



ISSN: 2146-1740
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ayd>,

Araştırma Makalesi



KÜRESEL PAZARLARDA TÜRKİYE DERİ SANAYİSİNİN ROLÜ VE LOJİSTİK SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ

THE ROLE OF TURKISH LEATHER INDUSTRY IN THE GLOBAL MARKET
AND THE RELATIONSHIP WITH LOGISTICS SECTOR

Taner AKÇACI¹ Murat KARTAL² Mehmet SERKAN ÇINAROĞLU³

Öz

Makale Bilgi

Gönderilme:
19/03/2021

Kabul:
06/05/2021

Deri sanayisi son yıllarda küresel pazarlarda giderek artan bir öneme sahip olmaya başlamıştır. Türkiye, deri sanayisinde yıllardan beri süregelen tecrübesi, kalifiye işçisi ve modern OSB merkezlerindeki kurulu tesisleri ile küresel pazarlarda önemli üretici ve ihracatçı ülkelerden biri olmuştur. Bu nedenle Türkiye deri sanayisinde sahip olduğu yetkinlik, rekabet gücü ve üretim kapasitesi ile bir yandan ülke ekonomisine önemli döviz girdisi sağlarken, diğer yandan da küresel pazarlardaki en büyük üretici ve ihracatçı olmayı başarabilmiştir. Bu çalışmada, Türkiye'nin önemli sanayi kollarından biri olan deri sanayisi ele alınmış, küresel pazarlardaki durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'nin deri sanayisindeki ihracat pazarları ve ihracatı yapılan başlıca deri mamulleri analiz edilmiştir. Çalışmada ayrıca sektörel gelişmeye paralel olarak ortaya çıkan taşıma, dağıtım vb. işlemler kapsamında deri sanayisinin lojistik sektörü ile olan ilişkisi incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deri sanayi, Lojistik, Küresel pazar, Üretim, İhracat.

¹ Profesör Doktor, Gaziantep Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-5343-0894, akcaci@gantep.edu.tr.

² Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0003-3398-5427, mrtkartal79@gmail.com.

³ Bilim Uzmanı, Emniyet Genel Müdürlüğü, ORCID ID: 0000-0002-5247-9530, mserkancinaroglu@hotmail.com.

Abstract

Article Info

Received:
19/03/2021

Accepted:
06/05/2021

The leather industry has become increasingly important in the world market in recent years. Turkey is one of the major producers and exporters in the global market due to its experience, skilled manpower and established facilities in leather parks. In this way, Turkish leather industry brings foreign exchange to the national economy on the one hand, and on the other hand, it has managed to be a major producer and exporter in the world markets. In this study, the Turkish leather industry, which is one of the most important industries in Turkey, was discussed and its current position in global markets was tried to be determined. In this context, Turkey's export markets and the top export products of the Turkish leather industry were analyzed. In addition, in the study the relationship between the leather industry and the logistics sector was examined within the scope of operations such as transportation and distribution emerged in parallel with the sectoral developments.

Keywords: Leather industry, Logistics, Global markets, Production, Export.

1. Giriş

Dericilik faaliyeti, ilk çağlardan itibaren insanoğlunun kendisini olumsuz iklim şartlarından koruyabilmek adına çeşitli ihtiyaçlarından doğmuş ve zaman içerisinde üretimi gündelik ihtiyaçlara bağlı olarak geniş bir yelpazede artarak devam etmiştir. Zaman içerisinde ortaya çıkan bitkisel tabaklama yöntemi ile üretim sürecinde hız kazanan dericilik faaliyeti, üretilen deri mamullerin askeri alanda kullanılmaya başlanmasıyla beraber bir zanaat kolu olarak doğmuş ve birçok medeniyet tarafından askeri alanda ve gündelik hayatta yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır (Özdemir, 2004: 28).

Deri mamullerin kullanımında ve çeşitlenmesinde çeşitli uygarlıkların önemli katkıları olmuştur. Örneğin, Mısır'da firavun mezarlıklarında bulunan çeşitli duvar resimlerinde ve insan figürlerinde ayakkabı, kemer, at koşumları, ev eşyaları ve av malzemelerinde doğal derinin kullanıldığı açıkça resmedilmiştir. Yine deri eşyaların Sümer, Babil ve Asur gibi Mezopotamya uygarlıkları arasında yaygın olarak kullanıldığı da yapılan arkeolojik kazılardan tespit edilmiştir. Özellikle de çeşitli resim, kabartma ve heykellerde deriden yapılmış eşyaların günlük hayatta sıklıkla kullanıldığı bu bölgede yapılan bilimsel kazılardan anlaşılmaktadır (Akbulak, 1999: 10).

Dericilik faaliyetlerinin gelişme gösterdiği bir diğer bölge Orta Asya olmuştur. Orta Asya'da deri işlemeciliği ve işlenmiş derinin günlük yaşamın birçok alanında kullanılmasının, hayvanların evcilleştirilmesiyle başladığı bilinmektedir. Özellikle de Orta Asya coğrafyasının sahip olduğu doğa koşulları ile Türk topluluklarının yaşayış biçimi deri eşyaların günlük hayatta yaygın olarak kullanılmasını sağlamıştır. Örneğin, deri pantolon, çizme, kürk, eyer ve koşum

takımları Orta Asya Türk toplulukları arasında en fazla kullanılan deri ürünleri olmuştur. Böylece savaşın gündelik hayatın önemli bir parçası olduğu, Türk toplulukları arasında deriden mamullerin imalatı geniş bir yelpazede yapılmaya başlamış ve zaman içerisinde Orta Asya bölgesinde dericilik faaliyeti bir zanaat kolu olarak gelişme göstermeye başlamıştır (Özdemir, 2007: 67-68).

