

# SEKTÖREL ARAŞTIRMALAR

## AYAKKABI



**TÜRKİYE KALKINMA  
BANKASI A.Ş.**

**ARAŞTIRMA MÜDÜRLÜĞÜ**

**Temmuz 2005  
ANKARA**

**TÜRKİYE KALKINMA BANKASI A.Ş.**

**AYAKKABI  
SEKTÖR ARAŞTIRMASI**

**Ömür GENÇ  
Kd.Uzman**

**SA-05-05-16**

**ARAŞTIRMA MÜDÜRLÜĞÜ**

**Temmuz 2005  
ANKARA**

**ISBN 975-7406-72-4**

**© Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.**

**Ömür GENÇ**

**Kd.Uzman**

**Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.**

**Araştırma Müdürlüğü**

**İzmir Cad. No.35 Kızılay/ANKARA**

**Tel: (0312) 417 92 00**

**Faks: (0312) 417 01 47**

**Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş Matbaasında çoğaltılmıştır.**

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. SEKTÖRÜN VE ÜRÜNÜN TANIMI</b> .....	<b>3</b>
<b>2. ARZ VE TALEBE İLİŞKİN MEVCUT DURUM VE TAHMİNLER</b> .....	<b>5</b>
2.1. Kurulu Kapasite.....	5
2.2. Üretim.....	8
2.3. Kapasite Kullanım Oranı .....	10
2.4. Üretim Kapasitesinde Beklenen Gelişmeler .....	10
2.5. Dış Ticaret Durumu .....	12
2.5.1. İhracat.....	12
2.5.2. İthalat .....	18
2.6. Ayakkabı Yurtiçi Talebi .....	23
2.7. Talep Tahmini .....	26
2.8. Ayakkabı Sektörü Arz-Talep Karşılaştırması .....	28
<b>3. DÜNYADA AYAKKABI ÜRETİM VE TÜKETİM DURUMU</b> .....	<b>30</b>
3.1. Üretim.....	30
3.2. Tüketim .....	34
3.3. Dış Ticaret.....	37
3.3.1 İhracat.....	37
3.3.2. İthalat .....	39
3.4. Dünya Ayakkabı Sektörünün Geleceği.....	41
<b>4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ</b> .....	<b>43</b>
<b>YARARLANILAN KAYNAKLAR</b> .....	<b>49</b>

## TABLolar LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1: Özel Sektör Ayakkabı Tesisleri .....	7
Tablo 2 : Türkiye'nin Ayakkabı Üretimi.....	9
Tablo 3: 1990-2004 Dönemi Teşvik Belgesi Almış Yatırımların Durumu.....	11
Tablo 4: Türkiye Ayakkabı İhracatı.....	14
Tablo 5: Ayakkabı İhracatının Ayakkabı Türlerine Göre Dağılımı.....	15
Tablo 6: Ayakkabı İhracatının Ülkeler İtibariyle Dağılımı .....	16
Tablo 7: Türkiye Ayakkabı İthalatı .....	18
Tablo 8: Ayakkabı İthalatının Ayakkabı Türlerine Göre Dağılımı .....	20
Tablo 9: Ayakkabı İthalatının Ülkeler İtibariyle Dağılımı .....	22
Tablo 10: Ayakkabı İhracatının İthalatı Karşılama Oranı .....	23
Tablo 11: Ayakkabı Yurtiçi Tüketimi .....	24
Tablo 12: Kişi Başına Ayakkabı Tüketimi.....	25
Tablo 13: Ayakkabı Yurtiçi Talep Projeksiyonu.....	27
Tablo 14: Ayakkabı Sektörü Toplam Talep Projeksiyonu .....	27
Tablo 15: Ayakkabı Sektörü Arz-Talep Karşılaştırması .....	28
Tablo 16: Kıtalar İtibariyle Ayakkabı Üretimi .....	30
Tablo 17: Ülkeler İtibariyle Ayakkabı Üretimi .....	32
Tablo 18: Kıtalar İtibariyle Ayakkabı Tüketimi .....	35
Tablo 19: Ülkeler İtibariyle Ayakkabı Tüketimi .....	36
Tablo 20: Dünya Ayakkabı İhracatı .....	38
Tablo 21: Ülkeler İtibariyle Ayakkabı İhracatı .....	39
Tablo 22: Dünya Ayakkabı İthalatı .....	40
Tablo 23: Ülkeler İtibariyle Ayakkabı İthalatı .....	41
Tablo 24: Kıtalar İtibariyle Dünya Ayakkabı Üretim ve Tüketim Projeksiyonu .....	42

## GRAFİKLER LİSTESİ

	<b>Sayfa No</b>
Grafik 1 : Ayakkabı Üretimnin Gelişimi .....	9
Grafik 2 : Ayakkabı Sanayii Kapasite Kullanım Oranı .....	10
Grafik 3 : Türkiye Ayakkabı İhracatı .....	14
Grafik 4 : Ayakkabı İhracatının Türlerine Göre Dağılımı .....	15
Grafik 5 : Ülkelere Göre Ayakkabı İhracatı .....	17
Grafik 6 : Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı .....	19
Grafik 7 : Ayakkabı İthalatının Türlerine Göre Dağılımı.....	20
Grafik 8 : Ülkeler İtibariyle Ayakkabı İthalatı .....	21
Grafik 9 : Ayakkabı Yurtiçi Talebi .....	25
Grafik 10 : Kıtalar İtibariyle Ayakkabı Üretimi .....	31
Grafik 11 : Kıtalar İtibariyle Ayakkabı Tüketimi .....	34

## GİRİŞ

Ayakkabı, kadın, erkek ve çocukların ayaklarını dış etkenlerden koruyan, topluma verilmek istenen imajı pekiştiren, farklı ortam ve koşullarda kullanılan bir giyim eşyası olup, yüz ve tabanları çeşitli malzemelerden yapılmış ayak giysisidir.

Ülkemizde ayakkabı sektörü önemli bir ticaret potansiyeline sahiptir. Ancak, bu potansiyel verimli bir şekilde kullanılamamaktadır. Ayakkabı sektörünün ihracat açısından gelişmişlik düzeyi yetersiz olmakla birlikte özellikle İspanya, Portekiz gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz potansiyeli vardır. Ancak bu potansiyel dünyada yeterince bilinmemektedir. Özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet etmemiz için sektörün tanıtımına ağırlık vermek gerekmektedir.

Ayakkabı sanayiinde sahip olunan avantajlara rağmen, küçük atölye tipi üretim biçiminin hakim olması, kalifiye olmayan işgücü, ayakkabı yan sanayii girdilerinde standart ve kalite eksikliği gibi yapısal sorunlar nedeniyle ihracat potansiyeli yeterince değerlendirilememektedir. 1990'lı yılların başında ihracat, özellikle Rusya pazarı olmak üzere canlanmış ve 1997 yılında 200 milyon doları aşmıştır. Ancak, daha sonraki yıllarda Rusya'da yaşanan büyük kriz Türk ayakkabı sanayiini de olumsuz yönde etkilemiş ve ihracatta düşüş başlamıştır (1998 yılının ikinci yarısından itibaren Rusya'da ortaya çıkan kriz sonucu bu ülkeye yönelik ihracat miktarında ve bavul ticaretinde önemli miktarda düşüşler kaydedilmiştir). Ayakkabı sektörünün bu süreçte tek bir pazara bağımlı olarak gelişme göstermesi, rekabetin daha yoğun olduğu AB pazarının ihmal edilmesi sonucunda ayakkabı ihracatı büyük oranda gerilemiştir. Bu durum büyük kapasiteli üreticileri kaliteli üretime ve Batı Avrupa Ülkelerine ihracat imkanlarını zorlamaya yöneltmiştir. Ayrıca ayakkabı tasarımına gerekli önem verilmeye başlanmış olup modaya uygun koleksiyonlar ön plana çıkmıştır.

1998 ve 1999 yıllarında düşüş gösteren sektör ihracatı, 2000 yılından sonra devamlı olarak artarak, 2004 yılında tekrar 200 milyon doların üzerine çıkmıştır.

Sektörün fiyat ve kaliteye olan duyarlılığı nedeniyle; üretim, sürekli olarak işgücü maliyetinin ucuz olduğu yerlere kaymaktadır. Emeğin nispi olarak pahalı olduğu ülkeler, ayakkabı talebini yurtdışından karşılamaya çalışmakta ve kalkınmaya bağlı olarak da üretim bölgesel değişimlere uğramaktadır. Dünya ayakkabı sanayii 1970'li yılların sonuna doğru işgücünün pahalı olduğu gelişmiş ülkelere, emeğin daha ucuz ve deri işleme sanayiinin nispeten güçlü olduğu ülkelere ve özellikle de Asya ülkelerine doğru kaymaya başlamış olup, günümüzde Çin, en büyük ayakkabı üreticisi ülke konumuna gelmiştir. Çin, dünya üretiminin 1995 yılında 4,3 milyar çift ile %42,8'ini yaparken, 2001'de 6,7 milyar çift ile %54,6'sını gerçekleştirmiştir. Çin'deki bu gelişmeye, uzun zamandan beri, başta ABD'li ayakkabı üreticileri olmak üzere pek çok üreticinin bu ülkede yatırım yapması yol açmıştır.

Türk ayakkabı sektörünün dünya ayakkabı ticaretinde hak ettiği yeri alabilmesi, her şeyden evvel sektörün kendi iç dinamiklerini harekete geçirmesi ile mümkün olabilecektir. Bu amaçla ülkemiz ayakkabı sanayiinin tanıtımına ağırlık verilerek, mevcut pazarlara ilaveten yeni pazarların devreye sokulması ile hali hazırda ortalama %40-50 kapasite kullanım oranıyla çalışan sektörün daha yüksek kapasite kullanımına geçmesi sağlanacaktır. Bu durum ise sektörün katma değerinin yükseltilmesinin yanı sıra sağlayacağı istihdam artışı ile de Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri olan işsizlik sorununun giderilmesinde önemli bir işlevi yerine getirecektir. Sektördeki eğitim eksikliğinin giderilmesinin yanı sıra başta yurtiçi fuarları uluslararası hale getirmek ve yurtdışı fuarlara da yüksek katılımın sağlanması, Türk Ayakkabı Sanayiinin gelişmesi açısından önemlidir.

Ayakkabı sektörünün mevcut durumu ve gelişme potansiyeli ile, sorunlarının ele alındığı bu çalışmada; ayakkabı sektörünün yapısı ve Türkiye ayakkabı sektörünün dünya geneli içindeki durumunun ortaya konulması birincil amaç olarak ele alınmıştır. Ayrıca, Bankamızda bu konuda yapılacak yapılabirlik etüdü ve proje değerlendirme raporlarına bir temel teşkil etmesi; yöresel uygun yatırım alanları araştırmalarında ise önerilecek yatırım konularının tespit edilmesine yönelik çalışmalara da bir fikir vermesi bu çalışmanın bir diğer amacını teşkil etmektedir.

## 1. SEKTÖRÜN VE ÜRÜNÜN TANIMI

Ayakkabı, çorabın dışında ayağa giyilen her tür ayak giysisidir. Bu anlamda ayakkabı kelimesi, iskarpin, bot, çizme ve terlik gibi ayak giysilerini ifade etmektedir.

Ayakkabı, kadın, erkek ve çocukların ayaklarını dış etkenlerden koruyan, topluma verilmek istenen imajı pekiştiren, farklı ortam ve koşullarda kullanılan bir giyim eşyası olup, yüz ve tabanları çeşitli malzemelerden yapılmış ayak giysisidir.

Ayakkabılar, farklı kıstaslar kullanılarak çeşitli sınıflandırmalara tabi olabilirler: Ayakkabılar, kullananların cinsiyet ve yaşları yönünden kadın, erkek, genç kız ve genç erkek, çocuk ve bebek ayakkabıları olmak üzere beş sınıfa ayrılırken, ayakkabıların kullanım yerlerine göre de kapalı alanlar, çalışma salonları, spor salonları, açık alanlara yönelik ayakkabılar olarak dört ayrı şekilde sınıflandırılmaktadır.

Diğer sınıflandırmalarda ise, ayakkabının yüzünün tabana tutturuluş biçimi, topuk yüksekliği, taban uzunluğu, ayakkabı türleri (bileği örten ayakkabılar, bileği örten botlar, çizmeler, sandaletler, spor ayakkabılar, terlikler vb.) önemli olabilmektedir.

*Ayakkabı* üretimi, DPT sektör sınıflandırmasına göre; imalat sanayii, deri ve deri ürünleri sanayiinin alt ayrımında yer almaktadır. Ayakkabı sanayii, lastik ve/veya plastik hammaddeden yapılanlar da dahil olmak üzere, ayağa giyilen her türlü ayakkabıyı kapsamaktadır. Bu ürünleri;

- Terlikler
- Botlar (sanayi, güvenlik ve askeri)
- Çocuk ayakkabıları
- Erkek ayakkabıları
- Kadın ayakkabıları
- Spor ayakkabıları olarak gruplandırmak mümkündür.

Birleşmiş Milletler yayını olan “Bütün Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Tasnifi ve Endeksleri”ne göre ayakkabı ve dolayısıyla Ayakkabı Sanayii aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır.

1. Tabanı ve yüzü, kauçuk ve suni plastik maddelerden ayakkabılar
2. Tabanı tabii, suni veya terkip yolu ile elde edilen ayakkabılar
3. Tabanı tahta ve mantardan ayakkabılar
4. Tabanı diğer maddelerden yapılmış ayakkabılar
5. Getrler, tozluklar bacak koruyucuları ve bunların aksamı

Yukarıdaki sınıflandırmadan da anlaşılacağı üzere, yalnız deri sayalı ve deri tabanlı ayakkabıları inceleyerek *Ayakkabı Sanayii* hakkında bir sonuca ulaşılamaz. Bu nedenle, çalışmaya ayağa giyilen her çeşit ayakkabı dahil edilmiştir.

1989 yılından bu yana ülkemizde esas alınan “Harmonize Sistem Nomanklatörü”ne göre ayakkabılar dörtlü bazda aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır:

<b>G.T.İ.P. No.</b>	<b>Madde İsmi</b>
64.01	Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, su geçirmez ayakkabılar
64.02	Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik diğer ayakkabılar
64.03	Yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii, suni vb. kösele ayakkabılar
64.04	Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. ayakkabılar
64.05	Diğer ayakkabılar
64.06	Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getr, tozluk, dolak vb.

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) tarafından hazırlanan ayakkabı standardı ise TS 5550'dir. TSE tarafından hazırlanan 9 tane ayakkabı standardı vardır. Ancak bunların hiçbiri mecburi uygulamada değildir. İhracata yönelik üretim yapan üreticiler, alıcılar tarafından talep edilen standarda uygun üretim yapmaktadırlar.

## 2. ARZ VE TALEBE İLİŞKİN MEVCUT DURUM VE TAHMİNLER

### 2.1. Kurulu Kapasite

Ayakkabı sektörü; yapısı itibariyle büyük ölçüde hammadde, yardımcı madde ve emek yoğun bir özellik arz etmektedir. Ayakkabı imalatında kullanılan girdilerin çok fazla olması sektörde büyük oranda yan sanayiye bağımlılığı da beraberinde getirmektedir. Sektör girdileri itibari ile, deri, tekstil, metal, plastik gibi bir çok işkolu ile ilişki içindedir. Ayrıca bu alanda faaliyet gösteren firma sayısının fazlalığı da pazarlamada yoğun bir rekabetin yaşanmasına yol açmaktadır. Günün modasına uygun tarzda ve kaliteli ayakkabı üretimi ürünün pazarını ve fiyatını belirleyen en önemli etkenlerdir. Bütün bu özellikler aynı zamanda ürünün piyasada rekabet şansını da belirlemektedir.

