



Güney Kore



DERİ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Eylül 2025

Raporu Hazırlayan: Seul Ticaret Müşavirliği

1. Ülke Pazarında Deri Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Güney Kore'nin deri endüstrisi; giyim, ayakkabı, çanta, aksesuar, mobilya kaplamaları gibi geniş bir ürün yelpazesini kapsayan, hem hakiki hem de yapay/vegan deri ürünlerini içeren çok katmanlı bir sektördür. Sektörde hem yüksek kaliteli el işçiliğine dayalı üretim hem de ileri teknoloji ile donatılmış seri üretim altyapısı bir arada bulunmaktadır.

Deri ve ilgili ürünler pazarında, 2025 yılı itibarıyla toplam çıktı büyüklüğünün 3,47 milyar ABD doları, katma değerinin ise 1,65 milyar ABD doları olması beklenmektedir. Bu doğrultuda, sektördeki işletme başına ortalama üretim hacmi 8,03 milyon ABD doları seviyesindedir. Sektörde yaklaşık 433 işletme faaliyet göstermekte olup, bu firmalarda istihdam edilen kişi sayısının yaklaşık 9.000 olduğu tahmin edilmektedir. Sektördeki yıllık bileşik büyüme oranının (CAGR) ise önümüzdeki dönemde %0,74 ile %0,96 arasında değişmesi beklenmektedir.

Diğer yandan, sadece hakiki deri segmentine odaklanan analizler, Güney Kore hakiki deri pazarının 2024 itibarıyla yaklaşık 5 milyar ABD doları büyüklüğe ulaştığını ve 2033 yılına kadar bu rakamın 7 milyar ABD doları seviyelerine çıkabileceğini göstermektedir. Bu kapsamda yıllık ortalama büyüme oranının yaklaşık %4,5 düzeyinde seyretmesi beklenmektedir.

Başlıca üretim bölgeleri Gyeonggi, Chungcheong ve Gyeongsang eyaletlerinde yoğunlaşmakta; bu bölgelerde geleneksel teknikler ile modern üretim sistemleri bir arada kullanılmaktadır. Güney Kore deri sanayisi, aynı zamanda sürdürülebilir ve çevre dostu üretim uygulamaları konusunda da gelişmiş bir altyapıya sahiptir. Vegan deri, biyobazlı malzemeler, yapay zekâ destekli üretim sistemleri ve nano kaplama teknolojileri, sektörde öne çıkan yenilikler arasında yer almaktadır.

Bu çerçevede Güney Kore, Asya'nın önde gelen deri üretim merkezlerinden biri haline gelmiş; hem yerel pazarda artan lüks tüketim talebi hem de gelişen ihracat kapasitesiyle dikkat çekmektedir. Özellikle Avrupa, Kuzey Amerika ve diğer Asya ülkelerine yapılan yüksek kaliteli ürün ihracatı sayesinde, Kore deri sektörü uluslararası pazarda önemli bir aktör konumuna gelmiştir. Ayrıca deri makineleri ve yedek parça üretimi gibi sektöre bağlı yan sanayiler de güçlü bir büyüme ivmesi yakalamıştır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Güney Kore hakiki deri sektöründe, dayanıklılık, kalite ve tüketici tercihleri gibi unsurlar dikkate alınarak yaygın bir biçimde dana ve kuzu/koyun derisi ürünler kullanılmaktadır.

Koyun derisinin yanı sıra kuzu derisi de özellikle yumuşak, esnek ve ince dokulu olması, daha pürüzsüz bir yüzeye sahip olması ve hafifliği nedeniyle tercih edilmekte; Güney Kore pazarında, sıklıkla İtalya, İspanya, Hindistan, Fransa, Pakistan ve ABD menşeli ürünler yer almaktadır. Ürünlerin kaynak ülkelerinde Hindistan ve Pakistan gibi coğrafi olarak yakın ve ucuz pazarların yanı sıra Avrupa ülkelerinin de yer alması aynı zamanda kalite ve markalaşmanın da pazarda tüketim tercihleri açısından dikkate alınan unsurlar arasında yer aldığı izlenimini oluşturmaktadır.

Diğer taraftan, Güney Kore pazarında, dana derisi dayanıklılığı, kullanım alanlarının yaygınlığı ve geniş fiyat aralığı gibi unsurlarla ön plana çıkmakta olup, dana derisinde İtalya'nın yanı sıra Türkiye'nin de Güney Kore pazarında ön plana çıkan menşe ülkeler arasında yer aldığını göstermektedir.

Bu çerçevede, hakiki deri ürünlerin Güney Kore pazarına ihraç edildiği ülkelerin coğrafi çeşitliliği ve ürün yelpazesinin genişliği, ürünlerin metrekare fiyat aralıklarında da çeşitlilik yaratmaktadır. Nihai tüketicilere sunulmadan önce, ham haldeki dana derisi ürünlerin metrekare fiyatı yaklaşık 6.000 ile 20.000 Kore wonu arasında seyrederken, kuzu ve koyun derisi ürünler yaklaşık 2.000 ile 18.000 Kore wonu arasında alıcı bulabilmektedir.

Aşağıdaki tabloda, ürün fiyat yelpazesi, kalitelerine göre ürün çeşitleri, işleme tekniklerine göre ürünlerin türleri, ithal edildiği menşe ülkeler, ön plana çıkan temel özellikleri yer almaktadır.

Kategori	Dana Derisi (Cowhide)	Kuzu Derisi / Koyun Derisi (Lambskin / Sheepskin)
Fiyat Aralığı	Yaklaşık 6.050 ~ 19.800 KRW/m²	Yaklaşık 2.640 ~ 18.150 KRW/m²
Ortalama Fiyat	Yaklaşık 9.000 ~ 11.000 KRW/m² (düz yüzeyli modeller)	Yaklaşık 7.000 ~ 9.000 KRW/m² (nubuk/folyo/düz yüzeyli)
Yüksek Fiyatlı Ürünler	Nubuk Crinkled Dana Derisi, Kırışik İnci Görünümlü Piton Desenli Dana Derisi (Crink Pearl Python) (19.250~19.800 KRW)	Çift taraflı Mustang Yünlü Kuzu Derisi (18.150 KRW)
Düşük Fiyatlı Ürünler	Yumuşak dana derisi (ör. Daytona, Trejo: 6.050 ~ 6.600 KRW)	Hindistan menşeli yumuşak kuzu derisi: 2.640 KRW/m² 'dan başlar
İşleme Türleri	Nubuk, kırışik doku, desenli, parlak yüzey, piton baskı, sade yüzey	Metalik folyo, çift taraflı yün, çift renk boya, süet, yarı mat
Menşe Ülkeler	Çoğunlukla İtalya , bazıları Türkiye	İtalya, İspanya, Hindistan, Fransa, Pakistan, ABD
Renk Seçenekleri	Bazı ürünlerde 46 renge kadar (ör. Trejo)	Genellikle 5–6 renk, Hindistan ürünlerinde 1–3 renk
Dikkat Çeken Özellikler	- Ağırlıklı olarak İtalya üretimi - Türkiye menşeli nubuk kırışik modeller de var	- Mustang, folyo kaplama gibi premium ürünler - Hindistan'dan uygun fiyatlı çeşitler bulunur

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmaları ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Güney Kore, hakiki deri sektöründe, yüksek fiyatlı, kaliteli çanta, ayakkabı gibi pek çok ürünle ön plana çıkmakla birlikte ülkedeki yerel üretimin sınırlı bir düzeyde seyretmesi, alana yönelik ortak bir şekilde hareket eden organizasyonel yapılanmaların da sınırlı kalmasına ve sektördeki dernek, birlik gibi kuruluşların az sayıda bulunmasına sebebiyet vermiştir.

Hakiki deri işlenmesine ve bu ürünlerden üretilen nihai ürünlere yönelik yapılanmalar genellikle sektör mensuplarının haklarının korunması, yasal ve düzenleyici çerçevenin geliştirilmesine çalışılması, sektörün genişletilmesi ve tanıtılması, alana yönelik Güney Kore'de her sektörde ön

planda tutulan bilgi, teknoloji ve Ar-Ge faaliyetlerinin geliştirilmesi, etik konularda yol gösterilmesi gibi çalışmalar yürütmektedir.

Bu kapsamda, sektöre ve ilgili alanlara yönelik daha detaylı bilgi almak için başvurulabilecek mezkûr alanda faaliyet gösteren Kore Deri Tabakhaneciler (Tabaklayıcıları) Birliği, Kore Tekstil Ticaret Birliği, Kore Malzeme Bütünleştirme Teknolojisi Enstitüsü (KIMCO) ve Kore Ayakkabı Sanayileri Birliği (KFIA) bilgileri aşağıda yer almaktadır.

Korea Tanner's Association

<http://www.leather.or.kr/history.htm>

Korea Textile Trade Association

<https://www.textra.or.kr/en>

Korea Institute of Materials Convergence Technology(KIMCO)

<https://www.kimco.re.kr/en>

Korean Footwear Industries Association (KFIA)

<http://www.footwear.or.kr/>

Başlıca Firmalar:

Güney Kore'deki deri firmaları arasında küçük ve orta ölçekli, yalnızca Kore içerisinde dağıtım olanakları bulunan yerel nitelikli firmaların yanı sıra dünyada kısa sürede hızlı bir biçimde markalaşma niteliği gösteren küresel açıdan önde gelen deri üreticileri de yer almaktadır.

Deri ürünleri alanında uzmanlaşmış bazı Güney Kore menşeli firmalar aşağıda listelenmiştir.

DAE IL Leather

Özellik: Timsah, devekuşu, yılan, kanguru ve keçi derisi gibi yüksek kaliteli malzemeleri üreten, özel deri üretiminde uzmanlaşmış bir firmadır.

<https://www.daeilleather.com/>

Donglim Leather

Özellik: 1974'ten beri faaliyet gösteren; çevre dostu ve ciltte tahrişe neden olmayan hakiki deri üretimi yapan bir firmadır.