Zaman içerisinde Orta Asya’da yaşanan kuraklık, su kıtlığı, salgın hastalıklar vb. sebeplerden dolayı bölgede yaşamını sürdüren Türk topluluklarının önemli bir kısmı bölgeden göç etmeye başlamıştır. Bunlardan Anadolu’ya gelenler dericilik alanındaki bilgilerini Anadolu’daki dericilik bilgileriyle sentezleyerek dericiliğin Anadolu’daki gelişimine büyük katkılar sağlamıştır. Zaman içerisinde Anadolu’da önemli gelişmeler gösteren dericilik faaliyeti, aynı zamanda Selçuklular döneminde de üzerinde önemle durularak devam ettirilmiş ve Osmanlı zamanında en iyi dönemini yaşamıştır. Osmanlı coğrafyasında yerel kaynaklardan toplanan ham deriler çoğunlukla askeri üniforma, kalkan, bot, palaska, eyer ve koşum takımları vb. askeri araç ve gereçlerin imalatında kullanılmış, bunların dışında kitap ciltleri, çanta ve giyim ürünlerinin imalatında sıklıkla kullanılmıştır. Böylece Selçuklu döneminde örgütlenerek, rekabet olgusuyla tanışan dericilik zanaatı, Osmanlı döneminde kalitesiyle zirveye ulaşmıştır (Özdemir, 2004: 45).

Zaman içerisinde artan savaşlar sebebiyle Osmanlı ordusunun askeri malzemelere olan ihtiyacı da artış göstermiştir. Bu sebeple Fatih Sultan Mehmet bir ferman hazırlayarak dağınık halde bulunan deri kuruluşlarının İstanbul Kazlıçeşme’de toplanmasını istemiştir. Böylece, Yedikule’den Kazlıçeşme’ye kadar uzanan kıyıda 33 salhane, 360 tabakhane yaptırılarak iş sahiplerine kiralanmıştır. Zaman içerisinde yaşanan nüfus artışı, Osmanlı coğrafyasında yerel pazarlardaki deri ihtiyacını da artırmıştır. Nitekim 17. yüzyılda İstanbul’da toplamda 700 tabakhane faaliyet göstermiş ve yaklaşık 3000 kişi bu kuruluşlarda istihdam edilmiştir (Yerlitaş, 2013: 17).

Deri işleme faaliyetinin zirve yaptığı 16. ve 17. yüzyıllarda, Osmanlı coğrafyası deri kuruluşlarının en fazla toplanma gösterdiği bölge olmuştur. Özellikle Osmanlı hâkimiyeti altında bulunan Akdeniz ülkelerinde işlenen deriler ve mamul ürünler Arap, İspanyol ve Venedikli tüccarlar tarafından Avrupa’ya götürülerek yoğun bir şekilde ticareti yapılmıştır (Yusubov, 2007: 68).

18. yüzyılda yaşanan Sanayi Devrimi ve sanayi devriminin yaratmış olduğu teknolojik gelişmeler etkilerini deri sanayisinde de göstermiş ve dericilik faaliyetlerinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Dolayısıyla ağırlıklı olarak insan gücüne ve bitkisel tabaklamaya dayanan üretim süreci, yerini çeşitli deri makinalarının (deri dolapları, baskı, sıkma ve özellikle dikiş makinaları) kullanılmaya başlandığı fabrikalara bırakmıştır. Böylece deri üretim süreci bir yandan hız kazanırken, diğer yandan bitkisel tabaklama yöntemi yerini büyük ölçüde kimyasal tabaklama (kromlu tabaklama) yöntemine bırakmıştır. Deri mamulleri üretim sürecinde yaşanan söz konusu teknolojik gelişmeler sayesinde dericilik faaliyetleri bir zanaat kolu olmaktan çıkarak, daha kısa sürelerde çok daha büyük miktarlarda üretimin yapıldığı sanayinin bir kolu olarak gelişme göstermeye başlamıştır. Başta İngiltere olmak üzere ABD, Fransa, Almanya ve İtalya gibi Batılı ülkelerde çok sayıda deri kuruluşu kendi içlerinde dönüşüme girerek modernize edilmiş ve deri mamulleri üreten birer fabrikaya dönüşmüşlerdir. Bu süreçte ise İngiltere, Fransa ve ABD deri sanayisinin dünya üzerinde gelişme gösterdiği en büyük ülkeler olarak öne çıkmaya başlamıştır (Riello, 2002: 29-32).

1890'lar ve 1900'lerin başları deri üretiminde dikkati çeken yıllar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle artan savaşlar ve yaklaşan Birinci Dünya Savaşı askeri malzemelere olan ihtiyacı da büyük ölçüde artırmış ve bu durum ham deriye olan talebin de artmasına yol açmıştır. İngiltere, ABD ve Fransa gibi ülkeler ihtiyaç duyulan ham derileri Kanada, Hindistan, Çin ve Okyanusya gibi sömürge bölgelerinden tedarik etme yoluna gitmişlerdir (Schnitzer, 1935: 175). Almanya ve İtalya gibi ülkeler ise ihtiyaç duyulan ham derileri büyük ölçüde Osmanlı coğrafyasından tedarik etme yoluna gitmişlerdir (Karau, 1969: 171).

II. Dünya savaşından itibaren, yerel ve küresel ölçekte yapılan dericilik faaliyetlerinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle ABD, İngiltere, Fransa ve İtalya gibi ülkeler küresel deri pazarlarında hâkim güç olurken, söz konusu ülkelerdeki siyasi otoriteler deri kuruluşlarına ve Ar-Ge merkezlerine milyarlarca dolarlık yatırımlar yaparak dericilik faaliyetlerinin gelişimine ciddi katkılar sağlamışlardır (Pfister & Vogel Tanning, 2001: 6).

1980'ler özellikle gelişmiş ülkelerin deri sanayisinden çekilmeye başladığı dönem olması sebebiyle dikkati çekmektedir. Özellikle deri kuruluşlarından çevreye bırakılan kimyasal atıkların doğal ortama ciddi zararlar vermesi sebebiyle ABD, Fransa, Almanya ve İngiltere gibi sanayileşmiş ülkeler deri mamulleri üretim sürecinden büyük ölçüde çekilerek, ağırlıklı olarak deri makinaları ve deri kimyasalları üretim sürecine odaklanmışlardır. Bu nedenle küresel

pazarlarda, deri mamulleri üretiminde Türkiye, Çin, Hindistan, Tayland, Tayvan, Endonezya gibi gelişmekte olan ülkeler öne çıkmaya başlamışlardır.