Ülkemizde yakın tarihe kadar babadan oğula geçen bir zanaat olarak süre gelen ayakkabı üretimi, 1950 yılından itibaren küçük sanayi görünümü kazanmaya başlamıştır. 1960'lı yıllarda küçük sanayi yapısı değişmeden devam eden ayakkabı sektöründe, 1970'li yıllarda ise, sanayileşme çabaları bulunmakla birlikte sanayileşme süreci gerçek manada tamamlanamamıştır. 1980'lerin ortasında ithalata getirilen serbestlik, ayakkabı sanayiinin gelişmesine makine yönünden faydalı olduğu gibi, sektördeki firmaların bulmakta zorluk çektiği bazı girdileri kolaylıkla temin edebilmelerini sağlamıştır. 1980'li yıllarda özellikle özel sektör tarafından oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları yapılmış ve ayakkabı sektörünün yüzde 15'i sanayileşmeyi tamamlamıştır.

Ayakkabı üreten işletmeler üretim teknolojileri açısından klasik üretim tekniği, yarı makineleşmiş, tamamen makineleşmiş işletmeler olarak üç grupta toplanmaktadır:

#### **1. Klasik üretim tekniğine sahip işletmeler:**

Klasik üretim tekniği, üretimin tamamına yakın bölümünün hiçbir makine kullanılmadan basit aletlerle elde gerçekleştirilmektedir. 1950'lerden bugüne kadar olan dönem "**Neo Klasik**" üretim dönemi olarak adlandırılmakta olup, kullanılan

makine çeşidinin artmasına karşın, üretim faaliyetlerinin büyük çoğunluğunun elde yapılması durumu fazlaca değişmemiştir.

## **2. Yarı makineleşmiş işletmeler:**

Neo-klasik üretim tekniğini aşmış fakat modern üretim tekniğine de kavuşamamış olan bu imalathanelerde saya makinesinden başka makine ya da makinelerin bulunmasıdır.

Yarı makineleşmiş işletmelerin özellikleri genellikle neo-klasik üretim tekniğiyle çalışan imalathanelerin niteliklerine benzer. Neo-klasik üretim tekniğini uygulayan firmaların sermaye birikimi sağlamalarından sonra makineleşmeye geçtiklerini söyleyebiliriz. Makine sayısı arttıkça yer bulmak sorun olmaktadır. Bu işletmeler, makineler ağır ve büyük hacimli oldukları için geniş alanlı giriş katlarına yerleşmek zorunda kalmaktadırlar.

## **3. Makineleşmiş işletmeler:**

Ayakkabı üretimini tamamen kendi bünyesinde her aşamada çeşitli makineler kullanarak gerçekleştiren tesislerdir. Personel (model çıkarılması hariç olmak üzere) hiçbir operasyonda el aletleri kullanmaz.

Ülkemizde ayakkabı sektörünün en önemli özelliği çoğunlukla işgücüne dayalı küçük işletmelerden oluşmasıdır. *Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)* verilerine göre; sektörde 300.000 kişi istihdam edilmekte olup, 20.000 kişisi sanayileşmiş kesimde, kalan 280.000 kişi ise tüm ülkeye yayılmış 30.000 küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde çalışmaktadır. El üretimi ve yardımcı makinelerden faydalanarak üretim yapan işletmeler, ülke üretiminin yaklaşık %70'ini gerçekleştirmektedir. Sektördeki üretici işletmelerin yaklaşık % 50'si İstanbul'da faaliyet göstermektedir. Ayrıca İzmir, Konya, Bursa, Ankara, Gaziantep, Manisa ve Denizli ayakkabı üretiminin yapıldığı diğer önemli şehirlerdir.

Ayakkabı sektöründe üretimin büyük çoğunluğunun çok sayıda küçük firma tarafından gerçekleştirilmesi, sektörün kurulu kapasitesinin gerçekçi olarak belirlenememesine neden olmaktadır. **TASD'ın verilerine göre sektörün üretim kapasitesi 500 milyon çift/yıl olup, kapasite kullanım oranı %40-50 civarında olduğu ifade edilmektedir.**

**TABLO 1: ÖZEL SEKTÖR AYAKKABI TESİSLERİ**

Kuruluşun Adı	Yeri	Kapasite (Çift/Gün)	%
Yeşil Kundura	İstanbul	8.500	6,7
Ziylan	İstanbul	8.000	6,3
Aymasan	İstanbul	8.000	6,3
Mekap	İstanbul	10.000	7,9
Kursan	İstanbul	5.200	4,1
Aysan	İstanbul	5.500	4,3
Özkan	İstanbul	4.300	3,4
Dema	İstanbul	3.300	2,6
İkpaş	İstanbul	3.000	2,4
Mastaş	İstanbul	3.000	2,4
Fortiş	İstanbul	3.000	2,4
Zaralı	İstanbul	2.700	2,1
Zafer	İstanbul	2.600	2,0
Ayaksan	İstanbul	2.000	1,6
Akmen	İstanbul	2.000	1,6
Adela	İstanbul	2.000	1,6
Togo	Ankara	2.000	1,6
Erkaysan	İstanbul	1.700	1,3
Cabani	İstanbul	1.500	1,2
Devran	İstanbul	1.500	1,2
Kavsan	Çorum	1.500	1,2
Beta	İstanbul	1.300	1,0
Demireller	İstanbul	1.300	1,0
Nacar	İstanbul	1.300	1,0
Akinal	Gaziantep	3.000	2,4
Bambi	İstanbul	3.000	2,4
Bestello	İstanbul	2.500	2,0
Bozkaya	Manisa	2.000	1,6
Buffalo	İstanbul	4.000	3,1
Cahit	İstanbul	3.500	2,8
Çavuşoğlu	İstanbul	5.000	3,9
Danacı	İzmir	3.000	2,4
Guci	İstanbul	2.000	1,6
Gözegir	İstanbul	2.000	1,6
Nevzat Onay	İzmir	2.000	1,6
Mehmet Güler	İzmir	2.000	1,6
Topbaş	Manisa	5.000	3,9
Ulaş	İstanbul	3.000	2,4
TOPLAM		127.200	100,0

Kaynak: Firma Bilgileri

Özel sektörde faaliyet gösteren belli başlı ayakkabı tesislerinin isimleri, kuruluş yerleri ve kapasitelerini gösteren Tablo 1'den de görüldüğü gibi, Türkiye genelinde faaliyet gösteren belli başlı ayakkabı üreticisi 38 firmanın toplam kapasitesi 127.200 çift/gün'dür. Özel sektörde faaliyet gösteren 325 ayakkabı tesisinin 125 adedi TASD'a üye olup, bu tesislerin günlük kapasitesi 1.300 çift ile 36.000 çift arasında değişmektedir. TASD'a üye özel sektör ayakkabı fabrikalarının toplam kapasitesinin 316.000 çift/gün olduğu dikkate alındığında, özel sektöre ait bu 38 firmanın, sektörün %40,3'ünü oluşturduğu dikkati çekmektedir.

## 2.2. Üretim

Ülkemizde ayakkabı üretiminde, biri geleneksel diğeri enjeksiyon üretim yöntemi olmak üzere iki temel yöntem mevcuttur. En çok kullanılan geleneksel üretim yönteminde ayakkabı üretimi, sayanın kesimi, dikimi ve taban montajından ibarettir. Bu işlemler işletmenin yapısına göre basit aletlerle elde ya da makinelerde gerçekleştirilir. Enjeksiyon üretim yönteminde ise ayakkabının sayısı ve tabanı birlikte oluşturulur. Enjeksiyon yöntemiyle üretilen ayakkabılar ucuz olmaları nedeniyle alt gelir grupları tarafından tercih edilmektedir

Türkiye'de ayakkabı üretiminde çoğunlukla geleneksel yöntem kullanılmaktadır. Atölyelerde ve tesislerde üretim aşamaları aynı olup; atölyelerde makineleşme düzeyine bağlı olarak makinelerin yerini el aletleri almaktadır. Ekonomide yapısal dönüşümün yaşandığı 1980'li yıllarda tüm sektörlerde olduğu gibi ayakkabı sektöründe de önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu yıllarda, sektör daha organize bir yapıya bürünmüş ve bu dönüşümle birlikte üretimde de önemli gelişmeler yaşanmıştır.

Son 20 yıldır, dünyada olduğu gibi, ülkemiz ayakkabı sanayiinde de makineleşmeye gidilmektedir. Bu gelişmede artan ayakkabı talebini karşılamaktan ziyade, işgücünün fiyatının sürekli artmasının etkisinin olduğunu söylemek mümkündür.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), *Deri ve Deri Mamulleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu*'na göre ülkemizde, ayakkabı üretiminin %15'i tamamen

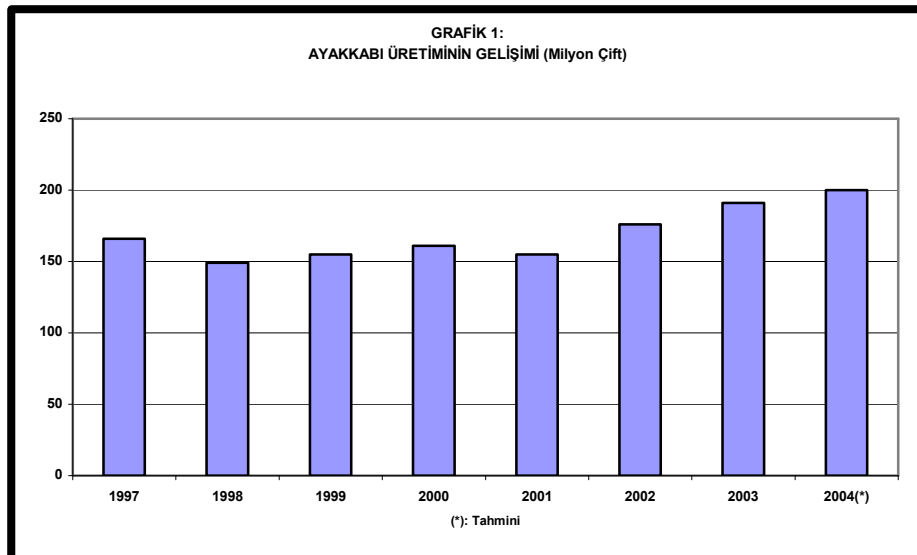
makineleşmiş, %70'i yarı makineleşmiş, %15'i de bünyesinde hiç makine bulunmayan (el aletleri ile üretim yapan) işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. 1997-2003 yıllarına ait ayakkabı üretim miktarları Tablo 2'de verilmiştir.

**TABLO 2 : TÜRKİYE'NİN AYAKKABI ÜRETİMİ (MİLYON ÇİFT)**

Yıllar	Ayakkabı Toplam	Deri Ayakkabılar	Plastik+Lastik Ayakkabılar	Tekstil Ayakkabılar	Terlik
1997	166	58	34	16	58
1998	149	45	36	14	54
1999	155	42	30	16	66
2000	161	45	33	16	68
2001	155	39	34	16	67
2002	176	46	36	18	76
2003	191	51	32	20	88
2004(*)	200	52	33	20	96

Kaynak: DPT, 2004 Yılı Programı Destek Çalışmaları  
(\*): Tahmini

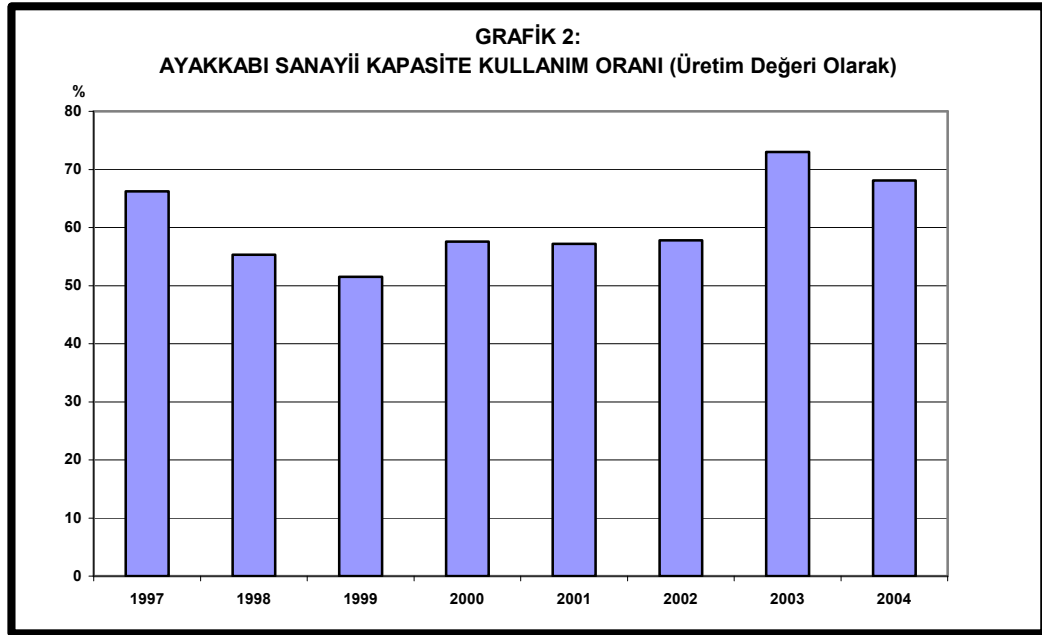
DPT verilerine göre; deri ayakkabı üretimi, 1997 yılında 58 milyon çift üretimle en yüksek seviyeye ulaşmış olup, 2000 yılında bu miktar 45 milyon çifte düşmüştür. 1998 yılında Uzakdoğu'da başlayıp Rusya'da derinleşen mali kriz, Türk ayakkabı sektörünü de olumsuz yönde etkilemiş, toplam ayakkabı üretimi 1998 yılında bir önceki yıla göre % 10,2 düşerek 1996 yılındaki üretim miktarına gerilemiştir. 2001 yılında ise deri ayakkabı üretimi 39 milyon çift iken 2002 yılında üretim yaklaşık yüzde 18 artışla 46 milyon çift olmuştur. 2003 yılında deri ayakkabı üretimi ise %11 artışla 51 milyon çift gerçekleşmiş olup, 2004 yılında 52 milyon çift olacağı tahmin edilmektedir. Sektörde toplam ayakkabı üretimi son beş yılda 161 milyon çiftten 200 milyon çifte yükselmiştir.



### 2.3. Kapasite Kullanım Oranı

Ayakkabı sektöründe üretimin büyük çoğunluğunun çok sayıda küçük firma tarafından gerçekleştirilmesi, sektörde kurulu kapasitesinin sağlıklı olarak belirlenememesine neden olmaktadır. Bununla birlikte gerek T ASD'ın verilerine göre, gerekse sektöre yönelik olarak yapılan çalışmalarda sektörün üretim kapasitesinin 500 milyon çift düzeyinde olduğu belirtilmektedir. Bu veri kapsamında ayakkabı sektöründe kapasite kullanım oranının %40 düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir

Devlet İstatistik Enstitüsü'nden (DİE) alınan istatistikler göre ise 1997'de %66,2 olan üretim değeri ağırlıklı kapasite kullanım oranının, 1998-2002 döneminde ortalama olarak %55-57 seviyesinde gerçekleşmiştir. Ancak, 2003 yılında ayakkabı sektöründe kapasite kullanım oranı %73'e çıkarken iken, bu oran 2004'te %67,1 olmuştur.