<http://www.donglimleather.co.kr/>

Hansung Leather

Özellik: geleneksel İtalyan tarzı yüksek kaliteli deriyi Güney Kore'de doğrudan işleyip üretim yapan bir firmadır.

http://hsleather.net/?n_media=27758&n_query=%ED%95%9C%EC%84%B1%ED%94%BC%ED%98%81&n_rank=1&n_ad_group=grp-m001-01-000001944860947&n_ad=nad-a001-01-000000001694726&n_campaign_type=1&n_ad_group_type=1&n_match=2

Simone Holdings

Özellik: dünyada önde gelen lüks tüketime yönelik deri çanta üreticileri arasında yer almaktadır.
<http://www.simone.co.kr/eng/>

White Industry

Özellik: yüksek kaliteli dana derisi kumaş üreticisidir.
<https://www.whtind.co.kr/eng/#secondPage>

Snk Tannery

Özellik: yüksek kaliteli ince deri üreticisidir.
<https://www.snktannery.com/aboutus.html>

1.4 Deri Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Güney Kore'deki deri ürünleri, ağırlıklı olarak çevrim içi alışveriş siteleri ve uzman mağazalar aracılığıyla perakende olarak satılmaktadır. Toptan satışlar ise başlıca dış ticaret firmaları ve toptancılar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Seul'deki Namdaemun ve Dongdaemun pazarları, önde gelen toptan ticaret merkezleri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle Dongdaemun bölgesi, civarda bulunan pek çok alışveriş merkezi, ayakkabı toptancıları pazarı ve perakende mağazaları ile Seul'de yer alan, yerel üretici ve satıcıların yoğunlukta bulunduğu bir merkez konumundadır.

Ayrıca, ayakkabı sektörünün yanı sıra deri ürünlerin kullanıldığı giyim sektöründe de Itaewon bölgesi, özel dikim terziler ve lüks moda deri butiklerinin bulunduğu bir bölge olarak ön plana çıkmaktadır.

Öte yandan, teknolojinin gelişmesi, büyük şehirlerde yaşanan zaman sıkıntısı, satın alma ve iade işlemlerindeki kolaylıklar gibi nedenlerle son yıllarda e-ticaret platformları üzerinden yapılan satışlar da hızla artmaktadır.

Perakende Satış:

1. LeatherFeel

İtalyan ve Kore menşeli sebze tabaklanmış deri, dana, keçi, koyun derisi gibi çeşitli doğal deriler satılmaktadır.

Online mağaza: leatherfeel.kr

2. Leatherrang

İthal deri, hakiki deri ve deri işçiliği araçları satışı

Online mağaza: leatherrang.com

3. MyLeatherTool

Kore ve İtalya'dan ithal edilmiş buzağı derisi, desenli deri ve el aletleri

Online mağaza: myleathertool.com

Toptan Satış:

1. DH Leather

Metreyle veya parça hâlinde doğal deri, DIY kitleri, artık deri satışı

İtalya ve Türkiye menşeli balmumlu sebze tabaklanmış deriler
Web sitesi: dhleather.co.kr

2. Seongan Trading

Saffiano tipi deri ve desenli büyükbaş derisi satışında uzman

Online satış: campnews.co.kr

3. Dayang Trading

Yapışkanlı süet, astarlık kumaşlar, özel kaplama malzemeleri

Online mağaza: leathercrafttool.co.kr

4. MacStyle – Dongdaemun

365 gün toptan satış, deri kumaş odaklı

2. Güney Kore'nin Sektörde Dış Ticareti¹

2.1 Deri Sektöründe Güney Kore'nin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Güney Kore, yüksek gelir düzeyine sahip bir ekonomi olarak, tekstil, ayakkabı ve aksesuar üretiminde deri ürünlerinin kullanımına büyük önem vermektedir. Bu alanlarda fiyat ve tasarımın yanı sıra kalite ve markalaşma unsurları da ön planda değerlendirilmektedir.

Bu doğrultuda, hem iç pazar talebini hem de ihracat ihtiyacını karşılayabilmek amacıyla, yerli ham madde kaynaklarının yetersizliği nedeniyle, hakiki deri üretiminde öne çıkan ülkelerden işlenmeye hazır ham deri ithalatı yapılmaktadır. İthalat yaptığı ülkeler arasında 2024 yılı istatistikleri çerçevesinde İtalya, Brezilya ve Çin ilk sıralarda yer alırken, Türkiye yedinci sırada bulunmaktadır.

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) 2024	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	İtalya	37.648.014	38.59
2	Brezilya	23.854.520	24.46
3	Çin	15.448.102	15.83
4	Hindistan	6.053.662	6.21
5	Tayland	3.822.573	3.92
6	İspanya	2.096.518	2.15
7	Türkiye	1.428.703	1.46
8	Arjantin	1.397.044	1.43
9	Vietnam	1.141.556	1.17
10	Japonya	729.204	0.75

¹ Sektöre yönelik daha geniş bir çerçeve sunulması amacıyla bu bölümde GTİP (HS) Kodu: 4107 olarak alınmıştır.

2.2 Deri Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Ülkenin ihracatında pek çok sektörde yer alan Kore kaynaklı firmanın üretim tesislerinin de bulunduğu Vietnam, Kamboçya, Endonezya, Çin gibi ülkeler ön plana çıkmaktadır.

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) 2024	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Vietnam	62.556.345	27.39
2	Kamboçya	53.695.857	23.51
3	Endonezya	28.443.589	12.45
4	Çin	24.820.251	10.87
5	Filipinler	24.167.230	10.58
6	Myanmar	8.618.063	3.77
7	Hong Kong	8.257.295	3.62
8	Bangladeş	6.851.691	3.00
9	Hindistan	6.391.867	2.80
10	Amerika Birleşik Devletleri (ABD)	1.507.228	0.66

2.3 Deri Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Güney Kore'nin 2020–2024 yılları arasında 6 haneli gümrük tarife kodları (HS Code) bazında gerçekleştirdiği deri ve deri mamulleri ithalat verileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Veriler, geneli itibarıyla sığır ve at postları ile çeşitli işlenmiş deri türlerini, deri giyim eşyalarını ve aksesuarlarını kapsamaktadır.

Özellikle 410711, 410792 ve 420310 kodlu kalemlerdeki yüksek ithalat rakamları, Güney Kore'nin hem yarı işlenmiş ham deri hem de işlenmiş deri ürünlerine yönelik talebinin sürdüğünü göstermektedir.

2024 yılında toplam ithalat hacmi son beş yılda genel bir düşüş eğilimi olduğunu işaret etmektedir. Bununla birlikte, 2024'te 410712 kodlu kalemdede dikkat çekici bir artış gözlenmiştir.

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri 2024 (\$)	Türkiye'den İthalatı 2024 (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
410792	Sığır (buffalo dahil) ve at post ve derilerinden diğerleri; yarma, kenarlar dahil;	37.341.037	260.680	0.70
410712	Sığır (buffalo dahil) ve atların dabalıanmış ve hazırlanmış bütöün haldeki yarma post ve derileri	34.936.586	193.146	0.55
410799	Sığır ve atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış, parçalanmış haldeki diğér deri ve köselelerini, kenarlar dahil (sırçalı ve yarma olmayan)	11.272.152	128.452	1.14
410719	Sığır Ve Atların Tabaklama Veya Ara Kurutmadan Sonra İleri Derecede Hazırlanmış Bütöün Haldeki Diğér Deri Ve Köseleleri (Sırçalı Ve Yarma Olmayan)	6.789.832	124.626	1.84
410791	Sığır ve atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış, parçalanmış haldeki sıçıl deri ve köseleleri, kenarları dahil	3.700.478	21.376	0.58
410711	Sığır (buffalo dahil) veya atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış deri ve köseleleri, parşömene edilmiş deri dahil, kılları alınmış, parçalanmış olsun olmasın	3.517.442	700.423	19.91
420310	Deri Giyim Eşyası (Tabii Veya Terkip Yoluyla Elde Edilen Deri Ve Köseleden)	82.925.317	4.376.730	5.28
420330	Deri ve köseleden bel kemeri, kılıç kayışı, palaskalar	76.560.957	32.970	0.04
420321	Spor Eldivenleri (Tabii Veya Terkip Yoluyla Elde Edilen Deri Ve Köseleden)	41.440.153	0	0
420329	Tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden yapılan spor dışı deri eldivenleri, tek parmaklı eldivenler ve parmaksız eldivenleri	22.024.535	6.945	0.03
420340	Tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden yapılmış giyim eşyası aksesuarlarını kapsar. kemerler, bileklikler, toka ve benzeri aksesuarları	1.803.340	81.486	4.52

2.4 Deri Sektöründe Güney Kore'nin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

2024 yılı itibarıyla Güney Kore'nin deri sektöründe en fazla ihracat yaptığı ürünler, çoğunlukla sığır ve at postlarından elde edilen işlenmiş ya da yarı işlenmiş deriler ile deri giyim ve aksesuar ürünlerinden oluşmaktadır. Nitekim en yüksek ihracat geliri, yaklaşık 204 milyon ABD doları ile HS 410792 kodlu ürün grubunda gerçekleşmiştir.

