

**Tarih: 05.03.2007**

**Araştırma Raporu**

**Sayı : 2007/543/503**  
**Konu : Ayakkabı Sektör Raporu**

**Hazırlayan: Esmâ KILINÇ**

## **GİRİŞ**

KOSGEB tarafından 2 Şubat 2005 tarihinde yapılan “**Kümelenme Yaklaşımı Raporu**”na göre, ayakkabıcılık sektörü Konya’nın önde gelen üç önemli sektöründen biri olmuştur. Konya bu yapısıyla Türkiye’nin en rekabetçi illerinden biri olarak kabul edilmektedir.

**23/11/2005 – 10/03/2006** tarihleri arasında Konya Ticaret Odası tarafından, Odamızın 17. ve 18. meslek komitelerinde faaliyet gösteren (17. Komite: Ayakkabı İmal Edenler; Kundura Levazımatı, Deri Kösele ve Taban İmal Edenler, Satanlar; Lastik, Kauçuk ve Plastik Ayakkabı İmal Edenler ve 18. Komite; Ayakkabı Toptan Satıcıları; Perakende Ayakkabı Satanlar ve Kavaflar; Çantacılar, Deri Konfeksiyoncuları ve Kürkçüler; Plastik, Kauçuk, Muşamba ve Lastik Ayakkabı Satanlar) üyelerimize yönelik “**Sektörel İstişare Toplantıları**” yapılmıştır.

İlgili meslek komitelerinden katılan 44 üyemiz ile gerçekleştirilen toplantılardan elde edilen veriler sonucunda ayakkabıcılık sektörünün genel durumuna ilişkin “Ayakkabı Sektör Analizi” ortaya çıkmıştır.

Konya Ticaret Odası olarak üyelerimizin Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde güçlü ve zayıf yönleri ile sahip oldukları sorunlar ve bunlara üretilebilecek çözüm önerilerini tespit etmek amacıyla hazırlamış olduğumuz bu raporda öncelikle Dünya'da ve Türkiye'de ayakkabı sektörünün genel durumu hakkında bilgi verilecek, ardından Konya ilinde ayakkabı sektörünün durumu incelenerek sektörde yaşanan sorunlar ve bunlara ilişkin çözüm önerilerinden bahsedilecektir.

## BİRİNCİ BÖLÜM DÜNYADA AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ

### 1. 1. Dünyaya Genel Bakış

Bugün dünya ayakkabı üretimi 12 milyar 500 milyon çifttir. Dünya ayakkabı üretimi son yıllarda yüzde 3 ile yüzde 5 arasında artmaktadır. Kişi başına yılda ortalama 2 çift ayakkabı kullanılmaktadır. Deri, ayakkabı tiplerine göre en popüler ayakkabı malzemesidir. Deri ayakkabılar toplam içinde yüzde 40'lık bir paya sahiptir. Bu ayakkabıların %50'si Asya, %20'si Avrupa, %18'i Amerika, %12'si Diğer Bölgelerde üretilmektedir.



Modanın değişimi ile birlikte, spor ayakkabılar hayatımızın artık sadece spor yaparken kullanılan bir parçası olarak değil, günlük kullanılmak üzere üretilir duruma gelmiştir. Üretim adeti toplam ayakkabı üretiminin yüzde 20'sine yakındır. Üretimin yüzde 80'i Asya ülkeleri tarafından yapılmaktadır.

Çin, %50'nin üzerindeki payıyla ayakkabı sektörünün en büyük üreticisi, tüketicisi ve ihracatçısı konumundadır.

Üretimde; Çin'i Hindistan, Brezilya, Endonezya, İtalya, Meksika, Tayland, Pakistan ve Türkiye izlemektedir. Çin 6 milyar 500 milyon, Hindistan 800 milyon, Brezilya 600 milyon, Endonezya 500 milyon çift üretime sahiptir.

Tüketimde Çin ve ABD ilk iki sırayı almaktadırlar. Bu ülkeleri sırası ile Hindistan, Japonya, Brezilya, Fransa, Almanya, Endonezya, İngiltere ve Pakistan izlemektedir. Çin'in yıllık tüketimi 2 milyar 600 milyon çift, ABD'nin ise 1 milyar 800 milyon çiftin üzerindedir. Sırası ile bu ülkeleri Hindistan, Japonya, Brezilya, Fransa, Almanya, Endonezya, İngiltere ve Pakistan izlemektedir. Ülkelerin genel olarak ayakkabı sektöründeki durumlarına bakarsak;

**Tablo 1: Seçilmiş Ülkelerde Ayakkabı Sektörü 2002 Yılı Göstergeleri**

	Kişi Başı Tüketim (çift/yıl)	Toplam Üretim (milyon çift)	İhracat (milyon çift)	İthalat (milyon çift)	Tüketim (milyon çift)
<b>İtalya</b>	3,9	400	370	200	230
<b>İspanya</b>	3,6	200	140	80	140
<b>Portekiz</b>	3,9	100	85	25	40
<b>Fransa</b>	5,6				
<b>Almanya</b>	3,9				
<b>Hollanda</b>	3,0		120		
<b>İngiltere</b>	4,6			280	
<b>Brezilya</b>	2,5	600	160	10	450
<b>Meksika</b>	2,2	300	100		200
<b>Çin</b>	2,0	6.500	3.900		2.600
<b>Hong Kong</b>	5,4		1.000	1.000	
<b>Hindistan</b>	0,7	800	50		700

<b>Endonezya</b>	1,4	300-600	200		
<b>Japonya</b>	4,4			425	600
<b>Vietnam</b>	0,4	300	275		
<b>ABD</b>	6,5	60	50	1.800	

Kaynak: İTKİB-TASD

**İtalya:** Yılda 280 milyon çift deri, 120 milyon çift deri dışı olmak üzere toplam 400 milyon çift ayakkabı üretmektedir. 200 milyon çift ithalat, 370 milyon çift ihracat ve 230 milyon çift iç pazar tüketimi vardır. İtalya'nın üretiminin yüzde 70'i deri ayakkabıdır. Kişi başı tüketimi ise 3,9 çift/yıl'dır.

**İspanya:** İspanya'daki ayakkabı sektörü beş kıtaya açılan bir eğilimle Avrupa'nın ve dünyanın dinamiklerinden biridir. Yılda 200 milyon çift üretim, 80 milyon çift ithalat, 140 milyon çift ihracat yapmaktadır. Ayakkabı iç tüketimi 140 milyon çift düzeyindedir. Deri ayakkabı üretimi toplam üretimin yüzde 80'i gibi yüksek bir düzeydedir. Kişi başı tüketim 3,6 çift/yıl düzeyindedir.



