



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

İnsana Yakışır İş Olanağı için Değer Zinciri Analizi

Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Mart 2018





ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

İÇİNDEKİLER

1. Giriş.....	4
2. Değer Zinciri	5
3. Amaç ve Beklenen Bulgular.....	7
3.1. Değer Zinciri Aktörlerinin Belirlenmesi - Ön Araştırma.....	7
3.2. Suriyeli İş Gücü ve Girişimcilere Dair Ön Bilgi.....	8
4. Görüşmeler ve Yöntem.....	9
4.1. Soru Akışı.....	9
5. Ayakkabıya Dair Bulgular.....	12
5.1. Ürün Tanımı	12
5.2. Üretim Aşamaları	13
5.3. Dünya Ayakkabı Üretimi	14
5.4. Türkiye Ayakkabı Üretimi	15
5.5. Türkiye Ayakkabı Tüketimi	17
5.6. İhracat Verileri	17
5.7. Gaziantep Ayakkabıcılık Sektörü.....	20
5.8. Gaziantep'te Suriyeli Ayakkabı İşletmeleri	22
6. Ayakkabı Sektörü Aktörleri	23
6.1. Araştırma ve Eğitim	23
6.2. Köprü Kuruluşlar.....	26
6.3. Değer Zinciri Aktörleri.....	27
6.4. Destekleyici ve Düzenleyici Kuruluşlar.....	30
6.5. Gaziantep Ayakkabıcılık Sektörü SWOT Analizi.....	31
7. Ayakkabı Sektörü Değer Zinciri için Proje Önerileri ve Öneri Değerlendirme Kriterleri .	33
7.1. Değer Yaratmayan ve Devam Edilmediği Taktirde Maliyet Düşürecek Ürün, İşlem ve Operasyonlar	35
7.2. Değer Yaratmayan ve Azaltıldığı Taktirde Maliyet Düşürecek Ürün, İşlem ve Operasyonlar	36
7.3. Değer Yaratan Ürün, İşlem ve Operasyonları Çoğaltmak.....	38
7.4. Yeni Değer Yaratmak.....	39
7.5. Değer Zinciri Aktörleriyle Birlikte Projelerin Ön Değerlendirmesi	42
7.6. Proje Önerilerinin ILO'nun Ekonomik, Sosyal, Çevresel ve Kurumsal Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi	45
8. Ekler.....	51
8.1. Görüşme Listesi.....	51
8.2. Çalıştay Katılımcı Listesi	53
8.3. Kaynakça.....	54



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABGS	Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
ABİGEM	Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
Ar-Ge	Araştırma Geliştirme
AVM	Alışveriş Merkezi
BM	Birleşmiş Milletler
DESUM	Dokuz Eylül Üniversitesi - Üniversite Sanayi Uygulama ve Araştırma Merkezi
EBRD	Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası
EHKİB	Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği
ETHİB	Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
GAPSHOES	Uluslararası Ayakkabı, Terlik Saracı ve Yan Sanayi Fuarı
GBB	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
GESOB	Gaziantep Esnaf ve Sanatkarları Odaları Birliği
GKO	Gaziantep Kunduracılar Odası
GSO - MEM	Gaziantep Sanayi Odası Mesleki Eğitim Merkezi
GTB	Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
GTO	Gaziantep Ticaret Odası
GTC	Gümrük Tarife Cetveli
ILO	International Labour Organisation – Uluslararası Çalışma Örgütü
ITKİB	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
İKA	İpekyolu Kalkınma Ajansı
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü
İTKİB	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MYK	Mesleki Yeterlilik Kurumu
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
SADA	Kadın Gelişim ve Dayanışma Merkezi
SIAD	Suriyeli İş Adamları Derneği
SGDD ASAM	Sığınmacılar ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği
SODES	Sosyal Destek Programı
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
SyrianEF	Suriye Ekonomik Forumu
TARGEV	Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi, Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı
TASD	Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği
TASEV	Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TEKSMER	Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu
TKDK	Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKAK	Türk Akreditasyon Kurumu
UNDP	United Nations Development Programme – Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

1. Giriş

Sekizinci yılına giren Suriye mülteci krizi, modern zamanların en geniş ölçekli, uzun süren ve karmaşık insani krizlerinden biri olarak sürmektedir. Bu çatışmanın etkileri giderek artan biçimde ekonomik ve sosyal alanlara uzanmakta, Suriye krizi başlamadan önce de zorlu sosyoekonomik koşullarla karşı karşıya bulunan ev sahibi ülkelerde ekonomik faaliyetlere sekte vurmakta, gelir kayıplarına neden olmakta ve kaliteli kamu hizmetlerine erişimi güçleştirmektedir. Suriye Mülteci Krizi, yol açtığı benzeri görülmemiş nüfus hareketi nedeniyle uluslararası ilgi odağındadır. Mülteci alan ülkeler durumla baş etmede ve ev sahibi toplulukları desteklemede önemli güçlüklerle karşılaşmaktadır. İnsani ihtiyaçların karşılanmasına yönelik yardımlar ön planda olmakla birlikte, geçim desteği giderek odaklanma noktası olmaya başlamıştır.

Bu bağlamda, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO); Birleşmiş Milletler (BM) kuruluşları ve kalkınma ortakları tarafından koordine edilen Bölgesel Mülteci ve Dayanışma Planı'nda (3RP) verilen geçim kaynakları bileşeni kapsamında önemli bir rol oynamaktadır. ILO Türkiye Ofisi, Türkiye'de Suriyeli mültecilere yönelik üçayaklı bir strateji geliştirmiştir:

1. Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler ve ev sahibi toplulukların, 'İnsana Yakışır İş'e erişimini kolaylaştırmak için yetenekli, yetkin ve üretken bir işgücü arzı yaratmaya katkıda bulunmak,
2. Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler ve ev sahibi topluluklar için iş yaratarak veya girişimciliği artırarak belirli sektörlerde ve coğrafi bölgede yerel ekonomik gelişmeyi desteklemek,
3. Kapsamlı kalkınma stratejilerinin uygulanmasında Türkiye işgücü piyasası yönetim kurumlarını ve mekanizmalarını güçlendirmeye destek sağlamak

Bu stratejiler kapsamında, ILO Türkiye Ofisi, çeşitli alanlarda, geçim kaynaklarını ve insana yakışır iş fırsatlarını iyileştirmek adına Şanlıurfa, Gaziantep, Adana, Mersin, Hatay, Ankara ve İstanbul'da projeler geliştirmektedir. Mültecilerin ve ev sahibi toplulukların istihdamını artırabilmek için hem emek arzına hem de talebe odaklanılmaktadır; ilgili kamu kurumlarının, işverenlerin ve işçi örgütlerinin kurumsal ve operasyonel kapasitesini artıran projeler geliştirilmektedir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

2. Değer Zinciri

Değer zincirinin temel şeması aşağıdaki gibidir. ILO, bu değer zincirine destek vermeyi, değer zincirini fasilete etmeyi, birimlere (özel sektör, STK, kamu kurumları) dâhil olmadan; bağımsız olarak birimler ve sektörün verimini arttırmayı planlanmaktadır. ILO, sektörün tıkanıdığı alanları tespit edip kümenin sonuç odaklı hareket etmesini sağlamayı, pazar için farklı analitik çerçeveleri gerekçelendirerek birleştirici ve rehberlik edici olmayı planlamaktadır.

Aşağıdaki değer zinciri şemasında görüleceği gibi en temel süreçler; tedarik, üretim, satış ve pazarlamadır. Tüm bu süreçler için bilgilendirme, iletişim ve düzenlemeler önemlidir. Bilgilendirme ve iletişim içinse bilgi, altyapı ve ilgili hizmetler süreci etkilemektedir.

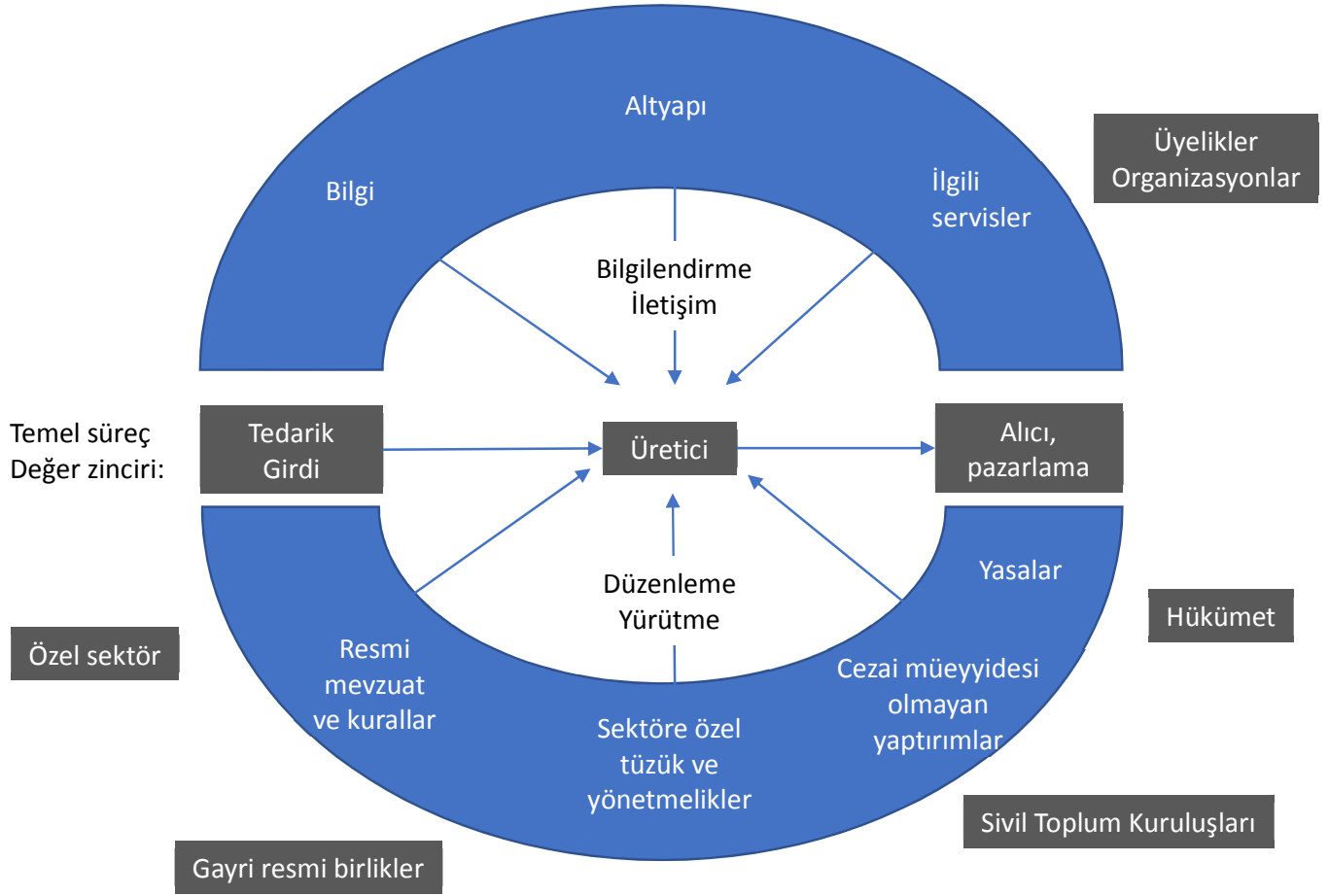
A) Bilgi: Tedarik, üretim, satış / pazarlama ve dünya trendlerine dair bilgilerin saptanması gerekmektedir. Bu bilgiler, dünya ayakkabı üretimi / tüketimi, Türkiye ayakkabı üretimi / tüketimi, Türkiye ithalat ve ihracat rakamları, dış ticaret dengesi, sektörün aktif oyuncular, sektörün mevcut durumu ve olasılıkları olabilir.

B) Alt yapı: Emek yoğun bir sektör olan ayakkabı sektörü için fiziksel koşullar (kullanılan malzemeler, atölye) ve işçi tecrübesi alt yapı olarak nitelendirilebilir.

C) İlgili servisler: Ayakkabı sektörünün ilgili olduğu sanayiler ve alt imalat grupları, ilgili servisler olarak tanımlanır. Ayakkabı sektörünün ilgili olduğu sanayiler arasında ayakkabı hammaddesi olarak kullanılan deri, suni deri, plastik, kösele ve tekstil sayılabilir. Ayakkabıyı en yakından ilgilendiren alt sektör ise sayıcılıktır. Sayıcılık sektörü gelişmediği ve düzenlenmediği takdirde ayakkabıcılık sektörü de gelişmeyecektir. Diğer alt ve ilintili sektörlerle raporda değinilmiştir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri



Değer zincirinin “Düzenleme ve Yürütme” kısmında; resmi mevzuat ve kurallar, sektöre özel tüzük ve yönetmelikler, cezai müeyyideler ve cezai müeyyidesi olmayan yaptırımlar ile yasalar bulunmaktadır. Değer zincirinin ikinci halkasında ise özel sektör, gayri resmi birlikler, sivil toplum kuruluşları (STK) ve hükümet bulunmaktadır



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

3. Amaç ve Beklenen Bulgular

Bu çalışma ile amaçlanan, Gaziantep ayakkabı sektöründe ‘İnsana Yakışır İş’ yaratmak adına değer zinciri halkalarında uluslararası iş standartlarının uygulanmasını teşvik ederek, sektör fırsatlarının ortaya çıkarılmasını ve sektör kısıtlamalarının ortadan kaldırılmasını destekleyecek bir çerçeve geliştirmektir. Yerel ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmak, ayakkabı sektöründe yer alan paydaşların diyalogunu kolaylaştırmak ve cinsiyet eşitliğini teşvik etmek için ayakkabı değer zincirinin analiz edilmesi hedeflenmiştir. Değer zinciri analizi için aşağıda belirtilen çalışmalar yapılmıştır:

1. Seçilen sektör/alt sektör ve ürün, potansiyel ve ekonomik trendler hakkında hedef kitle analizi için masa başı çalışması yapılmış ve ILO dokümanları incelenmiştir.
2. Bire bir görüşmeler ve odak grup toplantılarında kullanılacak soru akışı ve sonuçların analizi için çalışma planı ve metot hazırlanmıştır.
3. Sektörün önde gelen oyuncular ve örgütleri, kamu kurumları, kalkınma ajansları, STK'lar, araştırma enstitüleri ve diğer ilgili kuruluşlarla görüşmeler yapılmış, yerel ekonomik büyüme, karlılık ve istihdam potansiyelini belirlemek, Suriyeli mülteciler ve ev sahibi topluluklar için mevcut pazar bağlantılarını, sorunları, zorlukları tespit etmek ve istihdam fırsatlarını ortaya çıkarmak için odak grup tartışmaları düzenlenmiştir.
4. Bulguları ve toplanan verileri tartışmak, ayakkabı sektörü için tanımlanmış alt sektör / üründe sosyal diyalogu kolaylaştırmak, ILO yetkilileri ve seçilen değer zinciri paydaşlarıyla toplumsal cinsiyet eşitliği yaklaşımını geliştirmek için atölye çalışmaları yapılmıştır.
5. Görüşmeler, odak grup toplantıları ve değer zinciri paydaş atölyesinin sonuçlarını içeren taslak rapor ILO Türkiye Ofisi'ne sunulmuştur.
6. ILO'nun, ‘İnsan Onuruna Yakışan İş İçin Değer Zincirinin Geliştirilmesi’ öneri ve içeriği doğrultusunda görüşülen organizasyonların listesini içeren taslak rapor nihai hale getirilmiştir.

Bir sonraki adımda, ILO Türkiye Ofisi ile merkezi ve yerel düzeydeki ilgili paydaşların katılımıyla gerçekleştirilecek çalıştayla birlikte ana bulguların sunumu ve analizi yapılacaktır.

3.1 Değer Zinciri Aktörlerinin Belirlenmesi - Ön Araştırma

Değer zinciri analizi çalışmasına başlanmadan önce, ayakkabı sektörü için masa başı çalışması ve literatür taraması yapılmıştır. Ayrıca, aşağıdaki tabloda gösterilen kurum ve kuruluşlarla sektörün gelişimi, ‘insana yakışır iş’ hacimleri, hedef kitlesi konusunda ön değerlendirme yapılmıştır.

<i>Kurum / Kuruluş / Organizasyon / Dernek</i>
Gaziantep Ticaret Odası – Suriyeliler İçin Yardım Masası
Gaziantep Sanayi Odası – Mesleki Eğitim Merkezi
Gaziantep Ticaret Borsası
Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birlikleri
İpekyolu Kalkınma Ajansı
Suriye İşadamları Derneği
Suriye Ekonomik Forumu
Gaziantep Kunduracılar Odası



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

3.2. Suriyeli İş Gücü ve Girişimcilere Dair Ön Bilgi

Ön görüşmeler ve masa başı çalışması esnasında gelir kaybı yaşayan ve Türkiye’de kamu hizmetlerine zor erişen Suriyelilerin, Gaziantep’teki bazı sektörlerde olumlu katkıda bulundukları saptanmıştır:

- 2011’de savaş başladığından bu yana, Suriyeliler, Türkiye’de, 6.000 yeni resmi şirket kurmuştur ve bazı tahminler Suriyeli şirketlerin sermaye toplamının 1 ila 1,5 milyar dolar civarında olduğunu göstermektedir¹.
- Gaziantep Kunduracılar Odası’nın (GKO) beyanına göre 40 - 50 Suriyeli girişimci sayesinde, kadın ayakkabı sektörüne yapılan yatırımlar, Körfez ülkeleri ve batılı ülkeleri Türkiye’ye çekmektedir.
- GAPSHOES’u düzenleyen Akort Fuarcılık firmasından alınan verilere göre 2016 GAPSHOES’a katılan firmaların, %10’u Suriye, %5’i ise Irak kökenlidir. Suriyeli yatırımcılar, hem Körfez ülkeleri hem de batı ülkelerindeki potansiyel müşterileri Türkiye’ye çekmektedir.