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri 2024 (\$)	Türkiye'ye İhracatı 2024 (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
Sığır (buffalo dahil) ve at post ve derilerinden diğerleri; yarma, kenarlar dahil;	410792	204.084.979	0	0
Sığır ve atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış, parçalanmış haldeki diğer deri ve köselelerini, kenarlar dahil (Sırçalı ve yarma olmayan)	410799	17.526.310	0	0
Sığır Ve Atların Tabaklama Veya Ara Kurutmadan Sonra İleri Derecede Hazırlanmış Bütün Haldeki Diğer Deri Ve Köseleleri (Sırçalı Ve Yarma Olmayan)	410719	3.179.996	0	0
Sığır ve atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış, parçalanmış haldeki sıçıl deri ve köseleleri, kenarları dahil	410791	2.146.958	0	0
Sığır (buffalo dahil) ve atların tabaklanmış ve hazırlanmış bütün haldeki yarma post ve derileri	410712	1.219.930	0	0
Sığır (bafalo dahil) veya atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış deri ve köseleleri, parşömene edilmiş deri dahil, kılları alınmış, parçalanmış olsun olmasın	410711	230.244	0	0
Deri Giyim Eşyası (Tabii Veya Terkip Yoluyla Elde Edilen Deri Ve Köseleden)	420310	18.211.557	6.373	0.03

Ürün Adı	Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	İhracat Değeri 2024 (\$)	Türkiye'ye İhracatı 2024 (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
Spor Eldivenleri (Tabii Veya Terkip Yoluyla Elde Edilen Deri Ve Köseleden)	420321	5.549.519	0	0
Deri ve köseleden bel kemeri, kılıç kayışı, palaskalar	420330	2.482.108	13	0.0005
Tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden yapılan spor dışı deri eldivenleri, tek parmaklı eldivenler ve parmaksız eldivenleri	420329	488.875	90	0.02
Tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden yapılmış giyim eşyası aksesuarlarını kapsar.	420340	404.840	73	0.02

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer)

3.1 Sektörde Ülkemizin Güney Kore'ye İhracatı (\$)

2020–2024 dönemi verilerine göre, Türkiye'nin Güney Kore'ye ihracatına ilişkin genel eğilim incelendiğinde, küresel talep dalgalanmaları, pandemi, Güney Kore'deki üretim tercihlerinin değişmesi, rekabetin artması veya lojistik/zamanlamaya dayalı sorunlar nedeniyle Türkiye'nin Güney Kore'ye yönelik deri ve deri mamulleri ihracatının yakın dönemde dalgalı bir seyir izlediği gözlemlenmektedir. Nitekim nihai tüketiciye yönelik ürünlerin pazar payında ciddi bir azalma bulunmazken, ham ve yarı işlenmiş deri grubunda azalma ön plana çıkmaktadır.

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	410792	Sığır (buffalo dahil) ve at post ve derilerinden diğerleri; yarma, kenarlar dahil;	270.484	406.322	288.052	241.818	260.680
2	410799	sığır ve atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış, parçalanmış haldeki diğer deri ve köselelerini, kenarlar dahil (Sırçalı ve yarma olmayan)	590.900	499.535	468.629	261.099	128.452

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
3	410719	Sığır Ve Atların Tabaklama Veya Ara Kurutmadan Sonra İleri Derecede Hazırlanmış Bütün Haldeki Diğer Deri Ve Köseleleri (Sırçalı Ve Yarma Olmayan)	205.506	185.382	160.733	186.483	124.626
4	410791	sığır ve atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış, parçalanmış haldeki sıçıl deri ve köseleleri, kenarları dahil	41.203	32.184	55.239	32.379	21.376
5	410712	Sığır (buffalo dahil) ve atların tabaklanmış ve hazırlanmış bütün haldeki yarma post ve derileri	12.648	52.006	60	66.243	193.146
6	410711	sığır (buffalo dahil) veya atların tabaklama veya ara kurutmadan sonra ileri derecede hazırlanmış deri ve köseleleri, parşömene edilmiş deri dahil, kılları alınmış, parçalanmış olsun olmasın	1.200.707	1.642.503	1.475.125	1.138.319	700.423
7	420310	Deri Giyim Eşyası (Tabii Veya Terkip Yoluyla Elde Edilen Deri Ve Köseleden)	6.086.099	4.547.153	4.296.560	4.015.886	4.376.730
8	420321	Spor Eldivenleri (Tabii Veya Terkip Yoluyla Elde Edilen Deri Ve Köseleden)	206	0	0	0	0
9	420330	Deri ve köseleden bel kemeri, kılıç kayışı, palaskalar	61.199	76.820	90.761	40.331	32.970
10	420329	tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden yapılan spor dışı deri eldivenleri, tek	51	15.977	4.472	1.669	6.945

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
		parmaklı eldivenler ve parmaksız eldivenleri					
11	410792	tabii veya terkip yoluyla elde edilen deri ve köseleden yapılmış giyim eşyası aksesuarlarını kapsar.	280.794	406.322	288.052	241.818	260.680
	TOPLAM		8.749.797	7.864.204	7.127.683	6.226.045	6.106.028

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

4.1.1 Hedef Bölgeler ve Şehirler

Güney Kore, yüz ölçümü bakımından Türkiye'ye kıyasla daha sınırlı bir alana sahip olmakla birlikte nüfus yoğunluğu, artan teknoloji, sanayi, üretim ve tüketim çerçevesinde deri sektörünün gelişimi açısından da oldukça önemli merkezlere sahip konumdadır.

Bu çerçevede, ihracat potansiyeli bakımından önemli görülen bölge ve şehirler aşağıda sıralanmaktadır.

1. Seul

Lüks tüketim pazarının merkezi

Alışveriş merkezleri, çok markalı mağazalar, tasarımcı markalar ve el yapımı ayakkabı bölgesi (Seongsu-dong) bulunur.

Dongdaemun & Namdaemun: Geleneksel toptan ticaretin merkezi

Sinseol-dong: Deri kumaş ve yan aksesuarların toptan pazarı

Seongsu-dong: Atölye tipi el işçiliği odaklı deri üretim bölgesi

2. Gyeonggi Eyaleti

Üretim ve işleme fabrikalarının yoğunlaştığı bölge

(Örnek şehirler: Dongducheon, Uijeongbu, Gimpo)

Lojistik erişim kolaylığı, Seongnam ve Suwon'da birçok orta ölçekli marka ve depo merkezi

3. Busan

Kore'nin geleneksel deri endüstri şehri, özellikle ayakkabı ve çanta üretimi güçlü

İhracat için liman altyapısı (Busan Limanı) mevcut

Güneydoğu bölgesinin en büyük deri üretim ve işleme merkezi

4.1.2 Sektör İçindeki Potansiyel Pazarlar

Güney Kore, Türkiye'deki deri ihracatçıları açısından, farklı sektörlerle bağlantılı deri hammadde gereksinimi çerçevesinde potansiyel taşımaktadır.

Öncelikli olarak odaklanılabilecek alanlar arasında lüks moda ve hazır giyim markalarının yer aldığı değerlendirilmektedir. Özellikle, Seul merkezli çok markalı mağazalar, butik tasarımcı markaları ve yerli lüks giyim zincirleri; yüksek kaliteli hakiki deri ürünlere yönelik sürekli talep oluşturmaktadır.

Seul (Seongsu-dong) ve Busan gibi bölgelerde konumlanan ayakkabı ve çanta üreticileri; hem yerel pazara hem de ihracata yönelik üretim yapmakta olup, işlenmiş deri, yarma deri ve astarlık deri gibi girdilere ihtiyaç duymaktadır.

Güney Kore'nin temel ihracatçı olduğu alanlar içerisinde yer alan otomotiv sektörüne yönelik yan sanayi ürünler arasında, hakiki ve yapay deri ürünler bulunmaktadır. Koltuk döşemesi, direksiyon kılıfı ve iç kaplama gibi alanlarda kullanılan yüksek kaliteli deriler, otomotiv sektöründe faaliyet gösteren OEM firmaları² ve parça üreticileri için kritik öneme sahiptir.

Ayrıca iç mekân tasarımı ve mobilya üretimi için de deri kaplama (sandalye, koltuk, ofis mobilyası vb.) kullanılan malzemeler için işlenmiş deri tedarikçilerine ihtiyaç duyulmaktadır.

4.1.3 Ayrıca Dikkate Alınması Gerekenler

Teknoloji ve Kalite: Güney Kore pazarı, yüksek kaliteli ve teknolojik olarak geliştirilmiş deri yüzeylerine büyük önem vermektedir. Derinin yumuşaklığı, dayanıklılığı, renk stabilitesi ve çevre dostu işleme teknikleri gibi unsurlar satın alma tercihlerinde belirleyicidir. Özellikle “low-irritation”, “eco-friendly”, “chrome-free” gibi sertifikalar ve teknik etiketlemelere sahip ürünler ön plana çıkmakta, bu tür niteliklerin belirtilmesi pazarlama stratejileri açısından katkı sağlamaktadır.

Fiyat Rekabetçiliği: Güney Kore deri sektörü fiyat açısından oldukça rekabetçidir. Güney Koreli üreticiler ve ithalatçılar, İtalya, Brezilya ve Çin gibi tedarikçilerden oldukça farklı fiyat segmentlerinde ürünler temin etmektedir. Türkiye'nin bu pazarda sürdürülebilir bir yer edinebilmesi için rekabetçi fiyatlarla birlikte yüksek kalite standardını da sunması önemlidir.

Menşee Algısı ve Markalaşma: Kore pazarında İtalya gibi ülkelerin ürünlerinin bilinirliği, Avrupa menşeli ürünlere yönelik pozitif algının yaygınlaşmasını sağlamıştır. Türk menşeli ürünlerin “orta-yüksek kalite segmentinde ulaşılabilir fiyatlı” konumlandırılması ve AB standartlarına uygunluğun vurgulanması faydalı olacaktır.

² Orijinal Ekipman Üreticisi; bir ürünün tasarımını yapan ve bunu başka şirketlerin kendi markaları altında satacağı ürünlerin parçası olarak üretilip, doğrudan o şirketlere satan firmalardır.

4.2 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Güney Kore'ye yönelik deri ürünleri ithalatında, genel anlamda zorunlu bir sertifikasyon veya veteriner karantinası uygulaması bulunmamaktadır. Ancak, GTİP 4107 kapsamındaki ürünlerin Güney Kore'ye ithalatında çeşitli beyan yükümlülükleri mevcuttur. Ürün türü (SP) ve işlem durumu (PS) gibi teknik beyanların eksiksiz ve doğru şekilde sunulması ile zorunludur.

İthalat işlemleri sırasında ürün özellikleri, ambalaj bilgileri, kalınlık ve ebat gibi detayların gümrük beyanlarında açıkça belirtilmesi, sürecin sorunsuz ilerlemesi açısından önem taşımaktadır. Çoğu alt pozisyon için fiziki muayene zorunlu olmasa da, riskli sınıflandırmalarda veya beyan eksikliğinde kontrol yapılabilmektedir.