**Portekiz:** 100 milyon çift üretimi, 25 milyon çift ithalatı, 85 milyon çift ihracat ve 40 milyon çift iç tüketimi bulunmaktadır. Üretimin çoğunu ihraç etmektedir. Kişi başı tüketimi 3,9

çift/yıl'dır.

**Fransa:** Azalan üretimi, artan ithalatı ve her tarz ayakkabı alımı ile Türkiye için bir potansiyel ihracat ülkesidir. Kişi başı tüketim, 5,6 çift/yıl'dır.

**Almanya:** Artık üretimi terk etmektedir. Ve Avrupa'nın en büyük alıcısı konumundadır. Kişi başı tüketimi 3,9 çift/yıl'dır.

**Hollanda:** Avrupa'nın ayakkabı tüccarı durumundadır. Almanya, İngiltere ve İtalya'ya ihracat yapmaktadır. Toplam 120 milyon çift ihraç etmektedir. Kişi başı tüketimi 3,0 çift/yıl'dır.

**İngiltere:** Kişi başı tüketimi 4,6 çift/yıl'dır.

**Brezilya:** Yılda 600 milyon çift üretim yapmaktadır. İthalatı 10 milyon çifti geçmemektedir. 450 milyon çiftlik bir iç pazarı ve 160 milyon çift ihracatı vardır. İhracatının yüzde 80'ini deri ayakkabı oluşturmaktadır. Kişi başı tüketimi 2,5 çift/yıl'dır.

**Meksika:** 300 milyon çifte ulaşan üretiminin 200 milyon çiftini iç pazarında tüketmektedir. Geri kalan 100 milyon çiftin yüzde 80'ini ABD'ye ihraç etmektedir. Kişi başı tüketimi 2,2 çift/yıl'dır.



**Çin:** 6.500 milyon çift üretim yapabilen Çin, bunun 3.900 milyon çiftini ihraç etmektedir. 2.600 milyon çiftini ise tüketmektedir. İthalat ise önemsenmeyecek düzeydedir. Her tip ayakkabı yapılmasına rağmen temel ihraç kalemi spor ayakkabısıdır. Yeni kurulmakta olan deri işleme tesisleri ile birlikte deri ayakkabı oranı da

hızla artmaktadır. Ancak hala yüksek kaliteli, moda ürününü üretememektedirler. Kişi başına tüketimi 2,0 çift/yıl'dır.

## 1. 2. Dünyada Ayakkabı İhracatı

Sektörle ilgili olarak yapılan araştırmalar sonucunda aşağıdaki tespitlere ulaşılmıştır. Buna göre dünya ayakkabı ihracatında İtalya ve Çin en çok ayakkabı ihraç yapan iki ülke olarak karşımıza çıkmaktadır.

2005 yılı itibariyle Çin 19 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirirken, Türkiye 215,7 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

İkinci dünya savaşından sonra İtalya, dünyadaki en büyük ayakkabı ihracatçılarından biri olmuş ise de, son zamanlarda rekabet gücünün azaldığı görülmektedir.

Tablo: 2 Ayakkabı Sektörü Uluslararası Ticaret İstatistikleri: İhracat 2000-2004(milyon \$)

Ülke	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Çin	9,850,226	10,095,769	11,090,084	12,954,805	15,202,612	19,052,503
İtalya	7,153,304	7,570,254	7,587,729	8,479,120	9,005,866	8,859,980
İspanya	1,885,249	1,985,784	2,124,644	2,297,420	2,321,867	2,189,177
Vietnam	1,471,667	1,630,195	1,912,981	2,299,175		
Almanya	1,296,845	1,372,545	1,648,437	1,862,390	2,249,018	2,421,873
Belçika	1,378,009	1,652,829	1,855,354	1,863,507	1,941,251	2,522,321
Brezilya	1,625,284	1,684,317	1,516,449	1,622,242	1,898,816	1,979,367
Portekiz	1,479,109	1,515,079	1,497,448	1,626,057	1,651,822	1,486,971
Romanya	784,974	975,599	1,157,931	1,420,673	1,512,494	1,589,037
Fransa	922,651	956,120	1,070,762	1,275,294	1,464,971	1,517,768
Hollanda	763,099	892,641	764,672	1,132,263	1,365,895	1,525,036
Endonezya	1,672,110	1,505,580	1,148,052	1,182,185	1,320,478	1,428,518
Hindistan	651,382	662,511	622,590	758,293	850,131	1,049,255
Tayland	832,951	839,255	772,386	802,267	760,168	892,184
İngiltere	779,939	697,772	661,420	690,901	773,415	844,733
ABD	663,606	806,018	702,576	693,623	650,866	726,828
Türkiye	113,658	126,116	131,397	183,788	204,917	215.793

Kaynak: [www.intracen.org/tradstat/site3-3d/ip851.htm](http://www.intracen.org/tradstat/site3-3d/ip851.htm)

Dünya ayakkabı ihraç pazarının lider ülkeleri olarak Çin ve İtalya açık ara ile rakiplerinin önünde bulunmaktadır. Onları düşük miktarda olsa İspanya, Endonezya, Brezilya, Portekiz, Vietnam, Belçika, Almanya izlemektedir.

## 1. 3. Dünyada Ayakkabı İthalatı

ABD dünyadaki en büyük ayakkabı ithalatçısı durumundadır. 2005 yılında ABD'nin ithal ettiği ayakkabı tutarı 18 milyar 900 milyon dolardır.

Almanya, Hong Kong, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya, Belçika'da diğer önemli ayakkabı ithalatçısı ülkelerdir.