### 2.4. Üretim Kapasitesinde Beklenen Gelişmeler

Sektöre yönelik kapasite tahmini yapılırken T.C. Hazine Müsteşarlığı, Teşvik Uygulama Genel Müdürlüğü tarafından verilen teşvik belgelerinden yararlanılmıştır.

Tablo 3'te Teşvik Uygulama Genel Müdürlüğü tarafından 1980-2005 döneminde ayakkabı sektörüne verilen teşvik belgelerinin durumu verilmektedir.

**TABLO 3: 1990-2004 DÖNEMİ TEŞVİK BELGESİ ALMIŞ YATIRIMLARIN DURUMU (ÇİFT AYAKKABI)**

Yıllar	Komple Yeni Yatırım		Tevsi + Diğer		TOPLAM	
	Kapalı	Açık	Kapalı	Açık	Kapalı	Açık
1980	0	300.000	0	600.000	0	900.000
1981	0	300.000	0	240.000	0	540.000
1982	0	0	0	0	0	0
1983	0	0	0	0	0	0
1984	0	0	0	0	0	0
1985	0	0	3.934.500	296.000	3.934.500	296.000
1986	850.000	300.000	1.460.000	1.760.000	2.310.000	2.060.000
1987	350.000	140.000	4.983.000	635.000	5.333.000	775.000
1988	1.165.000	300.000	5.979.000	0	7.144.000	300.000
1989	1.750.000	0	2.284.988	350.000	4.034.988	350.000
1990	0	4.125.000	0	0	0	4.125.000
1991	1.200.000	850.000	0	1.110.000	1.200.000	1.960.000
1992	0	720.000	4.044.000	0	4.044.000	720.000
1993	2.075.000	0	1.050.000	500.000	3.125.000	500.000
1994	150.000	0	4.300.000	0	4.450.000	0
1995	4.479.000	186.250	7.036.600	46.000	11.515.600	232.250
1996	1.500.000	2.568.000	2.936.320	267.000	4.436.320	2.835.000
1997	2.444.000	2.810.000	14.838.550	1.264.320	17.282.550	4.074.320
1998	516.000	50.000	9.014.040	2.063.800	9.530.040	2.113.800
1999	394.400	150.000	43.200	0	437.600	150.000
2000	5.072.000	1.740.000	9.216.000	603.800	14.288.000	2.343.800
2001	0	1.635.200	581.200	388.800	581.200	2.024.000
2002	0	888.000	2.773.029	1.000.000	2.773.029	1.888.000
2003	0	785.800	0	1.906.800	0	2.692.600
2004	0	4.796.200	0	37.500	0	4.833.700
2005 (*)	0	7.755.000	0	942.000	0	8.697.000
<b>1980-2005</b>	<b>21.945.400</b>	<b>30.399.450</b>	<b>74.474.427</b>	<b>14.011.020</b>	<b>96.419.827</b>	<b>44.410.470</b>

(\*): Ocak-Mayıs

Kaynak: HDTM, Teşvik Uygulama Genel Müdürlüğü

Tablodan da görüldüğü gibi 1980-2005 döneminde ayakkabı üretim kapasitesinde toplam olarak 141 milyon çift artış sağlayacak teşvik belgesi alınmıştır. Bu teşvik belgelerinden 96,4 milyon adet kapasite artışını sağlayan teşvik belgeleri kapatılmış durumda olup, bu kapasiteler fiilen üretime hazır durumdadır. Bununla birlikte 44,4 milyon adet kapasite artışını içeren teşvik belgeleri ise halen açık durumda olup, kapatılmaları henüz yapılmamıştır (başka bir ifadeyle, bu yatırımlara ait kapasitenin bir kısmı üretimde kullanılmakta iken bir kısmının henüz üretimde olmadığı tahmin edilmektedir).

Bununla birlikte 1980-2005 döneminde teşvik belgeli yatırımlardaki kapasite artışı yıllık ortalama olarak %20,2 oranında olmuştur. Bu dönemde yapılan yatırımlar sonucu sektörün kurulu kapasitesinde önemli bir artış yaşanmış ve T ASD verilerine göre sektörel kapasite 500 milyon çift/yıl seviyesine ulaşmıştır. Ancak, kurulu kapasitede yaşanan bu yüksek artışa rağmen, gerek yurtiçi gerekse yurtdışı talebin istenilen düzeylere ulaşamaması sonucunda ayakkabı sektöründe bir atıl kapasite oluşmuş ve kapasite kullanım oranlarında bir azalma meydana gelmiştir.

Ayakkabı sektöründeki atıl kapasiteye rağmen, halen sektörde gerek komple yeni yatırım gerekse tevsi-modernizasyon yatırımlarının yapıldığı ve üretim kapasitesinin her yıl artış gösterdiği görülmektedir. Ancak, bu artış miktarı nispi olarak azalmıştır. Nitekim, 1990-2004 döneminde sektörde teşvik belgesi almış yatırımların artış oranı yıllık ortalama %10,1 oranında (7,1 milyon adet/yıl) gerçekleştirmiş iken, bu artış, 1995-2004 dönemi itibariyle yıllık ortalama %8,8 (8 milyon adet/yıl), 2000-2004 döneminde ise yıllık ortalama %3 (3,7 milyon adet/yıl) olmuştur.

Görüldüğü üzere, ayakkabı sektörüne yönelik olarak teşvik belgeli yatırımlarda son yıllarda yurtiçi ve yurtdışı talebe bağlı olarak bir yavaşlama eğilimi bulunmaktadır. Dolayısıyla sektörün arz kapasitesindeki artışların daha istikrarlı bir şekilde artacağı tahmin edilmektedir. ***Bu amaçla ayakkabı sektörünün arz cephesinde beklenen muhtemel gelişmeler tahmin edilirken, sektördeki atıl kapasite de dikkate alınarak, kurulu kapasitenin ortalama olarak 3 milyon adet/yıl artacağı kabul edilmiştir***

## 2.5. Dış Ticaret Durumu

### 2.5.1. İhracat

Ayakkabı sektörünün performansı önemli ölçüde ihracata bağlıdır. Bu nedenle yurtdışı talepteki değişiklikler sektörün gelişmesini olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir.

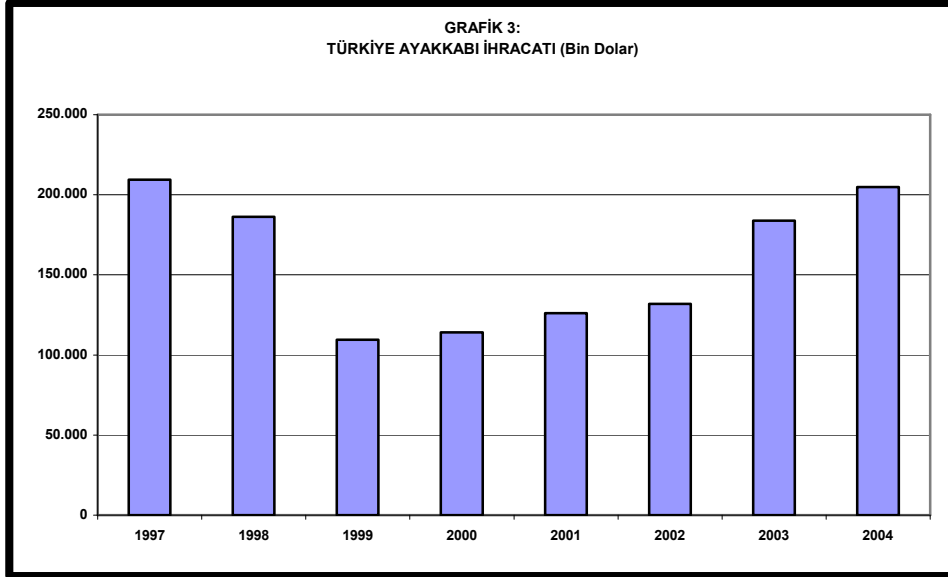
1980'li yıllarda el ile üretimden sanayi tipi üretime geçilmesi ihracatın artmasını da beraberinde getirmiştir. Bu tarihlerde ayakkabı kapasitesi ve üretim hacminin artışıyla dış pazarlara yönelmenin de başladığı söylenebilir. Özel sektörün gerçekleştirdiği önemli atılımlara neticesinde ayakkabı sektörü, bugün kayıtlı ihracatın binde 3,2'sini gerçekleştirmektedir (1994 yılı itibariyle toplam ihracat içerisinde binde 9'luk bir paya sahip olan ayakkabı sektörü ihracatı, 1999-2004 döneminde devamlı olarak artış göstermekle birlikte, toplam ihracat içindeki payı azalış göstermiştir).

Ayakkabı sanayiinde sahip olunan avantajlara rağmen, küçük atölye tipi üretim biçiminin hakim olması, kalifiye olmayan işgücü, ayakkabı yan sanayii girdilerinde standart ve kalite eksikliği gibi yapısal sorunlar nedeniyle ihracat potansiyeli yeterince değerlendirilememektedir. 1990'lı yılların başında ihracat, özellikle Rusya pazarı olmak üzere canlanmış ve 1997 yılında 200 milyon doları aşmıştır. Ancak, daha sonraki yıllarda Rusya'da yaşanan büyük kriz Türk ayakkabı sanayiini de olumsuz yönde etkilemiş ve ihracatta düşüş başlamıştır (1998 yılının ikinci yarısından itibaren Rusya'da ortaya çıkan kriz sonucu bu ülkeye yönelik ihracat miktarında ve bavul ticaretinde önemli miktarda düşüşler kaydedilmiştir). Ayakkabı sektörünün bu süreçte tek bir pazara bağımlı olarak gelişme göstermesi, rekabetin daha yoğun olduğu AB pazarının ihmali edilmesi sonucunda ayakkabı ihracatı büyük oranda gerilemiştir. Bu durum büyük kapasiteli üreticileri kaliteli üretime ve Batı Avrupa Ülkelerine ihracat imkanlarını zorlamaya yöneltmiştir. Ayrıca ayakkabı tasarımına gerekli önem verilmeye başlanmış olup, moda uygun koleksiyonlar ön plana çıkmıştır.

1998 ve 1999 yıllarında düşüş gösteren sektör ihracatı, 2000 yılından sonra devamlı olarak artarak, 2004 yılında tekrar 200 milyon doların üzerine çıkmıştır. Tablo 4'te 1997-2004 dönemi Türkiye'nin ayakkabı ihracat rakamları verilmektedir.

**TABLO 4: TÜRKİYE AYAKKABI İHRACATI**

Yıllar	Miktar		Değer	
	Çift	Değişim (%)	Bin Dolar	Değişim (%)
1997	63.578.627	-	209.406	-
1998	73.038.669	14,9	186.276	-11,0
1999	45.552.408	-37,6	109.542	-41,2
2000	51.745.704	13,6	114.185	4,2
2001	52.088.930	0,7	126.116	10,4
2002	62.221.586	19,5	131.884	4,6
2003	75.006.448	20,5	183.788	39,4
2004	62.401.528	-16,8	204.917	11,5

**KAYNAK: İGEME**

Ayakkabı sektörü ihracatının değer bazında dağılımı incelendiğinde ağırlığın yüzü deriden mamul ayakkabılardan (GTİP No: 64.03) oluştuğu dikkati çekmektedir. 2004 yılı itibariyle 205 milyon dolar olan ayakkabı ihracatının %45,3'ünü yüzü deriden mamul ayakkabılar oluştururken, %22,4'ünü dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik olan ayakkabılar (GTİP No: 64.01-64.02), %15,8'i de yüzü dokuma maddelerinden ve tabanı kauçuk ve plastikten olan ayakkabılar oluşturmaktadır. 2004 yılı ayakkabı sektörü ihracat değerinin %5,5'ini diğer ayakkabılar (GTİP No: 64.05), %11,1'ini de ayakkabı aksamı (GTİP No: 64.06) teşkil etmektedir (**Tablo 5**).

**TABLO 5: AYAKKABI İHRACATININ AYAKKABI TÜRLERİNE GÖRE DAĞILIMI**

Yıllar	GTİP No: 64.01-64.02		GTİP No: 64.03		GTİP No: 64.04		GTİP No: 64.05	
	Bin Çift	Bin \$	Bin Çift	Bin \$	Bin Çift	Bin \$	Bin Çift	Bin \$
1999	20.983	25.652	8.283	44.433	11.617	17.226	4.667	8.290
2000	27.673	33.364	7.651	40.329	12.959	19.543	3.452	7.438
2001	25.395	33.989	9.239	43.975	12.605	24.209	4.834	10.768
2002	28.800	35.070	9.903	51.138	16.694	22.426	6.795	9.405
2003	28.917	40.445	14.638	74.697	23.016	34.606	8.344	15.123
2004	25.608	45.873	13.854	92.808	19.478	32.279	3.462	11.288

**64.01: Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, su geçirmez ayakkabılar**

**64.02: Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik diğer ayakkabılar**

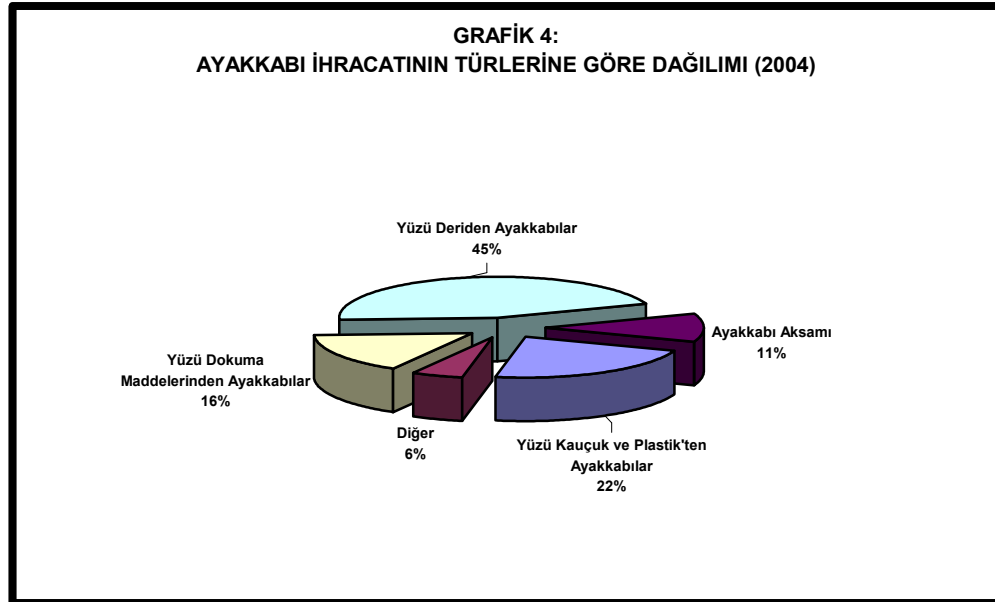
**64.03: Yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii, suni vb. kösele ayakkabılar**

**64.04: Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. ayakkabılar**

**64.05: Diğer ayakkabılar**

**KAYNAK: İGEME**

Tablodan da görüleceği üzere, ayakkabı ihracatının değer bazında en önemli bölümünü yüzü deriden mamul ayakkabılar oluşturmaktadır. Ancak, ayakkabı ihracatı miktar bazında incelendiğinde ağırlığın dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik olan ayakkabılardan (GTİP No: 64.01-64.02) oluştuğu dikkati çekmektedir.