Öte yandan, CITES kapsamına giren bazı hayvan türlerine ait deri ürünlerinde (örneğin; Bison bison) çevresel mevzuat ve özel izinler devreye girebilmektedir. Ayrıca, ithalat sırasında (71A01) kodu ile muafiyet işlemleri yapılabilmekte, fakat sistem üzerinden gerekçeli açıklama sunulması gerekmektedir.

GTİP (HS) Kodu 4107 Alt Pozisyonlarına Göre Deri İthalat Şartları:

- HS Kodu 4107.11-0000

Ürün Tanımı: Ayırma işlemi yapılmamış tam taneli (full grain) büyükbaş hayvan derisi (ör. dana), yumuşatılmış ve crust işlemi uygulanmış

Ürün Türü (SP): BOS TAURUS

Karantina (Kontrol) Durumu: Zorunlu değil

Beyan Zorunlulukları:

SP (Ürün Türü) ve PS (işlem durumu) açıkça belirtilmelidir (ör. tüysüz, yumuşatılmış vb.)

Ürün adı, ticari isim, boyut, ambalaj bilgileri detaylı yazılmalıdır

İthalat Muafiyet Kodu: [71A01] kodu ile "muaf" seçilebilir (gerekçe sunulmalıdır)

Gümrükte Fiziki Muayene: Zorunlu değildir, yalnızca riskli ürün olarak sınıflandırılırsa yapılabilir

- HS Kodu 4107.12-0000

Ürün Tanımı: Ayırma işlemi yapılmış tam taneli (grain split) büyükbaş hayvan derisi

Ürün Türü (SP): BOS TAURUS

Karantina Durumu: Zorunlu değil

Beyan: SP, PS, ambalaj, kalınlık, ebat vb. açıkça yazılmalı

Muafiyet Kodu: [71A01] seçilebilir

Muayene: Zorunlu değil

- HS Kodu 4107.19-0000

Ürün Tanımı: Diğer tam deri ürünleri

Ürün Türü (SP): BOS TAURUS

Karantina: Yok

Beyan: SP + PS + detaylı teknik bilgi

Muafiyet: [71A01] geçerli

Muayene: Genel olarak yapılmaz

- HS Kodu 4107.91-0000

Ürün Tanımı: Ayırma yapılmamış, tam taneli diğer deri ürünleri

Ürün Türü (SP): BISON BISON

→ CITES (Nesli Tehlike Altındaki Türler) kapsamına girebilir

Karantina: Şartlı olarak gerekebilir

Beyan: SP, PS ve CITES uygunluğu net belirtilmeli

Muafiyet: [71A01] kodu seçilebilir, gerekçeli açıklama şart

Muayene: Normalde yapılmaz, ancak tür özel durumlarında mümkündür

- HS Kodu 4107.92-0000

Ürün Tanımı: Ayırma yapılmış taneli diğer deri ürünleri

Ürün Türü (SP): BOS TAURUS

Karantina: Yok

Beyan: SP ve PS ile teknik detaylar yazılmalı

Muafiyet: [71A01] kodu geçerli

Muayene: Genel olarak yapılmaz

- HS Kodu 4107.99-0000

Ürün Tanımı: Diğer işlenmiş büyükbaş hayvan derileri (ör. boynuz kısmı, çift taraflı boyanmış)

Ürün Türü (SP): BOS TAURUS

Karantina: Zorunlu değil

Beyan: SP, PS, ebat, kalınlık, ambalaj vs. eksiksiz yazılmalı

Muafiyet: [71A01] kodu seçilebilir

Muayene: Fiziki kontrol zorunlu değil

Kategori	Açıklama
Karantina (Veteriner veya Çevre Kontrolü)	Genel olarak gerekli değildir. Ancak CITES kapsamındaki türlerde (ör. BISON BISON) belge istenebilir.
Zorunlu Beyan Bilgileri	Ürün Türü (SP) ve İşlem durumu (PS) mutlaka yazılmalıdır. Ayrıca boyut, kalınlık, ambalaj gibi teknik detaylar da gerekir.
Muafiyet Kodu	[71A01] ithalat muafiyet kodu ile işlem yapılabilir. Ancak sistemde gerekçe girilmelidir.
Fiziki Muayene (Gümrük Kontrolü)	Zorunlu değildir. Ancak eksik beyan, riskli ürün veya şüphe durumunda örnekleme veya kontrol yapılabilir.

4.3 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu

Türkiye’den Güney Kore’ye yapılan söz konusu ürün grubuna yönelik ihracatta sevk öncesi inceleme (pre-shipment inspection) zorunluluğu bulunmamaktadır.

Bu nedenle, yetkilendirilmiş herhangi bir gözetim şirketi listesi mevcut değildir.

4.4 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Seoul Fur and Leather (IFF) (Bireysel katılımı desteklenen fuar)

05 Mart 2025- 07 Mart 2025: Fuar her yıl düzenlenmekte olup, otelin bir katında sınırlı sayıda katılımcı ile gerçekleştirilmektedir. Butik nitelikte bir fuardır. Genel olarak ülkemizden her yıl katılımcılar bulunmaktadır.

Preview in Seoul 2025-Seoul International Textile Fair (Milli ve bireysel katılımı desteklenen fuar)
19-21 Ağustos 2026: Genel olarak tekstil sektörüne yönelik olarak düzenlenen fuara deri, kot vb. nitelikte kumaş üreticileri de katılım sağlamaktadır. Geçtiğimiz yıllarda milli katılım sağlanmıştır.

Ayrıca Güney Kore’de gerçekleştirilecek fuarlara, tarih ve içeriklerine yönelik bilgiye Kore Fuar Endüstrisi Birliği (<https://akei.or.kr/english/>) internet sitesi üzerinden ulaşılması mümkündür.

4.5 Güney Kore’nin STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları

İhracata dayalı ekonomik yapısıyla Güney Kore, uluslararası ticaret alanında ikili, bölgesel ve çok taraflı anlaşmalar aracılığıyla etkinliğini artırmayı hedefleyen bir strateji benimsemektedir.

Bu çerçevede, ABD, Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA), Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN), Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (RCEP), Çin Halk Cumhuriyeti gibi büyük ekonomilerle 59 ülkenin dahil olduğu 22 yürürlükte; Guatemala ve Ekvator ile imzalanmış, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi (KİK) ve Gürcistan ile sonuçlandırılmış serbest ticaret anlaşmaları (STA) bulunmaktadır.

Ülkemizle Güney Kore arasındaki STA kapsamında ise mal ticaretinin kademeli olarak serbestleştirilmesine ilişkin “Çerçeve Anlaşma” ve “Mal Ticareti Anlaşması” 1 Mayıs 2013 tarihinde; “Hizmet Ticareti Anlaşması” ve “Yatırım Anlaşması” ise 1 Ağustos 2018 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir.

Anlaşma metinleri, taahhüt listeleri ve GTİP kodlarına göre gümrük vergisi oranlarına ilişkin detaylı bilgiye Bakanlığımız internet sitesinden veya Kore Gümrük İdaresi’nin internet sitesinden ulaşılması mümkündür.

4.6 Sektörde Standartlar

Güney Kore’ye deri ve deri mamulleri (HS Kodu:4107 ve HS Kodu: 4203) kapsamında ihracatında, genel olarak KC (Korea Certification) belgesi veya benzeri ön onay belgeleri zorunlu değildir. Ancak ürünün kullanım amacına, hedef yaş grubuna ve nihai ürün niteliğine göre bazı istisnai durumlar söz konusu olabilmektedir. Özellikle çocuklara yönelik ürünlerde ve bazı tüketim mallarında ürün güvenliği standartları, test yükümlülükleri ve etiketleme zorunlulukları gündeme gelmektedir.

Bazı istisnai durumlar ve dikkat edilmesi gereken aşağıda özetlenmektedir.

HS Kodu	Ürün Örneği	Sertifika Gerekli mi?	Açıklama
4107	İşlenmiş doğal deri (ör: dana, manda, at)	Gerekli değil	İşlenmiş olduğundan dolayı karantina ve KC sertifikası muafiyeti vardır
4203	Deri giysi, eldiven, kemer vb.	Genelde gerekmez	<u>Ancak çocuk ürünleri kapsamındaysa bazı durumlarda KC belgesi gerekebilir</u>

- 13 Yaş Altı Ürünler – “Çocuk Ürünlerinin Güvenliği Hakkında Özel Kanun” (Tedarikçi Uygunluk Beyanı Gerektiren Ürünler)

Kapsam: 13 yaş altı çocuklara yönelik gerçek veya suni deri ürünler

İlgili Standart:

“Çocuk Deri Ürünleri Güvenlik Standardı” (Tedarikçi Uygunluk Güvenlik Standardı Ek 1)

Temel Hususlar:

Ürün Tipleri: Deri veya suni deriden yapılmış çocuk giysileri, ayakkabılar, çantalar vb.

Zorunlu Test Konuları:

Fiziksel ve mekanik güvenlik (yırılma, dikiş dayanımı vb.)

Kimyasal analiz (kurşun, kadmiyum, fitalat, formaldehit gibi zararlı maddeler)

Yetkili Test Kuruluşları: FITI, KATRI, KCL vb.

Numune Gereksinimleri (örnek: FITI kriterleri):

Giysi: 1 adet

Ayakkabı: 2 çift

Çanta: 1 adet

Kumaş: A4 boyutunda 2 parça

Etiketleme Yükümlülüğü:

KC işareti ve “Tedarikçi Uygunluk Beyanı” ibaresi

Üretici bilgileri, hedef yaş grubu, kullanım uyarıları vb.

- 14 Yaş Üstü Ürünler – “Elektrikli Ürünler ve Günlük Tüketim Ürünleri Güvenliği Kanunu” (Güvenlik Standardı Uyumu Gereken Ürünler)

Kapsam: 14 yaş üzeri tüketicilere yönelik deri ürünler

İlgili Standart: “Günlük Tüketim Ürünleri – Deri Ürünleri Güvenlik Standardı”

Temel Hususlar:

Ürün Tipleri: Deri kıyafet, kemer, çanta vb. yetişkin kullanımına yönelik ürünler

Test Zorunluluğu:

Zorunlu test gerekmemektedir

Üretici veya ithalatçı tarafından, ürünün güvenlik kriterlerine uygun olduğu yazılı beyanla temin edilir.