Tablo: 3 Ayakkabı Sektörü Uluslararası Ticaret İstatistikleri: İthalat 2000-2004(milyon \$)

Ülke	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ABD	15,662,620	16,009,439	16,159,259	16,412,655	17,403,232	18,906,886
Almanya	3,995,398	4,180,034	4,117,502	4,680,651	5,232,330	5,179,458
Hong kong	5,665,858	5,158,955	5,030,488	5,008,319	4,959,735	5,384,587

İngiltere	3,068,719	3,278,575	3,544,435	3,959,555	4,574,475	4,768,092
Fransa	2,791,972	2,940,309	3,351,497	4,065,045	4,431,673	4,736,272
İtalya	2,408,664	2,747,244	3,066,674	3,818,981	4,264,466	4,487,960
Japonya	2,980,353	3,044,874	2,935,633	3,077,957	3,260,196	3,582,377
Belçika	1,173,743	1,356,676	1,417,719	1,604,094	1,821,460	2,011,511
İspanya	666,699	714,943	870,605	1,226,654	1,542,569	1,854,644
Hollanda	1,285,918	1,369,545	1,306,940	1,259,813	1,503,780	1,815,002
Kanada	999,447	1,018,788	1,063,104	1,113,291	1,223,509	1,367,076
Avusturya	700,854	756,724	773,465	858,375	1,022,095	1,100,675
İsviçre	633,694	693,658	696,552	790,422	856,801	868,054
Avustralya	553,091	485,767	562,419	597,863	706,678	802,255
Danimarka	450,230	437,151	479,040	602,829	661,070	729,143
Çin	320,472	329,570	304,065	373,622	474,837	541,702
Polonya	216,653	232,245	310,148	322,240	387,063	429,180
Meksika	190,896	271,207	338,008	400,401	391,205	418,790
Romanya	217,574	247,663	283,188	348,048	387,781	430,085
İrlanda	256,062	242,065	257,346	298,068	339,138	401,150
Türkiye	113,694	84,222	116,214	191,058	303,284	412.786

Kaynak: [www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ip851.htm](http://www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ip851.htm)

## İKİNCİ BÖLÜM TÜRKİYE'DE AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ

### 2.1 Genel Bakış

Ayakkabı hepimizin bildiği gibi, ayağı saran ve dış çevre koşullarına karşı koruyan bir giyim eşyasıdır. Ayakkabı sektörü ise, ayakkabı üretenler ve bunlara girdi sağlayan yan sanayi işletmeleri ile ayakkabı üreten ana işletmeye fason olarak hizmet veren firmalardan oluşmaktadır.

Atölye tipi üretim tarzının hakim olduğu bu sektör, emek yoğun özelliği dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerde istihdamın artışı için önemli bir kaynaktır. Sektör girdileri nedeniyle deri, tekstil, metal, plastik gibi birçok iş kolu ile yakından ilgilidir. Ayakkabı üreten işletmeler üretim teknolojileri açısından üç grupta toplanmaktadır: *tamamen makineleşmiş işletmeler* (üretim tamamı, bir fabrika sistemi içinde makine kullanılarak yapılmaktadır), *yarı makineleşmiş işletmeler* (makine kısmen el aletleri kullanılarak üretim yapılmaktadır), *el aletleri ile üretim yapan işletmeler*.

Devlet Planlama Teşkilatı Deri ve Deri Mamülleri Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu'na göre; ülkemizde üretilen ayakkabıların % 15'i tamamen makineleşmiş işletmeler, % 70'i yarı makineleşmiş işletmeler ve %15'i el aletleri ile üretim yapan işletmelerden oluşmaktadır.

Ülkemizin ihracat ve istihdam imkanları yüksek sektörlerinden biri olan ayakkabı sektörü, çoğunlukla işgücüne dayalı küçük işletmelerden oluşmaktadır. Yakın tarihe kadar nesillerden birbirine aktarılan bir zanaat olarak sürdürülen ve 1950 yılından itibaren küçük sanayi



görünümü kazanan sektörün, 1960'lı yıllarda küçük sanayi yapısı değişmeden devam etmiştir.

1970'li yıllarda sanayileşme sürecine giren sektör, 1980'li yıllarda oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımlarına başlamıştır. 90'lı yıllarda atılım yapan sektör, bugün ülke ekonomisinde yarattığı katma değer açısından önemli bir paya sahiptir. Sektörün tahminen 400 bin kişiye istihdam sağladığı söylenmektedir. Ancak bu konuyla ilgili kesin kayıt bulunmamaktadır.

## 2. 2. Türkiye’de Ayakkabı Üretimi

Türkiye ayakkabı sektörünün toplam yatırımlar içindeki payı %2 düzeyindedir. Yılda 500 milyon çift üretim kapasitesine sahip olan sektör kapasitesinin tamamını kullanamamaktadır. Sektör üretiminin %90'ını iç pazara satmaktadır. Üretimin %67'si sanayileşmiş işletmelerde, %33'ü ise yan sanayileşmiş veya el üretimi yapan işletmelerde gerçekleşmektedir.

*Tablo 4: Ayakkabı Üretimi (Milyon Çift)*

Yıl	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95
Milyon Çift	77	82	86	86	87	89	92	97	110	105	129
Yıl	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	
Milyon Çift	148	166	149	155	161	133	160	190	165	146	

Kaynak: DPT, DTM

Sektörün üretimine bakıldığında, DPT ve DTM verilerine göre üretimin 2000 yılında 161 milyon çift iken, 2001 yılında 133 milyon çifte düştüğü görülmektedir. 2002 yılında ise 160 milyon çift ayakkabı üretilmiştir. 2005 yılında ise 146 milyon çift ayakkabı üretildiği tahmin edilmektedir.

Üretimin yaklaşık %25'ini deri ayakkabılar oluşturmaktadır. Üretilen ayakkabı çeşitleri arasında son yıllarda plastik ve terlik ayakkabı üretiminde daha hızlı bir artış olmasına karşın, bu artış resmi kayıtlarda gözükmemektedir.

Şu anda ayakkabı ve yan sanayisinde kaydedilen kapasite kullanım oranı %50 civarındadır. Terlik, spor ve erkek ayakkabı üretimi; çocuk ve kadın ayakkabı üretimine göre daha gelişmiştir.

İstanbul, İzmir, Gaziantep, Konya, Adana, Bursa ise sektörün önde gelen illeri arasındadır.

## 2 3. Türkiye’de Ayakkabı İhracatı

*Tablo 5: Türkiye’nin Ayakkabı İhracatı 2000-2004 (milyon \$)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Türkiye	113,658	126,116	131,397	183,788	204,917	215.793

Kaynak: [www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ip851.htm](http://www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ip851.htm) / DPT

Sektörün performansı önemli ölçüde ihracata bağlıdır. Bu nedenle yurt dışı talebindeki değişiklikler sektörün başarısını etkilemektedir. Sektör kayıtlı ihracat tutarı ile toplam ihracatımızda yaklaşık %0,4'lük bir paya sahiptir. Bavul ticareti rakamlarının da bu tutara eklenmesi ile sektör payını yaklaşık %1'lere çıkarmaktadır.