Ülkemiz ayakkabı sektörü ihracat açısından henüz arzu edilen seviyeye ulaşamamıştır. Özellikle İspanya, Portekiz gibi Avrupalı üreticilerle rekabet

edebilecek büyük bir arz potansiyeli vardır. Ancak bu potansiyel yeterince değerlendirilememektedir. Bunda da en önemli etken tanıtım eksikliğidir. Özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet etmemiz için sektörün tanıtımının yapılması, tasarım ve ürün standardizasyonunun sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla son yıllarda Türk ayakkabı firmaları yeni pazarlar aramaya başlamış olup, Batı Avrupa ülkelerine ihracat imkanlarını araştırmaktadırlar.

Türkiye'den ayakkabı ihracatı yapılan ülkelerin başında Rusya Federasyonu gelmektedir. Bu ülkeye yapılan ayakkabı ihracatı 1997 yılında 116.8 milyon dolarla en yüksek düzeyine ulaşmıştır. Ancak 1998 yılından itibaren Rusya Federasyonu'na yapılan ayakkabı ihracatı düşmeye başlamış, 2000 yılında 19,5 milyon dolara, 2004'te ise 8,2 milyon dolara kadar düşmüştür. 2000 yılına kadar Türkiye'nin ayakkabı ihracatında ilk sırayı alan Rusya Federasyonu, bu yıldan sonra geri sıralara düşerek, 2004 yılı itibariyle (toplam ayakkabı ihracatı içindeki %4'lük payı ile) ülkeler sıralamasında sekizinci sıraya gerilemiştir (**Tablo 6**).

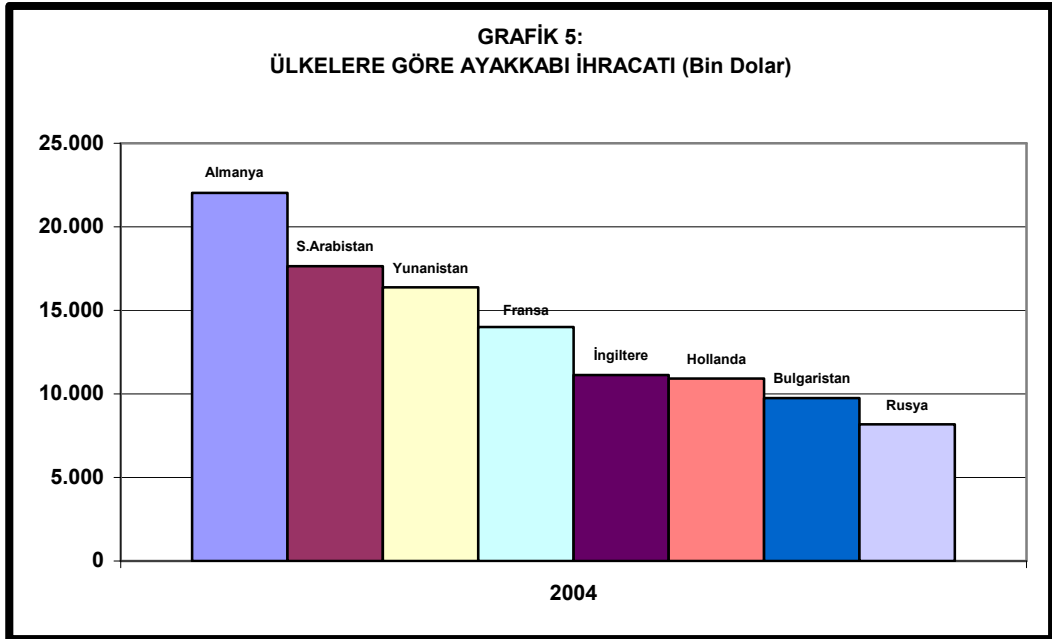
**TABLO 6: AYAKKABI İHRACATININ ÜLKELER İTİBARIYLA DAĞILIMI (Bin \$)**

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Almanya	4.738	6.400	5.913	7.464	14.847	22.025
Suudi Arabistan	10.028	15.723	17.354	18.836	16.654	17.637
Yunanistan	2.550	2.383	3.318	4.543	9.945	16.384
Fransa	5.700	5.415	7.690	9.387	13.505	13.998
İngiltere	1.373	1.299	3.079	5.307	7.555	11.138
Hollanda	3.684	3.194	3.787	5.576	9.099	10.925
Bulgaristan	1.654	701	1.452	887	5.621	9.754
Rusya Federasyonu	22.419	19.455	12.343	11.258	12.757	8.175
İsrail	6.417	6.831	9.171	9.432	10.931	7.555
Libya	3.253	3.997	2.687	6.193	7.571	4.661
Polonya	8.089	5.154	5.995	4.950	4.583	4.527
İtalya	1.965	916	1.210	2.262	3.217	4.095
Birleşik Arap Emirlik.	959	1.238	1.791	1.480	2.319	4.074
Macaristan	3.401	3.830	3.515	3.011	4.820	3.837
Ukrayna	3.776	4.226	10.286	6.202	6.053	3.093
Kazakistan	2.754	3.257	1.499	124	750	534
Toplam	81.801	82.779	89.300	95.432	127.908	138.338
Diğer Ülkeler	27.741	31.406	36.817	36.452	55.880	66.578
Genel Toplam	109.542	114.185	126.116	131.884	183.788	204.917

**KAYNAK: İGEME**

2004 yılı itibariyle gerçekleşen 205 milyon dolar ayakkabı ihracatı içinde en yüksek payı %10,8 (22 milyon dolar) ile Almanya alırken, %8,6 (17,6 milyon dolar) ile Suudi Arabistan, %8 (16,4 milyon dolar) ile de Yunanistan almaktadır. Fransa, İngiltere, Hollanda, Bulgaristan, İsrail, Libya, Polonya ve İtalya ayakkabı ihraç ettiğimiz diğer önemli pazarlardır.

Tabloda en dikkat çekici gelişme, Rusya Federasyonu'na yapılan ihracatta yaşanan azalmanın yanı sıra, AB ülkelerine yapılan ayakkabı ihracatının özellikle 1997-2004 döneminde oldukça önemli oranlarda artış göstermesidir. Nitekim, 1997-2004 döneminde Rusya Federasyonu'na yapılan ayakkabı ihracatı %63,5 oranında azalırken, Almanya'ya yapılan ihracat %365, Fransa'ya yapılan ihracat %146, İngiltere'ye yapılan ihracat %711 oranında artış göstermiştir. Yine bu dönemde Yunanistan'a yapılan ayakkabı ihracatı %542 oranında artarken, Hollanda'da %197, İtalya'da ise %108 oranında bir artış gerçekleşmiştir. 1997-2004 döneminde ayakkabı ihracatımız ise (değer bazında) %87,1 oranında artış göstermiştir.



## 2.5.2. İthalat

Deri ürünleri ithalatı içerisinde önemli bir ağırlığı olan ayakkabı ithalatı genellikle moda tabi ürünler ile özelliği olan (spor ayakkabısı, çizme, trekking ayakkabıları vb) ayakkabılarda yoğunlaşmaktadır.

Türkiye'nin ayakkabı ithalatı, son yıllarda hızlı bir yükseliş göstermektedir. Türkiye'de toplam ayakkabı üretiminin sadece % 30'unun modern fabrikalarda gerçekleştirilirken, üretimin %70 gibi önemli bir bölümü ise atölyelerde yapılmaktadır. Sermaye yetersizliği nedeniyle "El Üretimi" yapmakta olan bu tesisler, yüksek maliyetlerle üretim yapmakta ve modayı yakından takip edememektedirler. Bu durum, modayı yaratan ve gelişmiş teknoloji kullanarak yüksek miktarlarda üretim yapan İtalyan, Brezilya ve İspanyol firmalarının piyasa paylarını artırmalarına neden olmaktadır.

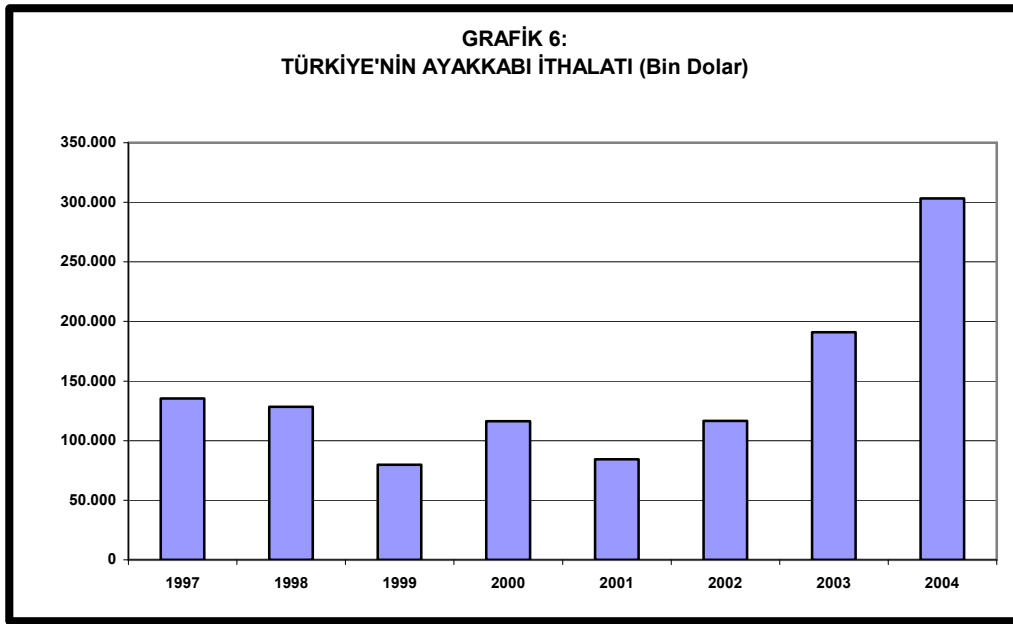
1990 yılında ayakkabı ve terlik ithalatından alınan fonların kaldırılması ve gümrük vergilerinde indirimlerin yapılması ithalatı önemli oranda artırmıştır. Nitekim 1992 yılında 25 milyon dolar seviyesinde olan ayakkabı ithalatı, 1997'de 135 milyon dolar düzeyine kadar yükselmiştir. Bu yıldan sonra azalma eğilimine giden ayakkabı ithalatımız 1998-20002 döneminde dalgalı bir seyir izlemiştir. Ancak, 2002'den sonra yine artışa geçen ayakkabı ithalatı 2003'te 191 milyon dolar, 2004'te ise en yüksek seviyesi olan 303 milyon dolar düzeyine yükselmiştir (**Tablo 7**).

**TABLO 7: TÜRKİYE AYAKKABI İTHALATI**

Yıllar	Miktar		Değer	
	Çift	Değişim (%)	Bin Dolar	Değişim (%)
1997	13.767.004	-	135.246	-
1998	11.181.376	-18,8	128.397	-5,1
1999	6.459.111	-42,2	79.746	-37,9
2000	13.470.831	108,6	116.318	45,9
2001	8.005.224	-40,6	84.222	-27,6
2002	13.147.986	64,2	116.479	38,3
2003	24.150.126	83,7	191.058	64,0
2004	25.121.539	4,0	303.284	58,7

KAYNAK: İGEME

1996 yılında Gümrük Birliği ve AB ile uyum çerçevesinde gümrük vergi oranlarının sıfırlanmış, AB dışı ülkeler için uygulanan ortak gümrük tarifeleri sonucunda gümrük vergilerinde %60-70'ler oranında indirim yapılmıştır. Bu gelişmeler sonucunda AB ülkelerinden ayakkabı ithalatı ciddi oranda artış göstermiş ve AB dışındaki ülkelerin haksız rekabetiyle karşı karşıya kalınmıştır. Diğer bir ifadeyle Türkiye pazarı önemli oranda ithalata açık hale gelmiştir. İthalatı özendirici bir nitelik taşıyan bu uygulama, ayakkabı ithalatı rakamlarında ciddi bir artışı da beraberinde getirmiştir.



Ayakkabı ithalatının değer bazında dağılımı incelendiğinde ağırlığın (ihracatta olduğu gibi) yüzü deriden mamul ayakkabılardan (GTİP No: 64.03) oluştuğu dikkati çekmektedir. 2004 yılı itibariyle 303 milyon dolar olan ayakkabı ithalatının %42,3'ünü yüzü deriden mamul ayakkabılar oluştururken, %31,9'unu dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik olan ayakkabılar (GTİP No: 64.01-64.02), %16,9'u da yüzü dokuma maddelerinden ve tabanı kauçuk ve plastikten olan ayakkabılar oluşturmaktadır. 2004 yılı ayakkabı sektörü ihracat değerinin %3,8'ini diğer ayakkabılar (GTİP No: 64.05), %5,3'ünü de ayakkabı aksamı (GTİP No: 64.06) teşkil etmektedir (**Tablo 8**).

**TABLO 8: AYAKKABI İTHALATININ AYAKKABI TÜRLERİNE GÖRE DAĞILIMI**

Yıllar	GTİP No: 64.01-64.02		GTİP No: 64.03		GTİP No: 64.04		GTİP No: 64.05	
	Bin Çift	Bin \$	Bin Çift	Bin \$	Bin Çift	Bin \$	Bin Çift	Bin \$
1999	3.002	17.911	1.487	37.518	1.382	9.731	549	4.080
2000	7.188	25.926	3.312	59.501	1.785	13.319	1.185	5.749
2001	3.257	18.174	1.925	40.055	2.075	13.951	748	3.383
2002	7.007	29.174	2.491	53.700	2.560	17.429	1.085	3.998
2003	14.217	54.411	3.895	84.852	4.173	27.587	1.863	8.439
2004	12.437	96.607	4.964	128.145	6.190	51.110	1.526	11.389

64.01: Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, su geçirmez ayakkabılar

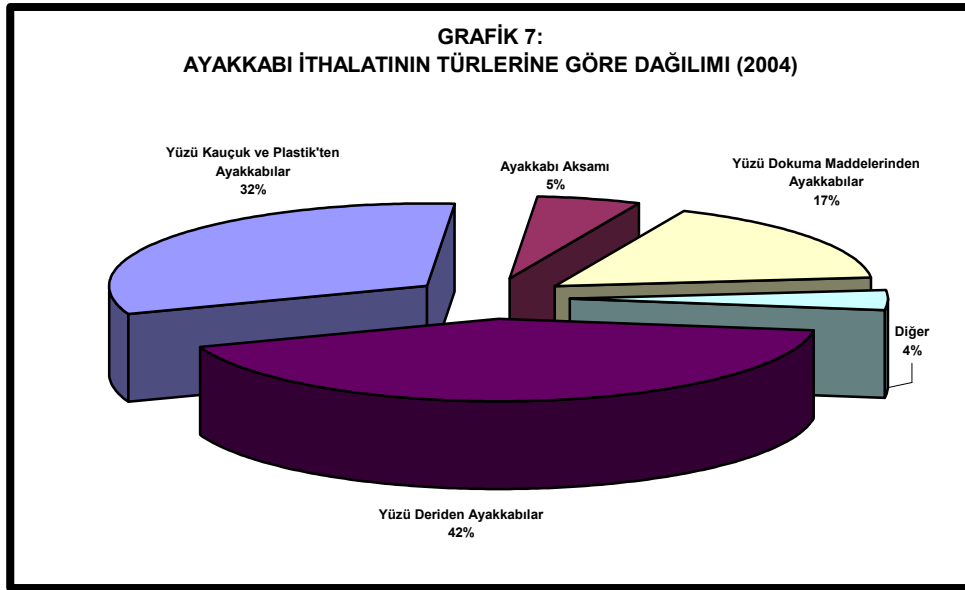
64.02: Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik diğer ayakkabılar