Türkiye ise dericilik faaliyetlerine Osmanlıdan devralınan yıkık dökük deri kuruluşlarıyla başlamış ve beşer yıllık kalkınma planları kapsamında alınan kararlarla dericilik faaliyetlerine gerekli yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. 1970'lerde Türkiye'de faaliyet gösteren deri kuruluşları yerel pazarlardaki mevcut talebi büyük ölçüde karşılasa da deri kuruluşlarının ihtiyacı olan kaliteli ham deriler küresel pazarlardan tedarik edilmiştir. Özellikle ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Yeni Zelanda gibi ülkeler ağırlıklı olarak ham deri talebinin karşılandığı ülkeler olmuşlardır (ILO, 1992: 10).

1990'lı yıllar, Türkiye'de faaliyet gösteren deri kuruluşlarının deri OSB merkezlerinde toplanmaya başlamalarıyla dikkati çekmektedir. Bu dönemde Anadolu'nun çeşitli yerlerinde dağınık halde faaliyet gösteren çok sayıdaki deri kuruluşu yatırımlarını Tuzla (İstanbul) ve Menemen (İzmir) gibi deri OSB merkezlerine kanalize etmeye başlamışlardır (DPT, 2000: 12).

2000'ler ve sonrasında Türkiye küresel deri pazarlarında özellikle ayakkabı ve hazır giyim sektörlerinde önemli bir konuma sahip olmuştur. Türkiye deri sanayisi, küresel pazarlardan kaliteli ham deri ithal edip, yine küresel pazarlara mamul deri ihracatı yapan bir ülke konumundadır. Türkiye'nin deri sanayisindeki en büyük ihraç pazarları ise Rusya ve Almanya'dır. Dolayısıyla deri sektörü, tekstil sektöründen sonra Türkiye'nin en fazla döviz girdisi sağladığı ikinci büyük sektörü olmuştur. Ayrıca yerel pazarlarda sağlamış olduğu istihdam sayesinde önemli sayılabilecek bir potansiyele sahiptir (Akbulak, 1999: 6).

2. Dünya'da Deri Sektörünün Gelişimi

Deriden mamul ürünler, insanoğlunun gündelik hayatında her ne kadar önemli bir yer edinmiş olsa da küresel ölçekte yaşanan siyasi ve ekonomik gelişmelerden etkilenmektedir. Dolayısıyla küresel pazarlarda deri mamullerine olan talep küresel piyasalardaki duruma göre de değişim gösterebilmektedir. Örneğin 1973 Petrol Krizi, 1990/1991 Körfez Krizi, 1997 Asya Krizi ve 1998 Rusya Krizi gibi küresel ölçekte etkili olan siyasi ve askeri bunalımlar küresel pazarlarda deri mamullerine olan talebin ciddi boyutlarda azalmasına ve deri üretim sürecinin ciddi darboğazlar yaşamasına neden olmuştur (DPT, 1979-1983: 525).

Deri mamulleri üretim sürecinde insanın rolü, sanayi devrimiyle beraber her ne kadar azalmış da olsa, insan emeğinin bu sektördeki rolü hala büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla emek maliyetinin fazlalığı ile deri kuruluşlarının doğal ortamda yaratmış olduğu çevresel

kirlilik gibi faktörler birçok ülkede bu sektörün giderek artan oranlarda terk edilmesiyle sonuçlanmıştır. Bu nedenle ABD, İngiltere, Almanya ve Fransa ile başlayan bu süreç günümüzde de hala devam etmektedir. Dericilik faaliyetlerinde yaşanan bu süreç ise az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin giderek önem kazanmasına neden olmuştur. Günümüzde Çin, Hindistan, Türkiye, Pakistan ve Endonezya gibi ülkeler küresel pazarlarda ayakkabı ve giyim sektörlerindeki en büyük üretici ve ihracatçı ülkeler olarak faaliyetlerine devam etmektedirler (ILO, 1992: 9).

Küresel deri ticaretindeki hâkim hegemonya daha önceden Avrupa'da iken, yaşanan gelişmelerle beraber Asya kıtasına doğru kaymıştır. Yerküre üzerinde, dericilik faaliyetlerinin Avrupa'dan Asya'ya doğru kaymasında ise çeşitli faktörler etki göstermiştir. Bunları;

- (1) Artan üretim ve işçilik maliyetleri,
- (2) Gelişmiş ülkelerin düşük maliyetli mamul deri ithalatını artırmaları,
- (3) Giderek sıklaşan çevre koruma önlemleri nedeniyle ortaya çıkan yüksek maliyetler şeklinde sıralayabiliriz.

Dericilik faaliyetlerinin en fazla yoğunlaşma gösterdiği kıta Asya olurken, küresel ölçekte deri ticaretini etkileyen diğer önemli gelişmeler ise Sovyetler Birliği ile Doğu Bloku gibi siyasi ve ekonomik oluşumların 1990'larda dağılmasıyla yaşanmıştır. Dolayısıyla Sovyetler Birliği ve Doğu Bloku gibi oluşumların dağılması ve küresel ölçekte serbest piyasa ekonomisinin önem kazanarak yaygınlaşması, deri ticaret ve sanayinde de dengelerin değişmesine neden olmuştur. Küresel deri ticaretini etkileyen bir diğer gelişme ise bu ülkelerdeki nüfus artış hızının dünya ortalamasının üzerinde olması ve doğal olarak ayakkabı, hazır giyim gibi çeşitli deri mamullerine yönelik talebin ve harcamaların artış göstermesidir (İSO, 2004: 9).

Küresel deri ticaretindeki bir diğer önemli gelişme ise Çin'in dünyanın en büyük deri üretici ve ihracatçı ülkesi konumuna yükselmesi olmuştur. Özellikle Batı Avrupa'da deri sanayisini terk eden çok sayıda Batılı şirket yatırımlarını işçiliğin ve maliyetlerin çok daha ucuz olduğu Çin'e kanalize ederek deri üretim sürecine bu ülkede devam etmeye başlamıştır. Yabancı sermayedarların yatırımlarını Doğu Asya'ya kaydırmasından büyük ölçüde faydalanan Çin, bugün küresel pazarlara en fazla deri mamulleri üreten ülke konumundadır. Yakın yıllara kadar Çin deri sanayisi ağırlıklı olarak düşük ve orta kaliteli deri mamulleriyle düşük gelirli gruba hitap ederken, günümüzde çok daha kaliteli deri mamulleriyle küresel pazarlarda İtalya'nın en büyük rakibi olmuştur. Küresel deri ticaretinde giderek önem kazanan başlıca ülkeler ise Türkiye ile birlikte Pakistan, Hindistan, Brezilya, Arjantin ve Meksika'dır. Anılan

ülkelerde dericilik faaliyetlerinin giderek artan önemde yapılmaya başlamasının en önemli sebepleri arasında ise ham deri bolluğu, ucuz işgücü, büyük bir iç pazarın varlığı ve geleneksel olarak deri sanayisine olan yatkınlıktır. Yine Endonezya, Tayland ve Tayvan gibi ülkelerde düşük işgücü maliyetinin yanı sıra deri sanayisine sağlanan teşvikler sayesinde dericilik faaliyetlerinde büyük gelişmeler sağlanmıştır (Memedovic & Mattila, 2008: 509).