GAPSHOES Aralık 2016 fuar bilgileri:

Katılımcı firma sayısı: 250

Katılımcı Suriyeli firma sayısı: 6

Ziyaretçi Sayısı: 31.200

Ziyaretçilerin Ülkelere göre dağılımı: %50 Türkiye, %10 Suriye, %10 Birleşik Arap Emirlikleri, %10 Rusya, %5 İran, %5 Türkiye Cumhuriyetleri, %5 Irak, %5 diğer (Fas, Ürdün, Hong Kong, Yunanistan, Filistin, Libya, Lübnan, Cezayir, Ukrayna, Afganistan, Makedonya)

Ziyaretçilerin illere göre dağılımı: %30 İstanbul, % 20 Gaziantep, %10 Konya, %10 İzmir, %10 Adana, %10 Diyarbakır, %10 diğer (Kayseri, Samsun, Çankırı, Çorum)

- Sosyal güvencesiz işçi çalıştırarak haksız rekabet yarattıkları gerekçesiyle, ayakkabı sektöründeki Suriyeli işletmelere olumsuz bakılmaktadır. Aslında, bu sorun sadece Suriyeli işletmeler için değil haksız rekabet yaratan Türk işletmeler için de geçerlidir.
- GKO ve görüşülen Türk ayakkabı firmalarına göre Suriyeliler, Gaziantep’teki ayakkabı sektörünün büyümesine; özellikle kadın ayakkabı ve terlik segmentinde ihracatın artmasına katkı sağlamışlardır. Gaziantep ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren Suriyelilerin, Türkiye’ye gelmeden önce de bu sektörde faaliyet gösterdikleri, görüşülen firmalar ve kuruluşlar tarafından belirtilmiştir. Suriyelilerin, Körfez ülkeleri, Rusya ve gelişmiş ülkelere ihracat yaptıkları dolayısıyla Türkiye’nin bu bölgelere ihracatının arttığı belirtilmiştir. Suriyelilerle irtibat kuran ithalatçı firmalar Türk firmalarıyla da ticarete başlamışlardır. Suriyeli ayakkabıcıların çoğu Arapçanın yanı sıra İngilizce de bilmektedir. Dil ve pazar bilgileri ihracatta avantaj yaratmaktadır.
- Suriyelilerin profili ve yetilerinin bir envanteri bulunmamaktadır. Her şeyden önce Suriyeli mültecilerin yetilerinin ve Türkiye’de kalma eğiliminde olan nüfusun saptanıp yol haritasının belirlenmesi gerekmektedir.

¹ Building Markets, (2017) Another Side to the Story: A Market Assessment of Syrian SMEs in Turkey, (2017) (Araştırma 2017 yılında Türkiye’de 230 Suriyeli işletmeci ile yapılmıştır. Araştırma ve rapor yazımı Global Affairs Canada (GAC) tarafından finanse edilmiştir ve Building Markets tarafından gerçekleştirilmiştir.)



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

4. Görüşmeler ve Yöntem

Kasım 2017’de, değer zinciri analizi için ayakkabı ve deri sektöründe, Gaziantep’te ortalama 180 dakikalık toplam 41 derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmelere, dernek yönetici ve temsilcileri, kamu kurum kuruluşları, perakende noktalar ve üreticiler dâhil edilmiştir (8.1. Görüşme Listesi). Bire bir derinlemesine görüşmelere başlamadan önce, ön listesi taranarak görüşme listesi oluşturulmuştur. Görüşmeler esnasında kartopu yöntemi kullanılmıştır; görüşme yapılan kişi ve kurumlara faydalı olacağını öngördükleri başka kişi ve kuruluşlar sorulmuş, bu kişi ve kuruluşlar da görüşmelere dâhil edilmiştir.

Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, ayakkabı sektöründe kadın ve genç istihdamı arttırmak için bir proje yürütmektedir. Bu projenin saha uzmanı ile görüş alışverişinde bulunulmuştur. Tüketici eğilimlerini anlamak için Trend Group Pazar Araştırma Danışmanlık ve Organizasyon Şirketi’nin, 2017 yılında İstanbul, Ankara, İzmir ve Eskişehir’de 350 kişi ile yaptığı ayakkabı ve sneaker kullanım alışkanlıkları araştırmasından faydalanılmıştır.

4.1. Soru Akışı

Görüşmelerde, önceden hazırlanan ve ILO’nun **ekonomik**, **çevresel**, **sosyal** ve **kurumsal** kriterlerini kapsayan akış kullanılmıştır. Görüşmenin gidişatı, zamanı ve görüşülen kişiye göre bu akış esnetilmiş, sorular genişletilmiş, değiştirilmiş veya daraltılmıştır.

Ekonomik boyut: •Pazarın ve girişimcilerin +/- büyüme trendleri •Sektörün katma değer yaratma yetileri •Yenilikçilik yaklaşımı	Sosyal boyut: •Cinsiyet eşitliğini gözetme, kadın ve genç istihdamına öncelik tanıma •İstihdam ve girişimciliğin önündeki bariyerleri saptama •Çocuk işçiliğini engelleme
Çevresel boyut: •Doğal kaynakların (su, enerji vs.) ve doğal malzemenin kullanımı •Üretimin çevreye etkisi •Enerji kullanımı, karbon emisyonu, karbon ayak izi	Kurumsal boyut: •Sektör oyuncularının birlikte hareket etmeye hazır olup olmadıkları •Rakipleri, tedarikçileri, çalışanlarına ve müşterilerine karşı kazan kazan felsefesini benimseyip benimsemedikleri •Geliştirilecek proje için deneyimli ve yetkin olup olmadıkları •Resmi ve hukuki engeller •İş birliğine hazır oldukları kurum kuruluşlar



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Görüşmelerde kullanılan sorular aşağıda listelenmiştir²:

Ekonomik Boyut:

1. Pazar için büyüme beklentisi nedir?
2. Talep karşılanabiliyor mu? Sezonsal olarak sektörün karşılayamadığı talepler var mı? Alıcılar / tüketiciler daha fazla mal satın almak istiyor mu?
3. İthal ürünler ikame edebilir mi? Böyle bir gelişme / öngörü var mı?
4. Son beş senede sektörde kendi işini yapanların / girişimcilerin sayısı arttı mı, azaldı mı, aynı mı kaldı? Bu gelişimi neye bağlıyorsunuz? Gerekçeleri nelerdir?
5. Yeni istihdam yaratma öngörü ve fırsatları nelerdir?
6. Katma değer, değer yaratma son beş senede arttı mı, azaldı mı, aynı mı kaldı?
7. Mevcut pazar için üretim süreçlerinde geliştirilebilecek alanlar var mı? Yeni ürünler geliştirilebilir mi?
8. Üretim maliyeti nedir? Fiyat alıcılar için daha cazip hale getirilebilir mi? Kazan - kazan fırsatı yaratılabilir mi?
9. Ürünün iç pazar avantajları ve dezavantajları nelerdir? Ürünün dış pazarda avantajları ve dezavantajları nelerdir?
10. Alt yapı, nitelikli iş gücü, hammadde yeterli mi? Bu unsurların, fiyatları rekabet edilebilir seviyede mi?
11. İşletmeler inovasyon ve gelişim için yeterli yönetsel ve teknik kapasiteye sahip mi?

Çevresel Boyut:

1. Çevre konuları söz konusu değer zincirini nasıl etkilemektedir?
2. Bu sektörde, hangi doğal hammaddeler kullanılıyor? Hammadde doğal olsa bile işlenme ve kullanımı doğal yöntemlerle mi yapılmaktadır?
3. Hangi enerji kaynağı ne kadar kullanılmaktadır?
4. Çevre konuları potansiyel üretimi nasıl etkiliyor?
5. Üretim su kaynaklarını nasıl etkiliyor?
6. Üretim hava kirliliği yaratıyor mu? Karbon ayak izi, karbon emisyonları nasıl?

Sosyal Boyut:

1. Suriyelilerin, özellikle Suriyeli kadınların, bu değer zincirine nasıl bir katkısı olabilir? Hangi fonksiyonu hangi rolü üstlenebilirler?
2. Suriyelilerin ve kadınların bu iş kolunda istihdam hacmi - potansiyeli nedir?
3. Suriyeli kadınlar, gençler gibi istihdamı hedeflenen kitlenin yeterli becerileri var mı ve hangi alanda daha fazla yer alabilirler?
4. Suriyeliler ve özellikle kadınlar dezavantajlı gruplar piyasayı, ekipmanı, satışları ve geliri nasıl etkiliyorlar?
5. Suriyelilerin ve kadınların bu sektörde yer almasının önündeki engeller nelerdir? Nedenleri nedir?
6. Çocuk işçi, zorla çalıştırma söz konusu mu? Hangi alanda ve ne kadar?

² GIZ GmbH, (Ekim 2015), Guidelines for value chain selection: Integrating economic, environmental, social and institutional criteria



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Kurumsal Boyut:

1. Bu alandaki işletmeler - özel sektör neleri kendi kendilerine çözebilir? Bunun için kamu yatırımı gerekli mi? Gerekli ise neden kamu yatırımı gerekli olabilir? Kamu yatırımının farkı ve katkısı ne olur?
2. Bu alana özel sektörün, kamunun, bağışçıların yatırımları var mı? Planlar, yapılacaklar olanlar gerçekçi mi? Nasıl?
3. Sektör politikaları yürürlükte mi?
4. Hükümet somut destek sağlıyor mu? Böyle bir şey beklenebilir mi? Nasıl?
5. Üreticilerin piyasalara (kolay) erişebiliyor mu? Piyasaya girmek için fiziksel ve / veya düzenlemelerle ilgili engeller var mı?
6. Değer zincirinde yer alan aktörler işbirliğine ve paylaşıma açık mı? Nasıl?
7. Hangi donör / destek kuruluşları iş birliği yapmaya hazır?
8. Değer zincirinin oyuncular ve destekçileri arasında 'kazan - kazan' işbirliği nasıl kurulabilir mi?
9. Değer zinciri analizi sonuçlarına göre belirlenecek olası programın - projenin etkisini gidişatını etkileyecek olumsuzluklar, bariyerler var mı? Neler?
10. Sektördeki inovasyon olanakları test edilip onaylanmış mı?
11. Aktörlerin örgütlenme (birlikte harekete geçmeleri vs) sorumluluklarını yerine getirme yetileri/kabiliyetleri/yeterlilikleri var mı?
12. Değer zincirinde kaliteyi arttırmak için yeterli iş geliştirme hizmetleri ve diğer destek hizmetleri var mı?
13. Projelerin finansman olanağı var mı?



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5. Ayakkabıya Dair Bulgular

5.1. Ürün Tanımı

Ayakkabı; çorabın dışında ayağa giyilen ayak için üretilmiş her türlü giysidir ve iskarpin, bot, çizme, terlik gibi ayak giysilerini ifade etmektedir. Ayakkabı üretimi, T.C. Kalkınma Bakanlığı sektör sınıflandırmasına göre imalat sanayii kapsamındaki deri ve deri ürünleri sanayiinin altında yer almaktadır ve lastik ve / veya plastik hammaddeden yapılanlar da dâhil olmak üzere, ayağa giyilen her türlü ayakkabının üretimini kapsamaktadır (Genç, 2005³). Gümrük Tarife Cetveli'nde tanımlanmış olan tabanlar, topuklar, sayalar gibi aksam ve parçalar da ayakkabı sanayii içinde yer almaktadır. Bu aksam ve parçalar dışında yer alan bağ, toka, fermuar, vardola, yapıştırıcı, ökçe, çivi, kesici aletler, kalıplar gibi ayakkabı üretiminde kullanılan çok sayıda ürün ise tekstil, ağaç, metal, kimya, makine vb. diğer sanayiler içinde yer almaktadır.

GTİP no	Madde ismi
64.01	Dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden olan su geçirmez ayakkabılar
64.02	Dış tabanı ve yüzü kauçuk ve plastik maddeden olan diğer ayakkabılar
64.03	Dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip yoluyla elde edilen köseleden ve yüzü deriden olan ayakkabılar
64.04	Dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip yoluyla elde edilen köseleden ve yüzü dokumaya elverişli maddelerden olan ayakkabılar
64.05	Diğer ayakkabılar
64.06	Ayakkabı aksamı, çıkarılabilir iç tabanlar, topuk rampası ve benzeri eşya, tozluklar, dizlikler vb.

Özelliklerine göre ayakkabı grupları



Diğer sınıflandırmalar ise, ayakkabının yüzünün tabana tutturuluş biçimi, topuk yüksekliği, taban uzunluğu, bileğe kadar, bileği geçen, çizmeler, sandaletler, spor ayakkabılar, terlikler gibi ayakkabı türlerine göre yapılmaktadır.

3 Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Genç Ö., (Temmuz 2005), Sektörel Araştırmalar Ayakkabı



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ

Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5.2. Üretim Aşamaları



Fotoğraf: Nurhan Keeler, (Kasım 2017), Gaziantep Koşak Ayakkabı

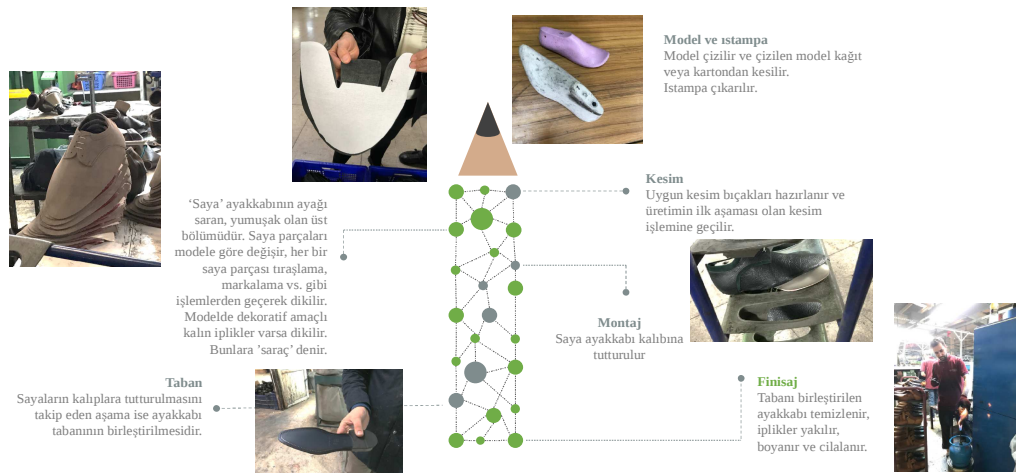
Ayakkabı üretimi, temel olarak 6 aşamada gerçekleştirilmektedir. Bunlar; model ve ıstampa, kesim, saya ve saraç, montaj, taban, finisajdır. Üretime geçmeden önce, ayakkabının modeli çıkarılır. Bu aşamada, ıstampa denilen ayakkabının silüeti çizilir ve çizilen bu model kâğıt ya da karton üzerinde kesilir. Kâğıt / karton patronlar dikkate alınarak bunlara uygun kesim bıçakları hazırlanıp deri ve astar kesilir.

“Saya” ayakkabının ayağı saran, yumuşak üst bölümüdür. Saya parçaları modele göre değişir ve her bir parça tıraşlama ve markalama gibi işlemlerden geçirilip dikilir. Dikim işlemi, kesilmiş parçaları makinelerle işleyerek ayakkabı modeline uygun hale getiren sayacılar tarafından yapılır. Bazı ayakkabıların üzerine eklenen dekoratif kalın iplikten dikişlere “saraç” adı verilmektedir.

Dikilen sayanın, ayakkabı kalıbına tutturulması işlemi, “montaj” aşamasında gerçekleştirilmektedir. Bu işlem, ayakkabının dengesini, kullanım rahatlığını dolayısıyla kalitesini etkilemektedir. Sayaların kalıplara tutturulmasını takip eden aşama ise ayakkabı tabanının birleştirilmesidir. En son aşama olan finisajda, tabanı birleştirilmiş olan ayakkabı temizlenir, ipliklerinden arındırılır ve boyanıp cilalanır.

Ayakkabı Yapım Süreci

Ayakkabı yapımında 6-7 aşama vardır:





ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5.3. Dünya Ayakkabı Üretimi

The Statistics Portal'ın dünya verilerine göre dünya ayakkabı üretiminin %87'si Asya ülkeleri tarafından yapılmaktadır.

Kıtalara göre ayakkabı üretimindeki pay (%)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Asya	87	87	87	87	88	87	87
Güney Amerika	6	5	5	5	5	5	5
Avrupa	4	3	4	4	3	4	4
Afrika	2	3	2	2	3	2	2
Kuzey Amerika	2	2	2	2	2	2	2

Kaynak: The Statistics Portal retrieved from <https://www.statista.com/statistics/227262/share-of-the-worlds-footwear-production-by-continent/>

Dünya ayakkabı üretiminde, sırasıyla Çin, Hindistan, Brezilya, Vietnam, Endonezya, Pakistan, Bangladeş, Meksika, Tayland, İtalya ve Türkiye söz sahibi ülkelerdir ve Türkiye, ayakkabı ihraç eden ülkeler arasında 11. sıradadır.

Orta ve düşük kalitede ayakkabı imal eden Çin, Asya kıtasındaki ayakkabı üretiminin yaklaşık %70'ini, dünya üretiminin ise %60'ını gerçekleştirerek bu alandaki iş gücünün %53'ünü kullanmaktadır. Çin, ayakkabı üretiminin önemli bir kısmını, dünyanın fabrikası olarak nitelendirilen ve birçok ürünün imal edildiği Dongguan bölgesinde gerçekleştirmektedir. Son on yılda ayakkabı üretiminde %30'luk bir büyüme gerçekleştiren Chendau ise Çin'deki bir diğer önemli üretim merkezidir. Özellikle kadın ayakkabı üretiminde öne çıkan bu bölgedeki 1.500 ayakkabı imalatçısı tarafından üretilen ayakkabıların %70'i, 100'ün üzerinde ülkeye ihraç edilmektedir⁴.

Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ise üretim miktarını artırmaktan ziyade craft veya craft mass; daha iyi tasarım, daha kaliteli malzeme ve daha rahat ayakkabı üretimiyle daha yüksek katma değer elde etmeye odaklanmıştır. Dolayısıyla, AB ülkeleri, dünya ayakkabı üretiminde ancak %3'lük bir paya sahiptir ve bu pay 2010'dan beri değişmemiştir.

Trend ve inovatif ürünlerde, İtalya dünyanın en önemli üreticisi konumundadır. 2016 yılında İtalya 47.107.954 milyar Euro'luk AB ihracatının 10.707.969 milyar Euro'sunu gerçekleştirmiştir. (Trade Map 2016)

⁴ DOĞAKA, (2014), Ayakkabıcılık Sektör Raporu



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5.4. Türkiye Ayakkabı Üretimi

2015 TÜİK verilerine göre, Türkiye’de üretilen toplam ayakkabı çifti sayısı 296.632.211’dir. Yıllık ayakkabı üretiminin %36’sını, sayısı tekstil malzemesinden olan ürünler (ayakkabı, bot, terlik vb. spor ayakkabılar hariç), %29’unu ise tabanı ve sayısı kauçuk veya plastik malzemeden olan ürünler (ayakkabı, bot vb., su geçirmez ayakkabılar veya spor ayakkabılar hariç) oluşturmaktadır.

Sayısı deri ve tekstil olan ayakkabı, bot, terlikler ile spor ayakkabı üretimi, 2014’ten 2015’e artmıştır. Aşağıdaki tabloda özetlenen bu veriler 604 girişimci firma üzerinden hesaplanmıştır.

Ürün tanımı / Üretim miktarı (çift sayısı)	2005	2010	2014	2015
Su geçirmez ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayası kauçuk veya plastik olanlar (koruyucu metal burunlu olanlar hariç)	3.737.373	8.414.756	8.367.356	4.979.810
Ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayası kauçuk veya plastik olanlar (su geçirmez ayakkabılar veya spor ayakkabılar hariç)	10.847.287	65.668.328	124.985.245	85.012.334
Ayakkabı, bot vb., sayası deri olan (spor ayakkabılar, koruyucu metal burunlu ayakkabılar ve çeşitli özel ayakkabılar hariç)	24.016.348	37.921.900	55.450.042	60.761.316
Ayakkabı, bot, terlik vb., sayası tekstil malzemesinden olanlar (spor ayakkabılar hariç)	41.508.359	-	104.328.491	105.988.862
Spor ayakkabılar, tenis, basketbol, jimnastik, antrenman vb. için	-	3.358.747	12.336.753	18.322.005
Diğer spor ayakkabılar (kayak ve paten ayakkabıları hariç)	5.009.884	3.630.950	5.945.812	6.750.459
Ayakkabı, bot vb. (koruyucu metal burunlu olanlar)	5.946.875	4.520.316	10.990.776	11.099.483
Başka yerde sınıflandırılmamış tahta ayakkabılar, çeşitli özel ayakkabılar ve diğer ayakkabılar	114.407	-	2.630.803	3.715.927

Kaynak: TÜİK, Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri, 2005-2015



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

TÜİK verilerine göre yıllara göre ayakkabı sektöründeki girişimci sayısı aşağıdaki tablodaki gibidir:

Ürün Tanımı / Girişimci sayısı	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Su geçirmez ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayası kauçuk veya plastik olanlar	18	25	23	22	22	32	38	48	34	33	32
Ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayası kauçuk veya plastik olanlar	22	34	36	26	25	54	68	87	83	82	79
Ayakkabı, bot vb., sayası deri olan	155	179	164	155	155	194	226	285	288	277	259
Ayakkabı, bot, terlik vb., sayasiteksil malzemesinden olanlar	30	31	19	16	23	31	40	53	86	89	85
Spor ayakkabılar, tenis, basketbol, jimnastik, antrenman vb. için	3	7	6	6	7	18	24	39	35	37	40
Diğer spor ayakkabılar	20	21	19	16	15	16	16	16	17	20	21
Ayakkabı, bot vb.	40	28	32	30	34	39	38	51	61	63	63
Diğer	4	2	4	4	4	3	2	3	14	24	25

Kaynak: TÜİK, Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri, 2005-2015

Yukarıdaki tabloda yer alan girişimci sayıları incelendiğinde sayası deriden ürünleri imal eden işletmelerin sayısının 2014'ten 2015'e azaldığı görülüyor: 2014'te 277 olan işletme sayısı 2015'te 259'a düşmüştür. Aynı şekilde, tabanı ve sayası kauçuk ve plastik ürünler imal edenlerin sayısı, 2014'te 82 iken 2015'te 79'a düşmüştür. Sayası tekstil malzemesinden ürün imal edenlerin sayısı ise 2014 - 2015 yılları arasında 89'dan 85'e düşmüştür. Aynı yıllarda spor ayakkabı imalatçılarının sayısı 37'den 40'a çıkmıştır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5.5. Türkiye Ayakkabı Tüketimi

2016 yılı TÜİK verilerine göre, giysi ve ayakkabının, hanelerin yaptığı toplam harcamalar içindeki payı %5,2 ve kişi başı yıllık ortalama ayakkabı alımı 2’dir.

Anket yılı	2015	2016
Hanehalkı sayısı	21.824.712	22.296.723
Toplam	100	100
Gıda ve alkolsüz içecekler	20,2	19,5
Alkollü içecekler, sigara ve tütün	4,2	4,4
Giyim ve ayakkabı	5,2	5,2
Konut ve kira	26	25,2
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri	6,1	6,3
Sağlık	2	2
Ulaştırma	17	18,2
Haberleşme	3,7	3,7
Eğlence ve kültür	2,9	2,8
Eğitim hizmetleri	2,2	2,3
Lokanta ve oteller	6,4	6,4
Çeşitli mal ve hizmetler	4,3	4,2

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Tüketim Araştırması

5.6. İhracat Verileri

TÜİK dış ticaret istatistiklerine göre, deri ve ayakkabı sektörün 2017 yılı ihracatı, % 8 artışla 1,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönem itibariyle Türkiye’nin genel ihracatı % 10,2 artışla 157 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Deri ve deri ürünleri ihracatının, toplam ihracat içindeki payı bu dönemde % 1’e yakındır.

2018 yılı Ocak ayında, Türkiye’nin genel ihracatı 12,5 milyar dolar, Türkiye deri ve deri ürünleri ihracatı, 120 milyon dolar, deri ve deri ürünleri sektörünün toplam ihracattan aldığı pay ise % 1 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılının Ocak ayında deri ve deri mamulleri ürün grupları içerisinde en çok ihracat, ayakkabı ve aksamları ürünlerinde yapılmış olup, bu ürün grubunda 74,3 milyon dolarlık ihracat gerçekleşmiştir. Ayakkabı ve aksamları ihracatında bir önceki yılın aynı ayına göre % 44,7 oranında artış kaydedilmiştir. Bu ürün grubunda toplam deri ve deri ürünleri ihracatı içerisindeki payı 2018 yılı Ocak ayında % 57,5 olarak gerçekleşmiştir.

Saraciye ürün grubu ihracat ise 2018 yılı Ocak ayında % 15,4 oranında artış yaşanmış ve yaklaşık 16 milyon dolarlık ihracat yapılmıştır. Saraciye ürün grubunun Türkiye toplam deri ve deri mamulleri ihracatı içerisindeki payı ise % 12,3’tür.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

2017 yılı Ocak-Aralık dönemi itibariyle ürün grupları bazındaki ihracat değerleri ise aşağıda yer alan tabloda gösterilmektedir⁵. Ayakkabı ürün grubu ihracatında, 2018 yılının Ocak ayında geçen yılın aynı ayına göre % 44,7 oranında artış kaydedilmiş, ihracat 51,3 milyon dolardan 74,3 milyon dolara yükselmiştir

Ürün Grupları Bazında Deri ve Deri Ürünleri İhracatı				
Birim:1.000 \$	2016	2017	Değişim (%)	Pay (%)
Ayakkabı (GTİP 64)	707.214	768.870	8,7	50,6
Deri+Kürk Giyim	271.641	294.347	8,4	19,4
4203.10 Deri Giyim	170.951	159.861	-6,5	10,5
4303-4304 Kürk Giyim	100.690	134.486	33,6	8,9
Yarı İşlenmiş/Bitmiş Deri+ İşlenmiş Kürk	2.366.955	263.848	11,3	17,4
4104-4115 Yarı İşlenmiş/Bitmiş Deri	188.516	208.162	10,4	13,7
4302 İşlenmiş Kürk	48.439	55.686	15	3,7
Saraciye (GTİP 4201-4202-4203.21/29/30/40-4205-4206)	176.416	189.098	7,2	12,4
Ham Deri+Ham Kürk	365	1.653	352,2	0,11
4101-4103 Ham Deri	352	1.608	356,5	0,11
4301 Ham Kürk	13	45	237,5	0
Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	1.394.061	1.519.231	9	100

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları/Şubat-2018

2018 yılı Ocak ayında Türkiye tarafından en çok ayakkabı ve aksesuarları ihracatı yapılan ilk 10 ülke sıralamasında, bir önceki yılın aynı ayına göre % 219,0 oranında artış ile Rusya lider konumunda olup, bu ülkeye yapılan ihracat 16 milyon dolar olmuştur. Ocak ayında ihracatta % 69,1 oranında artış yaşanan Almanya ikinci en büyük ihracat pazarı olmuş ve ihracat değeri 6,3 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Rusya'nın toplam ihracat içindeki payı % 21,6, Almanya'nın payı ise % 8,5 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı Ocak ayı itibariyle, Irak, Romanya, İspanya, Fransa, Cezayir ve İngiltere'ye yönelik ihracatta % 4,1 ile % 104,3 arasında değişen oranlarda artış kaydedildiği görülmektedir. Aynı dönemde sadece Bulgaristan ve Suudi Arabistan'a ayakkabı ihracatında sırasıyla %52,7 ve %18,2 oranlarında düşüş kaydedilmiştir.

⁵ Deri ve Deri Ürünleri Sektörü 2018 Ocak Ayı İhracat Bilgi Notu



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

En Fazla Ayakkabı İhracatı Yapılan Ülkeler (GTIP 64.01-64.06)					
Birim: 1.000 \$		2017 Ocak	2018 Ocak	Değişim (%)	Pay (%)
1	Rusya	5.026	16.034	219	21,6
2	Almanya	3.746	6.332	69,1	8,5
3	Irak	5.55	5.472	4,1	7,4
4	Romanya	2.105	2.592	23,1	3,5
5	İspanya	1.334	2.575	93,1	3,5
6	Fransa	1.719	2.488	44,7	3,3
7	Cezayir	1.199	2.45	104,3	3,3
8	Bulgaristan	4.878	2.306	-52,7	3,1
9	İngiltere	1.491	2.188	46,8	2,9
10	Suudi Arabistan	2.649	2.168	-18,2	2,9
İlk 10 Ülke Toplamı		29.402	44.606	51,7	60
Diğer Ülkeler ve Serbest Bölgeler		21.945	29.688	35,3	40
AB (28) Toplamı		22.029	27.141	23,2	36,5
Ayakkabı İhracatı		51.347	74.294	44,7	100

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları/Şubat-2018

2017 yılı Ocak – Aralık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine oranla %8,7 oranında bir artışla 769 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen ayakkabı ve aksesuarları ürün grubu toplam deri ve deri ürünleri ihracatımız içerisinde en fazla payı alan ürün grubu olmuştur. 2017 yılı Ocak-Aralık dönemine ilişkin ayakkabı ihracat değerleri aşağıda yer alan tabloda, 2016 yılının aynı dönemi ile karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

En Fazla Ayakkabı İhracatı Yapılan Ülkeler (GTIP 64.01-64.06)					
Birim: 1.000 \$		2016	2017	Değişim (%)	Pay (%)
1	Irak	81.293	93.312	14,8	12,1
2	Rusya	28.713	74.270	158,7	9,7
3	Almanya	44.125	47.265	7,1	6,1
4	Bulgaristan	27.290	43.990	61,2	5,7
5	Suudi Arabistan	37.082	36.005	-2,9	4,7
6	Romanya	21.541	27.555	27,9	3,6
7	İngiltere	20.534	23.072	12,4	3
8	İsrail	16.857	19.884	18	2,6
9	İspanya	12.831	19.775	54,1	2,6
10	İtalya	17.272	18.241	5,6	2,4
İlk 10 Ülke Toplamı		307.537	403.368	31,2	52,5
Diğer Ülkeler ve Serbest Bölgeler		399.677	365.502	-8,6	47,5
AB (28) Toplamı		244.346	266.043	8,9	34,6
Ayakkabı İhracatı		707.214	768.870	8,7	100

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları/Şubat-2018



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5.7. Gaziantep Ayakkabıcılık Sektörü

Gaziantep Sanayi Odası verilerine göre Türkiye'deki en önemli ayakkabı üreticilerinin faaliyet gösterdiği ve en çok ayakkabı üretimi yapılan şehirlerden biri olan Gaziantep'in, 2016 yılı toplam ayakkabı ihracatı 114 milyon 482 bin dolar değerindedir. 2017 yılı Ocak - Mayıs döneminde, Gaziantep ayakkabı ihracatı, geçen yılın aynı dönemine göre %0,5 oranında bir azalışla 56 milyon 942 bin dolara olmuştur. (Ocak - Mayıs 2016 ihracatı: 57 milyon 215 bin dolar)

2017 yılı Ocak - Mayıs döneminde, Türkiye'den yapılan toplam 360 milyon dolar değerindeki ayakkabı ihracatının, %15,8'i, Gaziantep'ten yapılmıştır. Yavaş seyreden ayakkabı üretimi ve üretim kapasitesi, 2005 yılından itibaren hız kazanmaya başlamıştır: 2005 yılında, 14,8 milyon dolar ihracat yapan Gaziantep, 2015 yılında, 112 milyon dolarlık ihracat yapmıştır. Bu da yaklaşık %700 artışa tekabül etmektedir.

Gaziantep ayakkabı sektörünü, spor ayakkabılar, yüzü deriden ayakkabılar, yüzü kauçuk ve plastikten ayakkabılar, yüzü tekstil maddelerden ayakkabılar ve ayakkabı aksamaları oluşturmaktadır. Aşağıdaki tabloda, Türkiye'nin ve Gaziantep'in Amerikan doları cinsinden toplam ayakkabı ihracatı, yıllara göre özetlenmiştir. Gaziantep'in, Türkiye'nin toplam ayakkabı ihracatı içindeki payı, yıllar içinde artış göstermiştir⁶.

Yıl	Türkiye'nin ayakkabı ihracatı (\$)	Gaziantep'in ayakkabı ihracatı (\$)	Gaziantep'in ayakkabı ihracatı payı (%)
2010	395.624	46.393	12
2011	441.246	61.518	14
2012	545.923	78.176	14
2013	723.275	108.839	15
2014	719.320	106.803	15
2015	67.0432	111.649	17
2016	704.241	114.482	16
Ocak-Mayıs 2017	360.249	56.942	16

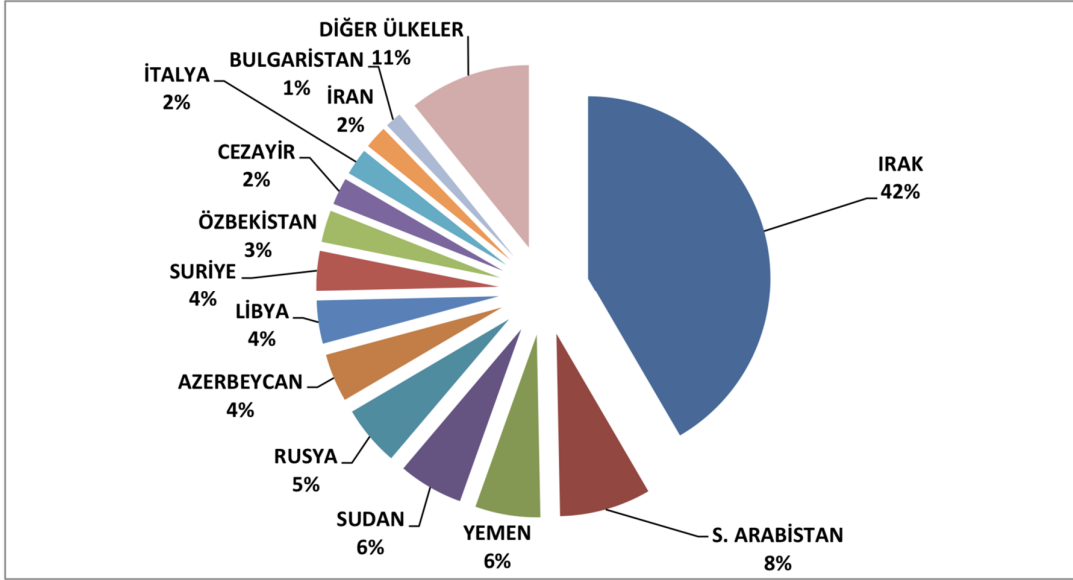
Kaynak: Gaziantep Sanayi Odası, (2017) Ayakkabı Sektör Raporu

⁶ Gaziantep Sanayi Odası, (2017), Ayakkabı Sektör Raporu



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Gaziantep'ten yapılan ihracatının ülkelere göre dağılımı, aşağıdaki grafikte gösterilmiştir. Gaziantep'ten yapılan ayakkabı ihracatının %42'si Irak'a ve %8'i Suudi Arabistan'adır.