64.03: Yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii, suni vb. kösele ayakkabılar

64.04: Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. ayakkabılar

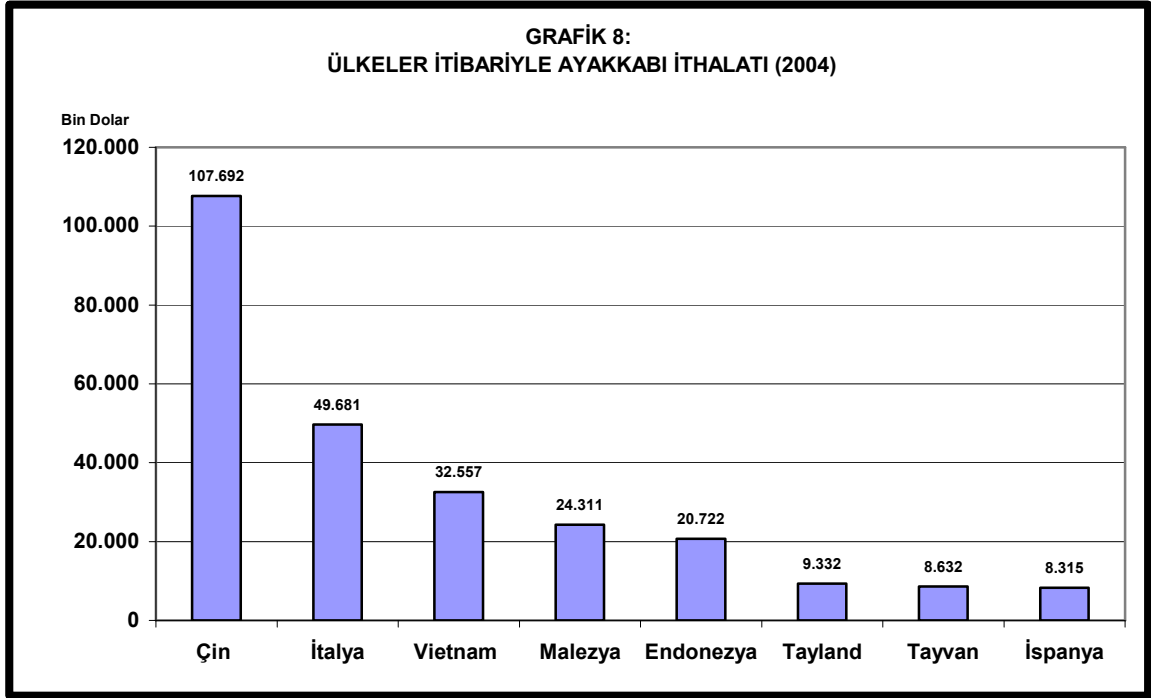
64.05: Diğer ayakkabılar

KAYNAK: İGEME



Tablodan da görüleceği üzere, ayakkabı ithalatının değer bazında en önemli bölümünü yüzü deriden mamul ayakkabılar oluşturmaktadır. Ancak, ayakkabı ithalatı miktar bazında incelendiğinde ağırlığın dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik olan ayakkabılardan (GTİP No: 64.01-64.02) oluştuğu dikkati çekmektedir.

Deri ayakkabı ve ayakkabı tabanı çoğunlukla İtalya ve İspanya'dan; plastik ve kauçuk ayakkabılar ise Uzakdoğu'dan, özellikle Çin kaynaklı olmasına rağmen Tayvan, Vietnam ve Endonezya'dan ithal edilmektedir.



Türkiye'nin ayakkabı ithal ettiği ülkelerin başında İtalya gelmektedir. Bu ülkeden yapılan ayakkabı ithalatı 2004 yılında 49,7 milyon dolarla en yüksek düzeyine ulaşmıştır. Ancak Türkiye'nin ayakkabı ithalatı içerisinde önemli bir yer işgal eden Çin'den yapılan ayakkabı ithalatı, 2003 yılından itibaren çok önemli oranda artış göstererek 2003'te 54,3 milyon dolara, 2004'te ise bir önceki yıla göre %98 oranında artarak 107,7 milyon dolar düzeyine yükselmiş ve Çin, Türkiye'nin ayakkabı ithalatında ilk sırayı almıştır.

2004 yılı itibariyle gerçekleşen 303 milyon dolar ayakkabı ithalatı içinde en yüksek payı %35,5 (107,7 milyon dolar) ile Çin alırken, %16,4 (49,7 milyon dolar) ile İtalya ikinci sırada, Suudi Arabistan, %10,7 (32,6 milyon dolar) ile de Vietnam üçüncü sırada yer almaktadır. Malezya, Endonezya, Tayland, Tayvan ve İspanya ayakkabı ithal ettiğimiz diğer önemli ülkelerdir (**Tablo 9**).

**TABLO 9: AYAKKABI İTHALATININ ÜLKELER İTİBARIYLA DAĞILIMI (Bin \$)**

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Çin Halk Cumhur.	9.554	18.204	17.356	26.345	54.328	107.692
İtalya	32.235	41.249	31.670	37.972	44.327	49.681
Vietnam	3.390	7.927	6.190	13.385	24.477	32.557
Malezya	294	589	524	6.251	14.294	24.311
Endonezya	2.036	3.430	3.803	3.455	7.077	20.722
Tayland	1.850	3.926	2.499	1.812	3.592	9.332
Tayvan	4.411	9.330	4.073	4.014	7.948	8.632
İspanya	6.208	8.339	5.467	6.684	7.110	8.315
Brezilya	760	2.018	1.374	1.826	3.439	7.735
Hong-Kong	1.644	1.440	566	1.008	2.036	4.569
Makao	67	184	367	1.423	3.002	3.630
Fransa	4.514	3.686	2.645	2.925	2.745	2.844
Hollanda	1.324	1.935	724	666	998	2.560
Almanya	2.797	3.078	1.466	1.017	1.703	2.535
İngiltere	1.937	2.333	1.491	1.318	1.987	795
A.B.D.	2.099	1.815	688	797	1.251	582
<b>Toplam</b>	<b>75.120</b>	<b>109.483</b>	<b>80.903</b>	<b>110.900</b>	<b>180.313</b>	<b>286.493</b>
<b>Diğer Ülkeler</b>	<b>4.626</b>	<b>6.835</b>	<b>3.320</b>	<b>5.579</b>	<b>10.744</b>	<b>16.791</b>
<b>Genel Toplam</b>	<b>79.746</b>	<b>116.318</b>	<b>84.222</b>	<b>116.479</b>	<b>191.058</b>	<b>303.284</b>

KAYNAK: İGEME

1996 yılında Gümrük Birliği çerçevesinde, ayakkabı ithalatına uygulanan, gümrük vergilerinin sıfırlanması ve üçüncü ülkelere karşı ise AB'nin ortak gümrük tarifesi (OGT)'ne adapte edilmesi nedeniyle, mevcut gümrük vergilerinde %60-70'lere varan indirim yapılmak zorunda kalmıştır. Söz konusu bu gelişme neticesinde, 1996 yılından itibaren büyük artışlar gösteren deriden mamul ayakkabılar ve diğer ayakkabı türleri ithalatı, Türk ayakkabı sektörünü başlangıçta olumsuz olarak etkilemiştir. Henüz sanayileşme sürecini tam bitirememiş, doğal savunma mekanizmalarını bizzat kendisi uygulamaya hazır olmayan ayakkabı sektörünün, üretimde olsun, ihracatta olsun bu en önemli ve hayati kalemlerinin önünün ithalatla kesilmesi çok ciddi sıkıntılar yaratmıştır. Nitekim, 1992 yılında %333, 1993'te %209, 1994'te %566 ve 1995'de %251 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, 1996 yılından sonra düşmeye başlamış ve 2000, 2003 ve 2004 yıllarında ihracatın ithalatı karşılama oranı 100'ün altına düşmüştür. Başka bir ifadeyle ayakkabı dış ticaretinde Türkiye açık vermeye başlamıştır (**Tablo 10**).

Özellikle son iki yılda meydana gelen bu gelişmede en önemli etken Çin'in başta tekstil ürünlerinde olmak üzere dış ticaretteki haksız rekabetidir. Çok ucuz maliyetlerle ve dolayısıyla fiyatlarla ticarete konu olan Çin malları, ayakkabı

sektöründe de başta Türkiye ve AB ülkeleri olmak üzere birçok üretici ülkeyi olumsuz olarak etkilemektedir.

**TABLO 10: AYAKKABI İHRACATININ İTHALATI KARŞILAMA ORANI**

Yıllar	İhracat (1) Bin Dolar	İthalat (2) Bin Dolar	(1) – (2) Bin Dolar	(1) / (2) (%)
1992	83.310	25.043	58.267	332,7
1993	94.240	45.129	49.111	208,8
1994	159.460	28.158	131.302	566,3
1995	114.580	45.631	68.949	251,1
1996	151.020	98.992	52.028	152,6
1997	209.406	135.246	74.160	154,8
1998	186.276	128.397	57.879	145,1
1999	109.542	79.746	29.796	137,4
2000	114.185	116.318	-2.133	98,2
2001	126.116	84.222	41.894	149,7
2002	131.884	116.479	15.405	113,2
2003	183.788	191.058	-7.270	96,2
2004	204.917	303.284	-98.367	67,6

Ancak, 1996 yılında AB ile gümrük birliğine gidilmesi ve AB dışı ülkelere karşı ortak gümrük tarifesi uygulaması aynı zamanda Türk ayakkabı sektörünün gelişmesine olumlu etkide de bulunmuş ve ayakkabı firmalarının ihracata yönelik üretimde bulunmalarını sağlayarak, bu firmaların yeni pazarlara yönelmesini teşvik etmiştir. Bu olumlu gelişmenin sonuçlarını ihracat istatistiklerine baktığımızda görmekteyiz. Nitekim, 1992-1993'lerde 50 milyon dolar seviyesinde olan ayakkabı sektörüne ait ihracat miktarımız, dünya genelinde çeşitli ekonomik krizlerin yaşanmasına rağmen, 200 milyon dolar seviyelerine yükselmiştir. Bu gelişmede; hiç şüphesiz, Türk ayakkabı sektörünün dinamik ve rekabetçi yapısının katkısı en önemli etkenlerden birini oluşturmaktadır.

## **2.6. Ayakkabı Yurtiçi Talebi**

2000 yılı Kasım ayında ortaya çıkan mali kriz, 2001 Nisan ayından itibaren sektörü olumsuz etkilemesi nedeniyle yurtiçi talebin daralmasına bağlı olarak özellikle ayakkabı ve ayakkabılık deri üreten kesimden başlayarak sektör üretimi azalma eğilimine girmiştir.

Önümüzdeki dönemde sektördeki talep değişimleri; deri üretimine ve ihracattaki gelişmelerin yanı sıra yurt içinde turistlere yapılan ayakkabı satışları da etkili olacaktır. Bu açıdan yurtiçi ayakkabı talebi; ekonomideki gelişmelere, ihracattaki artış miktarı ise önemli ölçüde döviz kurlarındaki değişimler ile mevcut pazarların korunması ve özellikle de yeni ihraç pazarlarının oluşturulmasına bağlı olacaktır.

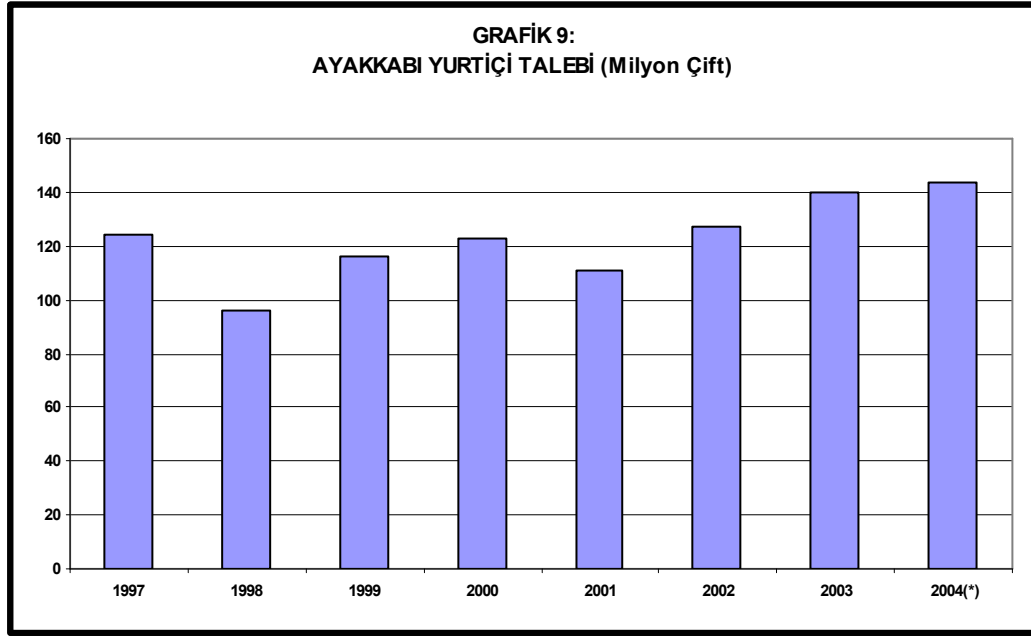
Sektörde gerçekleşen 1997-2004 yılları arasındaki yurtiçi ayakkabı tüketim miktarları aşağıda Tablo 11’de verilmiştir.

**TABLO 11: AYAKKABI YURTIÇİ TÜKETİMİ (MİLYON ÇİFT)**

Yıllar	Ayakkabı Toplam	Deri Ayakkabılar	Plastik +Lastik Ayakkabılar	Tekstil Ayakkabılar	Terlik
1997	124	52	7	17	48
1998	96	37	5	15	39
1999	116	41	17	16	42
2000	123	45	19	17	43
2001	111	37	20	16	37
2002	127	43	23	18	43
2003	140	47	26	19	47
2004(*)	144	48	26	19	51

Kaynak : DPT, 2004 Yılı Programı Destek Çalışmaları  
(\*\*): Tahmin

Tablo 11’den de görüleceği gibi toplam ayakkabı talebi içinde deri ayakkabı talebinin payı ilk sırada yer almaktadır. 1997’de toplam ayakkabı talebi içinde %42 olan deri ayakkabı talebi devamlı düşüş göstermiş ve %34 seviyelerine kadar gerilemiştir. Deri ayakkabı talebinin toplam ayakkabı talebi içindeki payı son dört yılda (2001-2004 döneminde) %33-34 düzeyinde sabit kalmıştır. Deri ayakkabıların payının bu kadar yüksek olmasının en önemli nedeni, tüketicilerin deri ayakkabı tüketim alışkanlığına sahip olmalarıdır. Ayakkabı tüketimindeki yıllık miktarlar ve yıllar itibariyle kişi başına ayakkabı tüketimi Tablo 12’de verilmiştir.