3. Türkiye Deri Sanayisinin Gelişimi ve Dış Ticaret İlişkisi

Küresel ölçekte yaşanan söz konusu gelişmeler dericiliğin yerküre üzerindeki gelişimini ciddi şekilde etkilemiş ve 1980'lerden itibaren Asya kıtası deri sanayisinin en fazla yoğunluk kazandığı kıta olmuştur. Dolayısıyla Türkiye'nin küresel deri piyasasındaki varlığını sürdürmesi, üretim ve ihracat potansiyelini istikrarlı bir şekilde artırması Türkiye'nin bu sektördeki geleceği açısından büyük önem arz etmektedir. Bu amaçla üretim sürecinin giderek azalış gösterdiği İngiltere, Almanya, Hollanda ve Fransa gibi ülkelerin yerel pazarlarında oluşacak talebin Türkiye tarafından karşılanması ancak kaliteli ve düşük maliyetli mamul ürünlerin piyasaya sürülmesiyle mümkün olacaktır. Bu çerçevede Türkiye deri sanayisi için Batı Avrupa ülkeleri, Rusya ve Doğu Bloku ülkeleri büyük bir pazar potansiyeli oluşturmakta ve bu söz konusu pazar fırsatlarının en iyi şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'nin hâkim jeolojik ve iklim şartları her ne kadar hayvancılığa uygun olsa da yerel pazarlardan toplanan ham deriler sayıca az olup, kalite açısından da oldukça düşüktür. Bu durum ise Türkiye deri sanayisinin ham deri açısından dışa olan bağımlılığını artırmakta ve önemli miktarlarda döviz çıkışına neden olmaktadır. Dolayısıyla ham deri ihtiyacının büyük kısmını küresel pazarlardan tedarik ederek karşılayan Türkiye deri sanayisi, ithal ettiği ham derileri kar oranı yüksek mamul ürünlere dönüştürerek küresel piyasalara sunmaktadır. Özellikle 1990'lara kadar bavul ticareti sayesinde resmi ithalat kayıtlarından çok daha fazla mamul deri ürünleri kuzey ülkelerine pazarlanmakta ve ülke ekonomisine büyük katkılar sağlanmaktaydı. Ancak 1990'lardan itibaren Sovyetler Birliği ve Doğu Bloku'nun dağılmasıyla beraber, bu ticaret şekli de giderek azalmış ve kayıtlı ihracata ağırlık verilmeye başlanmıştır (İSO, 2004: 9).

Türkiye deri sanayisinde üretim süreci 1994 krizi, 1998 Rusya krizi, Marmara ve Düzce depremleri ve deri sanayisinin içine düştüğü ekonomik darboğazlar sebebiyle sekteye uğramıştır. Dolayısıyla 1990'lardan arta kalanlar ile 2000'li yıllarda suni deri mamullerine olan talebin artması Türkiye deri sanayisinin içinde bulunduğu ekonomik darboğazların daha da derinleşmesine neden olmuştur. Bu dönemde Türkiye küresel pazarlarda İtalya, Çin, Vietnam

ve Hindistan gibi ülkelerle rekabet etmek zorunda kalmış, ancak küresel pazarlardaki yerini korumaya odaklanmıştır. Bu nedenle Türkiye'deki üretim süreci farklı bir yapılanma sürecine girmiş ve küresel pazarlara daha uygun fiyatlardan çok daha kaliteli mamuller sürülmeye başlanmıştır. Bununla birlikte yetkili kuruluşların hayvancılığa ve deri sektörüne gerekli önemi vermemesi, dericiliğin karlı bir iş olmaktan çıkmasına neden olmuştur. Dolayısıyla çok sayıda deri kuruluşu kapanmış ya da ortaklık kurma yoluyla ayakta kalmaya çalışmışlardır. Buna karşın, Türkiye'den küresel pazarlara sürülen deri ayakkabılar ve giyim eşyaları kalitesi ve düşük maliyetiyle büyük talep görmektedir. Bu nedenle küresel pazarlarda ayakkabı ve giyim sektörlerinde öne çıkan Türkiye deri sanayisi, küresel pazarlardaki öncü ülkeler olan İtalya ve İspanya ile rekabet edilebilmektedir. Günümüzde ise deri imalatında gittikçe artan üretim maliyetleri ve rekabet kaygıları, şirketler arası birleşmeleri hızlandırmaktadır. Aynı şekilde, deri şirketleri kendi alanlarında yaptıkları anlaşmalarla çeşitli konularda ortak ürün üretimine yönelmektedirler (Ekonomi Bakanlığı, 2016: 1).

Günümüz küresel deri ticaretinde, Türkiye küçükbaş deri işleme sektöründe küresel pazarlardaki en büyük üretici ve ihracatçı ülkelerden biri olmuştur. Bu dönemde, Türkiye'nin uzun vadede Avrasya'nın en büyük üretim merkezlerinden biri olması hedeflenmiş, bu doğrultuda deri sanayinin ileri teknoloji kullanan, çevre dostu, becerilerini sürekli geliştirebilen, rekabet gücü yüksek, ekonomiye olan katkısının artırıldığı ve ithalat bağımlılığının azaltıldığı bir yapıya dönüştürülmesi hedeflenmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2014-2018: 89).