1990'lı yıllar sektörün pazar arayışlarını yaygınlaştırdığı dönem olmuştur. 1990'lı yılların başında ihracat başta Rusya'ya olmak üzere hızlanmış, global krizle birlikte iç piyasadaki daralma yüzünden Rusya pazarı daha da önem kazanmıştır. 1990'lı yılların ikinci yarısında ise Rusya'da yaşanan büyük kriz, Türk ayakkabı sanayisini büyük ölçüde olumsuz etkilemiştir.

***En yüksek ihracat oranı*** 1997 yılında gerçekleşmiş ve 217 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır. Aynı yıl ithalat oranı 135 milyon dolar düzeyindedir.

2004 yılında ihracatta %12,5 artış yaşanmış ve ihracatımız 204 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılında ise ayakkabı ihracatı 215 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin ayakkabı ihracatında en önemli grubu deriden mamul ayakkabılar oluşturmaktadır. Kauçuk ve plastik maddelerden mamuller ise ikinci sırada yer almaktadır.

**Tablo6: Ayakkabı İhracatımızın Ülkelere Dağılımı(Bin Dolar)**

Ülkeler	00	01	02	03	04	05
Almanya	6.400	5.913	7.464	14.847	22.025	23.393
S. Arabistan	15.723	17.354	18.836	16.654	17.637	20.719
Yunanistan	2.383	3.318	4.543	9.945	16.384	15.829
Fransa	5.415	7.690	9.387	13.505	13.998	11.493
İngiltere	1.299	3.079	5.307	7.555	11.138	7.664
Hollanda	3.194	3.787	5.576	9.099	10.925	12.532
Bulgaristan	701	1.452	887	5.621	9.754	13.757

Kaynak: DTM

Ayakkabı ihracatımız ülkeler itibariyle incelendiğinde 2004 yılı itibariyle yaklaşık 205 milyon dolar tutarındaki ihracatın % 50,5'inin AB ülkelerine yapıldığı görülmektedir. Almanya %10,8'lik payla ilk sırada yer alırken, bu ülkeyi sırasıyla %8 payla Yunanistan, % 6,8 payla Fransa izlemektedir.

Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir kapasiteye sahip olan sektörün ihracatı, mevcut üretim potansiyeline göre yetersizdir. Sektörün üretim potansiyelinin tanıtımının yapılması gerekmektedir.

## 2. 4. Türkiye'de Ayakkabı İthalatı

**Tablo 7: Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı 2000-2004 (milyon \$)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Türkiye</b>	113,694	84,222	116,214	191,058	303,284	412.713

Kaynak: [www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ip851.htm](http://www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ip851.htm)

1990'ların ikinci yarısında ayakkabı sektöründe ekonomik anlamda ciddi değişiklikler yaşanmıştır. Özellikle global kriz, Türk ayakkabı sanayisini ciddi şekilde etkilemiştir. 1996 yılındaki Gümrük Birliği ve AB ile uyum çerçevesinde gümrük vergi oranları sıfırlanmış, AB dışı ülkeler için uygulanan ortak gümrük tarifeleri sonucunda gümrük vergilerinde yüzde 60-70 indirim yapılmıştır. Yani Türkiye pazarı önemli oranda ithalata açık hale gelmiştir.



Ayakkabı ithalatı 1994 yılındaki 28,1 milyon dolarlık seviyesinden 1997 yılında 135 milyon dolara çıkarak 3 yıllık sürede 5 kat artmıştır.

İthalatta en büyük payı; deriden mamul ayakkabılar ile plastik ve kauçuktan mamul ayakkabılar, ayakkabı tabanı ve takviye malzemeleri almaktadır.

Deri ayakkabı ve ayakkabı tabanı: İtalya- İspanya'dan; Plastik veya kauçuk ayakkabılar: Uzakdoğu'dan (Çin, Tayvan, Kore, Vietnam, Endonezya)ithal edilmektedir.

2004 yılında yüzde 59'luk artışla 303 milyon dolar olarak gerçekleşen ithalatımız 2005 yılında 412 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 8: Ayakkabı İthalatımızın Ülkelere Dağılımı (Bin dolar)**

Ülkeler	00	01	02	03	04	05
Çin	18.204	17.356	26.345	54.328	107.692	221.708
İtalya	41.249	31.670	37.972	44.327	49.681	53.839
Vietnam	7.927	6.190	13.385	24.477	32.557	49.664
Malezya	589	524	6.251	14.294	24.311	13.528
Endonezya	3.430	3.803	3.455	7.077	20.722	17.517
Tayland	3.926	2.499	1.812	3.592	9.332	7.546
Tayvan	9.330	4.073	4.014	7.948	8.632	1.943
İspanya	8.339	5.467	6.684	7.110	8.315	8.801

Kaynak: DTM

Ayakkabı ithalatımız ülkeler itibariyle incelendiğinde 2004 yılı itibariyle yaklaşık 303 milyon dolar tutarındaki ithalatın, 107 milyon doları Çin Halk Cumhuriyeti tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu toplam ithalatımızın %35.5'lik kısmı demektir. İkinci sırada yer alan İtalya'nın toplam ithalatımız içerisindeki oranı; %16.4'tür. İthalatımızda Vietnam %10.7, Malezya %8.0, Endonezya %6.8, Tayland %2.8 ve İspanya %2.7'lik paya sahiptir.

## 2. 5. Türkiye'de Ayakkabı Sektöründe İstihdam ve Eğitim

### 2. 5. 1. Genel Yapı

Ayakkabı Sanayisinde, yan sanayi dahil yaklaşık 400 bin kişi istihdam edilmektedir. İstihdamın 50 bini büyük ve orta ölçekli işletmelerde, 350 bini küçük ölçekli işletmelerdedir. İşgücü eğitimi, işyerinde verilen **iş başı eğitimi ve usta çırak ilişkisi** ile sağlanmaktadır. Meslek okullu işgücü ise yeni oluşmaya başlamıştır. Ancak, sektörde sanayileşme sürecinin ihtiyaç duyduğu ara teknik eleman eksikliği bulunmaktadır. Bu okullar henüz yeterli değildir. Eğitimin desteklenmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir.