**TABLO 12: KİŞİ BAŞINA AYAKKABI TÜKETİMİ**

Yıllar	Ayakkabı Yurtiçi Talebi (Milyon Çift)	Nüfus	Kişi Başına Tüketim (Çift)
1994	93	60.758.440	1,5
1995	115	61.879.670	1,9
1996	127	63.021.590	2,0
1997	124	64.184.584	1,9
1998	96	65.369.039	1,5
1999	116	66.575.352	1,7
2000	123	67.803.927	1,8
2001	111	69.055.173	1,6
2002	127	70.329.510	1,8
2003	140	71.627.363	2,0
2004	144	72.949.166	2,0

Ayakkabı tüketimi, nüfus artışından bağımsız olup; daha çok ayakkabı tüketim kültürüne ve gelire bağlıdır. Tablodan da görülebileceği gibi nüfus artış hızı ortalama 1,6 iken 1994-2004 döneminde ayakkabı tüketimi dalgalanmalar göstermektedir. 1995 yılında bir önceki yıla göre %24 oranında artan ayakkabı tüketimi, 1998 yılında %23 oranında düşmüştür. İncelenen dönem itibariyle kişi başına düşen ortalama ayakkabı miktarı son iki yılda 2 çifte çıkmıştır. Sektör yetkilileriyle yapılan

görüşmelerde; sektörde faaliyet gösteren orta ve küçük ölçekteki tesislerin yoğunluğu ve kayıt dışı üretimin istatistiklere yansımaması sonucu kişi başına düşen ayakkabı kullanımının düşük kaldığı, aslında bu oranın ortalama 2,5 - 3 çift civarında olması gerektiği ifade edilmiştir.

## **2.7. Talep Tahmini**

Ayakkabı sektörü incelenen dönem itibariyle istikrarlı bir gelişme göstermemektedir. Kurulu kapasite yurtiçi tüketimi karşılayıp önemli ölçüde ihracat yapmaya elverişlidir. Ancak kapasite kullanımında artış sağlayabilmek için ihracat imkanları geliştirilip, yurtdışı pazarlara yönelik kalite ve standartta üretim yapmak gerekmektedir.

Ayakkabı tüketimine yönelik talep tahmini yapılırken, kişi başına düşen tüketim miktarları esas alınmıştır. Bu amaçla nüfus projeksiyonu rakamları ile önümüzdeki yıllara yönelik beklenen kişi başına tüketim miktarları çarpılarak, gelecek yıllar için yurtiçi ayakkabı tüketim miktarları tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayakkabı yurtiçi talep tahmininde esas alınacak kişi başına tüketim miktarı ise 2005 ve 2006 yılları için ortalama 2,2 çift, 2007 ve sonrası yıllar için bu tüketim miktarının Avrupa kıtası genelinin altında olmakla birlikte 2,5 çift olacağı öngörülmüştür (Avrupa kıtası genelinde, 2001 yılı itibariyle, kişi başına tüketim 3 çifttir).

2000 Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre Türkiye'nin toplam nüfusu 67.803.927 olup, 1990-2000 yılları arasında ülke nüfusu yıllık binde 18,28 oranında artış hızı gerçekleştirmiştir. Bu nüfus artış hızının önümüzdeki yıllarda da geçerli olacağı varsayımıyla, Türkiye nüfusunun 2010'da 81.408.277'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 13'te kişi başına düşen ayakkabı tüketim miktarları ve nüfus projeksiyonu rakamları kullanılarak tahmin edilen ayakkabı yurtiçi talep miktarları verilmektedir.

**TABLO 13: AYAKKABI YURTIÇİ TALEP PROJEKSİYONU**

Yıllar	Nüfus Tahmini	Kişi Başına Ayakkabı Tüketimi (Çift)	Ayakkabı Yurtiçi Talep Tahmini (Çift)
2005	74.295.362	2,2	163.449.797
2006	75.666.401	2,2	166.466.082
2007	77.062.740	2,5	192.656.851
2008	78.484.848	2,5	196.212.119
2009	79.933.198	2,5	199.832.996
2010	81.408.277	2,5	203.520.693

Tablodan da görüldüğü gibi, nüfus projeksiyonları dikkate alınarak yapılan yurtiçi talep tahmini çalışmasında, ayakkabı yurtiçi talebinin 2005’de 163 milyon çift olacağı tahmin edilirken, yurtiçi talebin, kişi başına düşen ayakkabı tüketimindeki artışlarla birlikte 2007’de 193 milyon çifte, 2010’da ise 204 milyon çifte ulaşacağı beklenmektedir.

Toplam talep projeksiyonu yapılırken ise, ayakkabı ihracatının yıllık ortalama %3,5 oranında, ayakkabı ithalatının da %6,1 oranında artacağı varsayılmıştır. Bu varsayımlar altında 2005-2010 dönemi ayakkabı toplam talep projeksiyonu aşağıdaki gibi olacaktır (Tablo 14).

**TABLO 14: AYAKKABI SEKTÖRÜ TOPLAM TALEP PROJEKSİYONU (ÇİFT)**

Yıllar	Yurtiçi Tüketim	İhracat	İthalat	Toplam Talep Tahmini (*)
2005	163.449.797	64.585.581	26.653.953	228.035.378
2006	166.466.082	66.846.077	28.279.844	233.312.159
2007	192.656.851	69.185.690	30.004.914	261.842.541
2008	196.212.119	71.607.189	31.835.214	267.819.308
2009	199.832.996	74.113.440	33.777.162	273.946.436
2010	203.520.693	76.707.411	35.837.569	280.228.104

(\*): Toplam Talep = Yurtiçi Tüketim + İhracat veya Üretim + İthalat

## 2.8. Ayakkabı Sektörü Arz- Talep Karşılaştırması

Ayakkabı sektörüne yönelik arz-talep karşılaştırması yapılırken, ayakkabı sektörünün üretim kapasitesindeki gelişmeler, sektörün 2000-2004 dönemindeki kapasitesinde meydana gelen gelişimin, bundan sonraki dönemde de aynı şekilde devam edeceği varsayılmıştır. Buna göre, 2004 yılı itibariyle 500 milyon çift/yıl olduğu tahmin edilen kurulu kapasitenin, 2004-2010 döneminde yıllık ortalama 3 milyon çift artacağı varsayılarak, kurulu kapasitenin 2005’de 503 milyon çift, 2010’da ise 518 milyon çift olacağı tahmin edilmiştir.

Bu varsayımlar çerçevesinde ayakkabı sektörünün arz-talep projeksiyonu aşağıda verilmiştir (**Tablo 15**).

**TABLO 15: AYAKKABI SEKTÖRÜ ARZ-TALEP KARŞILAŞTIRMASI**

Yıllar	Toplam Arz (Bin Çift)	Toplam Talep (Üretim+İthalat) (Bin Çift)	K.K.O. (%)
2005	503.000	228.035	45,3
2006	506.000	233.312	46,1
2007	509.000	261.843	51,4
2008	512.000	267.819	52,3
2009	515.000	273.946	53,2
2010	518.000	280.228	54,1

Yapılan çalışmalar sonucunda toplam talebe (üretim + ithalat) bağlı olarak ayakkabı sektörünün önümüzdeki yıllarda %45 ile %55 arasında değişen kapasite kullanım oranları ile çalışacağı öngörülmüştür. Ancak, sektörde yıllık olarak 27-35 milyon çift dolayında bir ithalatın da olduğu göz önüne alındığında, üretime bağlı kapasite kullanım oranlarının önümüzdeki yıllarda %40-47 arasında olacağı tahmin edilmektedir.

Ayakkabı sektörünün üretim kapasitesi hesap edilirken, yalnızca yatırım teşvik belgesi alan yatırım projeleri dikkate alınmış, gerek KOBİ kapsamındaki yatırımlardaki gelişme, gerekse yatırım teşvik belgesi almadan yatırım yapan

ayakkabı firmaları (özellikle atölye niteliğindeki tesisler) ile ilgili her hangi bir istatistik bulunmadığı için bu işyerlerindeki artışlar dikkate alınmamıştır. Sektördeki ilgili kişilerle yapılan görüşmelerde ise bu kapsamda oldukça fazla sayıda işletmenin sektörde yatırım yaptığı öğrenilmiştir. Dolayısıyla, ayakkabı sektörünün arz-talep karşılaştırmasında hesap ettiğimiz kapasite kullanım oranlarının daha düşük düzeylerde olduğu tahmin edilmektedir.

Sektörde gelişmenin sürdürülmesi ayakkabı üretiminin ve ihracatının artırılması ile mümkün olacaktır. Bu nedenle bu sektörde yurtiçi ve yurt dışı pazarlarda rekabet edilebilmesi için elverişli fiyatlarla, kaliteli ve modaya uygun ürün üretecek esnek bir üretim yapısına sahip tesisler üretim faaliyetine devam edebileceği söylenebilir. Bu amaçla orta ve üstü kalite ayakkabılarda ABD ve Kanada pazarlarında yer edinmek, 2005 yılında yürürlüğe girecek olan Amerika Serbest Ticaret Alanı (FTAA) uygulamasıyla önemli avantaj elde edecek olan Brezilya, Arjantin ve Meksika ile rekabet edebilir bir teknik alt yapının oluşturulması gerekmektedir.

### 3. DÜNYADA AYAKKABI ÜRETİM VE TÜKETİM DURUMU

#### 3.1. Üretim

Dünyada 1995 yılında 10 milyar çift olan ayakkabı üretiminin %22,8 oranında (yıllık ortalama %3,4 oranında) artarak 2001 yılında 12,2 milyar çifte yükseldiği tahmin edilmektedir. Dünya ayakkabı üretiminin 1995 yılında %15,7'si Avrupa (Türkiye dahil), %12,5'i Amerika, %67,6'sı Asya kıtasında gerçekleştirilirken, 2001 yılında bu oranlar sırasıyla %10,9, %10,5 ve %76,8 olmuştur. 1995-2001 dönemini kapsayan altı yıllık süre içerisinde dünya ayakkabı üretiminde Avrupa kıtasının payı %14,9 oranında düşerken, Amerika kıtasının payı %16,1, Asya kıtasının payı da %39,4 oranında artmıştır. Türkiye hariç, Avrupa kıtasının dünya üretimi içindeki payı ise %18,1 oranında azalmıştır (**Tablo 16**).

**TABLO 16: KITALAR İTİBARIYLA AYAKKABI ÜRETİMİ (Milyon Çift)**

Bölgeler	1995		1997		1999		2001		Değişim % 1995-2001
	Üretim	%	Üretim	%	Üretim	%	Üretim	%	
Avrupa	1.562	15,7	1.534	14,0	1.393	12,2	1.329	10,9	-14,9
Avrupa (*)	1.433	14,4	1.368	12,5	1.238	10,8	1.174	9,6	-18,1
Amerika	1.245	12,5	1.264	11,5	1.188	10,4	1.282	10,5	3,0
Asya	6.748	67,6	7.908	72,2	8.625	75,5	9.409	76,8	39,4
Diğer	422	4,2	250	2,3	223	2,0	227	1,9	-46,2
<b>Toplam</b>	<b>9.977</b>	<b>100,0</b>	<b>10.956</b>	<b>100,0</b>	<b>11.429</b>	<b>100,0</b>	<b>12.247</b>	<b>100,0</b>	<b>22,8</b>

(\*): Türkiye Hariç

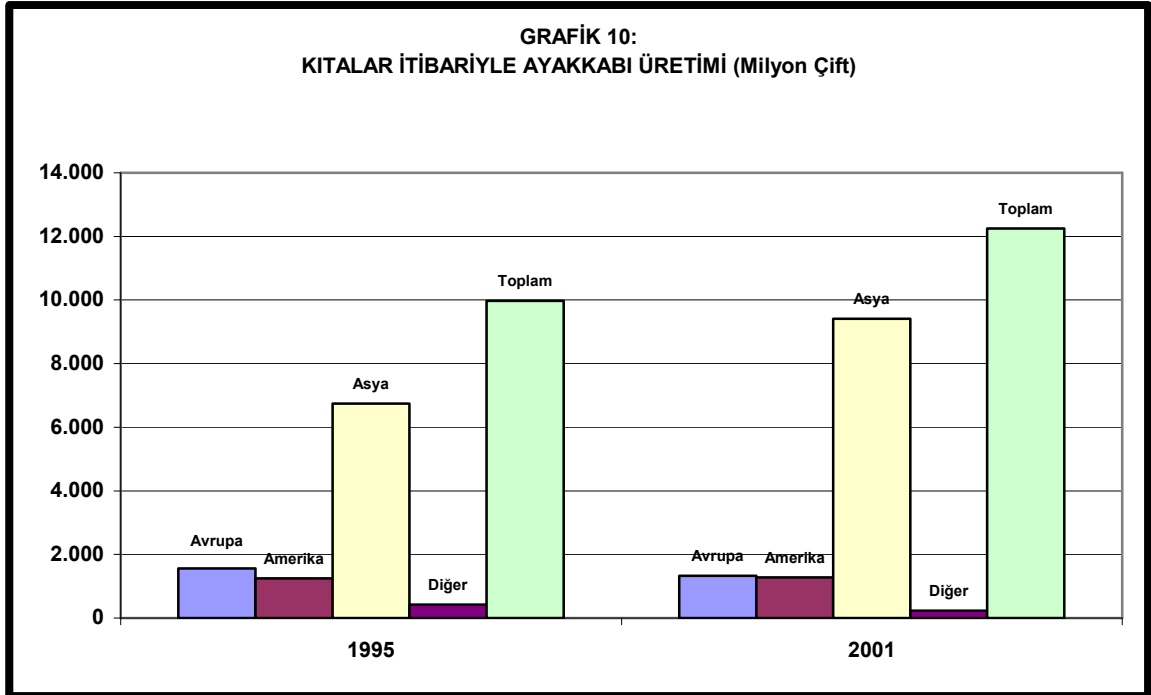
**KAYNAK:** DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Görüldüğü üzere, dünya ayakkabı üretiminde payı en fazla azalan kıta, çok sayıda gelişmiş ülkenin bulunduğu Avrupa kıtasıdır. Emek yoğun bir endüstri olan ayakkabı sanayiinde çoğu Avrupa ülkesinin yüksek işgücü maliyetleri nedeniyle bu faaliyeti terk etme eğiliminde oldukları gözlenmektedir. Türkiye hariç, Avrupa kıtasında 1995 yılında 1,4 milyar çift olan ayakkabı tüketiminin %18,1 oranında azalarak 2001'de 1,2 milyar çifte gerilediği tahmin edilmektedir. Türkiye dahil edildiğinde ise, Türk ayakkabı sanayii üretimindeki artış sonucunda, sözkonusu dönemde Avrupa kıtasının üretimindeki azalma %14,9'a inmektedir.

Ayakkabı üretim rakamları ülkeler itibariyle incelendiğinde, 1995-2001 döneminde Avrupa ülkeleri arasında Türkiye, İspanya, Portekiz, Romanya ve Polonya'nın üretimleri artarken, geriye kalan İngiltere, Rusya, İtalya, Almanya ve Fransa gibi gelişmiş Avrupa ülkelerinde üretimin azaldığı dikkati çekmektedir. Üretim artışının yaşandığı ülkeler arasında ise kayda değer artışın gerçekleştiği ülke Türkiye ile İspanya'dır. Türkiye'deki ayakkabı üretimindeki artışta ülkemizde gerek geleneksel olarak üretim kültürünün varlığı ve işgücü maliyetinin düşük olması gerekse Sovyetler Birliği'nin dağılması sonrasında yeni oluşan pazar fırsatlarının iyi değerlendirilmesi etkili olmuştur.

1995-2001 döneminde Avrupa ülkeleri genelinde ayakkabı üretiminin en fazla düşüş gösterdiği ülke %68 oranında azalma ile İngiltere olurken, bunu %38,2 ile Fransa, %30,2 ile Rusya, %25,5 ile Almanya ve %319,3 ile de İtalya izlemektedir.

Amerika kıtası ülkelerinden Meksika'nın ayakkabı üretimi 1995-2001 döneminde %63,9 oranında artarken, en fazla ayakkabı ithal eden ülke olan ABD'nin üretimi %54,6 oranında azalış göstermiştir.