Türkiye deri sanayisinin üretim altyapısı, teknolojisi ve ihracata yönelik performansı dikkate alındığında belirli bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. Ancak deri sektörünün temel girdisi olan ham derinin ülke içi üretiminin yeterli ve standart olmaması nedeniyle, Türkiye'nin ham ve yarı işlenmiş deri talebi ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Türkiye'de yerel kaynaklardan toplanan ham deri türleri adet olarak Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1
Türkiye’de Yerel Kaynaklardan Toplanan Ham Deri Miktarı (Adet)

| YILLAR | 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 |
| 2014 | 5.197.289 | 1.570.239 | 3.712.281 | 2,176 |
| 2015 | 5.008.411 | 1.999.241 | 3.765.077 | 1,391 |
| 2016 | 4.083.620 | 1.756.360 | 3.900.307 | 1,499 |
| 2017 | 5.134.338 | 2.068.866 | 3.602.115 | 6,123 |
| 2018 | 4.652.525 | 963,405 | 3.426.180 | 1,880 |

Kaynak: TÜİK, (2018).

Türkiye’nin jeolojik ve iklim koşulları büyük ve küçükbaş hayvancılığa oldukça uygun olmasına rağmen, hayvancılığa gereken önemin verilmemesi sebebiyle yerel kaynaklardan toplanan ham deri miktarları 2000 yılından günümüze azalma göstermiştir. Özellikle de Türkiye’de yerel pazarlardan toplanan ham deri türleri içerisinde en fazla ham derinin koyun cinsine ait olduğu tablodaki bilgilerden anlaşılmaktadır. Bu durum üzerinde Türkiye yerel pazarlarında küçükbaş ham derilerden imal edilen mamul ürünlerin daha fazla rağbet görmesi olmuştur.

2019 yılı itibariyle Türkiye’nin küresel deri ticaretindeki en büyük ihraç pazarı %9,3’lük pay ile Rusya Federasyonu olmuştur. Rusya’dan sonra %7,5 pay ile Almanya ikinci sırada gelirken, İtalya %7,3’lük pay ile üçüncü sırada gelmektedir. Türkiye’nin deri mamulleri ihracatı gerçekleştirdiği diğer büyük pazar alanları ise Irak (%5,0) ve İspanya (%4,4) olmuştur (Ticaret Bakanlığı, 2020: 1).

Tablo 2

Türkiye'den Küresel Pazarlara Yapılan Deri Mamulleri İhracatı, (\$)

| Ürün | 2017 | 2018 | 2019 | Değişim (2018-2019) | Pay |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|--------|
| Ham ve İşlenmiş Deri | 210.014.012 | 210.200.243 | 205.304.477 | %-2,3 | %12,5 |
| Deri Eşya | 303.104.584 | 322.938.095 | 338.037.266 | %4,7 | %20,7 |
| Postlar ve Kürkler | 155.901.600 | 173.949.138 | 161.135.279 | %-7,4 | %9,8 |
| Ayakkabı | 765.970.181 | 887.675.397 | 932.435.584 | %5,0 | %57,0 |
| Genel Toplamı | 1.434.990.377 | 1.594.762.873 | 1.363.912.606 | %2,6 | %100,0 |

Kaynak: TÜİK, (2018).

Türkiye deri sanayisi ihracat değerlerine baktığımızda en fazla ihracat artışlarının %5,0'lık değişim değeriyle ayakkabı sektöründe gerçekleştiği görülmektedir. Ayakkabı sektöründe küresel pazarlara yapılan ihracat değerlerinin toplam deri sanayisi ihracat değerleri içerisindeki payı ise %57'dir. Ayakkabı sektörü Türkiye'de ihracat ve istihdam imkânları açısından en büyük sektörlerden biri olma özelliğine sahiptir. Küresel pazarlara yapılan deri ihracatlarındaki en büyük kalem ise deri ayakkabı grubu olmuştur. Dolayısıyla Türkiye'den küresel pazarlara yapılan deri mamulleri ihracatları arasında ayakkabı ürünleri birinci sırada yer alırken, ikinci sırada ise deri eşya olarak da anılan saraciyelik ürünler yer almaktadır. Yine ham ve işlenmiş deriler, postlar ve kürk eşyalar da Türkiye'nin küresel deri pazarlarına sunmuş olduğu diğer önemli deri ürünleri arasında bulunmaktadır.

Tablo 3

Türkiye'nin Deri Ayakkabı Sektöründeki En Büyük İhraç Pazarları

| ÜLKE | 2017 | 2018 | 2019 | Değişim (2018-2019) | Pay (2019) |
|--------------------|------------|-------------|------------|------------------------|---------------|
| Rusya | 46.508.676 | 103.606.074 | 85.398.598 | -17,6 | 20,6 |
| Almanya | 22.548.422 | 31.768.444 | 29.553.046 | -7,0 | 7,1 |
| İspanya | 3.813.684 | 6.127.037 | 25.107.337 | 309,8 | 6,0 |
| Romanya | 15.493.893 | 20.505.463 | 22.810.788 | 11,2 | 5,5 |
| İtalya | 13.110.380 | 16.348.071 | 19.082.606 | 16,7 | 4,6 |
| İngiltere | 19.959.393 | 16.270.094 | 17.858.442 | 9,8 | 4,3 |
| Polonya | 4.905.992 | 10.572.835 | 17.388.837 | 64,5 | 4,2 |
| Hollanda | 12.121.993 | 7.667.152 | 11.621.968 | 51,6 | 2,8 |
| Bulgaristan | 31.137.580 | 13.278.765 | 11.158.905 | -16,0 | 2,7 |
| İsrail | 8.500.291 | 9.410.580 | 10.235.349 | 8,8 | 2,5 |

Kaynak: TÜİK, (2018).

Tablo 3'te Türkiye'nin deri ayakkabı sektöründeki en büyük ihrac pazarları gösterilmiştir. Verilen yıllar itibariyle Türkiye'nin toplam ayakkabı ihracatlarındaki en büyük pay Rusya'ya ait olmasına rağmen, yıllar itibariyle Rusya'ya yapılan ihracat miktarlarında ciddi düşüşler yaşanmıştır. Özellikle Rus pazarlarında çok daha uygun fiyatlardan Çin menşeli ayakkabıların yerel pazarlara sürülmesi bu durumun en önemli nedeni olmuştur. Buna karşın Türkiye'nin 1990'ların sonlarından itibaren Avrupa pazarlarından pay kapabilme çabası fayda göstermiş ve bugün Almanya, İspanya, Romanya ve İtalya gibi çok sayıdaki Avrupa ülkesi Türkiye'nin ayakkabı ihracatlarındaki en büyük pazar alanları olmuştur.