Kaynak: Ayakkabı Sektör Raporu, Gaziantep Sanayi Odası

2015 yılına ait verilere göre, Gaziantep ayakkabı sektöründe 2.175 işletme kayıtlıdır. Sektör, toplam 10.500 üretici, toptancı, tamirci, pazarlamacı ve perakende nokta sayesinde istihdam sağlamaktadır. Yan alanlarla birlikte, 52.500 kişi sektörden yararlanmaktadır. Gaziantep Kunduracılar Odası'nın (GKO) verilerine göre, Gaziantep'te, 875 üretici bulunmaktadır. Odanın, 510 aktif üyesi ve 1.260 aktif olmayan üyesi vardır:

Gaziantep'te Kayıtlı Ayakkabı Üreticileri	875
Kadın ayakkabısı üreticileri	150
Erkek ayakkabısı üreticileri	400
Terlik üreticileri	175
Spor ayakkabısı üreticileri	150
Saya üreticileri	450
Toptancılar	150
Ayakkabı tamircileri	150
Yemeni zanaatkarları	50
Perakendeciler	500
Toplam işletme	2.175

Kaynak: Gaziantep Kunduracılar Odası

1953 yılında yasal statüsünü kazanan ve 2004 yılında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) üyesi olan GKO, Cumhuriyet'in ilk yıllarından beri hizmet vermektedir. Gaziantep Ayakkabıcılar Sitesi, 2000 yılında kurulmuştur ve sitede 300 işletme bulunmaktadır. Büyüyen işletmeler Organize Sanayi Bölgesi'ne taşınmaktadır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

5.8. Gaziantep’te Suriyeli Ayakkabı İşletmeleri

GKO’ya, 2016 yılında, hem Ortadoğu, hem Körfez ülkeleri hem de batı ülkelerinde pazarı olan 40 Suriyeli işletme kaydedilmiştir. Bu işletmeler, daha önce Gaziantep’te üretilmeyen kadın ayakkabısı ve terliğini üretmeye başlayarak ilde, bu sektörün büyümesini sağlamışlardır. Gaziantep ayakkabı sektörünün, %90’nı erkek ayakkabısı, %10’u ‘zenne’ denilen kadın ayakkabısı üretmektedir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

6. Ayakkabı Sektörü Aktörleri

Bu bölümde, araştırma ve eğitim, köprü kuruluşlar, değer zinciri aktörleri ve destekleyici ve düzenleyici kurumlar üzerinde durulacaktır. Ayakkabı aktörleri aşağıdaki şemada görüldüğü gibi özetlenebilir:



6.1. Araştırma ve Eğitim

Ayakkabı sektöründeki araştırma ve eğitim kuruluşları arasında kamu, özel sektör ve üniversiteler bulunmaktadır:

Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi (Teksmer)

Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi (Teksmer), Türkiye'deki tekstil sektörünün, teknik tekstiller alanında rekabet gücünün artırılmasına destek olmak amacıyla kurulmuştur. Ar-Ge ve teknoloji yoğun bir üretim yapısına sahip olan teknik tekstil sektörünün gelişebilmesi için bilgi ve know-how üretimi, ticarileşebilir yeni ürünlerin geliştirilmesi ve sanayinin ihtiyaç duyduğu projelerin hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu ihtiyaçları karşılamak üzere İzmir Kalkınma Ajansı finansal desteği ile kurulan Teksmer, aşağıda listelenen kurumların ortaklığında faaliyetlerini yürütmektedir.

- Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (ETHİB)
- Ege Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (EHKİB)
- Dokuz Eylül Üniversitesi - Üniversite Sanayi Uygulama ve Araştırma Merkezi (DESUM)
- Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi, Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)

Teksmer, yenilikçi, değer yaratan, ticarileşebilir Ar-Ge proje destekleri sağlayan; test, eğitim ve değerlendirme hizmetleri sunan bir merkez olarak üniversite sanayi işbirliğinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmeyi hedeflemektedir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

AB fonlu Ayakkabıcılık Eğitim Enstitüsü Projesi kapsamında kurulmuş olan Kalite Kontrol Laboratuvarı 30 Ekim 2006 tarihinden itibaren sektöre, deneyimli kadrosu ile modern ve bilgisayar donanımlı özel cihazlar, hava koşullandırılmalı özel bölüm ve kimyasal testler için ayrı bölüm ile donatılmış olarak hizmet vermeye başlamıştır. Laboratuvar, ayakkabıcılık sektörüne hizmet vererek uluslararası düzeyde geçerliliği olan deney raporu alınabilecek güvenilir bir kurumun eksikliğini gidermek ve sektörün bu konudaki ihtiyacını karşılayabilmek amacıyla kurulmuştur.

Söz konusu laboratuvar, TASEV ve KOSGEB arasında 06.08.2009 tarihinde imzalanan protokol çerçevesinde, 06.11.2009 tarihinden itibaren ‘‘TASEV Laboratuvar ve Teknik Hizmetler A.Ş. Kalite Kontrol Laboratuvarı’’ olarak ayakkabı ve ayakkabı malzemeleri sektörü için çalışmaya devam etmektedir.

Laboratuvarda, akreditasyon çalışmaları tamamlanmıştır. AB-160-T akreditasyon numarası ile Türk Akreditasyon Kurumu’ndan (TÜRKAK), 18 test kapsamında akreditasyonunu, 01.11.2015 tarihinde 3. kez yenileyerek akredite laboratuvar olma özelliğini sürdürmektedir. Bu tarihten itibaren sektörün ihtiyacı olan azo boyar madde ve fitalat testlerini de test kapsamına alınmıştır.

Laboratuvarda 150’den fazla test ve analiz yapılmaktadır. Test ve analiz sayısını arttırmak için sektörden gelen tüm talepler değerlendirilmekte ve talepleri karşılayabilmek amacıyla mevcut cihaz sayısını artırma çalışmaları da ayrıca devam etmektedir.

Gaziantep ilinde akredite test laboratuvarı

Gaziantep ve bölge illerinde üretilen ayakkabıların testinin yapılmasını sağlayacak akredite ayakkabı test laboratuvarının kurulmasına ilişkin protokol, Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu ve İpekyolu Kalkınma Ajansı arasında 18.01.2018 tarihinde imzalanmıştır. 18 ayda tamamlanması planlanan, bölgenin ilk akredite ayakkabı test laboratuvarının, Gaziantep’in yanı sıra Adana, Hatay, Şanlıurfa, Adıyaman, Kahramanmaraş ile diğer Doğu ve Güneydoğu illeri üreticilerine de hizmet vermesi hedeflenmektedir.

FLO Ar-Ge Laboratuvarı

En büyük ayakkabı perakendecilerinden biri olan FLO, kendi Ar-Ge Laboratuvarı ile dikkat çekmektedir. İstanbul’daki, FLO Ar-Ge Laboratuvarı, TS EN ISO/IEC 17025 standardına, yasal mevzuata ve TÜRKAK gerekliliklerine uymayı ve kalite yönetim sisteminin etkinliğinin sürekli iyileştirilmesi için gerekli çalışmaları yapmayı taahhüt etmektedir.

Ayakkabı müzesi, sosyal tesis ve çıraklık eğitimi

Aralık 2017’de, İzmir Bornova Belediyesi, 10.500 metrekaarelik araziye, çıraklık eğitim merkezi, sosyal tesis ve ayakkabıcılık müzesi kurulması amacıyla, İzmir Ayakkabıcılar Odası’na, 10 yıllığına tahsis etmiştir. İzmir Ayakkabıcılar Odası’nın, İzmir İl Milli Eğitim Müdürlüğü ile yaptığı işbirliği sonucunda yılda 75 kişiye çıraklık eğitimi verilmektedir ve bu sayının 200’e çıkarılması hedeflenmektedir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

2017 - 2018 Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Bölümleri Taban Puanları ve Kontenjanları

Ayakkabı tasarım ve üretimi bölümüne sahip üniversiteler aşağıdaki tabloda sıralanmıştır. Üniversitelerin ilgili bölüm kontenjanları yüksek olsa da 2017’de bu bölümler için kontenjanlar doldurulamamıştır. Örneğin; Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, yılı bir öğrenci ile kapatmıştır. Önceki yıllarda, meslek okulundan sınavsız alınan öğrencilere, YGS 2 puan türü ile üniversite tercihi yapma zorunluluğu getirilince üniversite öğrencisiz bir yıl geçirmiştir.⁷

Üniversite	Yüksekokul	Kontenjan
İzmir Ekonomi Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu (Tam burslu)	5
İstanbul Aydın Üniversitesi	Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu (Tam burslu)	3
İstanbul Üniversitesi	Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	45
İzmir Ekonomi Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu (%50 burslu)	5
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Gerede Meslek Yüksekokulu	30
Konya Selçuk Üniversitesi	Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	31
İzmir Ekonomi Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu (ücretli)	10
İstanbul Aydın Üniversitesi	Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu (%50 burslu)	27
Gaziantep Üniversitesi	Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu	25
Ankara Üniversitesi	Beypazarı Meslek Yüksekokulu	30

Kaynak: Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi, 2017

Ayakkabı ve saraciye teknolojisi alanı olan meslek liseleri:

Türkiye’de, 12 ilde ayakkabı ve saraciye teknolojisi alanında 16 meslek lisesi vardır. Bunlardan biri de Gaziantep’te bulunan Mehmet Akif Ersoy Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi’dir.

İl	İlçe	Kurum Adı
Adana	Seyhan	Sabancı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Ankara	Altındağ	Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Bartın	Merkez	Kozcağız Çok Programlı Anadolu Lisesi
Çorum	İskilip	İskilip Sultan Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Denizli	Acıpayam	Yeşilyuva Osman Çemen Çok Programlı Anadolu Lisesi
Gaziantep	Şehitkamil	Mehmet Akif Ersoy Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Hatay	Antakya	Hatay Erol Bilecik Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
İstanbul	Bahçelievler	Siyavuşpaşa Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
İstanbul	Fatih	Selçuk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
İstanbul	Gaziosmanpaşa	Küçükköy Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
İstanbul	Küçükçekmece	Küçükçekmece TASEV Ayakkabı ve Saraciye Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
İstanbul	Zeytinburnu	Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
İzmir	Bornova	Bornova Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Konya	Karatay	Karatay Aykent Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Sakarya	Erenler	Erenler Yunus Çiloğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
Trabzon	Ortahisar	80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Kaynak: <http://www.mesleklisesi.net/meslek-bolumleri>

⁷ Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu, 2017



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Küçükçekmece TASEV Ayakkabı ve Saraciye Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Yukarıdaki tabloda da yer alan Küçükçekmece TASEV Ayakkabı ve Saraciye Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, ayakkabıya özel tematik bir meslek lisesidir. İlgili sektörde en az 10 yıl boyunca tek bir alanda eğitim verecek tematik meslek liselerinin alanında marka olması hedeflenmektedir. Öğrenciyi de okulun kendisinin seçeceği bu liselerde aday öğrencilerin kabulünde özel yetenek de etkili olacaktır.

TASEV, Türkiye ve dünyada ayakkabı sektörünü geliştiren ve yönlendirebilen, girişimci, yenilikçi ve bilgi toplumuyla entegre olan öğrencilerin yetiştirildiği tercih edilen bir eğitim kurumu olmayı hedeflemektedir.

6.2. Köprü Kuruluşlar

Ticaret, sanayi odaları ve borsaları, değer zinciri aktörlerini aktüel bir şekilde birbirine bağlamaktadır. Türkiye’de 181 ticaret ve sanayi odası, 57 ticaret odası, 12 sanayi odası, 2 deniz ticaret odası olmak üzere toplam 252 oda ile 113 ticaret borsası bulunmaktadır⁸. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), toplam 365 oda ve borsanın üst birliğidir. Odalar, üyelerinin ortak ihtiyaçlarını karşılamak, meslekî faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini ve üyelerin kamu ve tüketicilere karşı etik olmasını sağlamak ve mevzuatında yazılı hizmetler ile odalara verilen görevleri yerine getirmek amacıyla kurulmuşlardır. Odalar, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı’yla (KOSGEB) iş birliği yaparak diğer bölgesel aktörlerle birlikte üyelerine eğitim hizmetinde bulunmaktadır.

Ayakkabı imal ve satıcılığı mesleği ile ilgili kurum ve kuruluşlar aşağıda listelenmiştir:

- Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme Eğitim Vakfı, TASEV
- Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği, TASD
- Türkiye Umum Ayakkabıcılar Federasyonu, TUAF
- Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği, AYSAD
- Ege Ayakkabı Sanayicileri Derneği
- Konya Ayakkabıcılar Derneği, KONAYDER
- İstanbul Spor Ayakkabıcıları Derneği
- Türkiye Deri Sanayicileri İşverenler Sendikası TUDİS

⁸ T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı web sitesi (<https://iticaret.gtb.gov.tr/sikca-sorulan-sorular/odalar-borsalar-ve-tobb>)

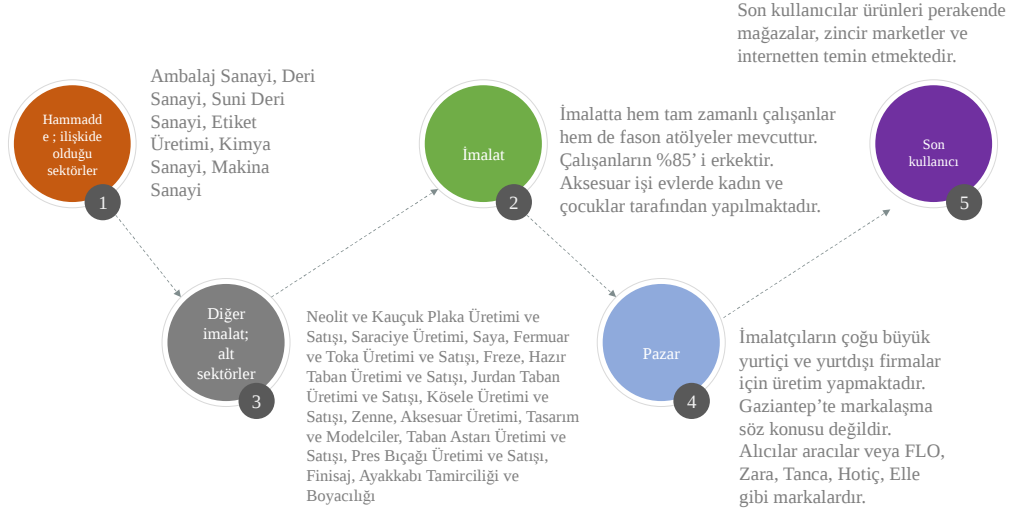


ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

6.3. Değer Zinciri Aktörleri

Değer zincirinde, temel olarak hammadde ve ayakkabının diğer ilintili olduğu sektörler (kimya sanayi, makine, ambalaj vs.), imalat, imalatın alt sektörleri, pazar ve son kullanıcı vardır:

Ayakkabı Değer Zinciri Aktörleri



İmalat

Mesleki Yeterlilik Kurumu'nun (MYK), ayakkabı imalatçısı tanımı şöyledir: İş sağlığı ve güvenliği, çevre ve kalite kurallarına uygun olarak iş organizasyonu, ön hazırlık ve montaj yapma, parçaları birleştirme ve mesleki gelişime ilişkin faaliyetleri yürütme görevlerini yerine getirme bilgi ve becerisine sahip kişi. Ayakkabı imalatçısı için Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü'nün (İŞKUR) tanımı ise: Doğal deri, suni deri, kadife, keten, naylon vb. malzemelerden belirli bir modele göre standart veya sipariş ayakkabı üreten kişi.

Ayakkabı imalatçısı, çalışma ortamında, yoğun deri kokusu, kimyasal madde ve ilaç kokularına maruz kalma, mesleğin icrası esnasında kaza ve yaralanma riskleri ile karşı karşıya olma gibi iş sağlığı ve güvenliği önlemleri gerektiren durumlar ile karşı karşıyadır; dolayısıyla, çalışma esnasında yapılan işin özelliğine göre uygun kişisel koruyucu donanım kullanmalıdır.

Ayakkabı imalatçısı ulusal meslek standardı, 5544 sayılı MYK Kanunu uyarınca çıkartılan "Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik" ve "Mesleki Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" hükümlerine göre MYK'nın görevlendirdiği Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) tarafından hazırlanmıştır. Ayakkabı imalatçısı ulusal meslek standardı, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak oluşturulmuş, MYK Tekstil Hazır Giyim Deri Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Ayakkabı üretiminin alt sektörleri

- Saya
- Fermuar ve toka üretimi ve satışı
- Freze
- Hazır taban üretimi ve satışı
- Jurdan taban üretimi ve satışı
- Kösele üretimi ve satışı
- Zenne
- Aksesuar üretimi
- Tasarım ve modelciler
- Taban astarı üretimi ve satışı
- Pres bıçağı üretimi ve satışı
- Finisaj
- Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı

Ayakkabı üretiminin ilişkide olduğu diğer sektörler

- Ambalaj sanayi
- Deri sanayi
- Suni deri sanayi
- Etiket üretimi
- Kimya sanayi
- Makina sanayi
- Neolit ve kauçuk plaka üretimi ve satışı
- Saraciye üretimi

Pazar

Gaziantep'teki firmaların çoğu FLO, Kemal Tanca, Hotiç, Ayakkabı Dünyası, ZARA gibi büyük alıcılara fason üretim yapmaktadır. Sektörde, büyük Rus firmaları da önemli alıcılardır.