Türkiye genelinde çalışanların öğrenim durumu: %50'si ilkokul, %25'i ortaokul, %20-22'si lise ve %3-5'i yüksek öğrenimlidir. Ancak, bu alanda sektörün büyük bir ihtiyacına cevap vermemektedirler. Sektörde, bu bakımdan, **yerli değil, yabancı tasarımcıların ürünleri kullanılmaktadır**. Yabancı tasarımcılar, genellikle, İtalya ağırlıklı olmak üzere, İspanya ve Fransa gibi ülkelerin

tasarımcılarıdır. Yabancı tasarım ürünleri %90 oranındadır. Yönelinen ülkeler, Suriye ve diğer Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere, eski SSCB ve Balkan ülkeleridir. Üniversitelerde, ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi ürünleri tasarımı, doğrudan eğitim konusu değildir. Bazı endüstri tasarım ve moda bölümlerinde, zaman zaman proje bazlı ayakkabı tasarımları görülmektedir. Ki, bu da ihmal edilebilir boyuttadır. Tasarım yönünden, İtalya ve İspanya kaynaklı tasarımların taklidinin ağırlıklı bir yer tuttuğu görülmektedir. İtalyan ve İspanyol tasarımlarının, bütün dünya ölçeğinde baskın ve taklidi çağırıcı bir üstünlüğünün olduğu kabul edilmektedir.

**Türkiye'nin tasarımda önemli bir yeri bulunmamakla birlikte, son yıllarda, taklidi ve kopyacılığı aşan girişimler ve tasarım ürünleri ortaya çıkmaya başlamıştır.** Tasarım konusunda, Türkiye orijinli bir moda akımı, kendini yaratacak temellerden hep yoksun kalmıştır. Tasarıma yönelik bütçeler firmaların hep ihmal ettikleri bütçeler olmuştur bu yüzden.

### **2. 5. 2. Türkiye’de Ayakkabıcılık Konusunda Eğitim Veren Ortaöğretim Kurumları**

- İstanbul/TASEV Ayakkabıcılık Anadolu Meslek Lisesi (Türkiye Ayakkabı Sanayii Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı)
- Ankara/Şükriye Uludağlı Olgunlaşma Ens.
- Ankara/ Atatürk Meslek Lisesi
- Konya/ Meram Atatürk Anadolu Meslek ve Meslek Lisesi
- Erzincan Tercan Endüstri Meslek Lisesi
- Hatay Merkez Endüstri Meslek Lisesi
- İstanbul Zeytinburnu Endüstri Meslek Lisesi
- İzmir Bornova Mimar Sinan Endüstri Meslek Lisesi
- Van Merkez Endüstri Meslek Lisesi
- Ayakkabı Anadolu Meslek Lisesi



### **2.5.3. Türkiye’de Ayakkabıcılık Konusunda Eğitim Veren Yükseköğretim Kurumları**

- Mimar Sinan Üniversitesi bünyesinde sektöre tasarım konusunda nitelikli eleman yetiştirmek amacıyla, iki yıllık ayakkabı tasarım bölümü açılmıştır.
- Yapılan girişimlerle, 2006-2007 öğretim yılında Selçuk Üniversitesi’nde iki yıllık “Ayakkabı Tasarım” bölümü açılmıştır.

### **2. 5. 4. Konya Ticaret Odası ve Konya Ayakkabıcılar Odası “Ayakkabıcılık Sektöründe İşgücünün Eğitimi ve Modernizasyonu” Projesi**

KOSGEB tarafından 2 Şubat 2005 tarihinde yapılan “Kümelenme Yaklaşımı Raporu”na göre, ayakkabıcılık sektörü Konya’nın önde gelen üç önemli sektöründen biri

olmuştur. Konya bu yapısıyla Türkiye'nin en rekabetçi illerinden biri olarak kabul edilmektedir.

23/11/2005 – 10/03/2006 tarihleri arasında Konya Ticaret Odası tarafından, Oda üyelerine yönelik yapılan **“Sektörel İstişare Toplantıları”** sonucunda bu rapor ortaya çıkmıştır.

Konya Ticaret Odası, bu toplantılarda bulunan üyelerinin istek ve ihtiyaçları ve yapılan diğer rapor çalışmalarını göz önünde bulundurarak sektörün en önemli sorunu olan **“eğitim, nitelikli eleman”** sorununun çözümüne yönelik **“TRA2, TR72, TR52 VE TRB1 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı Yerel Kalkınma Girişimleri Hibe Programı”** kapsamında bir Avrupa Birliği eğitim projesi hazırlamıştır. Sahipliğini Konya Ticaret Odası'nın yaptığı bu projede, Konya Ayakkabıcılar Odası ortak kuruluş olarak yer almaktadır.

30 Kasım 2006 tarihinde Konya Ticaret Odası yetkilileri tarafından **“Ayakkabıcılık Sektöründe İşgücünün Eğitimi ve Modernizasyonu”** projesinin sözleşmesi imzalanmıştır. 01.12.2006 tarihinde başlayan **“Ayakkabıcılık Sektöründe İşgücünün Eğitimi ve Modernizasyonu”** projesinden; Konya ve çevresinde ikamet eden, ayakkabıcılık sektöründe faaliyet gösteren özel sektör işletmelerinde çalışanlar ve ikamet eden vasıfsız işsizler ile ayakkabıcılık sektöründe faaliyet gösteren işletmeler faydalanacaktır.

Proje ile Ayakkabı Eğitim Merkezinde stampa, saya ve tasarım konusunda eğitim verilecektir. Tasarım konusunda Konya'ya özgün tasarım yapabilecekleri teşvik amacıyla ilk kez **“Ayakkabı tasarım yarışması”** yapılacaktır.

Projenin toplam bütçesi 139.832,29 Avro'dur. Projenin toplam maliyetinin %90'u Avrupa Birliği tarafından, %10'u Konya Ticaret Odası tarafından karşılanacaktır.

Proje ile; Konya ve çevresinde ayakkabıcılık sektörünün kapasitesini artırarak, bölgenin ekonomik gelişmişlik düzeyine katkıda bulunmak; nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanmasına ve uzun vadede rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlamak; ikamet eden vasıfsız işsizlerin emek piyasasına entegrasyonunun sağlanmasına ve istihdam edilebilirliklerinin artırılmasına katkı sağlamak ve en önemlisi sivil toplum örgütleri arasında işbirliğinin ve dayanışmanın artırılmasına katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

## **2. 5. 5. Türkiye’de Ayakkabıcılık Konusunda Yapılan Diğer AB Projeleri**

- **AB KOSGEB Ayakkabıcılık Eğitim Enstitüsü Projesi:** TASEV'in AB hibe programları kapsamında, Milli Eğitim Bakanlığı ve KOSGEB ile birlikte hazırladığı “AB KOSGEB Ayakkabıcılık Eğitim Enstitüsü projesi bulunmaktadır. (3 milyon 200.000 euroluk)
- **Trabzon Sanayici ve İşadamları Derneği, Trabzon Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü ve Kuzey Ayakkabıcılık firmalarının ortak çalışmaları sonucunda hazırlanan “Sayacılık Meslek Elemanı Yetiştirilmesi Projesi”:** Aktif İşgücü Programları Projesi kapsamında, bölgede ihtiyacı hissedilen nitelikli işgücünün yetiştirilmesi, işsizliğin önlenmesi amacıyla, Trabzon Sanayici ve İşadamları Derneği, Trabzon Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü ve Kuzey Ayakkabıcılık firmalarının ortak

çalışmaları sonucunda "**Sayacılık Meslek Elemanı Yetiştirilmesi Projesi**" hazırlanmış ve kabul edilmiştir.