Asya kıtası, 1995-2001 döneminde dünya ayakkabı üretimi içinde payını en fazla artıran kıtadır ( Asya kıtasına ait ayakkabı üretimi bu dönemde %39,4 oranında artış gerçekleştirmiştir). Asya kıtasında ayakkabı üretiminin en fazla yapıldığı ülke olan Çin, aynı zamanda dünya ülkeleri arasında da ilk sırada yer alır. 1995’de 4,3 milyar çift ayakkabı üreten Çin’de 1995-2001 döneminde ayakkabı üretimi %56,7 oranında artarak 2001’de 6,7 milyar çift düzeyine yükselmiştir. Asya kıtasında ikinci önemli ayakkabı üreticisi olan Hindistan’da ise incelenen dönemde üretim %8,2 oranında artış gösterirken, bu kıta içinde en yüksek artış %74,3 oran ile Vietnam’da gerçekleşmiştir. Asya kıtasında en fazla üretim kaybının gerçekleştiği ülkelerin başında %44,3 ile Tayvan gelirken, bunu %38,4 ile Japonya, %35,4 ile Tayland ve %19,5 ile de Güney Kore takip etmiştir (**Tablo 17**).

**TABLO 17: ÜLKELER İTİBARIYLA AYAKKABI ÜRETİMİ (Milyon Çift)**

Ülkeler	1995		1997		1999		2001		Değişim % 1995-2001
	Üretim	%	Üretim	%	Üretim	%	Üretim	%	
Fransa	152	1,52	135	1,29	114	1,00	94	0,77	-38,2
Almanya	47	0,47	40	0,38	40	0,35	35	0,29	-25,5
İtalya	476	4,77	460	4,40	381	3,33	384	3,14	-19,3
Polonya	60	0,60	68	0,65	60	0,52	62	0,51	3,3
Portekiz	97	0,97	103	0,99	108	0,94	103	0,84	6,2
Romanya	52	0,52	48	0,46	54	0,47	55	0,45	5,8
Rusya	53	0,53	32	0,31	32	0,28	37	0,30	-30,2
İspanya	187	1,87	208	1,99	213	1,86	205	1,67	9,6
İngiltere	103	1,03	89	0,85	63	0,55	33	0,27	-68,0
<b>Türkiye</b>	<b>142</b>	<b>1,42</b>	<b>183</b>	<b>1,75</b>	<b>155</b>	<b>1,36</b>	<b>155</b>	<b>1,27</b>	<b>9,2</b>
Arjantin	80	0,80	80	0,77	80	0,70	72	0,59	-10,0
Brezilya	500	5,01	520	4,98	499	4,37	590	4,82	18,0
Kolombiya	68	0,68	70	0,67	65	0,57	60	0,49	-11,8
Meksika	180	1,80	260	2,49	275	2,41	295	2,41	63,9
ABD	227	2,28	193	1,85	121	1,06	103	0,84	-54,6
Çin	4.270	42,80	5.252	50,25	5.930	51,89	6.691	54,63	56,7
Hindistan	662	6,64	680	6,51	700	6,12	716	5,85	8,2
Endonezya	547	5,48	527	5,04	507	4,44	485	3,96	-11,3
Japonya	219	2,20	192	1,84	159	1,39	135	1,10	-38,4
Malezya	48	0,48	53	0,51	48	0,42	47	0,38	-2,1
Pakistan	175	1,75	205	1,96	240	2,10	244	1,99	39,4
Filipinler	156	1,56	148	1,42	138	1,21	133	1,09	-14,7
Güney Kore	185	1,85	148	1,42	163	1,43	149	1,22	-19,5
Tayvan	88	0,88	60	0,57	51	0,45	49	0,40	-44,3
Tayland	410	4,11	276	2,64	258	2,26	265	2,16	-35,4
Vietnam	152	1,52	206	1,97	241	2,11	265	2,16	74,3
İran	105	1,05	100	0,96	97	0,85	95	0,78	-9,5
<b>Diğer</b>	<b>536</b>	<b>5,37</b>	<b>116</b>	<b>1,11</b>	<b>637</b>	<b>5,57</b>	<b>690</b>	<b>5,63</b>	<b>28,7</b>
<b>Toplam</b>	<b>9.977</b>	<b>100,00</b>	<b>10.452</b>	<b>100,00</b>	<b>11.429</b>	<b>100,00</b>	<b>12.247</b>	<b>100,00</b>	<b>22,8</b>

AYNAK: DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Miktar bazında dünyada en çok üretim yapan ülke Çin'dir. Çin, dünya üretiminin 1995 yılında 4,3 milyar çift ile %42,8'ini yaparken, 2001'de 6,7 milyar çift ile %54,6'sını gerçekleştirmiştir. Çin'deki bu gelişmeye, uzun zamandan beri, başta ABD'li ayakkabı üreticileri olmak üzere pek çok üreticinin bu ülkede yatırım yapması yol açmıştır. Çin'in büyük bir pazar olması, işgücü maliyetlerinin uzun bir süre düşük olarak devam etmesinin beklenmesi ve makro-ekonomik istikrar bu ülkeye yabancı sermaye akışını özendirilmektedir. Ayrıca, dünya ticaretinde önemli bir konumu bulunan Hong-Kong'un Çin tarafından devralınmasıyla, Hong-Kong'un dış ticaretteki birikimi de Çin'e önemli bir rekabet avantajı getirmiştir. Son yıllarda Çin'de üretilen ayakkabıların kalitesinde iyileşme ve dolayısıyla ortalama fiyatlarında küçük oranlı bir yükselme gözlenmektedir.

Dünyada eskiden beri bir ayakkabı ülkesi olarak bilinen ve üretilen ayakkabıların kalitesinin yüksekliği ile tanınan İtalya, halen dünyada önemli bir üretici olmakla birlikte, zaman içinde üretimin yüksek işgücü maliyetleri nedeniyle ve diğer ülkelerin rekabeti sonucunda azaldığı gözlenmektedir. Kaliteli ayakkabılarda İspanya, Portekiz ve orta üstü kalitede bir ölçüde Brezilya ve Meksika gibi ülkelerin rekabeti İtalya'nın üretiminin azalmasında etkili olmuştur. Ayrıca, tüketicilerin son yıllarda gündelik ayakkabı ihtiyaçlarını daha ucuz ürünlerle karşılamaya yönelmesi nedeniyle Çin ve Vietnam gibi ucuz ayakkabı üreten ülkelerin mallarına talep doğmuş ve İtalya'nın ürettiği kategorideki ayakkabılara talep azalmış ve böylece İtalya pazar kaybetmeye başlamıştır. Bu gelişmelerin sonucunda İtalya'nın ayakkabı üretimi azalma eğilimine girmiş ve 1995'de 476 milyon çift üretimi 1995-2001 döneminde %19,3 oranında azalarak 2001'de 384 milyon çift düzeyine gerilemiştir (İtalya, ayakkabı üretiminde miktar bazında dünyanın beşinci, değer bazında ise ikinci sırasında yer almaktadır).

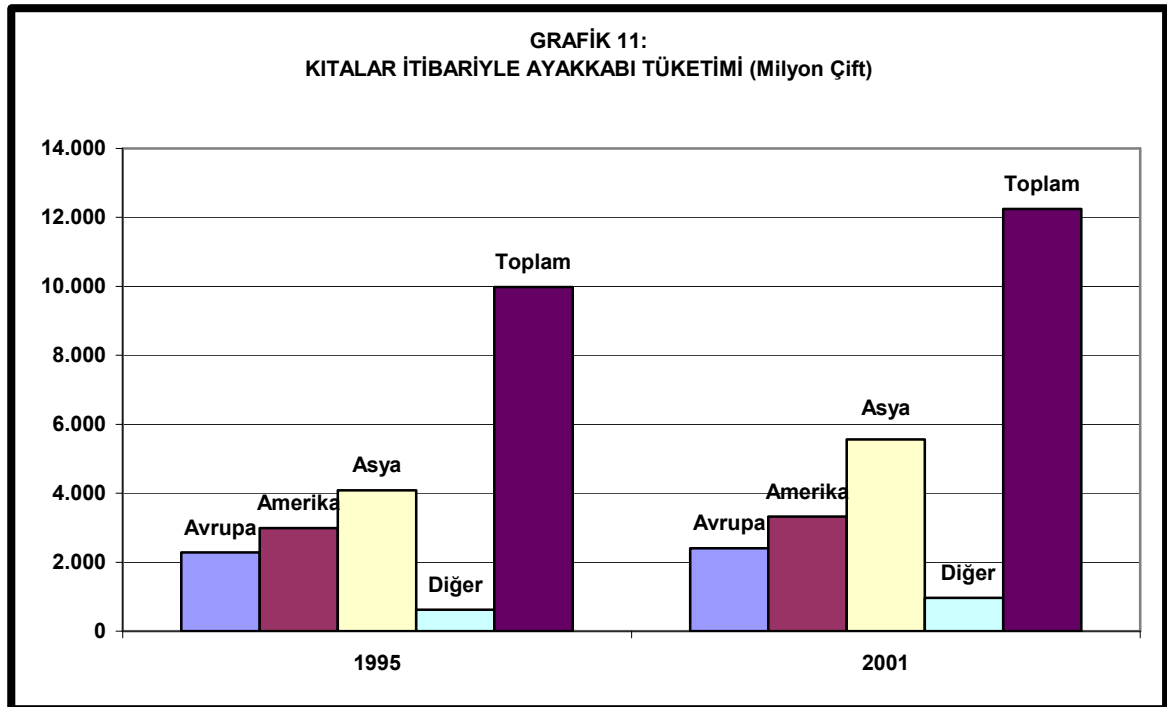
Ayakkabı piyasasında markası tanınmış ve iyi fiyat bulabilen ayakkabılar çoğunlukla gelişmiş ülkelerde üretilmektedir. Bu ülkelerin başında gelen İtalya, dünyada büyük bir ün yapmış olup, yıllarca dünyanın en büyük ayakkabı üreticisi ve ihracatçısı olma konumunu sürdürmüştür. Ancak 1990'lı yılların sonuna doğru hem miktar hem de üretim değeri açısından birinciliği Çin'e bırakmış durumdadır. Fakat kalite açısından İtalya, halen İtalya, dünyanın en önde gelen ülkesidir. İtalya, ayakkabı sanayiinde

organize olma şekli, tedarik zinciri yöntemi, pazarlama, tesislerin ortalama kapasitesi, yaratıcılık, dizayn, tasarım konularında dünyada model alınan bir ülkedir.

### 3.2. Tüketim

Tanınmış markaya sahip kaliteli ve fiyatı daha yüksek olan ayakkabılar gelir düzeyi yüksek olan tüketiciler tarafından satın alınmakta; bu ürünler de genellikle gelişmiş ülkelerde daha yüksek satış şansı bulabilmektedir. Bu ülkelerdeki tüketicilerin sadece kalitesi yüksek olan ayakkabıları tükettikleri düşünülmemelidir. Yüksek kaliteli ürünler yanında daha düşük kaliteli ve dolayısıyla daha ucuz ayakkabıların günlük kullanım amacıyla yoğun olarak tüketildikleri görülmektedir.

Stok değişmelerinin sabit olduğu varsayımıyla dünyada ayakkabı üretim miktarının tüketim miktarına eşit olduğu kabul edilmektedir. Bu çerçevede, 1995-2001 dönemindeki ayakkabı tüketiminin %22,8 oranında (yıllık ortalama %3,4 oranında) artarak 2001 yılında 12,2 milyar çifte yükseldiği tahmin edilmektedir. Bu artış, yüksek ve orta gelir düzeyine sahip ülkelerdeki çoğu tüketicinin uzak-doğu ülkelerinden ithal edilen daha ucuz ayakkabıları, tüketici tercihlerinde değişmeler, yedek ayakkabı, günlük ihtiyaç için vs. sebeplerle tercih etmesinden kaynaklanmaktadır.



Dünya ayakkabı tüketiminin 1995 yılında %22,9'u Avrupa (Türkiye dahil), %30'u Amerika, %40,9'u Asya kıtasında gerçekleştirilirken, 2001 yılında bu oranlar sırasıyla %19,6, %27,1 ve %45,4 olmuştur. 1995-2001 dönemini kapsayan altı yıllık süre içerisinde dünya ayakkabı tüketiminde Asya kıtasının payı %36,2 oranında artarken, Amerika kıtasının payı %11,1, Avrupa kıtasının payı da %5 oranında artmıştır (Türkiye hariç, Avrupa kıtasının dünya tüketimi içindeki payı ise %5,4 oranında artmıştır). Kişi başına yıllık tüketilen ayakkabı miktarları incelendiğinde ise kişi başına tüketimin en fazla olduğu kıtanın Amerika olduğu ve bunu sırasıyla Avrupa ve Asya'nın izlediği görülmektedir. 2001 yılı itibariyle Amerika kıtasında yıllık kişi başına 3,9 çift ayakkabı tüketilirken, bu rakam Avrupa'da 3 çift, Asya'da ise 1,6 çift olmuştur (Tablo 18).

**TABLO 18: KITALAR İTİBARIYLA AYAKKABI TÜKETİMİ (Milyon Çift)**

Bölgeler	1995			2001			Değişim % 1995-2001
	Tüketim	Kişi Başına Yıllık Tüketim	%	Tüketim	Kişi Başına Yıllık Tüketim	%	
Avrupa	2.287	2,9	22,9	2.401	3,0	19,6	5,0
Avrupa (*)	2.172	3,0	21,8	2.290	3,1	18,7	5,4
Amerika	2.989	3,9	30,0	3.321	3,9	27,1	11,1
Asya	4.082	1,2	40,9	5.560	1,6	45,4	36,2
Diğer	619	0,7	6,2	965	1,0	7,9	55,9
<b>Toplam</b>	<b>9.977</b>	<b>1,8</b>	<b>100,0</b>	<b>12.247</b>	<b>2,0</b>	<b>100,0</b>	<b>22,8</b>

(\*): Türkiye Hariç

KAYNAK: DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Ayakkabı tüketim rakamları ülkeler itibariyle incelendiğinde, 1995-2001 döneminde Avrupa ülkeleri arasında İtalya, İspanya, Portekiz ve Romanya'nın tüketimleri artarken, başta Rusya ve Polonya olmak üzere Türkiye, Almanya ve Fransa'da ayakkabı tüketiminin azaldığı dikkati çekmektedir.

Amerika kıtası ülkelerinden ABD'de ayakkabı tüketimi 1995-2001 döneminde %14 oranında artarken, Meksika'nın ayakkabı tüketimi %21,6, Brezilya ve Arjantin'in tüketimi ise sırasıyla %4,8 ve %4,4 oranlarında artmıştır. Dünya genelinde en fazla ayakkabı ithal eden ülke olan ABD, ayakkabı tüketimi açısından da dünya sıralamasında Çin'den sonra ikinci sırada yer almaktadır. ABD'nin 1995 yılı itibariyle

1,6 milyar çift olan ayakkabı tüketimi, 2001’de 1,8 milyar düzeyine yükselmiştir . 1995 yılı itibariyle dünya ayakkabı tüketiminin %16,1’i ABD’de tüketilirken, 2001 yılına gelindiğinde bu oran %14,9 düzeyine gerilemiştir (**Tablo 19**).