Son kullanıcı

Türkiye'de, yılda ortalama 2,3 ayakkabı satın alınmaktadır. Tüketiciler, ayakkabı alırken görüp dokunmayı ve denemeyi tercih etse de markaların mobil uygulamalarından ve internet sitelerinden ön araştırma yapmaktadırlar. Model ve fiyata dair ön araştırma yaptıktan sonra mağazadan veya internet sitesinden alışveriş yapılmaktadır. Marka deneyimi olan tüketiciler kalıbın ve numaranın uyacağını biliyorsa internet alışverişini de tercih etmektedir. İnternet sitelerinin ilk alışveriş için tanıdıkları indirimler de internet alışverişini cazip hale getirmektedir⁹ TÜİK verilerine göre, Türkiye'de yaklaşık 48 milyon internet kullanıcısı vardır ve bu kullanıcıların %87'si (41,5 milyon), interneti her gün kullanmaktadır. Bu kitlenin internet üzerinde e-posta okumak ve sosyal ağlara girmek haricinde en sık yaptığı eylem, online ürün bilgisi aramaktır. Türkiye'nin yalnızca bir aylık e-ticaret kullanıcı etkinliklerine bakıldığında, internet kullanıcılarının %52'sinin satın almak üzere online ürün veya hizmet aradığı, bir online perakende mağazasını ziyaret ettiği, %43'ünün de satın almayı gerçekleştirdiği saptanmıştır. Bu oranlar, 29 milyon kişinin e-ticaret sitelerinden online alışveriş yaptığını, 30,8 milyar TL'lik Türkiye e-ticaret hacmi içerisinde kişi başı yıllık 1.029 TL harcama yaptığını göstermektedir. Dünya genelinde ise 1,61 milyar kişi online kanallar üzerinden alışveriş yapmaktadır. Bu rakamın dünya

⁹ <https://www.inveon.com.tr/2017-yari-yil-analizi-yorumlar-ve-kisa-vadede-gerceklesecek-trendler/>



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

nüfusuna oranı %22'dir. 2016 yılında, bu %22'lik nüfus dilimi 1,915 trilyon dolarlık ciro yaratmış, kişi başına 1.189 dolar harcanmıştır.

Nisan 2015 ile Mart 2016 aylarını kapsayan on iki aylık dönemde, internet üzerinden alışveriş yapan bireylerin, %60'ı giyim ve spor malzemesi, %29,7'si seyahat bileti, araç kiralama vb., %25,8'i ev eşyası (mobilya, oyuncak, beyaz eşya vb.), %21'i elektronik araçlar (cep telefonu, kamera, radyo, TV, DVD oynatıcı vb.), %19,8'i gıda maddeleri ile günlük gereksinimler (çiçek, kozmetik, tütün ve içeceklerin de dahil) satın almıştır. Spor kıyafet, ayakkabı ve malzemeler en çok sipariş edilen ürünler arasındadır¹⁰.

Arama motorları hala ürün bilgisi arama ve marka keşfetme konusunda lider olsalar da sosyal platformlarda da ürün arama ve ürün satışı yaygınlaşmaktadır. Özellikle geç Y kuşağı ve Z kuşağı kullanıcıları, online alışveriş için sosyal ağları da kullanmaktadır¹¹. Böylece, E-Ticaret ve M-Ticaret haricinde bir de S-Ticaret, yani sosyal ticaret hayatımıza girmiştir. Özellikle Instagram ve Pinterest'in yaptığı atılımlardan sonra, sosyal ağlar üzerinden doğrudan alışveriş yapılabilme konsepti tüketiciler tarafından benimsenmiştir. Bu yöntemlerin yakın zamanda tüm sosyal ağlara yayılacağı öngörülmektedir. S-ticaretin en küçük detayının bile ölçülebilir olması, büyük veri yaratılıp analiz edilmesi ve müşteri davranışlarının dijital olarak belirlenebilmesi, S-ticaretin en büyük avantajları arasındadır.

¹⁰ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779>

<https://www.inveon.com.tr/2017-yari-yil-analizi-yorumlar-ve-kisa-vadede-gerceklescek-trendler/>

¹¹ Trend Group, 2017, Ankara, İstanbul, İzmir, Eskişehir, 350 kişilik araştırma



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

6.4. Destekleyici ve Düzenleyici Kuruluşlar

MYK, İŞKUR, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB), Bölgesel Kalkınma Ajansları, T.C. Ekonomi Bakanlığı, T.C. Maliye Bakanlığı, KOSGEB, Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM), T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) destekleyici ve veya düzenleyici kuruluşlar arasındadır.

Mesleği ilgilendiren mevzuat aşağıdaki gibidir:

08.09.2005 tarihli Tüketicinin Satın Alacağı Ayakkabıların Temel Unsurlarının Yapımında Kullanılan Malzemelerin Etiketlenmesine Dair Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı, tüketicilere satış amacıyla üretilen ayakkabıların temel unsurlarının yapımında kullanılan malzemelerin etiketlenmesine dair usul ve esasları belirlemektir. Yönetmelik'in 5. maddesinde; ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde, ayakkabı yüzü, iç astar ve taban ile dış taban gibi ayakkabı parçalarını oluşturan ve ayakkabıların temel unsurlarının yapımında kullanılan malzemelere ilişkin bilgilerin, yazılı açıklamalar kullanılarak bulundurulması gerektiği belirtilmektedir. 6. maddede ise etiketin nasıl olacağı anlatılmaktadır. Buna göre etiketin; ayakkabı çiftinin birinde veya her ikisinde baskı, yapıştırma, kabartma veya ilişirme suretiyle konulması gerektiği ifade edilmektedir. Etiket, ayakkabının üst yüzünün ve iç astar ve tabanının en az %80'ini oluşturan malzeme ve dış taban hacminin en az %80'ini oluşturan malzemeye dair bilgileri içermelidir. Ayakkabı yapımında kullanılan malzemelerden hiçbiri %80 oranına ulaşmıyorsa, ayakkabıyı meydana getiren en yüksek orandaki iki malzemeye ilişkin bilgi, etikette yer almalıdır. Etiket, tüketiciyi yanıltacak şekilde olmamalıdır; içerikteki bilgilere kolay ulaşılabilmesi ve okunabilir büyüklükte olmalıdır. Tüketicinin bilgilendirilmesi için ise (Madde 7) ayakkabıların satışa arz edildiği yerlerde, kolayca görülebilecek ve okunabilecek şekilde; en az (297mm x 210mm) A4 boyutunda hazırlanmış bir poster veya tablo iş yerinin uygun bir yerine asılmalıdır. Bu Yönetmelik'in en önemli maddelerinden biri 8. maddedir. Bu maddede üreticinin ayakkabının etiketlenmesinden ve etikette yer alan bilgilerin doğruluğundan sorumlu olduğu; ancak üreticiye ulaşamadığı takdirde, bu sorumluluğun dağıtıcıya ait olduğu belirtilmektedir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

6.5. Gaziantep Ayakkabıcılık Sektörü SWOT Analizi

Swot Analizi

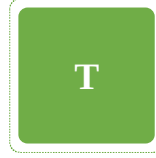
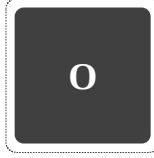
GÜÇLÜ YÖNLER

Sektörün craft mass (endüstriyel çapta zanaat), emek yoğun olması değer yaratmaktadır
Köklü bir sektör olması
Aile işletmelerinde 3. nesle ulaşmış tecrübe
İç ve dışı deri ürünlerde Çin'den daha kaliteli üretim
Lojistik avantaj
Girişimcilik ruhu, pratik çözüm üretebilme
Üretimde esnek olabilmek
İleri yaşlarda da ustalığın değerini kaybetmemesi, değerli meslek olması

FIRSATLAR

Yeni yurt dışı pazar olanakları
Yeni üretim ve satış teknikleri
Tüketicide 'yüksek enerji' yaratan ve trend bir ürün grubu olması
Kadın ayakkabı sektörünün gelişmesi
Körfez ülkelerine satış ve pazarlama potansiyeli

Sektörün fırsat ve kısıtlarına SWOT analizinde değinilmiştir



ZAYIF YÖNLER

Usta çırak ilişkisinin olmaması
Sektörün gençleri yeterince cezbedememesi
İç pazara yoğunlaşma
Fason üretim yapılan firmaların 12-18 ay ödeme vadeleri
Sektörün şu ana kadar küme olamaması
Zanaatın itibarsızlaşması
Sağlıksız çalışma koşulları
Modelleme ve tasarım kültürünün gelişmemiş olması.

TEHDİTLER

Taklit ürünler
Farklı üretim süreçlerinde kalifiye eleman eksikliği
Meslek yüksek okulu ve teknik okulların eğitmen ve öğrencilerinin yetersiz olması
Fakirleşerek büyümek, adil olmayan rekabet
Sermayenin yetersiz olması

Güçlü yönler

- Sektörün craft mass (endüstriyel çapta zanaat), emek yoğun olmasının değer yaratması
- Köklü bir sektör olması
- Aile işletmesi tecrübesinin 3. nesle ulaşması
- İç ve dışı deri ürünlerde Çin'den daha kaliteli üretim yapılması
- Lojistik konusunda avantaj
- Girişimcilik ruhu, pratik çözüm üretebilme
- Üretimde esnek olabilmenin avantaj sağlaması
- İleri yaşlarda da ustalık değerini kaybetmeyen meslek grubu istihdam etmesi

Fırsatlar

- Yeni yurt dışı pazar olanakları
- Yeni üretim ve satış teknikleri
- Tüketicide 'yüksek enerji' yaratan ve trend bir ürün grubuna sahip olması
- Kadın ayakkabı sektöründeki gelişme
- Körfez ülkelerine satış ve pazarlama potansiyeli



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Zayıf yönler

- Usta çırak ilişkisinin olmaması
- Sektörün gençleri yeterince cezbedememesi
- İç pazara yoğunlaşma
- Fason üretim yapılan firmaların 12 - 18 ay ödeme vadeleri
- Sektörün şu ana kadar küme olamaması
- Zanaatın itibarsızlaşması
- Sağlıksız çalışma koşulları
- Modelleme ve tasarım kültürünün gelişmemiş olması

Tehditler

- Taklit ürünler
- Farklı üretim süreçlerinde kalifiye eleman eksikliği
- Meslek yüksekokulu ve teknik okulların eğitmen ve öğrencilerinin yetersizliği
- Fakirleşerek büyüme, adil olmayan rekabet
- Sermayenin yetersiz olması



Fotoğraf: Nurhan Keeler, (Kasım 2017), Gaziantep Koşak Ayakkabı



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7. Ayakkabı Sektörü Değer Zinciri için Proje Önerileri ve Öneri Değerlendirme Kriterleri

*Sektörü değerlendirirken SWOT analiz yerine Değer Yaratma Analizi kullanılmıştır. Bu analiz, ILO'nun, **ekonomik**, **sosyal**, **çevresel** ve **kurumsal** kriterlerine daha uyumlu olduğu için tercih edilmiştir.*

Kasım 2017, Gaziantep'te yapılan bire bir görüşmeler ve odak gruplardan elde edilen veriler, literatür taraması ve masa başı çalışmasının çıktıları, aşağıdaki iki parametreye göre gruplanmıştır.

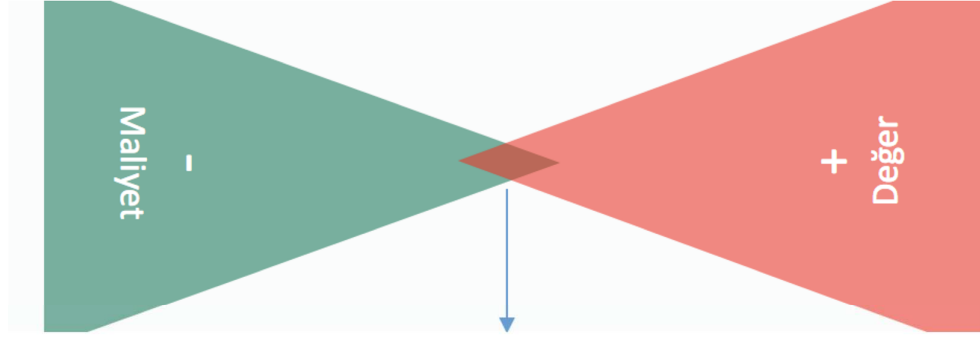
- I- Sektörde değer yaratmayan, yapılmadığı veya azaltıldığı takdirde maliyeti azaltacak ürün işlem ve operasyonlar (aşağıdaki görselde, **yeşil üçgen**)
- II- Sektörün hem daha fazla değer yaratabileceği hem de yenilik yapabileceği alanlar (aşağıdaki görselde **kırmızı üçgen**)

Bu iki parametre de ILO'nun **ekonomik**, **sosyal**, **çevresel** ve **kurumsal** (aşağıdaki görselde yer alan kare kutular) kriterlerine göre gruplanmıştır:

Ekonomik boyut: •Pazarın ve girişimcilerin (+) (-) büyüme trendleri •Sektörün katma değer yaratma yetileri •Yenilikçilik yaklaşımı	Sosyal boyut: •Cinsiyet eşitliğini gözetme, kadın ve genç istihdamına öncelik tanıma •İstihdam ve girişimciliğin önündeki bariyerleri saptama •Çocuk işçiliğini engelleme
Çevresel boyut: •Doğal kaynakların (su, enerji vs.) ve doğal malzemenin kullanımı •Üretimin çevreye etkisi •Enerji kullanımı, karbon emisyonu, karbon ayak izi	Kurumsal boyut: •Sektör oyuncularının birlikte hareket etmeye hazır olup olmadıkları •Rakipleri, tedarikçileri, çalışanlarına ve müşterilerine karşı kazan kazan felsefesini benimseyip benimsemedikleri •Geliştirilecek proje için deneyimli ve yetkin olup olmadıkları •Resmi ve hukuki engeller •İş birliğine hazır oldukları kurum kuruluşlar



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri



Değer yaratmayan ve yokluğunda maliyet düşürücü ürün, işlem ve operasyonlar: Sektörün kanıksadığı, devam ettirilmesi değer yaratmayan ve yapılmadığı takdirde yokluğu hissedilmeyecek ve maliyeti olumlu etkileyecek şeyler

Maliyet düşürücü ürün, işlem ve operasyonlar: Değer katıp katmadığı tartışılan, hiç yapmamak yerine azaltılarak maliyet yükünü azaltacak şeyler.

Değer Yaratmak

Değer yaratan ürün, işlem ve operasyonları çoğaltmak: Mevcut durumda değer yaratan şeyleri tespit edip, pazarlamasını arttırmak.

Yeni değerler yaratmak: Güncel ve gelecek ihtiyaçlarına göre yüksek değer katacak çözümler üretmek.

Eksi (-) Maliyet Parametresi (Maliyet düşürme):

a) Değer yaratmayan ve yokluğunda maliyet düşürücü ürün, işlem ve operasyonlar: Sektörün kanıksadığı, devam ettirilmesi değer yaratmayan ve yapılmadığı takdirde yokluğu hissedilmeyecek ve maliyeti olumlu yönde etkileyecek faaliyetler

b) Azaltıldığı takdirde maliyet düşürücü ürün, işlem ve operasyonlar: Değer katıp katmadığı tartışılan, hiç yapmamak yerine azaltılarak maliyet yükünü azaltacak şeyler.

Artı (+) Değer Parametresi:

c) Değer yaratan ürün, işlem ve operasyonları çoğaltmak: Mevcut durumda değer yaratan şeyleri tespit edip, pazarlamasını arttırmak.

d) Yeni değerler yaratmak: Güncel ve gelecek ihtiyaçlarına göre yüksek değer katacak çözümler üretmek.

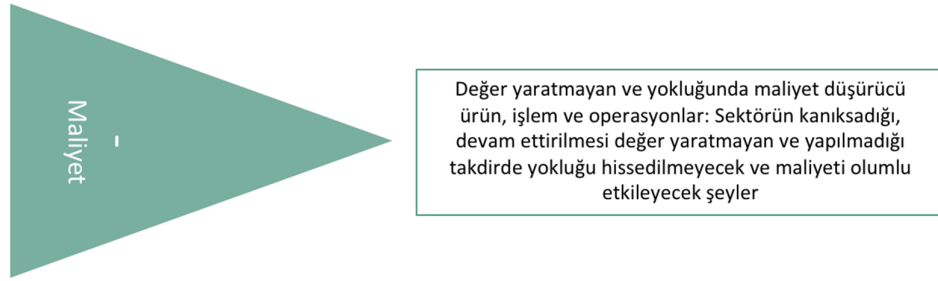


ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7.1. Değer Yaratmayan ve Devam Edilmediği Takdirde Maliyet Düşürecek Ürün, İşlem ve Operasyonlar

a) Bu alan, sektöre maliyet getiren, değer katmayan hatta zarar veren konuları içerir. Sektör bu operasyonları alışkanlıktan, günlük operasyonların yoğunluğundan, çoğunluğun bu uygulamalara devam etmesinden veya geçerli tarım politikalarından ötürü bırakamaz. Sektördeki öncülerin veya ortak aklın bu uygulamalara ‘dur’ demesi gerekmektedir.

ILO’nun, **ekonomik**, **sosyal**, **çevresel** ve **kurumsal** kriterlerine göre gruplanmış olan değer yaratmayan ve devam edilmediği takdirde maliyet düşürecek ürün, işlem ve operasyonlar aşağıda listelenmiştir.



Ekonomik boyut

1. Art arda açılan alışveriş merkezleri dolayısıyla ürün talebi artmakta ve iç pazardaki 12 aylık vadeler 18 aya çıkmaktadır. Son iki seneye kadar ayakkabının teki üreticinin karı olmuşken, karlılık artık %10'lara kadar düşmüştür. Dolayısıyla, iç pazara alternatif dış pazar arayışları vardır.

Sosyal boyut

2. Çocuk işçilerin de çalıştırıldığı fason atölyeler, insani çalışma koşullarına sahip olmadığı gibi sektöre de değer katmamaktadır. Mahalle aralarındaki fason atölyelerin yanı sıra kadınlar tarafından evlerde aksesuar işi yapılmaktadır. İş yetiştirmek için çocuklar kadınlara evde yardım etmekte ve okul çağındaki çocuklar eğitimden mahrum kalmaktadır.