Kimyasal İçerik:

Yalnızca gerekli görülmesi halinde sınırlı madde analizi yapılır

Etiketleme Yükümlülüğü:

Üretici veya ithalatçı adı

Menşe ülke

Üretim tarihi veya kodu

Kullanım ve bakım talimatları

KC işareti zorunlu değildir, ancak yukarıdaki bilgiler mutlaka ürün üzerinde yer almalıdır.

Kriter	13 Yaş Altı	14 Yaş Üstü
Uygulanan Kanun	Çocuk Ürünlerinin Güvenliği Özel Kanunu	Elektrikli Ürünler ve Tüketim Malları Kanunu
Güvenlik Standardı	Tedarikçi Uygunluk Güvenlik Standardı Ek 1	Güvenlik Standardı Ek 3
Test Zorunluluğu	Evet (Yetkili laboratuvarlarda)	Hayır (Beyan yeterlidir)
Numune Gerekliliği	Belirli sayıda fiziksel örnek zorunlu	Yok
Kimyasal Güvenlik Testleri	Zorunlu	Gerektiğinde
Etiketleme Zorunluluğu	KC işareti, üretici, yaş, uyarılar vb.	Üretici, menşe, tarih, kullanım uyarısı
KC İşareti	Zorunlu (Tedarikçi uygunluk kapsamında)	Zorunlu değil

4.7 Sektörde Etiketleme

Güney Kore’de deri ürünlerinin ithalatında uygulanacak etiketleme kuralları, ürünün türüne, nihai kullanım amacına ve hedef tüketici grubuna göre değişmektedir. HS Kodu 4107 kapsamındaki işlenmiş doğal deriler için genel olarak etiketleme zorunluluğu bulunmazken, HS Kodu 4203 kapsamındaki giyim ve aksesuar gibi deri mamulleri için Tüketici Temel Yasası ve ilgili alt düzenlemeler uyarınca çeşitli etiket bilgileri zorunludur. Özellikle çocuklara yönelik ürünlerde KC sertifikası ve güvenlik işaretlemeleri zorunlu tutulmaktadır.

Aşağıda, her iki ürün grubu için geçerli etiketleme yükümlülüklerine ilişkin özet tablo sunulmuştur:

-HS Kodu 4107 – İşlenmiş Doğal Deri (Hammadde / Deri Kumaş Şeklinde)		
Kategori	Etiket Zorunluluğu	Açıklama
İşlenmiş doğal deri hammaddesi	Genellikle etiket zorunluluğu yoktur	Yalnızca yarı mamul/ham deri olarak ithal edildiğinde etiketleme gerekmez

-HS Kodu 4107 – İşlenmiş Doğal Deri (Hammadde / Deri Kumaş Şeklinde)		
Kategori	Etiket Zorunluluğu	Açıklama
Tüketiciye yönelik paketli deri setleri vb.	Zorunluluk olabilir	Eğer son tüketiciye satış amacı varsa, ürün adı, menşe, ithalatçı bilgileri gibi bilgiler istenebilir (özellikle e-ticaret dahil)

Not: Eğer ürün CITES kapsamındaki türlerden üretilmişse, CITES izin belgelerinin kopyası ürünle birlikte bulundurulmalı ve arşivlenmelidir.

- HS Kodu 4203 – Deri Mamulleri (Eldiven, Giyim, Kemer vb.)	
Kategori	Etiket Zorunluluğu
Yetişkinlere yönelik deri ürünleri	Tüketici Temel Yasası ve Elektronik Ticaret Yasası kapsamında aşağıdaki bilgilerin etiketlenmesi zorunludur:

Bu gruba giren nihai ürünlerde, Tüketici Temel Yasası ve Elektronik Ticaret Yasası gereğince, detaylı etiketleme yükümlülüğü bulunmaktadır.

Etiket Zorunlulukları:

- Yetişkinlere yönelik ürünlerde (ör. kemer, mont, eldiven):
 - Ürün adı
 - Malzeme türü (ör: gerçek deri, suni deri)
 - Menşe (üretim ülkesi)
 - Üretici veya ithalatçı bilgileri
 - Kullanım ve koruma uyarıları
- Çocuklara yönelik ürünlerde (13 yaş altı):
 - KC sertifikası,
 - KC logosu ve onay numarası,
 - Güvenlik testleri tamamlanmış olmalı
 - Ürün üzerinde açıkça görünür biçimde yer almalıdır.

Etiketleme şekli; ürün üzerine iliştirilmiş etiket (tag), ambalaj üzerinde baskı veya doğrudan ürün üzerine yapılabilir.

Tüketici Temel Yasası Madde 10 (Yürürlük: 21 Aralık 2023)

Bu maddeye göre, Güney Kore’de tüketiciye sunulan tüm ürünlerde aşağıdaki bilgilerin etiketlerde yer alması zorunludur:

- Ürün adı, kullanım amacı, içeriği, malzeme türü, performansı, boyutu, fiyatı, hacmi

- Üretici/ithalatçı adı, adresi ve iletişim bilgileri
- Menşe ülke bilgisi
- Kullanım şekli, saklama koşulları ve uyarılar
- Üretim tarihi, garanti süresi, yedek parça temin süresi
- Şikâyet/hasar başvuru bilgileri
- Görme engelliler için erişilebilir etiket (ör: Braille, sesli açıklama)

Geçerli Olduğu Ürünler

Bu etiketleme kuralları, Güney Kore pazarında satışa sunulacak tüm deri mamullerinin yasal uygunluğu açısından kritik öneme sahiptir. Uyumsuzluk halinde ürünlerin gümrükte bekletilmesi, iadesi veya cezai yaptırımlarla karşılaşılması mümkündür.

E-Ticaret Üzerinden Satışlarda Ek Yükümlülükler

Eğer ürünler, Güney Kore’de faaliyet gösteren e-ticaret platformları (örneğin: Naver, Coupang, Gmarket, Amazon Korea) üzerinden satılacaksa; yukarıdaki bilgiler, ürün sayfasında eksiksiz ve açık şekilde yer almalıdır. Bu etiketleme bilgileri dijital ortamda da görünür olmak zorundadır.

4.8 Sektörde Ambalajlama

HS kodu 4107 ve 4203 için belirlenmiş özel bir "ambalajlama yöntemi" veya "ambalaj malzemesi" zorunluluğu bulunmamaktadır.

Ancak, Ahşap ambalaj malzemeleri kullanılması durumunda, ISPM 15 adlı uluslararası standarda uygun olarak ısı işlemi (HT) veya metil bromürle fümigasyon (MB) yapılmalı ve IPPC damgası bulunmalıdır.

Uygulama örneği: HS 4107 veya 4203 kapsamındaki ürünler ahşap paletlerle taşınıyorsa, bu standartlara tabi olarak belirlenmektedir.

4.9 Lojistik

Türkiye’den Güney Kore’ye gerçekleştirilen deri ve deri mamulleri ihracatında, taşımacılık yöntemi büyük ölçüde ürün hacmine, teslimat süresine ve maliyet unsurlarına bağlı olarak belirlenmektedir. Bu kapsamda, özellikle yüksek hacimli ve ağır yüklemeler için en yaygın ve ekonomik taşımacılık yöntemi denizyolu taşımacılığıdır.

Ürünler genellikle blok veya plaka hâlinde, 20’lik (20 ft) veya 40’lık (40 ft) konteynerlerle komple (FCL) veya parsiyel (LCL) olarak sevk edilmektedir. Türkiye’den çıkış noktası olarak Mersin, İzmir ve İstanbul (Ambarlı) limanları öne çıkmakta; Güney Kore tarafında ise Busan, Incheon, Ulsan ve Kwangyang limanlarına varış gerçekleştirilmektedir.

Transit süreler, çıkış limanına ve aktarma noktalarına bağlı olarak yaklaşık 30 ila 45 gün arasında değişmekte olup, dönemsel koşullara (hava durumu, liman yoğunluğu, aktarma süresi vb.) bağlı olarak bu sürelerde sapmalar yaşanabilmektedir. Bu nedenle tedarik zincirine ilişkin zaman planlamasında, güncel lojistik durumu ve küresel taşımacılık şartları dikkate alınmalıdır.

Öte yandan, küçük hacimli gönderiler, yüksek kıymetli ürünler veya zaman hassasiyeti taşıyan özel siparişler için havayolu taşımacılığı da başka bir alternatif olarak kullanılabilir. Ortalama teslim süresi en fazla 3 ila 5 gün arasındadır. Yüksek kaliteli deri ürünlerin lojistik süreçlerde zarar görmemesi amacıyla havayolu taşımacılığı, sektör özelinde sıklıkla kullanılan yöntemler arasında yer almaktadır.

4.10 Dağıtım Kanalları

Güney Kore deri sektörüne ihracat yapmayı hedefleyen yabancı firmalar, genellikle yerel distribütörler ve acenteler aracılığıyla ya da doğrudan e-ticaret platformları üzerinden pazara giriş yapmaktadır. Bu firmalar, ilk aşamada küresel pazarlama stratejilerinden ve sosyal medya gibi dijital mecralardan faydalanarak marka bilinirliği oluşturmayı hedeflemektedir. Yerel distribütör veya acente ile iş birliği yapmak, pazara hızlı ve etkili bir şekilde erişim sağlama açısından yaygın bir yöntemdir. Ancak bu tür iş birlikleri genellikle esnek yapıya sahip olup, yerel ortakların pazarlama ve dağıtım faaliyetlerine ciddi yatırımlar yapması nedeniyle sonrasında gerekmesi halinde sözleşmelerin sonlandırılması sürecinin dikkatli bir şekilde planlanması gerekmektedir.

