankara Sanayi Odası, Konfeksiyon ve Deri Sektörü, Bilgilendirme Raporu (2013).