Çevresel boyut

3. Yıllık atık miktarı bilinmeyen ayakkabı sektörünün başlıca atığı, kalıp, deri, tekstil ve plastik kırıklardır. Kırıklar ya çöpe atılmakta ya da yakılması için yoksul hanelere verilmektedir. Yanınca hava kirliliği yaratan bu parçaların geri dönüştürülmesi gerekmektedir. Çin’de bu parçalar toz haline getirilip vinileksle karıştırıldıktan sonra hamur yapılmaktadır. Bu hamurdan yarı vinileks yarı deri karışımı, deri kokulu ürün elde edilmektedir.

Kurumsal boyut

4. Maliyete doğrudan katkı yaptığı için fiyatları en çok belirleyen kalem işçi ücretleridir. Her alandaki yetmişmiş eleman yoksunluğu bu iş gücüne olan talebi artırıp ücretlerde artışa neden olmaktadır.

5. Hammadde olarak kullanılan keçi derisi Antakya’dan, astar Gaziantep’ten temin edilse de bu kalemden dışa bağımlılık söz konusudur. Türkiye, küçükbaş hayvan derisinde Çin’den sonra dünyanın ikinci büyük ithalatçısı konumundadır ve deri ürünleri sektörü her yıl 6.5 milyon civarında büyükbaş, 60 milyon civarında küçükbaş hayvan derisine ihtiyaç duymaktadır.

6. Fason ayakkabı üreten firmalar mevcut müşterilerini kaybetmemek ve yeni müşteriler edinmek için birbirleriyle fiyat odaklı rekabet halindedir ve sektör, fakirleşerek büyümektedir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7.2. Değer Yaratmayan ve Azaltıldığı Takdirde Maliyet Düşürecek Ürün, İşlem ve Operasyonlar

b) Sektöre ve yöreye katkı sağlayan ancak maliyetler açısından çok fazla katma değeri olmayan alanlar belirlenerek tamamen vazgeçmek yerine azaltılabilir.

ILO'nun **ekonomik**, **sosyal**, **çevresel** ve **kurumsal** kriterlerine göre gruplanmış olan yarattığı değerden emin olunmayan ve azaltıldığı takdirde maliyet düşürecek ürün işlem ve operasyonlar aşağıda listelenmiştir.



Ekonomik boyut

1. 12 - 18 ay vadelerle fason çalışmak yerine bazı firmalar fason oranını azaltıp markalaşmayı hedeflemektedir. Bunun için pazarlama bilgisi (pazarlamanın 4P'si; ürün, fiyat, kanal, tanıtım), pazarlama stratejisi ve uygulamasına ihtiyaç duyulmaktadır.

2. İç piyasada, üstü deri ve tekstil ayakkabı ile bot ve terlikte bir önceki seneye göre daralma kaydedilmiştir. Spor ve diğer ayakkabılara talep büyümektedir. Daralan segmentin küçülme sebepleri anlaşılmalı ve önlem alınmalıdır.

Sosyal boyut

3. Çoğunluğu Çin'den alınan aksesuarlar ev atölyelerinde işlenmektedir. Bu aksesuarlar ve evlerin atölye haline getirilip kadın ve çocukların buralarda çalıştırılması mesleği değersizleştirdiği gibi kadının öznelliğini kaybetmesine (sadece anne, eş, eve ek gelir getiren birisine dönüşmesine kendi öznelliğinden uzaklaşmasına, kendi olamamasına) ve şehir hayatından mahrum olmasına neden olmaktadır.

Kurumsal boyut

4. Talep fazlası alışveriş merkezleri üretim ihtiyacı doğurmakta böylece perakende ve toptan alıcılar üretici ve sayacılara uzun vadelerle ödeme yapmaktadır. Bu da sosyal çatışmaya neden olmaktadır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Yukarıdaki maddeler özet halinde aşağıdaki tabloda verilmiştir:

a) Devam ettirilmesi değer yaratmayan ve yapılmadığı takdirde yokluğu hissedilmeyecek ve maliyeti olumlu etkileyecek ürün işlem ve operasyonlar	b) Değer katıp katmadığı tartışılan, hiç yapmamak yerine azaltılarak maliyet yükünü azaltacak ürün işlem ve operasyonlar
1. İhtiyaç fazlası alışveriş merkezleri dolayısıyla iç pazarda 12 aydan 18 aya çıkan vadelerin oluşturduğu riski azaltmak için dış pazara açılması	1.Fason üretimi azaltıp markalaşmak isteyen firmalara pazarlama stratejisi ve uygulama bilgisi desteği verilmesi
2.Fason atölyelerde ve evlerde aksesuar işinde çalışan çocuk işçiler için çocuk işçiliğinin önüne geçilmesi	2. İç piyasada, üstü deri ve tekstil ayakkabı ile bot ve terlikte bir önceki seneye göre kaydedilen darlama sebeplerinin anlaşılması
3. Sektörün yıllık atık miktarının belirlenmesi ve sıfır atıkla çalışması için çalışma yapılması	3. Ev atölyelerinde kadın ve çocukların çalıştırılmasının önüne geçilmesi ve bu tip çalışma alanları yerine insani çalışma koşullarına sahip iş alanları çoğaltılması
4. Kalifiye eleman eksikliğinin kapatılmasıyla işçi ve firmalar arasında karar mekanizması dengesinin sağlanması	4. İmalat ve satış fiyatları arasında ciddi farkların oluşmasının önüne geçmek için uzun vadede ödeme yapan alış veriş merkezleri kanalıyla satışların azaltılıp alternatif kanalların geliştirilmesi
5.Hammadde konusunda dışa bağımlılığı azaltacak alternatif tedarik zincirinin saptanması	
6. Sektörün fakirleşerek büyümesinin önüne geçmek için imalatçılar küme haline gelemesi ve fiyat yoluyla rekabetten kaçınması	

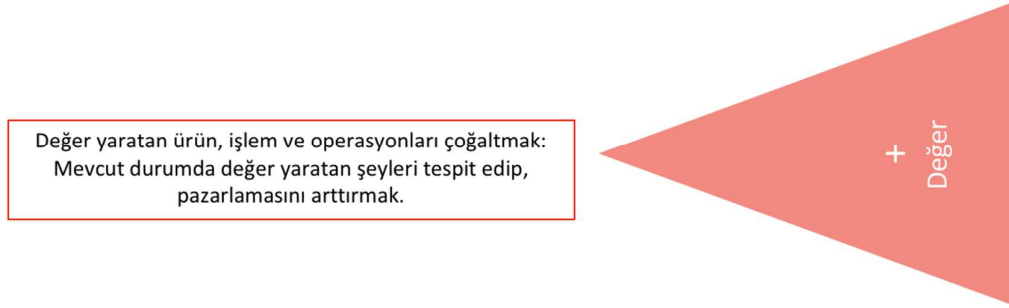


ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7.3. Değer Yaratan Ürün, İşlem ve Operasyonları Çoğaltmak

c) Bu alan, değer yaratan ürün, işlem ve operasyonları kapsamaktadır. Sektörde değer arttırmak için bazı uygulama ve ürünlerin çoğaltılması (kadın sayacı sayısının arttırılması) lazımdır.

ILO'nun, **ekonomik**, **sosyal**, **çevresel** ve **kurumsal** kriterlerine göre gruplanmış olan değer yaratan ve çoğaltılması gereken ürün, işlem ve operasyonlar aşağıda listelenmiştir.



Ekonomik boyut

1. Sektörün, tasarımcı, usta, kalfa ve finisaj elemanına ihtiyacı vardır. Her ne kadar tüm imalatçılar tarafından öncelikle yetmişmiş sayacı ihtiyacı belirtilse de diğer tüm alanlarda da yetmişmiş elemana ihtiyaç duyulduğunun altı çizilmiştir.

2. Yurtdışı fuarlara katılımda %75 destek alınmasına rağmen; Türkiye için ayrılan metrekaireler düşüktür ve fuarlarda daha fazla sergileme alanına ihtiyaç duyulmaktadır. Bazı işletmeler, %75 desteğin zor ve geç alındığını belirtse de 2017'de çıkan yeni yönetmeliklerle uygulama kolaylaştırılmıştır.

3. Firmaların alternatif pazarlar bulması ve dış ticaret yapmaları gerekmektedir. Aracısız dış ticaretin artması için dış ticaret bilgisi, hedef pazarların saptanması, kurumsal yapı, Sedex ve Turquality bilgileri ile yabancı dil bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır.

Sosyal boyut

4. İş yerlerinde, %10 Suriyeli çalıştırma yasal hakkının esnetilmesi ve atırılması talep edilmektedir. İŞKUR'a başvuru yapıp 4 haftalık ilan süresinden sonra istenilen becerilerde eleman bulunmadığı takdirde bu kota esnetilse de işverenler tüm bu süreç ve prosedürle uğraşmak konusunda gönüllü değildir.

Kurumsal boyut

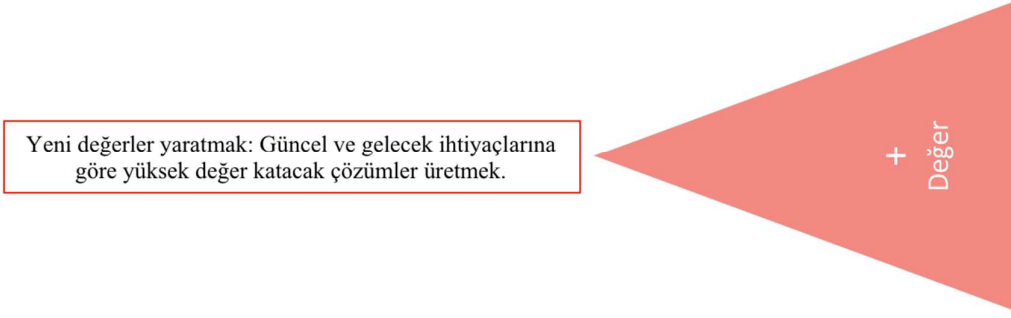
5. Gaziantep'teki ayakkabı üreticilerinin çoğu aile işletmeleridir ve bu şirketlere kurumsallaşmak / profesyonel yönetici atamak yönünde yapılan öneriler konusunda dikkatli olmak gerekmektedir. Aile işletmesi olmanın dezavantajları olduğu gibi avantajları da vardır. Avantajlarından biri firmanın daha sürdürülebilir olma potansiyelidir. Firma, aile bireylerinden biri gibi görüldüğü için işletme sahiplerinin, firmayı, bir sonraki jenerasyona teslim etme refleksi vardır. Ayrıca, son zamanlarda, kurumsal firmalar, müşterileriyle bire bir ilişki kurmaya çalışmaktadırlar ki bu da aile şirketlerinin en iyi oldukları alanlardan biridir. Aile şirketlerinin, bire bir ilişki kurma yetenekleri ve bu münasebetler sayesinde müşterileri kurdukları güven ilişkisi göz ardı edilmemelidir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7.4. Yeni Değer Yaratmak

d) Yeni / inovatif ürün, işlem ve operasyonların hayata geçirilmesi sektörün değerini arttıracaktır. ILO'nun, **ekonomik**, **sosyal**, **çevresel** ve **kurumsal** kriterlerine göre gruplanmış olan yen, değer yaratacak ürün, işlem ve operasyonlar aşağıda listelenmiştir.



Ekonomik boyut

1. Odaların politika üretmeleri ve uygulamaları işletmeler tarafından yetersiz bulunmaktadır. Odaların çalışmaları, gözden geçirilerek; bu kurumlar için yeni politika ve uygulamalar üretilebilir.

2. Sektörün tasarım ve modelleme elemanı yetiştirmesi, yeni pazarların önünü açacak ve sektörün daha rekabetçi hale gelmesini sağlayacaktır.

3. Sektör, sayacılık ve tasarım modelleme atölyelerine ihtiyaç duymaktadır. Görüşülen 4 büyük firmanın da bünyesinde çalıştıracağı 15 ila 50 sayacıya ihtiyacı vardır. Sayacılık ve tasarım atölye kurgusu, "7.6. Proje Önerilerinin ILO'nun Ekonomik, Sosyal, Çevresel ve Kurumsal Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi" bölümünde detaylandırılmıştır.

4. Her bir büyük işletmenin 15 ile 50 arası sayacıya ihtiyacı vardır. Kendi içlerinde ve işletme dışında fason sayacılarla çalışma deneyimi olan firmalar hem düşük performans hem de düşük kaliteden ötürü fasondan ziyade kendi bünyelerinde eleman çalıştırmayı tercih etmektedirler. Saya atölyesi kurularak yılda bir ya da iki kez sayacılık eğitimi verilmesi gerekmektedir.

5. İşletmelerin 12 - 18 ay vade ile çalışmaları iç pazarda markalaşmalarını veya dış pazara açılmalarını zorunlu kılmaktadır. Markalaşma için firmaların 4P pazarlama bilgisine ve stratejine ihtiyaçları vardır. Bu konu "7.6. Proje Önerilerinin ILO'nun Ekonomik, Sosyal, Çevresel ve Kurumsal Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi" bölümünde detaylandırılmıştır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Sosyal boyut

6. Sektörün kadın içgörüsü ve kadın özenine ihtiyacı vardır. Kadın tasarımcı ve sayacılar sektöre denge, kalite ve renk katacaktır. Kadınların azimli ve istikrarlı olmaları da işletmeler için avantaj teşkil etmektedir.

7. Mesleğe 7-8 yaşında başlayan ustaların hikayeleri, kitaplaştırılacak kadar değerlidir. Günümüzde, usta – çırak ilişkisi ve yetişen usta yok denecek kadar azdır. Farklı nedenlerle okula devam etmeyen çocuklar ve bu çocukların aileleri çıraklığa sıcak bakmamaktadır. Ayakkabı sektöründe çıraklık eğitimi alıp usta olmanın görece düşük ücretler getirdiği ve başka işlerin daha iyi maddi imkanlar sunduğu gerekçesiyle çıraklık tercih edilmemektedir. Mesleğin itibarını geri kazanması için bu yönde PR (halkla ilişkiler) çalışmalarının yapılması şarttır. Bu konu, “7.6. Proje Önerilerinin ILO’nun Ekonomik, Sosyal, Çevresel ve Kurumsal Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi” bölümünde ele alınmıştır.

8. Mesleki ve teknik okullardan mezun gençler, eski ustaların yerini ikame edememektedir. Mezun olduklarında sahip oldukları deneyim ve bilgi, iş gücüne kısa sürede katkı sağlayacak seviyede değildir. Bu konu “7.6. Proje Önerilerinin ILO’nun Ekonomik, Sosyal, Çevresel ve Kurumsal Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi” bölümünde ele alınmıştır.

Çevresel boyut

9. Yıllık atık miktarı bilinmeyen ayakkabı sektörünün başlıca atığı, kalıp, deri, tekstil ve plastik kırpıklardır. Kırpıklar ya çöpe atılmakta ya da yakılması için yoksul hanelere verilmektedir. Yanınca hava kirliliği yaratan bu parçaların geri dönüştürülmesi gerekmektedir. Çin’de bu parçalar toz haline getirilip vinileksle karıştırıldıktan sonra hamur yapılmaktadır. Bu hamurdan yarı vinileks yarı deri karışımı, deri kokulu ürün elde edilmektedir. Türkiye’de de benzer bir çalışmanın fizibilitesi yapılabilir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Yukarıdaki maddeler özet halinde aşağıdaki tabloda verilmiştir:

c) Değer katan ürün işlem ve operasyonları çoğaltmak	d) Yeni değer yaratmak
1. Sektörün modelleme, saya ve finisajda çalışacak yetkin elemana ihtiyacının giderilmesi	1.Odaların yeni politikalarla daha aktüel ve etkin hale getirilmesi
2.Yurtdışı fuarlarında daha fazla sergileme alanına sahip olunması	2.Sektörün tasarım ve modelleme elemanı yetiştirerek yeni pazarlara ulaşması ve daha rekabetçi hale gelmesi
3. Aracısız dış ticaret için işletmelere, dış ticaret, hedef pazar, kurumsal yapı, Sedex ve Turquality ile yabancı dil eğitimi verilmesi	3. Büyük ayakkabı firmalarının ihtiyaç duyduğu 15-50 sayacının yetiştirilmesi için sayacılık ve tasarım modelleme atölyelerinin kurulması
4. İş yerlerinde %10 Suriyeli çalıştırma yasal hakkında esneklik talep edilmesi	4.Saya bandı ve atölyelerinin kurulması ve sürekli eğitimler sektöre iş gücü kazandırılması
5. Aile şirketi olan imalatçılara, kurumsallaşmayı dayatmak yerine aile şirketinin olumlu özelliklerinin (sahiplenme, bire bir ilişki, güven) ön plana çıkarılması	5. Markalaşmak işletmelere pazarlama stratejisi ve uygulaması bilgisinin kazandırılması
	6. Kadın tasarımcı ve sayacıların sayısının artırılması
	7.Usta çırak ilişkisinin yaşatılması, mesleğin hem aileler hem toplum nezdinde itibar kazanması ve gençler için cazip hale getirilmesi için etkili halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesi
	8.Mesleki ve teknik okul mezunlarının iş hayatına adaptasyonunu arttıracak sektör tarafında da desteklenen uygulamalı eğitimlerin verilmesi
	9.Sektör atıklarının geri kazanımı ve sıfır atık için fizibilite çalışmasının yapılması



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7.5. Değer Zinciri Aktörleriyle Birlikte Projelerin Ön Değerlendirmesi

11.01.2018 tarihinde, Gaziantep Sanayi Odası'nda, değer zinciri aktörleri ile bir toplantı gerçekleştirilmiştir. Toplantıya katılanların listesi "8.2. Çalıştay Katılımcı Listesi" bölümünde verilmiştir. Toplantıya katılan değer zinciri aktörleriyle, saha çalışması sonuçları ve proje önerileri paylaşılmıştır. Aşağıdaki tabloda yer alan 15 proje önerisi, katılımcılar tarafından a) sektöre katacağı değer ve önemi ve b) uygulama kolaylığı açısından değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler, 10 puan üzerinden yapılmıştır (10 puan en yüksek değer, 1 puan en düşük değer) ve katılımcılara 1 ile 10 puan arasında puanlama yapabilecekleri hatırlatılmıştır. 15 proje önerisinin, ortalama önem derecesi 8,4 ve ortalama uygulanabilirlik kolaylığı 6,1'dir.