Türkiye deri sanayisi küresel pazarlarda deri giyim sektöründe de öne çıkmaktadır. Düşük fiyatlardan küresel pazarlara sunulan kaliteli Türk menşeli deri giyim ürünleri Asya ve Avrupa ülkelerinde yoğun talep görmektedir. Türkiye'nin deri giyim sektöründeki en büyük ihrac pazarları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4
Türkiye'nin Deri Giyim Sektöründeki En Büyük İhrac Pazarları

| ÜLKE | 2017 | 2018 | 2019 | Değişim (2018-2019) | Pay (2019) |
|-----------|------------|------------|------------|------------------------|---------------|
| Almanya | 25.564.311 | 19.691.131 | 20.451.986 | 3,9 | 14,6 |
| Fransa | 20.049.429 | 19.182.273 | 16.667.920 | -13,1 | 11,9 |
| ABD | 12.658.281 | 13.375.484 | 14.446.582 | 8,0 | 10,3 |
| Hollanda | 8.651.356 | 10.903.221 | 13.494.372 | 23,8 | 9,6 |
| Rusya | 9.723.287 | 11.235.490 | 9.366.828 | -16,6 | 6,7 |
| İtalya | 12.205.129 | 10.180.376 | 9.146.494 | -10,2 | 6,5 |
| İspanya | 5.939.768 | 3.031.521 | 4.342.911 | 43,3 | 3,1 |
| İngiltere | 4.920.451 | 4.202.461 | 4.050.823 | -3,6 | 2,9 |
| İsveç | 1.840.962 | 3.761.676 | 3.981.200 | 5,8 | 2,8 |
| Irak | 2.399.424 | 2.609.713 | 3.830.909 | 46,8 | 2,7 |

Kaynak: TÜİK, (2018).

Türkiye deri sanayicileri, 1990'ların sonlarından itibaren Avrupa ve Ortadoğu'da yeni pazar arayışlarına girmiş, Avrupa ve Ortadoğu'da önemli pazarlar elde etmiştir. Deri giyim sektöründe verilen yıllar itibariyle en büyük ihracat artışları Irak'la gerçekleşirken, ikinci büyük ihracat artışları ise İspanya ile gerçekleşmiştir. Buna karşın Türkiye'nin toplam deri giyim ihracatlarından en büyük pay alan ülkeler ise Almanya, Fransa ve ABD olmuştur.

Türkiye'nin küresel deri pazarlarında öne çıktığı bir diğer sektör ise saraciyeye sektörü (deriden kösele ürünleri) olmuştur. Türkiye'nin saraciyeye sektöründeki en büyük üretim ve

toptan satış merkezleri İstanbul'un Eminönü ilçesindeki Mercan, Gedikpaşa ve Laleli olmuştur. Anılan merkezlerde çok sayıda fabrika satış mağazaları ve küçük mağazalar faaliyet göstermektedir. Türkiye yerel pazarlarındaki saraciye ürünlerine olan talep büyük ölçüde karşılanabilmektedir. Bununla birlikte Türkiye deri sanayisi bu sektörde küresel pazarlardaki payını da belli seviyelere çıkarabilmiştir. Saraciyelik eşya (deri seyahat eşyaları) ihracatındaki en büyük pazar alanları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5
Türkiye'nin Saraciye Sektöründeki En Büyük İhraç Pazarları

| ÜLKE | 2017 | 2018 | 2019 | Değişim (2018-2019) | Pay (2019) |
|-----------|------------|------------|------------|------------------------|---------------|
| İtalya | 19.373.373 | 36.909.957 | 40.569.540 | 9,9 | 22,0 |
| İngiltere | 21.387.137 | 18.071.376 | 14.489.808 | -19,8 | 7,9 |
| Almanya | 16.608.000 | 9.894.631 | 12.558.052 | 26,9 | 6,8 |
| Fransa | 9.822.261 | 8.312.125 | 10.255.164 | 23,4 | 5,6 |
| Irak | 10.517.975 | 11.067.638 | 9.917.116 | -10,4 | 5,4 |
| İsviçre | 4.847.988 | 10.730.059 | 8.759.464 | -18,4 | 4,8 |
| İspanya | 4.185.026 | 5.101.305 | 8.623.290 | 69,0 | 4,7 |
| ABD | 3.926.918 | 5.903.627 | 8.175.397 | 38,5 | 4,4 |
| Hollanda | 2.382.765 | 5.588.138 | 5.896.375 | 5,5 | 3,2 |
| İsrail | 2.744.910 | 2.613.121 | 3.360.457 | 28,6 | 1,8 |

Kaynak: TÜİK, (2018).

Türkiye saraciye sektörü ihracatlarındaki en büyük artışlar İspanya'ya gerçekleşirken, sektör ihracatlarındaki diğer önemli artışlar ABD, İsrail, Fransa gibi ülkelere gerçekleşmiştir. Buna karşın Türkiye'nin saraciye sektörü ihracatlarındaki en büyük pay %22,0'lık pay ile İtalya olurken, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi Batılı ülkeler ise bu sektördeki diğer önemli pazar alanları olmuşlardır.

4. Deri ve Lojistik Sektörü İlişkisi

Lojistik, dünyanın küresel bir pazar haline gelmesiyle uluslararası alanda önem kazanmaya başlamıştır. Lojistik, küreselleşmeyle birlikte üretilen mal ve hizmetlerin en doğru yer, belirtilen zaman ve en iyi miktarda planlı ve etkili bir şekilde düşük maliyetle maksimum hizmet ulaştırması adına büyük öneme sahiptir (Akçacı vd., 2020: 576).

Dericilik, kişinin doğası gereği giyinme ihtiyacını karşılaması adına çeşitli ihtiyaçlarından doğmuş bir sektördür. Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ve deri sektörünün endüstriyelmesiyle hızlı bir üretim aşamasına geçilmiş ve insanların ihtiyaçlarını

karşılamaya başlamıştır. Böylece deri sektörünün küreselleşmesi hız kazanmıştır. Tüm bu faaliyetlerin hız kazanmasıyla birlikte deri sektöründe lojistik ihtiyaçlar ortaya çıkmış ve üretilen malların planlanması, taşınması ve depolanması gibi lojistik faaliyetler önem kazanmıştır (Hacıbektaşoğlu, 2020: 93).