Alternatif olarak, ithalatçı ve toptancılarla çalışmak da mümkündür. Bu aktörler, hâlihazırda Kore pazarında faaliyet gösteren perakendecilerle güçlü bağlara sahip olduklarından, yabancı ürünlerin nihai tüketiciye ulaştırılmasında etkili bir kanal sunmaktadır. Son yıllarda ise dijitalleşmenin artmasıyla birlikte, doğrudan tüketiciye satış modeli ve e-ticaret yoluyla pazara giriş yapan markaların sayısı artmıştır. Bu yöntem, marka imajı üzerinde daha fazla kontrol sağlamanın yanı sıra, doğrudan müşteri ilişkileri kurma imkânı da sunmaktadır.

Güney Kore'nin gelişmiş e-ticaret altyapısı sayesinde çevrimiçi pazar yerleri üzerinden tüketiciye ulaşmak, yabancı firmalar için önemli bir fırsat alanı oluşturmaktadır. Ayrıca, sektörel fuarlara katılım yoluyla yerel distribütör, ithalatçı veya iş ortaklarıyla doğrudan temas kurulması, pazarda kalıcı bir yer edinmek isteyen firmalar için etkili bir tanıtım ve iş geliştirme aracıdır. Fuarlara katılımda öncelikli olarak dikkat edilmesi gereken husus, Kore pazarının istikrar odaklı olması ve ilgili fuarlara her yıl katılım sağlanarak mevcut ve yeni müşterilere pazarda kalıcı olduğu izleniminin verilmesidir. Böylelikle, doğrudan Koreli şirketler veya deri ve moda sektöründe faaliyet gösteren bireylerle iletişime geçilebileceği değerlendirilmektedir.

4.11 E-Ticaret

Güney Kore, Asya-Pasifik bölgesinde en gelişmiş e-ticaret altyapılarından birine sahip ülkeler arasında yer almakta olup, sektörün 2025 yılı sonuna kadar 82,09 milyar ABD doları gelir elde etmesi öngörülmektedir. 2025–2029 döneminde yıllık ortalama %3,30 oranında büyüme kaydedilmesi

beklenirken, e-ticaret kullanıcı sayısının 2029 yılı itibarıyla 37,44 milyon kişiye ulaşacağı ve kullanıcı penetrasyon oranının 2025 yılında %67,3 seviyesinde gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

E-ticareti de kapsayan daha geniş kapsamlı dijital ticaret pazarı bakımından ise, 2025 yılı sonunda 74,06 milyar ABD doları işlem hacmine ulaşılması öngörülmekte; 2025–2030 yılları arasında yıllık ortalama %23,53 büyüme gerçekleşmesi beklenmektedir.

2023–2024 dönemine ilişkin mal gruplarına göre sınır ötesi e-ticaret verileri incelendiğinde:

- Toplam işlem hacmi yıllık bazda %5,4 oranında artış kaydetmiştir.
- Elektronik eşyalar kategorisinde özellikle telekomünikasyon ekipmanları %41,3 oranında artış göstermiştir.
- Kitap kategorisi %10,8 oranında büyüme kaydederken, kırtasiye ve ofis gereçlerinde sınırlı düzeyde bir düşüş yaşanmıştır.
- Moda kategorisi, ayakkabı ve kozmetik ürünlerindeki gerilemeye bağlı olarak toplamda %6,6 oranında daralma göstermiştir.
- Gıda ve içecek kategorisi %14,9, ev ürünleri %13,1 oranında artış kaydetmiştir.
- Evcil hayvan ürünleri ile mobilya kategorilerinde de pozitif büyüme gerçekleşmiştir.
- Hizmetlerde, seyahat ve kültürel hizmetlerde düşüş gözlenirken, gıda hizmetleri %18,2 oranında büyüme göstermiştir.

Deri sektörü özelinde ayrıştırılmış e-ticaret verisi bulunmamakla birlikte, e-ticaretin genel olarak artan bir eğilim göstermesi, deri ürünleri açısından da olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Özellikle moda kategorisinde yaşanan dalgalanmalara rağmen, tüketicilerin yüksek kaliteli ve markalı deri ürünlerine yönelik talebinin e-ticaret kanalları üzerinden artış göstermesi beklenmektedir.

4.11.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Ülke genelinde daha önce bahsi geçen ayakkabı, çanta ve diğer deri ürün satıcılarının yoğunlukta bulunduğu Namdaemun ve Dongdaemun pazarları gibi geleneksel pazarların ve Seul, Busan gibi şehirlerin dışında özel olarak deri satışı konusunda ihtisaslaşmış ve tek bir merkezden organize edilen herhangi bir pazaryeri bilgisi bulunmamaktadır. Ancak diğer bölümlerde bahsedilen firmalara internet siteleri üzerinden ya da KOIMA ve KSA gibi kuruluşlarla temasa geçilerek ulaşılması mümkündür.

4.11.2 Özel Günler ve Bayramlar

- Hasat Bayramı: Ay takvimine göre değişmektedir.
- Yerel Yılbaşı: Ay takvimine göre değişmektedir.
- Noel Tatili: 25 Aralık Yılbaşı, 01 Ocak tarihinde kutlanmaktadır.
- Çocuk Bayramı: 05 Mayıs Buda'nın doğum günü: Ay takvimine göre değişmektedir.
- Korece Günü: 9 Ekim'dir.

Ayrıca ay takvimi gibi nedenlerle her yıl tarihleri değişen güncel bayram ve özel gün bilgilerine Seul Büyükelçiliği internet sitesi (<https://seul-be.mfa.gov.tr/Mission>) üzerinden ulaşılması mümkündür.

4.11.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Güney Kore’de kullanıcı tercihlerine yönelik yapılan anketlere göre 2024 yılı itibariyle en sık kullanılan sosyal medya platformu Instagram (%45,8) olarak belirtilmiştir. Bunu Naver Band (%17,9), Facebook (%17,3) ve Kakao Story (%15) takip etmektedir. Bununla birlikte, genel olarak favori platformlar göz önüne alındığında, KakaoTalk %49,7’lik tercihle başı çekmektedir.

YouTube da tüm Koreli internet kullanıcılarının %86,2’sine ulaşan potansiyel reklam erişimiyle önemli bir varlığa sahiptir. Ayrıca platformların popülerliği yaş gruplarına göre değişmektedir;

Instagram en çok 45 yaş altındakiler arasında popülerken, KakaoTalk 45 yaş ve üzerindeki kişiler tarafından tercih edilmektedir. İlaveeten, ülkede akıllı telefon sahiplik oranı %96’dır.

Anılan platformlar üzerinden gerçekleştirilen tanıtım, pazarlama ve promosyon faaliyetleri de daha fazla tüketiciye ulaşmakta ve daha çok dikkat çekmektedir. Ayrıca Kore ile ticari bağlantıların sağlıklı yürütülmesi açısından bahsi geçen yerel platformların kullanımına özen gösterilmesinin de yararlı olacağı düşünülmektedir.

4.11.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Ülkede, 150 ABD dolarının altındaki ekspres kurye hizmeti postalı ürünler, gümrük vergisinden muaftır. ABD ile yapılan Serbest Ticaret Anlaşması gereğince, 200 ABD dolarının altındaki ekspres kurye hizmeti postalı ürünler gümrük vergisinden muaf olup, 1.000 ABD Dolarına kadar olan ABD menşeli ürünler ise KORUS STA belgelendirmelerinden muaftır.

Eşyanın CIF değerinin 150 ABD Doları’nı aşması durumunda ise gümrük verileri toplam gümrüklenmiş değer üzerinden gümrük vergileri ve KDV hesaplanarak tahsil edilmektedir.

Mal ve hizmetlerde katma değer vergisi oranı %10’dur. Ancak, temel gıda maddeleri ve sağlık hizmetleri gibi hayati giderler KDV’den muaftır.

Diğer yandan, Türkiye ile Güney Kore arasındaki STA uyarınca ülkemiz ürünlerine uygulanacak vergi oranları aşağıda verilen link üzerinden tarife pozisyonu (GTİP’in ilk altı rakamı) suretiyle sorgulanabilmektedir. <https://www.customs.go.kr/ftaportalkor/ad/ftaCnvn/txrtInfo.do?mi=3526#>

Kore mevzuatına göre ithalat ve ihracat süreçlerinin iş akış şemasına da aşağıdaki link üzerinden ulaşılabilir.

<http://www.customs.go.kr/engportal/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=7315&cntntsId=2336>

E-ticaretteki gümrük vergileri ve muafiyetleri hususunda daha detaylı bilgi için Ticaret Müşavirliklerimizin katkısıyla Bakanlığımızca hazırlanan ve yıllık olarak güncellenen “E-İhracat Pazarları ve Ülke Gümrük Uygulamaları Rehberi”

<https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf> incelenebilir.

4.11.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Güney Kore'nin e-ticaret mevzuatı, tüketici haklarının korunmasına ve adil ticari uygulamaların sağlanmasına öncelik vermektedir. Bu kapsamda başlıca düzenlemeler şu şekilde özetlenebilir:

1. E-Ticaret İşlemlerinde Tüketicinin Korunmasına İlişkin Kanun

(Act on the Consumer Protection in the Electronic Commerce Transactions)

- Güney Kore'nin e-ticarete ilişkin temel mevzuatıdır.
- E-ticaret faaliyetlerini denetler, tüketicinin korunmasını ve adil iş uygulamalarını sağlar.
- Başlıca hükümler:
 - İşletmelerin firma bilgilerini açıkça belirtme zorunluluğu,
 - Ürün ve fiyatların şeffaf şekilde sunulması,
 - Tüketicie 7 gün içinde cayma ve iade hakkı,
 - Teslimat, garanti ve iade süreçlerinin ayrıntılı düzenlenmesi.
- Sınır ötesi e-ticaret açısından, yabancı şirketlerin Kore iade politikalarına uyum sağlamaları, gerekli durumlarda yerel personel istihdam etmeleri ve yerel depo kullanmaları gerekebilir.

2. Elektronik Ticaretin Kolaylaştırılmasına İlişkin Kanun

(Electronic Trade Facilitation Act)

- Ticari işlemlerde elektronik yöntemlerin kullanımını teşvik eder.
- Özellikle gümrük, ödeme ve belge yönetimi gibi uluslararası ticaret süreçlerinin dijitalleştirilmesine yönelik düzenlemeler içerir.