Proje Önerileri	a) Sektör için yarattığı değer	b) Uygulanabilirliği / uygulama kolaylığı
Sektöre daha fazla usta, kalfa ve finisaj elemanı kazandırılması	9,6	6,8
Markalaşmak veya pazarlama stratejisi geliştirmek isteyen firmalar için 4P pazarlama (ürün, fiyat, satış kanalı, tanıtım) eğitim ve danışmanlığı verilmesi	9,2	5,0
Birçok ülkede olduğu gibi öğrenciler ve üreticiler arasındaki ilişkiyi geliştirecek konseylerin kurulması	9,1	6,3
Sektörün tasarım ve modelleme elemanı yetiştirerek yeni pazarlara ulaşması ve daha rekabetçi hale gelmesi	8,9	6,3
Aracısız dış ticaret için işletmelere, dış ticaret, hedef pazar, kurumsal yapı, Sedex ve Turquality ile yabancı dil eğitimi verilmesi	8,8	7,2
Mesleki ve teknik okul mezunlarının iş hayatına adaptasyonunu arttıracak sektör tarafında da desteklenen uygulamalı eğitimlerin verilmesi	8,6	5,8
Sayacılık ve tasarım modelleme atölyelerinin kurulması	8,5	6,2
Sektör atıklarının geri kazanımı ve sıfır atık için fizibilite çalışmasının yapılması	8,5	6,5
Mesleğin gençler için cazip hale getirilmesi için halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması	8,3	5,7
Kadın tasarımcı ve sayacıların sektöre kazandırılması	8,3	6,1
Yurtdışı fuarlarında daha fazla sergileme alanına sahip olunması	8,3	6,4
İş yerlerinde %10 Suriyeli çalıştırma yasal hakkında esneklik talep edilmesi	7,9	5,8
Odaların yeni politikalarla daha aktüel ve etkin hale getirilmesi	7,8	5,8
Empatik iletişim yapılarak zanaata değer ve itibarının iade edilmesi	7,5	6,5
Aile şirketi olan imalatçılara, kurumsallaşmayı dayatmak yerine aile şirketinin olumlu özelliklerinin (sahiplenme, bire bir ilişki, güven) ön plana çıkarılması	6,9	5,2
Ortalama	8,4	6,1



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Proje önerilerinin, ortalama ‘yüksek değer’ ve ‘uygulanabilirlik’ puanları dikkate alınarak GAP analizi çalışması yapılmıştır. Analiz sonucunda projeler aşağıdaki dört başlıkta gruplanmıştır.

1-Yüksek değer ve kolay uygulama: Ortalamanın üzerinde değer yaratan ve uygulaması ortalamanın üstünde kolay bulunan proje önerileri,

2-Düşük değer kolay uygulama: Ortalamanın altında (ki ortalamanın her öneri için yüksek olduğu göz önüne alınmalıdır) değer yaratan ve uygulaması ortalamanın üstünde kolay bulunan proje önerileri,

3-Düşük değer zor uygulama: Ortalamanın altında (ki ortalamanın her öneri için yüksek olduğu göz önüne alınmalıdır) değer yaratan ve uygulaması ortalamanın altında kolay bulunan proje önerileri,

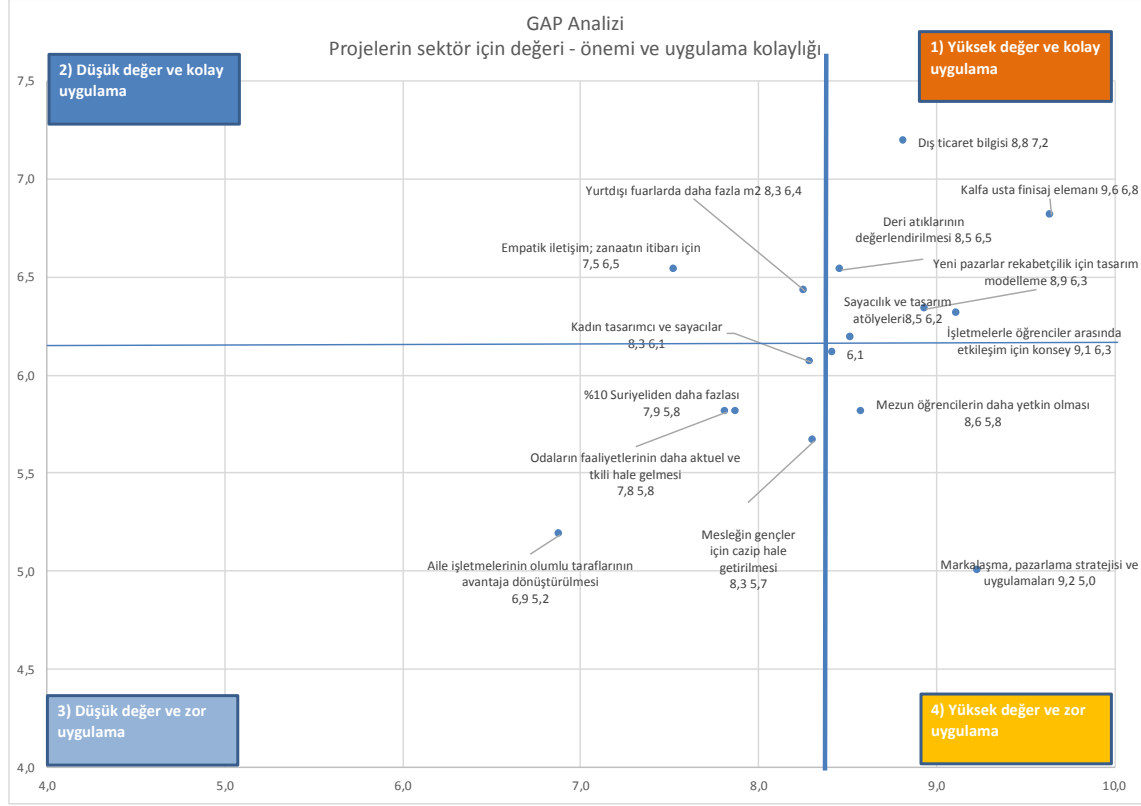
4-Yüksek değer ve zor uygulama: Ortalamanın üzerinde değer yaratan ancak göreceli olarak uygulaması zor bulunan proje önerileri

2) Düşük değer ve kolay uygulama	1) Yüksek değer ve kolay uygulama
1) Kadın tasarımcı ve sayacıların sektöre kazandırılması	1) Aracsız dış ticaret için işletmelere, dış ticaret, hedef pazar, kurumsal yapı, Sedex ve Turquality ile yabancı dil eğitimi verilmesi
2) Yurtdışı fuarlarında daha fazla sergileme alanına sahip olunması	2) Birçok ülkede olduğu gibi öğrenciler ve üreticiler arasındaki ilişkiyi geliştirecek konseylerin kurulması
3) Empatik iletişim yapılarak zanaata değer ve itibarının iade edilmesi	3) Sektörün tasarım ve modelleme elemanı yetiştirerek yeni pazarlara ulaşması ve daha rekabetçi hale gelmesi
	4) Sektöre daha fazla usta, kalfa ve finisaj elemanı kazandırılması
	5) Sayacılık ve tasarım modelleme atölyelerinin kurulması
	6) Sektör atıklarının geri kazanımı ve sıfır atık için fizibilite çalışmasının yapılması
3) Düşük değer ve zor uygulama	4) Yüksek değer ancak zor uygulama
1) Mesleğin gençler için cazip hale getirilmesi için halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması	1) Markalaşmak veya pazarlama stratejisi geliştirmek isteyen firmalar için 4P pazarlama (ürün, fiyat, satış kanalı, tanıtım) eğitim ve danışmanlığı verilmesi
2) İş yerlerinde %10 Suriyeli çalıştırma yasal hakkında esneklik talep edilmesi	2) Mesleki ve teknik okul mezunlarının iş hayatına adaptasyonunu arttıracak sektör tarafında da desteklenen uygulamalı eğitimlerin verilmesi
3) Odaların yeni politikalarla daha aktüel ve etkin hale getirilmesi	
4) Aile şirketi olan imalatçılara, kurumsallaşmayı dayatmak yerine aile şirketinin olumlu özelliklerinin (sahiplenme, bire bir ilişki, güven) ön plana çıkarılması	



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Yukarıdaki tablonun grafik versiyonu aşağıda verilmiştir. Projelerin değerlendirilmesinde hem değer hem de uygulanabilirlik kriterleri dikkate alındığından GAP analizi ve iki boyutlu grafik uygulanmıştır.





ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

7.6. Proje Önerilerinin ILO'nun Ekonomik, Sosyal, Çevresel ve Kurumsal Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi

Sektöre yüksek değer katacak, uygulanabilir ve ILO kriterlerine uygun projeler, sayacılık ve modelleme atölyeleri ile diğer alanlara kalifiye eleman yetiştirmeyi amaçlayan projelerdir. Ayrıca, dış ticaret bilgisi, özellikle hedef pazarların belirlenmesi, mesleğin gençlere cazip hale getirilmesi, mezun öğrencilerin sektöre kolay adaptasyonunu sağlayacak uygulanabilir bilgiler kazanmaları, işletmelerle öğrenciler arasında etkileşimi arttırmak için konsey kurulması ve markalaşma – pazarlama stratejilerini hedefleyen projeler de sektörün sağlıklı büyümesine katkı sağlayacaktır.

Sayacılık, Tasarım ve Diğer Aşamalar için Eğitim Kurgusu

Firmalar tarafından, sayacılık ve tasarım eğitimlerinin, 3 ay temel, 3 ay pratik içerikli olması tavsiye edilmektedir. Altıncı aydan itibaren eğitim alanlar, verimli olmaya başlamakta ve kursiyerlerin devamlılıkları ve performansları hakkında bir yargı oluşmaktadır.

Büyük firmalar, usta eğitici belgesi olan ustalarıyla eğitimlere katkı sağlayacaklarını belirtmişlerdir. Ustalar, haftada 2 ya da 3 gün, günde 2 saatlerini eğitime ayırabileceklerdir. Firma ustalarının eğitime dahil olması; bu firmaların, atölyeleri ve mezunları sahiplenmelerini, kursiyerlerin pratik bilgilerle donanmasını ve sektöre kısa sürede katkı vermelerini sağlayacaktır.

Eğitim alacak olan Suriyeli kadınların, fabrika ortamında çalışmak istememeleri durumunda eğitim alanında kurulacak saya bantlarında çalışmaları ve kooperatifleşmeleri sağlanabilir. GSO-MEM'in 10 bin metrekarelik alanı bu ihtiyacı karşılayacaktır. Kadınların, eğitim aldığı ve çalıştığı süre boyunca; eğitim alanında kreş olması ve bu olanaktan çocuklarının yararlanması önemlidir (Organize sanayi bölgesi de kreş olanağı sağlamaktadır.). Kursiyerler için diğer önemli hizmetler ise ulaşım (servis) ve yemektir. GSO-MEM'in tecrübesi, kadınların ve gençlerin, gerekli şartlar (yemek, günlük harçlık, kreş, servis) sağlandığında, yaşam alanlarına yakın olmasa da eğitime katıldıkları ve en az %40'ının eğitim sonrasında çalışmaya başladığı yönündedir.

GSO MEM'in deneyimine göre, teorik eğitimden sonra pratik eğitimde erkek katılımcılarda fire oranı %40, kadınlarda ise %20'dir. Fire oranları göz önüne alındığında eğitimlere, 100 - 150 adayın dahil edilmesi firmaların net ihtiyacını karşılayabilecektir. Görüşülen 15 firma, yetişmiş sayacıyı hemen istihdam edeceğini belirtmiştir. Bu durumda 150 adayın en az 100 tanesinin bu firmalar tarafından istihdam edilmesi öngörülmektedir. Kursiyerlerin %70'nin kadın olması önerilmektedir.

Eğitimi tamamlayan kişilerin mahalle arasındaki atölyeler yerine kurumsal mekanlarda eğitim almaları kadınların ve çocuklarının hayatını anlamlı ve olumlu yönde değiştirebilir. Bu sayede kadınlar şehir hayatının imkanlarından çocuklar da kreş ve okuldan faydalanacaktır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Gaziantep Kunduracılar Odası, Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksek Okulu, işletme sahipleri ve sayacı ustaları ile ön çalışma yapılarak; eğitim için gerekli ekipman, malzeme, bütçe ve iş birliği yapılabilecek kurum kuruluşların listesi taslak olarak hazırlanmıştır: 100 - 150 kişinin eğitimi için gerekli makine ekipmanları ve yaklaşık bütçeleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Her 10 kişi için 2 eğitmen öngörülse de nihai çalışma yapılarak sayılar kesinleştirilmelidir.

Makine (100-150 katılımcı için taslak - ön çalışmadır)	Sayı	Yaklaşık birim fiyat (TL)	Yaklaşık toplam fiyat (TL)
Düz makine	15	2.000	30.000
Otomatik düz iğne	10	2.500	25.000
Otomatik çift iğne	2	8.000	16.000
Dirsekli çift iğne	3	3.500	10.500
Lateks makinası	2	2.000	4.000
Solüsyon (bali) sürme makinası	2	1.500	3.000
İlaç makinası	2	1.500	3.000
Kıvrırma makinası	2	2.000	4.000
Zikzak makinası	2	2.000	4.000
Dirsekli tek iğne	5	3.000	15.000
Toplam			114.500
Makinalar için yedekli masura, iğne, tornavida, makine yağı ve teknisyen			
Her 10 kişi için iki eğitmen	30	saati 40 - 50 TL	1.500
Genel Toplam			116.000



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Eğitim için gerekli malzemeler:

150 kişi için gerekli malzemeler	Adet
Kesim bıçağı (iç)	300
Kesim bıçağı (dış)	150
Üçgen eğre	50
Masat	50
Rolet	75
Her renkten dikiş iplikleri	75
Kesim lastiği (tahtası)	150
Çelik cetvel	100
Ağırlık (Muşta)	25
Mandal	50
Gümüş kalem ya da uçan kalem	150
Makas	150
Tıraş mermeri	150
Sayacı çekici	150
Kalfa çekici	75
Çarklı zımba	25
Kapsül takma el aleti ve uçları	50
Kapsül takma el aleti ve uçları makinası	75
Farklı boyutlarda ve renklerde kapsül	Birkaç paket
Yapıştırıcı kapları	75
Farklı boylarda fırçalar	150
Yapıştırıcı fırçası	150
Tranta bandı- şerit-tela-ped-cırt bant, bağcık	Farklı renklerde 75 adet
Sayada kullanılabilecek aksesuarlar (metal, cam, plastik, tekstil vb.)	Nasıl takılacağını öğrenmek için, farklı modellerde birkaç paket
Tırpan	3
Lastik tokmak	25
Kauçuk silgi	100-150
Falçata	50
İspirto ocağı ve ispirto	10
İlaç ve solüsyon	1'er teneke
Gerçek deri, astarlık deri (meşin), suni deri, kumaş	Farklı renklerde haftada 1 top



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

İş birliği yapılabilecek kurum kuruluşlar:

İşbirliği yapılabilecek kurum kuruluşlar	Mekân	Avantajı	Büyüklik	Destek kuruluşlar
GSO - MEM	OSB	Kreş, servis, yemek olanağı	10 bin m ²	ILO
Akınal Ayakkabıcılık	OSB	Lise kurma planlarının hazır olması ve sektörde kabul görmesi		Sektör
Gaziantep Kunduracılar Odası	GATEM			MEB, SODES, ESOB
Kadın Gelişim ve Dayanışma Merkezi	SADA	Güven, Çalışma hayatına alışık olmayan kadınları şehir ve çalışma hayatına hazırlaması	Makine ekipmanına elverişli olmadığı için sayanın belli bir bölümü veya aksesuar yapılabilir	SGDD ASAM, ILO, GBB, Japon Büyükelçiliği, UN Women
Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksek Okulu Ayakkabıcılık Bölümü	OSB	Organize Sanayi Bölgesi'nde olması, sektöre yakın olması, hâlihazırda ekipman ve hocalarının mevcut olması		Tüm sektör

Zanaatın Cazip Hale Getirilmesi için Halkla İlişkiler - Empatik iletişim

Zanaat, hemen her mecrada itibarsızlaştırılmaktadır. Bunun önüne geçmek için sürekli ve olumlu halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

Empatik iletişim: Sanatçılar, reklamcılar, bloggerlar, medya, yapımcılar ve kanaat önderleri, sektörün emek yoğun ve değerli bir sektör olduğu Gaziantep'te düzenlenecek zanaat atölyeleri ile deneyimleyebilir. Bu atölyeler, mesleğin tanıtımı ve empatik iletişim kurulmasının yanı sıra Gaziantep ayakkabılarının markalaşmasına da katkı sağlayacaktır. Zanaatın itibar kazanması ve görünür olması teknik okulları ve mesleği toplumda daha cazip hale getirebilir.