Türkiye deri sanayisinde lojistik birtakım sorunlar yaşanmakta ve bu yüksek navlun (taşıma hizmeti karşılığında gemi şirketlerine ödenen ücret) ücretleri ile şekillenmektedir. Özellikle de yeni mevzuat çalışmaları, mevzuatın açık, anlaşılabilir ve uygulanabilirliği konusundaki tereddütler, bürokraside karar alma sürecindeki yaşanan belirsizlikler, kurumlar arası yaşanan anlaşmazlıklar deri sektöründeki ticareti olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca Türkiye’de hayvancılık sektörünün gerilemesiyle ayakkabı sektöründe bir zamanlar kullanılan yerli ham deri de avantajını yitirmiştir. Bu nedenle günümüz lojistik anlayışı ve rekabeti nedeniyle küresel deri pazarlarında yerli ham deri kullanımı bir avantaj olmaktan çıkmıştır. (Yusubov, 2007: 135).

1990’ların başlarında SSCB ile Doğu Blokundan kopan ülkelerin küresel pazarlara dâhil olmalarıyla birlikte bu ülkelerdeki pazar fırsatını en iyi şekilde değerlendiren Türkiye deri sanayisi bu alanda büyük yatırımlar yapmış ve deri pazarında önemli bir konuma ulaşmıştır. 1990’ların sonlarından itibaren ise rotayı Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Uzakdoğu pazarlarına çeviren Türkiye deri sanayisi, günümüzde bu pazarlara yönelik olarak çok pahalı olmayan, ancak kaliteli deri mamulleriyle varlığını sürdürmektedir. Dolayısıyla Türkiye deri sanayisi, kaliteli deri mamulleriyle küresel pazarlarda yoğun talep görmekte ve bu sebeple lojistik sektörüyle de yoğun ilişki içerisinde bulunmaktadır. Küresel deri pazarlarında Çin, her ne kadar üretim ve ihracat hacmi bakımından en büyük paya sahip olan ülke olsa da Çin menşeli deri mamulleri kalite bakımından Türkiye menşeli deri mamullerinin gerisinde kalmaktadır. Hatta Türk deri mamulleri kalitesi bakımından bu sektörde referans olarak kabul edilen İtalyan menşeli deri mamullerine oldukça yakın kalitededir. Söz konusu gelişmeler sayesinde Türkiye deri sanayisinde ciddi bir bilgi ve tecrübe birikimi yaşanmıştır. Türkiye deri sanayisinin yılların vermiş olduğu bilgi ve tecrübesi sayesinde 2020 yılı itibariyle toplamda 220 milyar dolarlık küresel deri ticaretinde Çin ve İtalya’dan sonra gelen üçüncü büyük üretim ve ihracat hacmine sahip ülke olmuştur. Hatta deri mamullerinin kalitesi açısından kendi bölgesinde İtalya ile birlikte ikinci büyük ülke olmuştur. Özellikle kürk ve deri giyim sektörlerinde küresel pazarlarda söz sahibi olan ülkelere biridir. Bu bakımdan kürk giyim sektöründe Türkiye küresel pazarlardaki en büyük beşinci üretici ve ihracatçı ülke konumunda iken, deri giyim

sektöründe ise yedinci sırada yer almaktadır. Yine küçükbaş deri işleme sektöründe ise İtalya, Çin ve Hindistan'dan sonra en büyük dördüncü ülke konumundadır.

Türkiye deri sanayisi ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçekli deri kuruluşlarından oluşmakla beraber, söz konusu kuruluşlardan yapılan ihracatlar çeşitli lojistik firmaları ile yapılan iş birliği kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bununla beraber Türkiye'de fazla sayıda olmamakla beraber kendi lojistiğini kendisi yürüten ve antrepo (gümrüğe gelen malların koruma amacıyla depolandığı yer) bulunan deri kuruluşları da faaliyet göstermektedir. Yine kendi bünyelerinde gümrükleme şirketleri kurup, hatta gümrük müşaviri istihdam eden deri kuruluşları da bulunmaktadır. Türkiye'de küçük ve orta büyüklükteki deri kuruluşları ise gümrükleme konusunda dış kaynak kullanmaktadırlar. Türkiye'den AB, Rusya, Ortadoğu, Kuzey Afrika, Uzakdoğu ve Kuzey Amerika gibi çeşitli pazar alanlarına deri mamulleri ihracatı gerçekleşmektedir. Bunlardan komşu ülkelere veya karayolu bağlantısının bulunduğu bölgelere yapılan ihracatlar da ağırlıklı olarak kara yolları tercih edilirken, deniz veya hava yolu taşımacılığı ise ancak Uzakdoğu ve Kuzey Amerika gibi denizaşırı ülkelere gelecek siparişlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Yine komşu ülke veya bölge pazarlarında acil ihtiyaç duyulan kısa zamanlı siparişlerde hava yolu taşımacılığı tercih edilen ulaştırma türlerindedir (Lojistikhattı, 2014).

Küresel pazarlara yapılan ihracatlar da belge temini, liman hizmetleri, depolama alanlarının yetersizliği, yurtiçi taşıma bedelleri gibi doğrudan masraflar ile liman ve gümrük hizmetlerindeki gecikme ve taşımacılıkta yaşanan zaman kayıpları gibi dolaylı maliyetler de bulunmaktadır. Söz konusu doğrudan ve dolaylı maliyetler Türkiye'den küresel pazarlara yapılan ihracatlardaki en büyük dezavantajlar olarak tespit edilmiştir. İhracat pazarlarının korunması açısından lojistik dağıtım altyapısının gelişen koşullara hızla uyum sağlayacak şekilde yeniden yapılandırılması ve mevcut toptancı alıcıların yeni düzene ayak uyduramama riskine karşılık, tüketiciye ulaşacak dağıtım kanallarının ve markalaşmanın rekabet yoğunlaşmadan sağlanması gerekmektedir (Yusubov, 2007: 153).