- **Ayrıca;** Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü Moda Aksesuar Tasarım Programı özellikle İzmir Bölgesi'nde Ayakkabı Tasarım ve Üretimini geliştirmesi adına çalışmalar yapmaktadır.

## 2.6 Türkiye'de Ayakkabıcılık Sektörünün Sorunları

- Son yıllarda ülkemiz ayakkabıcılık sektörünün karşı karşıya olduğu en önemli sorunlardan birisi de Çin'den ithal edilen ucuz ayakkabılar oluşturmaktadır.
- Tasarım ve moda unsurlarının ön planda olduğu sektörde, ayakkabıcılık eğitimi veren meslek okulu, yüksek okul v.b. eğitim kurumları çok sınırlı kalmaktadır.
- Sermaye yetersizliği
- Moda ve Tasarımda yetersizlik
- İşletmelerin pazar bilgilerinin yeterli olmayışı
- Reklam ve Tanıtım yetersizliği
- Kurumsallaşamama: Sektörün babadan oğla geçen zanaat kimliğinden sıyrılamaması
- İşletme bilgisi yetersizliği, çağdaş işletmecilik fonksiyonlarının yetersizliği
- Kalifiye eleman temini, yabancı dil bilgisi yetersizliği
- KDV, enerji ve işçilik maliyetleri

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KONYA'DA AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ

### 3. 1. Konya'da Ayakkabıcılık Sektöründe Genel Durum

Konya'da ayakkabıcılık sektöründeki durumu yansıtabilecek doğru ve güvenilir kayıtlar bulunmamaktadır. Konya Ticaret Odası'nın 17. ve 18. meslek komitelerinden 44 üyemizin katılımı ile gerçekleştirilen toplantılardan elde edilen veriler sonucunda genel durumla ilgili aşağıdaki tablo ortaya çıkmıştır.

Konya'da yaklaşık olarak 10 bin kişi çalışmaktadır. Yıllık 15 milyon çift ayakkabı üreten Konya'nın, Türkiye'deki pazarı, toplamın %15'dir. Üretim kapasitesi olarak Türkiye'de İstanbul ve İzmir'in ardından 3. sırada yer almaktadır.

Konya Ticaret Odası'na kayıtlı toplam 339 ayakkabı firması bulunmaktadır.

**Tablo 9: Konya Ticaret Odası'na Ayakkabıcılık Sektöründe Kayıtlı Firma Sayısı**

Komite No:	Grup	Şahıs +Şirket
17	Ayakkabı İmal Edenler	111
17	Kundura Levazımatı,Deri Kösele ve Taban İmal Edenler, Satanlar	46
17	Lastik, Kauçuk ve Plastik Ayakkabı İmal Edenler	10
18	Ayakkabı Toptan Satıcıları	60

18	Perakende Ayakkabı Satanlar ve Kavaflar	34
18	Çantacılar, Deri Konfeksiyoncuları ve Kürkçüler	25
18	Plastik, Kauçuk, Muşamba ve Lastik Ayakkabı Satanlar	53

Kaynak: Konya Ticaret Odası

Ülkemizdeki ayakkabıcılık sektörünün en önemli özelliği çoğunlukla **işgücüne dayalı küçük işletmelerden oluşması**, üretim kapasitesinin yüksek ancak kapasite kullanım oranının düşük oluşudur. Bu da pazarlama/pazar payı ile ilgilidir. Konya’da da makine parkı yeterli ama kapasite kullanım oranı düşüktür.

Sektörde eğitimin hayati önem taşıdığı söylenebilir. Sektörün çok ciddi bir eğitim sorunu vardır. Türkiye’de pek çok sektörde olduğu gibi ayakkabıcılık sektöründe de önemli ölçüde **eğitilmiş işgücüne** ihtiyaç duyulmakta ancak, mevcut yapı henüz bu ihtiyacı karşılayamamaktadır. Çünkü, ayakkabıcılık konusunda eğitim henüz ülkemizde yaygınlaştırılmamıştır. Türkiye’deki ayakkabı eğitimi ile ilgili eğitim veren meslek lisesinden biri de Konya’da bulunmaktadır: Konya / Meram Atatürk Anadolu Meslek ve Meslek Lisesi. Okuldaki ayakkabı-tasarım bölümü 2001-2002 döneminde açılmıştır. Ve ilk mezunlarını (13 öğrenciyi) geçen yıl vermiştir. Okulda öğrenciler stajlarını mutlaka yapmaktadırlar ve düzenlenen fuarlara katılmaktadırlar. Yapılan girişimlerle 2006-2007 öğretim yılında Selçuk Üniversitesi’nde iki yıllık ayakkabı tasarım bölümü açılmıştır..



**Okul-sanayi işbirliği** henüz yeterli düzeyde değildir.

Yaşanan ekonomik krizler sonrasında satın alma gücünün önemli oranda düştüğü ülkemizde, ayakkabı sektörünün karşı karşıya kaldığı en önemli sorunlardan biri de **uzak doğudan gelen ucuz ve kalitesiz ayakkabıların tehdididir**. Ucuz olması sebebiyle tüketicilerin ilgi gösterdiği bu ürünler, yerli üreticileri üretim maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle rekabet edemez duruma düşürmektedir. Emegün nispeten ucuz olduğu Uzak Doğu ülkeleri, devlet desteğini de alarak ayakkabıcılık sektöründe önemli rekabet avantajı elde etmişlerdir. Konya’da da Çin etkisi sektör temsilcileri tarafından olumsuz olarak hissedilmiştir.