Sektörün değer kazanması ve mesleğin cazip hale getirilmesi için yapılacak çalıştaylar ve halkla ilişkiler faaliyetleri GSO MEM, GESOB, ILO, MEB ve işletmeler tarafından oluşturulacak bir konsey ile yürütülebilir.

İşletmeler ve Öğrencilerden Oluşan Konsey

Üreticilerin, meslek ve teknik lise mezunlarının çok azı ile olumlu deneyimleri olmuştur. Yeni mezunların yetersizliği, üreticileri hayal kırıklığına uğratmaktadır. Üreticiler, yeni mezunlarla maaş veya paket konuşmak yerine bir iki ay yeni mezunu denemeyi tercih etmektedir ve yeni mezunların maaş ve yan haklar hakkında soru sormalarını rahatsız edici bulunmaktadır. Yeni mezunlar da ise üreticilerin, kendilerini suistimal edeceğine dair güvensizlik vardır.

Birçok ülkede öğrenciler ve mesleğe yeni başlayanlarla üreticiler arasındaki ilişkiyi geliştirecek konseyler kurulmaktadır. Gaziantep'te de hem okullarda hem de eğitim verilen atölyelerde benzer konseyler kurulabilir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Bu konseyler aşağıdaki misyonları üstlenmektedir.

- Öğrencilerle üreticiler arasındaki ilişkinin devamlılığını sağlamak, mezunların gelişimini takip etmek
- Mezuniyet öncesi mesleki programlar geliştirmek
- Eğitimcilerin donuk anlatımı yerine canlı ve etkileşimli bir sınıf ortamı yaratarak eğitim materyallerine ve uygulamalara katkıda bulunmak
- Öğrencilerin, çalışma hayatına geçmesini kolaylaştıran, adaptasyonu hızlandıran programlar geliştirmek
- Öğrencilere mesleki dernek kurmak
- Öğrencilerin eğitimcileriyle ilişki halinde olmak, meslekten eğitimciler sağlamak
- Öğrencilere meslek günleri düzenlemek
- Üreticiler ile öğrencileri bir araya getiren hem gündüz mesleki hem de akşam sosyal etkinlikler düzenlemek
- Dernek sayfalarına öğrenci bölümünü entegre etmek
- Öğrencilere ödül programları düzenlemek
- Öğrenci ilişkileri kitini hazırlamak
- Dernekte öğrenci temsilcilerinin yer almasını sağlamak
- Öğrencilerle zanaat ve sanatla ilgili toplantılar, çalıştaylar yapmak, bu etkinliklere katılabilecek etkili kişilere ulaşmak

Bu konseye işletme sahipleri, akademisyenler, eğitimciler, GSO, GESOB, ILO ve öğrenciler dahil olmalıdır.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Aşağıdaki iki konu istihdam ve ‘insana yakışır iş’ olanağı ile direkt ilgili olmasa da sektörün büyümesine katkı sağlayacağı için ele alınmıştır:

Pazarlama Stratejisi ve Markalaşma

Sektörle, marka mimarisi, marka konumlaması, pazarlamanın 4P’si (product, price, promotion, placement) çalışılmalıdır. Pazarlama stratejisi, iş geliştirmeyi ve uzun vadeli plan yapmayı sağlamaktadır. Pazarlama faaliyetinin yapılması için ürünün – product - (ör. zeytinyağı, sofralık zeytin vb.), ürünün alt segmentlerinin (ör. Spor ayakkabı, kadın ayakkabısı vb.), hedef pazarlar ve müşteri kitlesinin belirlenmiş olması gerekir. Müşteriler hem demografik açıdan hem yaşam şekilleriyle tanımlanmalıdır. Ürün, müşteri profili, üretim süreci ve satış kanalına (placement) bağlı olarak fiyat belirlenecektir.

PAZARLAMA BİLEŞENLERİ



Pazarlama stratejisi ve uygulamaları ile ilgili projeler daha önce bu gibi çalışmalara destek olan Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) ve GTO katkılarıyla gerçekleştirilebilir.

Dış ticaret

Firmalar, ödeme vadelerinin 12 - 18 ay olması, ekonomik ve politik belirsizlik nedeniyle dışa açılma eğilimindedir. Bunun için kurumsal yapının hazır olması, dış ticaret ve hedef pazar bilgisi gerekmektedir. Bu konuda GTO ile iş birliği yapılabilir.

Suriyeli mültecilerin insani iş ve yaşam alanları beklentisi: Ayakkabı sektörüyle doğrudan ilintili yukarıda sıralanan projelerin yanı sıra Suriyelilerin profili ve yetileri ile ilgili envanter çalışması yapılarak tercih ettikleri iş alanları belirlenebilir. Türkiye’de kalıp kalmayacaklarının cevabı dış ilişkiler, politika ve ekonomik şartlara göre değişse de kalma eğilimleri ve gerekçeleri araştırılabilir. Bu veriler ışığında Suriyeli mültecilerle eşleştirilebilecek iş alanları, politikalar ve yol haritası belirlenebilir.



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

8. Ekler

8.1. Görüşme Listesi

Kasım 2017 tarihinde, değer zinciri analizini için ayakkabı ve deri sektörü temsilcileriyle, toplam 41 görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılanların listesi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Dernek	Firma - Kuruluş	Unvan
Rami Sharrack	Suriye Ekonomik Forum	Genel Sekreter
Tamam Albaroudi	Suriye Ekonomik Forum	Yönetim Kurulu Başkanı
Abdulbasit Dibo	SIAD-Suriyeli İş Adamları Derneği	Bilişim Uzmanı
Khaled Babllli	SIAD-Suriyeli İş Adamları Derneği	Yönetim Kurulu Başkanı
Seda Dolaner	ASAM	Merkez Yöneticisi
Kurum - üniversite	Firma - Kuruluş	Unvan
Vakkas Koca	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Koordinatör
Abdulmenap Ertas	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Program Manager
Kürşat Göncü	Gaziantep Sanayi Odası	Genel Sekreter
Sabire Tırpan	Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksek Okulu	Akademisyen
Hamit Doğan	Suriye Krizinin Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerindeki Etkisinin Azaltılması Projesi-(UNDP)	Kilit Uzman
Filiz Hösükoğlu	Suriye Krizinin Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerindeki Etkisinin Azaltılması Projesi-(UNDP)	Takım Lideri
Özge Dursun	Gaziantep Ticaret Odası	Serbest Danışman
Sıraç Ekin	Gaziantep Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü	Müdür
Yusuf İymen	Gaziantep Sanayi Odası	Genel Sekreter Yardımcısı
Subhi Kord Arabo	Gaziantep Ticaret Odası	Suriye Masası Uzmanı
Figen Çeliktürk	Gaziantep Ticaret Odası	Genel Sekreter Vekili
İbrahim Buğur	Ayakkabıcılar Odası Meksa Eğitim Merkezi	
Hüseyin Şahin	Ayakkabıcılar Odası Meksa Eğitim Merkezi	
İhsan Ercan	GESOB	Proje Müdürü
Mehmet Sarıbal	Gaziantep Sayacılar Odası	Başkan
Ramazan Sarı	Esnaflık ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri	Genel Müdür
Adnan Keçeci	T.C. Dışişleri Bakanlığı Gaziantep Temsilcisi	Eski Halep Başkonsolosu
Üreticiler	Firma - Kuruluş	Unvan
Cevdet Akınal	Akınal Ayakkabıcılık	Firma sahibi
Mete Akınal	Akınal Ayakkabıcılık	Firma sahibinin yeğeni
Furkan Koşak	Koşak Ayakkabı	Firma sahibinin oğlu
Bülent Aksin		Firma sahibi
Vedat - Halil Aksin	Aksin Ayakkabıcılık	Firma sahibi ve oğlu
Murat Kocalar		Saya üreticisi
Mürsel Ganim	Enova Ayakkabı ve Terlik	Firma sahibi
Nurettin Bağrıyanık	Penta Spor Ayakkabıcılık	Firma sahibi
Mehmet Akif Erbalcı	Rağbet Ayakkabı	Firma ortağı



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Ali Tekin	Rağbet Ayakkabı	Firma ortağı
Muhammed Davud	Datex Hazır Ayakkabı Terlik San.	Firma sahibi
Ali Başgüden	Efsane Ayakkabıcılık	Firma sahibi
Hasan Başgüden	Efsane Ayakkabıcılık	Firma sahibinin oğlu
Hotiç, Kemal Tanca, Elle		Satınalma birimleri
Tahir Zengin	Asya Plastik	Firma sahibi
Diğer	Firma - Kuruluş	Unvan
Serap Gültekin Güler		Uzman Danışman
Hülya Akkaya	Akkord Fuar	Firma sahibi
Okan Kızılbağ	Erguvan Ambalaj	
Sakıp Demirbağ	Ayakkabı makinaları	



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

8.2. Çalıştay Katılımcı Listesi

11.01.2018 tarihinde, saat 10.00 – 12.00 arası yapılan ve ayakkabı sektörüyle ilgili ön sonuç ve projelerin paylaşım birlikte değerlendirildiği çalıştay katılımcısı listesi aşağıda verilmiştir. Workshop'a Çalıştaya, ILO kısa dönem uzmanları, ILO proje yöneticisi, UNDP uzmanları, Sayacılar Odası Başkanı, GESOB Proje Müdürü, İpekyolu Kalkınma Ajansı yetkilisi, Suriye Ekonomik Forumu yöneticileri, işverenler ve Gaziantep Sanayi Odası yetkilileri katılmışlardır.

		KATILIM İMZA FORMU			GAZİANTEP SANAYİ ODASI
Toplantı/Eğitim Konusu : ILO AYAKKABI SEKTÖR TOPLANTISI					
Toplantı/Eğitim Tarihi ve Süresi: 11.01.2018 / 10:00					
Sıra No	Katılımcı Adı-Soyadı	Firma/Kurum Adı / Ünvanı	Cep Telefonu	E-mail Adresi	İmza
1	M.İhsan Ertan	GESOB Proje Müd.	0542 5337654	mihsemertan@gmail.com	
2	Ömer Ural	Gaziantep (İnönü) Örg. Gör.	05323455001	omerural@outlook.com	
3	Mahmud Damour	Syrian economic forum(SEF)	0553 3683286	mdamour@syrianef.org	
4	Rami Sharrack	Syrian Economic Forum	535 2656366	rsharrack@syrianef.org	
5	İbrahim Halil Güler	Gaziantep Ayakkabı	05274877140	guleribrahimhalil@hotmail.com	
6	MURAT NAZIOĞLU	CANER AYAKKABI	532 6701601	muratnazioğlu@outlook.com	
7	MUSTAFA SAUNIA	Pelikamp Kambur P/İ	0532 6168482	mustafa.saunia27@hotmail.com	
8	Vedat AKSİN	Aksin handıra san. tic. illik	0533 4300763	vedat.aksin@hotmail.com	
9	Mehmet Ali Ebele	Rafet Ayakkabı San. Tic. illik	584 57535	mater@rogbet.com.tr	
10	Funda Suran	ILO - Kısa Dönem Kaliteli Üretim	532 3420505	funda.suran@gmail.com	
11	Nurhan Kocakur Tunç	II	533 4756354	nurhan.kocakur@gmail.com	
12	M. Semih Çapan	Gaziantep Sanayi Odası	543 611 9030	semihc@gsa.org.tr	
13	Ayşe ÖZBEK KANSU	ILO Programı Uzmanı	0312 4919890	ozbek@ilo.org	
14	Valiye KOCA	IIKA - Koordinatör	537 97760	valiye.koca@ike.org.tr	
15	Filiz HOSAKOĞLU	UNDP - Saha Koordinatörü	533 6507173	filiz.hosakoglu@undp.org	

F.42/05

		KATILIM İMZA FORMU		GAZİANTEP SANAYİ ODASI	
Toplantı/Eğitim Konusu : ILO AYAKKABI SEKTÖR TOPLANTISI					
Toplantı/Eğitim Tarihi ve Süresi: 11.01.2018 / 10:00					
Sıra No	Katılımcı Adı-Soyadı	Firma/Kurum Adı / Ünvanı	Cep Telefonu	E-mail Adresi	İmza
1	Zeynep Bakır	Gaziantep Sanayi Odası Meclisi		zsbakir@psamem.com.tr	Z. Bakır
2		Çitin Merkezi	0538 4254384		
3	Hamit Doğan	UNDP	522 251649	hamit.dogan@undp.org	Hamit Doğan
4	Murat Karakur	Gül - Şahin Sanayilik	0555 3654226	Murat.Karakur@gmail.com	M. Karakur
5	Mehmet Sarıbal	Sayacılar Odası	0571 5145850		M. Sarıbal
6					



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

8.2. Kaynakça

- International Labour Organization, (2016), Value Chain Development for Decent Work - How to create employment and improve working conditions in targeted sectors (ISBN: 978-92-2-130509-5 (print); 978-92-2-130510-1 (web pdf)). Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_434363.pdf / Second edition / ILO
- International Labour Organization, (2015), Potatoes and Leafy Green Vegetables: Value Chain Analysis (Akkar, Lebanon) (ISBN: 9789221302087; 9789221302094 (web pdf)) Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---arabstates/---ro-beirut/documents/publication/wcms_449868.pdf
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Guidelines for Value Chain Selection Integrating economic, environmental, social and institutional criteria Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/instructionalmaterial/wcms_416392.pdf
- İpekyolu Kalkınma Ajansı, Discover the Potential of the Silk Road Districts (Adım Adım İpekyolu İlçeleri), Discover the Potential of The Silk Road Districts Gaziantep - Adıyaman – Kilis. by Silkroad Development Agency Retrieved from <https://www.ika.org.tr/upload/yayinlar/Discover-the-Potential-of-Silkroad-Districts-319514.pdf>
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, (2015) Economic Report 2015, (ISBN: 978-605-137-545-8), Retrieved from <https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/EkonomikRapor/Eng/2015%20Economic%20Report.pdf> by The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey
- Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi, (2015), Effects of the Syrian Refugees on Turkey by Center For Middle Eastern Strategic Studies, 2015, (ISBN: 978-605-4615-95-7) Retrieved from <http://www.orsam.org.tr/files/Raporlar/rapor195/195eng.pdf>
- Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ayakkabı Sektör Araştırması, Ömür Genç Retrieved from http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/SA/2005-SA/SA-05-05-16_Ayakkabi_Sektoru.pdf
- Share of the world's footwear production by continent from 2010 to 2016 Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/227262/share-of-the-worlds-footwear-production-by-continent/>
- TÜRKİYE DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI 2017 OCAK-MAYIS Retrieved from https://www.google.com.tr/search?client=safari&rls=en&dcr=0&ei=j-izWtfUM8bQwAKDpK7YCg&q=T%C3%9CRK%C4%B0YE+DER%C4%B0+VE+DER%C4%B0+%C3%9CR%C3%9CNLER%C4%B0+%C4%B0HRACATI+2017+OCAK-MAYIS+&oq=T%C3%9CRK%C4%B0YE+DER%C4%B0+VE+DER%C4%B0+%C3%9CR%C3%9CNLER%C4%B0+%C4%B0HRACATI+2017+OCAK-MAYIS+&gs_l=psy-ab.3...160494.160494.0.161091.1.1.0.0.0.310.310.3-1.1.0....0...1.2.64.psy-ab..0.0.0....0.FF5kwsuZQxw
- TÜRKİYE TEKSTİL, HAZIRGIYİM VE DERİ ÜRÜNLERİ SEKTÖRLERİ STRATEJİ BELGESİ VE EYLEM PLANI, 2015–2018 SANAYİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ



ULUSLARARASI ÇALIŞMA ÖRGÜTÜ
Gaziantep Ayakkabı Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Proje Önerileri

Retrieved from

<https://www.sanayi.gov.tr/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=17a4c14f-6cf1-4276-a804-c1c17975cf30>

- Ayakkabı Sektör Raporu, Gaziantep Sanayi Odası
Retrieved from
<http://www.gso.org.tr/userfiles/file/Sayfalar/Ayakkabi%20Sektörü.pdf>
- Gaziantep Kunduracılar Odası, Gaziantep Ayakkabı Sektörü Hakkında Bilgi
Retrieved from
<http://gko.org.tr/sektorumuz/>
- 2017 ÖĞRENCİ SEÇME VE YERLEŞTİRME SİSTEMİ (ÖSYS)
YÜKSEKÖĞRETİM PROGRAMLARI VE KONTENJANLARI KILAVUZU
Retrieved from
<https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2017/OSYS/LYS/KONTENJANKILAVUZ18072017.pdf>
- Ayakkabı ve saraciye teknolojisi alanında mevcut bulunan meslek liseleri
Retrieved from
<http://www.mesleklisesi.net/meslek-bolumleri>
- Odalar, borsalar ve TOBB <https://icticaret.gtb.gov.tr/sikca-sorulan-sorular/odalar-borsalar-ve-tobb>
- Türkiye Ayakkabı Endüstrisi, Ekonomi Bakanlığı, 2014
- Exporter Countries of Footwear by Trademap, October 2016
- Ayakkabı Sektör Raporu 2104 by TR Eastern Mediterranean Development Agency
- www.dogaka.gov.tr_522_CS1N16KJ_Ayakkabıcılık-Sektor-Raporu-2014
- Ayakkabı Üretimi 2011 / Çukurova Kalkınma Ajansı
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından üretilen ham ve işlenmiş veriler
- Ayakkabı ve Sneaker Kullanım Alışkanlıkları Araştırması, Trend Group Pazar Araştırma, 2017, Örneklem 350 kişi
- İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları (Kasım 2017) Retrieved from
https://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjvn-3ZhvnZAhVHyKQKHXR0A3sQFggpMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.itkib.org.tr%2FHome%2FKbDownload%2Fderi-Ihracat-degerlendirme-notu-ekim-2017&usg=AOvVaw0PFBsCKsVlK0tbGU_qCzU2
- TÜİK, Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri, 2005-2015