5. Sonuç

Türkiye deri sanayisi sahip olduğu birikim, tecrübe ve ihracat potansiyeli bakımından küresel pazarlara üretim yapan en büyük ülkelerden biridir. Türkiye deri sanayisi üretim ve ihracat potansiyeli açısından tekstil sektöründen sonra gelmektedir. Bu bakımdan ülke ekonomisine sağlamış olduğu döviz girdisinin yanında, yaratmış olduğu istihdam alanı ile de ülke ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır.

Türkiye deri sanayisi, küresel pazarlarda birçok ülke ile de rekabet halindedir. Ancak Türkiye'nin jeolojik yapısı ve iklim özellikleri hayvancılığa oldukça elverişli olmasına rağmen, uygulanan politikalar sebebiyle hayvancılık sektörü giderek karlı bir iş olmaktan çıkmakta ve hayvan sayıları giderek azalmaktadır. Bu nedenle ülke içerisindeki mevcut hayvan sayısının azalması yerel kaynaklardan toplanan ham deri miktarının da azalmasına ve kalitesinin düşmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla Türkiye deri sanayisinin küresel pazarlardaki en büyük dezavantajı yerel kaynaklardan toplanan ham deri miktarının ve kalitesinin normal değerlerin oldukça altında olmasıdır. Sonuçta Türkiye'de faaliyet gösteren yüzlerce deri kuruluşu ihtiyaç duyulan ham derileri yabancı pazarlardan temin etmekte ve durum küresel pazarlarda Türkiye deri sanayisinin önüne dezavantaj olarak çıkmaktadır.

Türkiye deri sanayisi mevcut üretim hacmiyle küresel pazarlarda önemli bir konuma sahiptir. Kalifiye eleman, bilgi, tecrübe, alt yapı, arıtma tesisleri ve üretim kapasitesiyle rakip ülkelere karşı büyük avantajlara sahiptir. Dolayısıyla Türkiye deri sanayisi söz konusu avantajları en iyi şekilde değerlendirdiği takdirde, gelecek yıllarda küresel deri pazarlarındaki yerini korumakla kalmayacak, Çin ve İtalya gibi bu sektördeki öncü ülkelerin de en büyük rakibi olacaktır. Dolayısıyla gerekli Ar-Ge yatırımlarının yapılması, yeni ihracat pazarlarının bulunması, daha kaliteli ve daha ucuz deri mamullerinin geniş bir yelpazede üretilerek küresel pazarlara sürülmesi Türkiye deri sanayisinin küresel pazarlardaki varlığını sürdürmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Sonuç olarak, üretilen mal ve hizmetlerin sorunsuz olarak küresel pazarlara gönderilmesi bu malın kalitesi ve fiyatı kadar önemlidir. Lojistik hizmetlerle üretilen malın olabildiğince hızlı, güvenilir ve düşük maliyetle sanayiden pazarlara ulaştırmak deri sektörü için piyasada rekabet gücünü artıracaktır. Sonuç olarak deri ve lojistik sektörlerinin büyümeleri çift yönlü bir sinerji yaratarak ülke ekonomisine olumlu katkılar yaratacaktır.

YAZARLARIN BEYANI

Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çatışma Beyanı: Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

KAYNAKÇA

- Akbulak, C. (1999). *Türkiye’de deri sanayii ve Biga Deri Sanayii’ne coğrafi bir bakış*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akçacı, T., Çınaroğlu, M. S. & Çavuşoğlu, A. (2020). Kilis ilinin lojistik açıdan değerlendirilmesi ve kurulması düşünülen Medine Pazarı’nın şehre etkileri. *Asia Minor Studies*, 8 (2), 575-590.
- DPT, (1979-1983). *Dördüncü beş yıllık kalkınma planı*. Ankara.
- DPT, (2000). *Deri ve deri mamulleri sanayii özel ihtisas komisyonu raporu*. Ankara.
- Hacıbektaşoğlu, B. (2020). *Lojistik sektörü ve lojistik süreçlerinin sağladığı maliyet ve işgücü avantajları: Tekstil sektörü üzerine bir inceleme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ILO. (1992). *Employment and working conditions and competitiveness in the leather and footwear industry*. Report II, Geneva.
- İstanbul Sanayi Odası. (2004). *Deri ve deri ürünleri ayakkabı: Ayakkabı yan sanayii ve suni deri sektörü*. Türkiye Kalkınma Bankası Yayınları.
- Karau, M. D. (1969). *Germany’s defeat in The First World War*. ABC-CLIO.
- Lojistik Hattı. (2014). Deri ve lojistik sektörünün dokusu ihracatta uyuyor. 27 Aralık 2020, <http://www.lojistikhatti.com/haber/2014/08/deri-ve-lojistik-sektorunun-dokusu-ihracatta-uyusuyor>.
- Memedovic, O. & Mattila, H. (2008). The global leather value chain: The industries, the main actors and prospects for upgrading in LDCs, *International J. Tehcnologies Learning, Innovation and Development*, 1 (4), 482-519.
- Özdemir, M. (2004). *Geçmişte ve günümüzde el sanatları çerçevesinde üretilen deri ürünleri bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özdemir, M. (2007). Türk kültüründe dericilik sanatı. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*. 20, 66-68.
- Pfister & Vogel Tanning Company. (2001). *Interm Historic Study Report*. City of Milwaukee, USA.
- Riello, G. (2002). *The boot and shoe trades in London and Paris in the long eighteenth century*. (Unpublished Doctoral Thesis). University College London, England.
- Schnitzer, J, G. (1935). *Leather world production and international trade*. Trade Promosion Series-No.157, Washington, USA.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı, (2016). *Deri ve deri mamulleri sektörü*. Ankara.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013). *Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018*. Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı, (2020). *Deri ve Deri Mamulleri Sektörü Raporu*. Ankara.
- TÜİK. (2018). Yıllık sanayi ve hizmet istatistikleri. 20 Aralık 2020, https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1035.
- Yerlitaş, O. (2013). *Osmanlıdan Cumhuriyete Sümerbank Beykoz deri ve kundura fabrikası*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yusubov, A. (2007). *Türk dış ticaretinde deri sektörünün yeri ve Rus deri sektörü ile karşılaştırmalı analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.