Ayakkabı ve ayakkabı yan sanayi sektörü, ülke ekonomisinin genel trendlerinden doğrudan etkilenmektedir. Sektörün kendi kendine yeten bir yapısı yoktur. Hammadde yönünden dışa bağımlıdır. Ayakkabı yan sanayi girdilerin %30’u ithal, %70’i



yerli üretim olmasına karşın bazı ürünlerde % 60-70 oranında dışa bağımlılık göstermektedir. Bu özellik, makine ve kimyasallarda ağırlıklıdır. Konya’da yan sanayi ürünü olarak; taban üretimi, yapıştırıcı yaygındır. Makine ve teçhizat üretimi yapan firmalarda mevcuttur.

Enerji fiyatları, işçilik, sosyal güvenlik önemli maliyetlerdir. Kur politikası ihracat yapan firmalarımıza zarar vermektedir.

Sektör işletmeleri küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. KOBİ’lerin tipik özelliklerini taşımaktadırlar; çoğunda, yönetim fonksiyonları aile bireylerindedir; bu özellikler, bir yanıla avantajlı diğer yanıla dezavantajlı karakterdedirler. Bir yandan, kararlar daha hızlı alınabiliyor, işletmede oluşan bilgi birikiminin korunmasıyla rekabet gücü artıyor ve stratejik kararlar kolay alınabiliyor ancak öte yandan entegrasyona imkan vermemeleri dolayısıyla sanayileşmenin ve kurumsallaşmanın önünü kesiyor durumdadırlar. Kurumsallaşmaya özen gösterilmemesi hantallaşma yaratmaktadır. Vizyon sahibi bir yöneticilik geliştirilememekte ve profesyonel elemanlar, firmaların karar mevkilerinde yer alamamaktadırlar. Konya’da “küçük olsun benim olsun anlayışı” halen devam etmektedir. Birleşme yönünde bir çalışma yapılmamaktadır.

Konya’da finansman güçlükleri ve pazarlama, marka olamama sektörün en büyük sorunlarıdır. Pazarlama yönünden sektörün, kendini tanıtmaya zorlukları olduğu, ürünün kalitesi çok yüksek olsa dahi, buradaki handikapı kolay aşamadığı görülmektedir. Reklam ve tanıtım harcamaları yapılmamaktadır.

Sektör, uzun vadeli projeksiyonlar yapamamakta, günöbirlik çalışmaktadır.

Konya’da bu sektörde faaliyet gösteren firmalar, yerli değil yabancı tasarımcıların ürünlerini kullanmaktadır. Yabancı tasarımcılar, genellikle, İtalya ağırlıklı olmak üzere, İspanya ve Fransa gibi ölkelerin tasarımcılarıdır. Tasarım konusunda, Konya orijinli bir moda akımı, kendini yaratacak temellerden hep yoksun kalmıştır. Firmalar tasarıma yönelik bütçe ayırmamaktadır.



### 3. 2. Konya’da Ayakkabıcılık Sektörünün Sorunları

17. ve 18. meslek komitesine bağılı 44 sektör temsilcisi ile yapılan görüşmeler sonucunda aşağıdaki sorunlar ortaya çıkmıştır.

- **İstatistik Yetersizliğı:** Konya’da ayakkabıcılık sektörü ile ilgili gerçek durumu yansıtan veri bulunmamaktadır.
- **Sayacı Sorunu:** Sayacılık konusunda yetişmiş eleman sıkıntısı yaşanmaktadır. İşletmeler, yetiştirdikleri usta sayacıya yoğun rekabet nedeniyle yüksek ücret ödeme endişesinin de etkisiyle, bu konuda fason çalışmayı tercih etmektedir. Bu da siparişlerin zamanında yetiştirilememesine neden olmaktadır.

- **Pazarlama Sorunu:** İşletmelerin pazar bilgisine sahip olmaması sektör ihracatının sınırlı kalmasına neden olmaktadır. Firmalar mağazacılarla iyi iletişim kuramamaktadır.
- **İmaj/Marka/Tasarım Sorunu:** Konya'nın ayakkabıda marka yaratamamasından kaynaklanan bir imaj sorunu bulunmaktadır. Kendine özgü tasarımları bulunmamaktadır.
- **Reklam ve Tanıtım Yetersizliği:** Firmaların pazarlama bilinci yeterince oluşmamıştır. Kendilerini tanıtmaları problemleri bulunmaktadır. Bu hem maddi kaynaklarıyla ilgili hem de bilgi düzeyleri ile ilgilidir. Her firma internetten faydalanmamaktadır.
- **Sermaye Yetersizliği:** Sektörün sermaye yapısı yetersizdir.
- **İşletme Bilgisi Yetersizliği:** Firmaları yöneten kişilerde işletmecilik bilgisi yeterli değildir, geliştirilmesi gerekmektedir. İşletmelerin aslında sorunlarının çözümü noktasında çözüm üretilmemesi sorunları bulunmaktadır.
- **Kalifiye Eleman Temini/Eğitim:** Sektöre özgü elemanlar olmaması veya olanların bilgi düzeyinin zayıflığı, yabancı dil bilgisinin yetersizliği, teoride yetersiz kalışları.
- **İşletme Ölçek Sorunu:** Sektörün en önemli özelliği çoğunlukla işgücüne dayanan küçük işletmelerden oluşması, üretim kapasitesi yüksek ancak kapasite kullanım oranının düşük oluşudur. Sektörün bu durumu, bu firmalarda çağdaş işletmecilik fonksiyonlarının yerleşme ve gelişmesine imkan vermemektedir. Etkin bir organizasyon sisteminin yerleşmesi belli bir büyüklüğü gerektirmektedir.
- **Firmaların Uzun Vadeli Projeksiyonlar Yapmaması, Günübürlük Çalışmaları:** Kendileri için düşünmeye zaman ayırmamaları, kendi sektörleri ile ilgili araştırma faaliyetlerinde bulunmamaları.



- **Enerji Fiyatları, Kur Politikası, Sosyal Güvenlik Sorunu:**
- **Çin Mallarının Etkisi:** Çin mallarından dolayı sektör daralma yaşamaktadır.
- **İşçilerin Sorunu:** İşletmeler işçisine yeterli ücreti vermemektedir. İşçiler bu nedenle

başka sektörlere kaymaktadır.