3. Elektronik Belge ve İşlemlere İlişkin Çerçeve Yasası

(Framework Act on Electronic Documents and Transactions)

- Elektronik belgelerin ve sözleşmelerin hukuki geçerliliğini güvence altına alır.
- E-ticaret işlemlerinin kağıt ortamına ihtiyaç duyulmadan yürütülmesini sağlar.

4. İhracatta Gümrük İşlemlerine İlişkin Tebliğ

(Notice on Exports Customs Clearance)

- İhracata konu malların e-ticaret yoluyla gönderiminde gümrük süreçlerini düzenler.
- Sınır ötesi satış yapan firmaların, Kore gümrük idaresiyle uyumlu hareket etmesini şart koşar.

5. Kişisel Bilgilerin Korunması Yasası

(Personal Information Protection Act)

- Müşteri verilerinin gizliliğini düzenler.
- E-ticaret yapan firmalara sıkı veri güvenliği yükümlülükleri getirir.

6. Etiketleme ve Bilgi Sağlama Yükümlülükleri

- Kanun Madde 13 (Bilgi Sağlama Yükümlülüğü): Online satış yapan firmaların (ör. Naver, Coupang vb.), ürün sayfasında fiziksel etiket bilgilerini eksiksiz ve doğru şekilde sunmaları zorunludur. (<https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?ancYnChk=0&lsId=009318&utm>) Bu kapsamda ürün adı, malzeme (ör. %100 hakiki deri), menşe (ör. Türkiye), üretici/ithalatçı bilgileri, kullanım ve koruma uyarıları çevrimiçi ortamda da yer almak zorundadır.
- Ürün Bilgi Etiket Yönetmeliği: Kore Tüketici Ajansı (Consumer Agency) tarafından yayımlanmış olup, ürün kategorilerine göre online satış sayfalarında hangi bilgilerin nasıl sunulması gerektiğini belirlemektedir. Fiziksel ürün üzerindeki etiket ile çevrimiçi açıklama bilgilerinin birebir aynı olması şarttır. (<https://www.consumer.go.kr/user/bbs/consumer/380/940/bbsDataView/3598.do?page=1&column=bbsDataTitle&search=%EC%83%81%ED%92%88%EC%A0%95%EB%B3%B4&searchSDate=&searchEDate=&bbsDataCategory=>)

Diğer taraftan, deri sektörüne özel bir e-ticaret düzenlemesi bulunmamakla birlikte, sektör genel olarak e-ticaret mevzuatına tabidir. Özellikle moda kategorisi altında satılan deri ürünlerde, etiketleme ve bilgi sağlama yükümlülükleri Türk ihracatçıları açısından kritik öneme sahiptir.

4.11.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Güney Kore lojistik sektörü, ülke içi ve uluslararası ticaretin dijital dönüşümü ve e-ticaretin hızlı büyümesine uyum sağlayacak şekilde gelişim göstermektedir. Ülke, Dünya Bankası Lojistik Performans Endeksi (LPI) 2023³ sıralamasında genel olarak 17'nci, uluslararası sevkiyatlar kategorisinde ise 26'ncı sırada yer almaktadır.

Lojistik sektöründe faaliyet gösteren başlıca aktörler, genellikle büyük holdinglerin iştirakleri olup, önemli firmalar arasında Hyundai Glovis, CJ Logistics Korea, LX Pantos, Dart Global Logistics ve Lotte sayılabilir.

Sektörde daha detaylı bilgi ve operasyonel destek sağlamak amacıyla, Kore Sertifikalı Gümrük Müşavirleri Birliği (Korea Certified Customs Attorneys Association) aracılığıyla alanında uzman gümrük müşavirleri (<https://krcaa.or.kr/Document/Intro/I10203V.aspx?MenuCode=I10203>) ile temasa geçilmesi önerilmektedir.

³ Rapor tarihi itibarıyla son yayımlanan sıralama esas alınmıştır.

4.12 Tanıtım ve Pazarlama

Güney Kore pazarında deri sektörüne yönelik tanıtım ve pazarlama stratejileri, hem B2B hem de B2C kanallarını kapsayacak şekilde planlanmalıdır. B2B faaliyetlerinde, firmalar fuarlar, ithalatçı listeleri ve KOTRA eşleştirme programları aracılığıyla potansiyel iş ortaklarıyla temasa geçebilir.

İlgili firmalarla iletişim kurulurken detaylı ve kapsamlı bilgi sunulması kritik öneme sahiptir. Bu kapsamda, ihracatçı firmanın tanıtımı, varsa İngilizce broşür ve internet sitesi bilgileri paylaşılmalı, görüşme talebinde bulunulurken gündem, görüşmenin süresi ve hangi birimlerle yapılacağı açıkça belirtilmelidir. Yetersiz veya genel bilgilendirme içeren e-posta mesajları ve aramalara Kore firmaları genellikle geri dönüş yapmamaktadır; bu nedenle ihracatçılarca her iletişimde profesyonel ve özenli bir yaklaşım sergilenmesi elzemdir.

Dijital pazarlama araçları, nihai tüketicilere ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır. Güney Kore’de tüketiciler, Naver Blog gibi platformları takip ederek ürün yorumlarını ve detaylı açıklamaları incelemekte; KakaoTalk Business Channel aracılığıyla yapılan indirimli satış ve promosyonlar da bireysel tüketicilere ulaşmada etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Nihai tüketiciye yönelik pazarlama stratejilerinde bu tür platformlar kritik olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal medya ve sosyal medya fenomenleri aracılığıyla pazarlama stratejileri de Güney Kore pazarında marka bilinirliğini artırmak için önemli bir yöntemdir. Popüler moda fenomenleriyle işbirliği yapmak, deri ürünlerin hedef kitleye hızlı ve etkili bir şekilde tanıtılmasını sağlar. Ayrıca, online kataloglar, sanal showroomlar dijital kanallardan ürün tanıtımını güçlendiren araçlardır. Ayrıca mümkün olması halinde tanıtım materyallerinin Korece hazırlanması, hem B2B hem de B2C iletişiminde güven ve etkileşimi artırmaktadır.

4.13 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Güney Koreli tüketiciler, deri ürünlerinde kalite, estetik ve fonksiyonelliği ön planda tutmaktadır. Özellikle lüks segmentte, markaların prestiji ve ürünlerin özgün tasarımları satın alma kararlarını etkileyen başlıca faktörlerdir. Tüketiciler, ürünlerin menşe ülkesini ve üretim süreçlerini de dikkate alarak bilinçli tercihler yapmaktadır.

Ayrıca son yıllarda, sürdürülebilir ve çevre dostu üretim yöntemleri, Güney Koreli tüketiciler arasında artan bir ilgiyle karşılanmaktadır. Bu trend, markaların çevresel sorumluluklarını vurgulamaları ve doğa dostu malzemeler kullanmaları gerektiğini göstermektedir.

Son olarak, tüketici tercihleri konusunda dikkat edilmesi gerektiği değerlendirilen bir diğer husus, ham deri yerine işlenmiş olarak nihai tüketiciye yönelik ürün arzının planlanması halinde, orijinal tasarıma sahip ürünlerin tüketime sunulmasıdır. Nitekim ülkedeki refah düzeyinin yüksek olması halihazırda lüks markaların tasarımlarını beğenen kitlenin ürünlerin benzerleri yerine doğrudan o ürünleri satın almalarına yol açmakta olup, kalitesiyle ön plana çıkmak isteyen yeni markaların tasarımlarıyla farklılaşması pazarda yer edinilmesi açısından kolaylık sağlayacaktır.

4.14 Deri Sektörde Vergiler

Güney Kore ile ülkemiz arasında yürürlükte bulunan STA kapsamındaki tüm ürünlere yönelik gümrük vergisi oranlarına daha önce de belirtilen bağlantı üzerinden ulaşılması mümkündür.

Ayrıca Kore Ticaret Komisyonu tarafından açıklanan verilere göre, Güney Kore tarafından ülkemiz deri sektörüne yönelik (son olarak Mart 2025'te güncellenen veriler çerçevesinde) herhangi bir anti-damping önlemi bulunmamaktadır.

Ülkede genel olarak uygulanan KDV oranı %10 civarında olup, deri sektörüne yönelik özel tüketim vergisi hususunda herhangi bir veri bulunmamaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Serbest Ticaret Anlaşması (STA): 2013 yılında yürürlüğe giren Türkiye-Güney Kore STA'sı ile gümrük vergilerinin büyük oranda indirilmesi sayesinde Türk deri ürünlerinin ülke pazara daha rekabetçi fiyatlarla girişini kolaylaştırmaktadır.

Artan Premium ve Lüks Tüketim Talebi: Koreli tüketiciler, özellikle genç ve orta-üst sınıf kesimlerde markalı ve kaliteli deri ürünlere talep göstermektedir. Bu durum, Türk firmaları için yüksek katma değerli ürünlerde fırsatlar yaratmaktadır.

E-ticaretin Yaygınlaşması: Güney Kore dünyanın en gelişmiş e-ticaret altyapılarından birine sahiptir. Online platformlarda Türk deri ürünlerinin tanıtılması ve satışının, pazara girişte etkin bir yol olarak benimsenebileceği değerlendirilmektedir.

Moda ve Kişiselleştirilmiş Ürünlere İlgi: Güney Kore'de trend odaklı tüketim yaygındır. Tasarım ve kişiselleştirilmiş deri ürünler, Türk firmaları için farklılaşma fırsatı sunabilir.

Sürdürülebilirlik Eğilimleri: Çevre dostu üretim, geri dönüştürülmüş veya sertifikalı deri kullanımı, pazarda öne çıkmak için avantaj sağlayabilir.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yoğun Rekabet Ortamı: İtalya, Fransa, Çin ve Vietnam gibi ülkeler Güney Kore deri pazarında güçlü konumdadır. Özellikle Avrupa menşeli lüks markalar itibar açısından önde gelmekte olup, tüketici tercihlerini değiştirmek zorlayıcı olabilir. Güney Kore'nin STA'lar yoluyla giderek daha fazla küresel ticaret ağlarına entegrasyonu, ülkemizin STA kaynaklı avantajlarını nötralize edebilir.