### 3. 3. Meslek Komitelerinin Sorunlarına İlişkin Çözüm Önerileri

- Çin malları dolayısıyla sektörde bir daralma yaşanmaktadır. Bu nedenle ihtisas gümrükleri ile ilgili bir çalışma yapılmalıdır. İthalatın gayri resmi olması sektörü olumsuz etkilemektedir.
- Kur oranı ihracat yapan firmalara zarar vermektedir. Kur politikasında düzenleme yapılmalıdır.
- Maliye Bakanlığı ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı prosedüre uygun olarak hareket eden firmaların üzerinde daha çok gelmektedir. Halbuki kayıtdışı olan firmalar iş yapmaya devam etmektedir. Kayıtdışı olanların üzerine gidilmelidir.
- KDV oranı, enerji maliyetleri yüksek kalmaktadır. Bu konuda önlemler alınmalıdır.
- Pazarlama, marka, kurumsallaşma konularında işletme sahiplerinin, çalışanlarının bilinç düzeyini artırmak için seminer, panel, konferans, kurs düzenlenmelidir.
- İtalyan ayakkabıcılık eğitim sistemi ve mezun olan çocukların durumu araştırılmalı, firmalar bilgilendirilmelidir.



- Ayakkabı Tasarım bölümü Ay-Kent Sanayi Sitesiyle işlevsel işbirliğine gidebilecek bir bölgeye taşınmalıdır.
- Okul ve sektör temsilcileri bir araya getirilmelidir.
- Meslek Lisesi'nde sadece tasarım bölümü değil, bunun yanında sayacılık, finisaj, modelci gibi bölümleri de açılmalıdır.
- Ayakkabıcılık Müzesi kurulmalıdır. Dünyanın en büyük ayakkabısı ve çantasının sergileneceği bu müze için kurum ve kuruluşlar arası bir işbirliği oluşturulmalıdır.
- Mağazacılar ve Üreticiler bir araya getirilmelidir.
- Fuar organizasyonlarının daha çekici hale getirilmesi gerekmektedir.



## SONUÇ

Dünyayı hızla çepeçevre saran ve koşullarını zorla kabul ettiren küreselleşme hareketleri ve bölgesel bloklaşmalar Türkiye'ye önemli fırsatlar sunduğu gibi, bir o kadar da yeni ve çözümleri de güç tehditler getirmektedir. Türkiye'nin rekabet gücünün artırılması ve seltörel olarak sürdürülebilir büyümenin sağlanması, tüm dünyada sürekli kendini hissettiren değişimin algılanmasına, analiz edilmesine ve oluşturulan ülke vizyonundan hareketle kısa ve uzun dönemli stratejilerin oluşturulması ve bu stratejiler doğrultusunda gerekli adımların hızlı bir şekilde atılmasıyla mümkündür. Stratejinin bulunmadığı durumlarda, önceliklerin belirlenmesi güçleşmekte, üzerinde durulması gereken konular, karşılaşılabilecek fırsatlar, hangi kaynaklara odaklanması gerektiği ve kısıtların neler olduğu tahmin edilmesi güçleşmektedir. Aynı şekilde, stratejinin oluşmaması, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde oldukça önemli rolü bulunan ve ticari destek hizmetlerinin kaynağı olan devlet ve bu tür hizmetlerin kullanıcısı olan özel sektör arasında paylaşılmış bir vizyonun bulunmamasına yol açar.

Konya Ticaret Odası olarak büyük önem vererek yaptığımız **“Sektörel İstişare Toplantıları”** ile üyelerimizin ihtiyaçlarını ve taleplerini tespit etmeye çalışıyoruz.

Konya Ticaret Odası, bu toplantılarda bulunan üyelerinin istek ve ihtiyaçları ve yapılan diğer rapor çalışmalarını göz önünde bulundurarak sektörün en önemli sorunu olan **“eğitim, nitelikli eleman”** sorununun çözümüne yönelik **“TRA2, TR72, TR52 VE TRB1 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı Yerel Kalkınma Girişimleri Hibe Programı”** kapsamında bir Avrupa Birliği eğitim projesi hazırlamıştır. Sahipliğini Konya Ticaret Odası'nın yaptığı bu projede, Konya Ayakkabıcılar Odası ortak kuruluş olarak yer almaktadır.

01.12.2006 tarihinde başlayan **“Ayakkabıcılık Sektöründe İşgücünün Eğitimi ve Modernizasyonu”** projesinden; Konya ve çevresinde ikamet eden, ayakkabıcılık sektöründe faaliyet gösteren özel sektör işletmelerinde çalışanlar ve ikamet eden vasıfsız işsizler ile ayakkabıcılık sektöründe faaliyet gösteren işletmeler faydalanacaktır.

Proje ile Ayakkabı Eğitim Merkezinde stampa, saya ve tasarım konusunda eğitim verilecektir. Tasarım konusunda Konya'ya özgün tasarım yapabilecekleri teşvik amacıyla ilk kez **“Ayakkabı tasarım yarışması”** yapılacaktır.

Proje ile; Konya ve çevresinde ayakkabıcılık sektörünün kapasitesini artırarak, bölgenin ekonomik gelişmişlik düzeyine katkıda bulunmak; nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanmasına ve uzun vadede rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlamak; ikamet eden vasıfsız işsizlerin emek piyasasına entegrasyonunun sağlanmasına ve istihdam edilebilirliklerinin artırılmasına katkı sağlamak ve en önemlisi sivil toplum örgütleri arasında işbirliğinin ve dayanışmanın artırılmasına katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

## KAYNAKÇA

[www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ep851.htm](http://www.intracen.org/tradstat/sitc3-3d/ep851.htm)

[www.dtm.gov.tr/IHR/Madde/Deri2005.doc](http://www.dtm.gov.tr/IHR/Madde/Deri2005.doc)

[www.die.gov.tr](http://www.die.gov.tr)

<http://www.rdf.com.tr/yanSANayii.htm>

[http://www.turkishtime.org/21/104\\_tr.asp](http://www.turkishtime.org/21/104_tr.asp)

<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/Ekim2002/ayakkabi.htm>

<http://www.turkishoes.org>

<http://www.sabah.com.tr/2005/02/13/eko108.html>

[http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR\\_KOD=525](http://www.capital.com.tr/haber.aspx?HBR_KOD=525)

<http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres>

[http://www.rdf.com.tr/RAPOR/Ayakkab%C4%B1\\_Raporu.doc](http://www.rdf.com.tr/RAPOR/Ayakkab%C4%B1_Raporu.doc)

İstanbul Sanayi Odası Kitabı Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası

Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilme Projesi

İstanbul Ticaret Odası Ayakkabı Sektör Araştırması Yayın No: 2003-15

Konya Ayakkabıcılar Odası