Tüketici Tercihlerindeki Değişimler: Vegan ürünler ve suni deriye yönelik artan ilgi, gerçek deri talebini orta-uzun vadede azaltma potansiyeline sahiptir.

Marka Bilinirliği Eksikliği: Türk deri ürünleri Kore’de yeterince tanınmamaktadır. Yerleşik markalarla rekabet edebilmek için pazarlama yatırımı gereklidir. Bu aşamada, Bakanlığımız destekleri önemli katkı sağlayacaktır.

Yüksek Kalite Beklentileri: Koreli tüketiciler ürünlerde kusursuz kalite ve tasarım beklemektedir. Küçük kalite hataları bile marka algısını olumsuz etkileyebilir.

Kültürel ve İş Yapma Farklılıkları: Kore iş kültüründe detaylı hazırlık, uzun vadeli güven ilişkileri ve kurumsallık önemlidir. Bu noktada yetersiz hazırlık veya eksik bilgilendirme, işbirliği fırsatlarının kaybedilmesine yol açabilir.

7. Deri Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Güney Kore pazarına giriş yapmak isteyen ihracatçılarımız açısından, bu pazarın gerek kültürel yapısı gerekse tüketici tercihlerindeki farklılıklar nedeniyle geleneksel ihracat pazarlarımızdan ayrıştığı dikkate alınmalıdır. Bu nedenle, pazara girmeden önce kapsamlı bir pazar araştırması yapılması, hedef kitle ve ürün segmentlerinin doğru belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Özellikle genç tüketicilerin trend odaklı, orta-üst sınıfın ise lüks ve markalı deri ürünlerine yönelme eğilimi dikkate alınmalıdır.

Ürün gamı oluşturulurken, yalnızca hammadde veya yarı mamul deri yerine, katma değerli nihai ürünler (çanta, ayakkabı, kemer, cüzdan gibi) ve tasarım odaklı koleksiyonların ön plana çıkarılması ihracatın artırılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, Güney Kore pazarında sürdürülebilir üretim ve etik tedarik zinciri vurgusu giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, çevre dostu üretim süreçleri ve uluslararası sertifikasyonlara sahip olunması, Türk firmalarının pazardaki rekabet gücünü artıracaktır.

Güney Kore’deki yüksek kalite beklentisi dikkate alındığında, firmalarımızın üretim, kalite kontrol ve sertifikasyon süreçlerine azami önem göstermeleri gerekmektedir. Küçük ölçekli kalite sorunları bile markaya olan güveni zedeleyebileceğinden, uluslararası standartlara uyum ve şeffaf üretim süreçlerinin belgelenmesi kritik önemdedir.

Pazarlama açısından, markalaşma ve dijital pazarlama stratejilerinin güçlendirilmesi ihracat artışı için temel bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. KakaoTalk, Naver Blog ve Instagram gibi platformlarda görünürlük sağlanması, tüketiciye doğrudan ulaşmak açısından önemlidir. Ayrıca, Korece katalog, tanıtım materyali ve gerekirse Korece altyazılı tanıtım videolarının hazırlanması, firmaların kurumsal imajını güçlendirecek ve alıcılarla güven ilişkisi kurulmasına yardımcı olacaktır.

Pazara girişte, ilk aşamada yerel distribütörler ve iş ortaklarıyla çalışmak, pazar hakkında deneyim kazanılmasını kolaylaştıracaktır. KOTRA tarafından düzenlenen eşleştirme programları, sektörel fuarlar ve B2B etkinliklere katılım, yeni iş bağlantılarının kurulması için etkin araçlardır.

Tedarik zincirinin güvenilirliği de alıcılar açısından öncelikli konular arasındadır. Bu nedenle, lojistik süreçlerin güvenli ve sorunsuz işletilmesi, gerekirse Güney Kore’de stok depolarının kullanılması ve ürünlerin hızlı teslimatının sağlanması, Türk firmalarının tercih edilirliliğini artıracaktır.

Son olarak, Kore iş kültüründe güven ve uzun vadeli ilişki büyük önem taşıdığından, müşteri ilişkileri yönetimi ihracatçılarımız için kritik bir unsurdur. Satış sonrası destek, yüz yüze görüşmeler, başarı

hikâyelerinin paylaşılması ve sözleşme süreçlerinde şeffaflık sağlanması, Koreli iş ortaklarının güvenini kazanmak açısından faydalı olacaktır.

8. Genel Değerlendirme

Güney Kore deri sektörü, geleneksel el işçiliği ile son teknolojiyi harmanlayan, istikrarlı bir büyüme trendi sergileyen ve 2033 yılında 7 milyar ABD Doları büyüklüğe ulaşması beklenen dinamik bir pazardır. Pazar, yüksek kaliteli lüks tüketim mallarına yönelik güçlü bir iç talebin yanı sıra, başta Asya ülkeleri olmak üzere önemli bir ihracat kapasitesine sahiptir.

Türkiye'nin bu pazardaki mevcut konumu incelendiğinde, özellikle işlenmiş deri (HS 4107) ve deri giyim (HS 420310) kalemlerinde varlığı bulunmakla birlikte, toplam ithalat içindeki payı mütevazı bir düzeydedir. İtalya, Brezilya ve Çin gibi ülkelerle kıyaslandığında rekabet şansımızı artırmak için katma değeri yüksek, tasarım odaklı nihai ürünlere (çanta, ayakkabı, aksesuar) yönelmenin ve "Türk Derisi"ni kalite, erişilebilir fiyat ve sürdürülebilirlik üçgeninde konumlandırmanın kritik önemi ortaya çıkmaktadır.

Pazara giriş ve büyüme stratejisi olarak; Seul, Busan ve Gyeonggi bölgelerindeki hedef kitleye ulaşmak için yerel distribütörler ve lüks butiklerle iş birlikleri kurulması, Kore iş kültürüne uygun şekilde detaylı ve profesyonel iletişim kanallarının kullanılması, dijital pazarlama ve e-ticaret platformlarından (Naver, Coupang) etkin bir şekilde yararlanılması ve sektörün önemli fuarlarına düzenli katılım sağlanması önerilmektedir.

Türk ihracatçılarını bekleyen fırsatlar arasında, iki ülke arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (STA)'nın sağladığı gümrük vergisi avantajı ve Koreli tüketicilerin premium ürünlere olan artan talebi yer almaktadır. Başlıca riskler ise, İtalyan menşeli ürünlerin prestiji ve Çin, Hindistan, Pakistan menşeli ürünlerin fiyat rekabeti ile vegan/alternatif ürünlere yönelik yükselen trenddir.

Sonuç olarak, Güney Kore pazarında sürdürülebilir bir başarı için kalite, tasarım, markalaşma ve pazara özgü stratejik bir yaklaşım esastır. Türk deri sektörünün, sunduğu kaliteli ürün yelpazesi ile bu pazarda daha etkin ve öncü bir konumda yer alabileceği değerlendirilmektedir.

9. Yararlı Adresler ve Kaynakça

258 Digital 2024: South Korea — DataReportal – Global Digital Insights,
(<https://datareportal.com/reports/digital-2024-south-korea>)

eMarketer. *Retail Ecommerce Sales in South Korea Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data.*
(<https://www.emarketer.com>)

Future Scope Markets. *South Korea Genuine Leather Market 2026: Size, Trends, Key Players & Key Developments Driving ROI.*
(<https://www.linkedin.com/pulse/south-korea-genuine-leather-market-2026-size-trends-v7dnf>)

IFF Seul Kürk ve Deri Fuarı.
(<https://iffairs.com/>)

KED Global. *South Korea Fashion & Leather Industry Update.*
(<https://www.kedglobal.com/fashion/newsView/ked202504140009>)

Korea Construction Industry Association (CAK).
(<https://www.cak.or.kr/index.do>)

Korea Customs Service (Kore Gümrük İdaresi).
(<https://www.customs.go.kr/english/main.do>)

Korea Customs Service – Dijital Gümrük Hizmetleri Platformu (UNIPASS).
(<https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do>)

Korea Customs Service – GTİP (HS Code) Sorgulama Ekranı.
(<https://www.customs.go.kr/ftaportalkor/ad/ftaCnvn/txrtInfo.do?mi=3526>)

Korea Customs Service – İhracat ve İthalat Süreçleri İş Akışı Şemaları.
(<http://www.customs.go.kr/engportal/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=7315&cntntsId=2336>)

Korean Footwear Industries Association (KFIA)
(<http://www.footwear.or.kr/>)

Korea Institute of Materials Convergence Technology(KIMCO)
<https://www.kimco.re.kr/en>

Korea International Trade Association (KITA).
(<https://www.kita.org/>)

Korea Public Procurement Service (PPS).
(<https://www.pps.go.kr/eng/index.do>)

Korea Statistical Information Service (KOSIS).
(<https://kosis.kr/eng/>)

Korea Statistics Research Institute.
(<https://kostat.go.kr/asde>)

Korea Trade Commission (KTC).
(<https://ktc.go.kr/en/main.do>)

Mahi Leather. *South Korea Leather Market*.
(<https://mahileather.com/blogs/news/the-world-s-most-famous-leather-markets>)

Naver Blog.
(<https://blog.naver.com/armed49/223061301781>)

Preview in SEOUL Fuarı.
(<http://previewinseoul.com/>)

Shoes Map Korea. *Ayakkabı Sektörü Firma Haritası*.
(https://shoesmap.kr/maps/sub/company_list.php?area_type=1&cate=4)

SB 가죽 (SB Leather). *Kore Deri Ürünleri Üretici Listesi*.
(https://sbgajug.com/product/list.html?cate_no=126)

Statista. *South Korea: Internet Shopping Usage 2022*.
(<https://www.statista.com/statistics/960051/south-korea-internet-shopping-usage/>)

The World Bank. *Logistics Performance Index (LPI)*.
(<https://lpi.worldbank.org/international/global>)