**TABLO 19: ÜLKELER İTİBARIYLA AYAKKABI TÜKETİMİ (Milyon Çift)**

Ülkeler	1995		1997		1999		2001		Değişim % 1995-2001
	Tüketim	%	Tüketim	%	Tüketim	%	Tüketim	%	
Fransa	341	3,42	325	2,97	315	2,76	334	2,73	-2,1
Almanya	333	3,34	331	3,02	326	2,85	324	2,65	-2,7
İtalya	189	1,89	203	1,85	216	1,89	223	1,82	18,0
Polonya	116	1,16	148	1,35	86	0,75	78	0,64	-32,8
Portekiz	31	0,31	32	0,29	34	0,30	35	0,29	12,9
Romanya	74	0,74	64	0,58	70	0,61	73	0,60	-1,4
Rusya	263	2,64	159	1,45	88	0,77	172	1,40	-34,6
İspanya	107	1,07	112	1,02	134	1,17	145	1,18	35,5
İngiltere	281	2,82	298	2,72	315	2,76	312	2,55	11,0
<b>Türkiye</b>	<b>124</b>	<b>1,24</b>	<b>132</b>	<b>1,20</b>	<b>116</b>	<b>1,01</b>	<b>111</b>	<b>0,91</b>	<b>-10,5</b>
Arjantin	91	0,91	94	0,86	97	0,85	95	0,78	4,4
Brezilya	415	4,16	427	3,90	375	3,28	435	3,55	4,8
Kolombiya	78	0,78	81	0,74	71	0,62	78	0,64	0,0
Meksika	185	1,85	197	1,80	211	1,85	225	1,84	21,6
ABD	1.602	16,06	1.619	14,78	1.727	15,11	1.827	14,92	14,0
Çin	1.738	17,42	2.258	20,61	2.506	21,93	2.716	22,18	56,3
Hindistan	537	5,38	646	5,90	657	5,75	660	5,39	22,9
Endonezya	338	3,39	314	2,87	297	2,60	283	2,31	-16,3
Japonya	600	6,01	572	5,22	557	4,87	559	4,56	-6,8
Malezya	38	0,38	50	0,46	44	0,38	45	0,37	18,4
Pakistan	165	1,65	196	1,79	232	2,03	235	1,92	42,4
Filipinler	142	1,42	151	1,38	159	1,39	157	1,28	10,6
Güney Kore	111	1,11	117	1,07	124	1,08	127	1,04	14,4
Tayvan	18	0,18	11	0,10	23	0,20	29	0,24	61,1
Tayland	124	1,24	121	1,10	136	1,19	141	1,15	13,7
Vietnam	66	0,66	33	0,30	24	0,21	39	0,32	-40,9
İran	87	0,87	86	0,78	90	0,79	91	0,74	4,6
<b>Diğer</b>	<b>1.783</b>	<b>17,87</b>	<b>2.179</b>	<b>19,89</b>	<b>2.399</b>	<b>20,99</b>	<b>2.698</b>	<b>22,03</b>	<b>51,3</b>
<b>Toplam</b>	<b>9.977</b>	<b>100,00</b>	<b>10.956</b>	<b>100,00</b>	<b>11.429</b>	<b>100,00</b>	<b>12.247</b>	<b>100,00</b>	<b>22,8</b>

KAYNAK: DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Asya kıtası, 1995-2001 döneminde dünya ayakkabı tüketimi içinde payını en fazla artıran kıtadır ( Asya kıtasına ait ayakkabı tüketimi bu dönemde %36,2 oranında artış göstermiştir). Asya kıtasında ayakkabı tüketiminin en fazla yapıldığı ülke olan Çin, aynı zamanda dünya ülkeleri arasında da ilk sırada yer alır. 1995’de 1,7 milyar çift ayakkabı tüketen Çin’de 1995-2001 döneminde ayakkabı tüketimi %56,3 oranında artarak 2001’de 2,7 milyar çift düzeyine yükselmiştir. 1995 yılı itibariyle dünya ayakkabı tüketiminin %17,4’ü Çin’de tüketilirken, Çin’in toplam tüketimdeki payı 1997’de %20,6’ya, 1999’da %21,9’a ve 2001’deki payı ise %22,2 seviyesine çıkmıştır. Asya kıtasında diğer önemli ayakkabı tüketicisi ülkeler ise Japonya ve

Hindistan'dır. 1995'de ayakkabı tüketimi 600 milyon çift olan Japonya'da tüketim devamlı azalarak 2001'de 559 milyon seviyesine gerilemiştir (1995-2001 döneminde Japonya'ya ait ayakkabı tüketimi %6,8 oranında gerileme göstermiştir). Hindistan'da ise aynı dönemde ayakkabı tüketimi %22,9 oranında artarak 1995'te 537 milyon çift olan tüketim 2001'de 660 milyon çift düzeyine yükselmiştir. Asya kıtasında en fazla tüketim kaybının yaşandığı ülkelerin başında %40,9 ile Vietnam gelirken, bunu %16,3 ile Endonezya izlemiştir (Vietnam, oran itibariyle, 1995-2001 döneminde Asya kıtasında en fazla üretim artışının olduğu ülkedir).

### 3.3. Dış Ticaret

#### 3.3.1 İhracat

Dünya ayakkabı ihracatı yıllar itibariyle devamlı artış göstermektedir. Nitekim 1997'de 37,7 milyar dolar olan ayakkabı ihracatı, 1997-2003 döneminde %16,8 oranında artarak 2003'te 43,9 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Dünya ayakkabı ihracatında, Çin lider ülke konumunda olup, 2003 yılında 13 milyar dolarlık ayakkabı ihraç etmiştir. Bu ülkeyi 8,4 milyar dolarlık ihracatla İtalya ve 2,3 milyar dolarlık ihracatla İspanya izlemektedir. Vietnam, Almanya, Belçika, Portekiz, Brezilya, Romanya, Fransa, Endonezya ve Hollanda ise diğer önemli ayakkabı ihracatçısı ülkelerdir. Türkiye'nin dünya ayakkabı ihracatı içindeki payı ise binde 4 gibi oldukça düşük düzeydedir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra İtalya, dünyadaki en büyük ayakkabı ihracatçılarından biri iken, 1997'den itibaren İtalya'nın rekabet gücünün azaldığı görülmektedir. 1996'da İtalya, 9 milyar dolarlık ayakkabı ihracatı ile ilk sırada yer alırken, İtalya'yı 7,1 milyar dolarlık ihracat ile Çin takip etmekte idi. 1997'den sonra ise, Çin'in ayakkabı ihracatı devamlı olarak artmış ve Çin, dünya ayakkabı ihracatında ilk sıraya yükselmiştir. 1996-2003 döneminde Çin'in ayakkabı ihracatı %82 oranında artış gösterirken, aynı dönemde İtalya'nın ihracatı %6,6 oranında azalış göstermiştir (**Tablo 20**).

**TABLO 20: DÜNYA AYAKKABI İHRACATI (1000 Dolar)**

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003
Çin	8.678.820	9.850.226	10.095.769	11.090.084	12.954.805
İtalya	7.296.504	7.153.304	7.570.254	7.587.729	8.375.820
İspanya	2.003.439	1.885.249	1.985.784	2.124.644	2.297.420
Vietnam	1.387.142	1.471.667	1.630.193	1.913.005	
Almanya	1.423.945	1.296.845	1.372.545	1.648.437	1.862.390
Belçika	1.477.792	1.378.009	1.652.829	1.855.354	1.663.347
Portekiz	1.686.579	1.479.109	1.515.079	1.497.448	1.626.057
Brezilya	1.342.277	1.625.284	1.684.317	1.516.449	1.622.242
Romanya	678.147	784.974	975.599	1.157.931	1.420.673
Fransa	1.052.577	94.422	95.612	1.070.762	1.275.294
Endonezya	1.601.766	1.672.110	1.505.580	1.148.052	1.182.185
Hollanda	674.823	763.099	892.641	764.672	1.132.263
Tayland	854.369	832.951	839.255	802.267	
Hindistan	606.206	651.382	662.511	62.259	758.211
İngiltere	854.464	771.657	697.773	66.142	690.902
Diğerleri	6.045.423	6.229.564	6.131.356	5.273.715	6.281.248
<b>TOPLAM</b>	<b>37.664.273</b>	<b>37.939.852</b>	<b>39.307.097</b>	<b>38.776.683</b>	<b>43.945.124</b>

Kaynak: ITC (International Trade Center) Databases  
[www.intracen.org/tradstat](http://www.intracen.org/tradstat)

Tablodan da görüleceği gibi, dünya ayakkabı ihracatında Çin ve İtalya lider ülke konumundadır. 2003 yılı itibariyle Çin ve İtalya toplam ayakkabı ihracatının %48,5 gibi önemli bir bölümünü oluşturmakta olup, diğer ülkelerin oldukça üzerinde ihracat yapmaktadır. Ayakkabı ihracatında bu iki ülkeyi düşük miktarla da olsa İspanya, Almanya, Belçika, Portekiz, Brezilya ve Romanya izlemektedir. Dünya ayakkabı ihracatında dikkati çeken bir diğer gelişme ise Romanya'nın ayakkabı ihracatındaki artıştır. Tablodan izleneceği üzere, Romanya'nın ayakkabı ihracatı 1999-2003 döneminde %109 oranında artış göstererek 678 milyon dolardan 1,4 milyar düzeyine yükselmiştir.

Miktar bazında ihracat rakamları incelendiğinde, en yüksek ihracat miktarının (değer bazında olduğu gibi) Çin'e ait olduğu görülmektedir. 1995 yılında Çin'in ayakkabı ihracat miktarı 2,5 milyar adet iken, 1995-2001 döneminde ihracat %56,7 oranında artış göstererek 2001'de 4 milyar çift düzeyine yükseldiği dikkati çekmektedir. Miktar bazında dünya ayakkabı ihracatında ikinci ülke İtalya olup, 2001'de İtalya'nın ihracat miktarı 362 milyon çifttir. Aşağıdaki tabloda ayakkabı ihracatında, miktar bazında, en fazla ihracat yapan 17 ülkenin ihracat rakamları verilmektedir (**Tablo 21**).

**TABLO 21: ÜLKELER İTİBARI İLE AYAKKABI İHRACATI (Milyon Çift)**

Ülkeler	1995	1997	1999	2001	Değişim % 1995-2001
Çin	2.540	2.996	3.426	3.980	56,69
İtalya	427	415	347	362	-15,22
Vietnam	86	176	221	230	167,44
Endonezya	211	227	217	207	-1,90
Brezilya	130	142	137	166	27,69
İspanya	132	153	133	145	9,85
Tayland	287	157	124	127	-55,75
Portekiz	86	93	95	90	4,65
Meksika	14	75	83	90	542,86
Almanya	51	54	58	61	19,61
Hindistan	125	34	45	59	-52,80
<b>Türkiye</b>	<b>19</b>	<b>49</b>	<b>46</b>	<b>52</b>	173,68
Güney Kore	94	58	56	51	-45,74
Fransa	58	56	53	48	-17,24
Tayvan	80	62	43	39	-51,25
İngiltere	35	39	38	37	5,71
<b>Romanya</b>	<b>19</b>	<b>30</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	89,47

**KAYNAK:** DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Tablodan da görüldüğü gibi, 1995-2001 döneminde, miktar bazında, ayakkabı ihracatında en yüksek artış %543 ile Meksika'da olurken, ikinci en yüksek artış %174 oran ile Türkiye'de gerçekleşmiştir.

### 3.3.2. İthalat

Dünya ayakkabı ithalatı 2003 yılında 55,9 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. 1999'da 48,4 milyar dolar seviyesinde olan ithalat 2000'de %2,5, 2001'de %3,4, 2002'de %2,1 ve 2003'te ise %6,7 oranında artış göstermiştir (dünya ayakkabı ithalatı, 1999-2003 döneminde ise %15,4 oranında artmıştır).

Dünya ayakkabı ithalatı içerisinde en büyük ithalatçı ülke ABD'dir. Toplam ithalatın % 30-31 gibi önemli bir bölümünü oluşturan ABD, yıllık ortalama olarak 16 milyar dolarlık ayakkabı ithal etmektedir (**Tablo 22**).

**TABLO 22: DÜNYA AYAKKABI İTHALATI (1000 Dolar)**

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003
ABD	14.759.829	15.662.620	16.009.439	16.159.259	16.412.655
Hong Kong	5.323.920	5.665.858	5.158.955	5.030.488	5.007.137
Almanya	4.498.217	3.995.398	4.180.034	4.117.503	4.680.651
Fransa	2.714.139	2.857.217	2.940.309	3.351.378	4.064.967
İngiltere	3.318.167	3.031.787	3.278.575	3.544.435	3.959.555
İtalya	2.292.239	2.408.664	2.747.244	3.066.674	3.804.994
Japonya	2.771.419	2.980.353	3.044.874	2.935.633	3.077.957
Belçika	1.234.651	1.173.743	1.356.676	1.417.719	1.526.094
Hollanda	1.226.061	1.285.918	1.369.545	1.306.940	1.259.813
İspanya	666.322	666.699	714.943	870.605	1.226.654
Kanada	979.923	999.447	1.016.039	1.061.172	1.113.214
Avusturya	776.229	700.854	756.724	773.424	858.376
İsviçre	671.673	633.694	693.658	696.553	790.422
Danimarka	47.697	45.023	437.152	47.904	60.283
Avustralya	505.311	553.091	485.768	562.419	597.864
Diğer	6.660.033	6.986.698	7.124.413	7.460.864	7.484.152
<b>TOPLAM</b>	<b>48.445.830</b>	<b>49.647.064</b>	<b>51.314.348</b>	<b>52.402.970</b>	<b>55.924.788</b>

Kaynak: ITC (International Trade Center) Databases  
[www.intracen.org/tradstat](http://www.intracen.org/tradstat)

Tablodan görüleceği üzere Amerika Birleşik Devletleri dünyadaki en büyük ayakkabı ithalatçısı ülke olup, dünya ithalatının neredeyse 1/3'lük kısmını tek başına oluşturmaktadır. Dünya ayakkabı ithalatında ABD'den sonra önemli ithalatçı ülkeler grubu içerisinde ise Hong Kong, Almanya ve Fransa gelmektedir. 2003 yılı itibariyle 5 milyar dolar ithalat miktarı ile Hong Kong toplam ithalatın %9'unu, 4,7 milyar dolar ile Almanya %8,4'ünü, 4,1 milyar dolar ile de Fransa toplam ithalatın %7,3'ünü teşkil etmektedir. İngiltere, İtalya, Japonya, Belçika, Hollanda, İspanya ve Kanada diğer önemli ayakkabı ithalatçısı ülkelerdir. Dünyanın ikinci büyük ayakkabı ithalatçısı olan Hong Kong, bu ithalatı reeksport amacıyla Çin'den yapmakta olup; tüm dünyaya ihraç etmektedir

Miktar bazında ithalat rakamları incelendiğinde, en yüksek ihracat miktarının (değer bazında olduğu gibi) ABD'ye ait olduğu görülmektedir. 1995 yılında ABD'nin ayakkabı ithalat miktarı 1,4 milyar adet iken, 1995-2001 döneminde ithalat %24,2 oranında artış göstererek 2001'de 1,8 milyar çift düzeyine yükselmiştir. Miktar bazında dünya ayakkabı ithalatında ikinci ülke Japonya olup, 2001'de Japonya'nın ithalat miktarı 427 milyon çifttir. Aşağıdaki tabloda ayakkabı ihracatında, miktar

bazında, en fazla ithalat yapan ilk 15 ülke ve Türkiye'nin ithalat rakamları verilmektedir (Tablo 23).

**TABLO 23: ÜLKELER İTİBARIYLA AYAKKABI İTHALATI (Milyon Çift)**

Ülkeler	1995	1997	1999	2001	Değişim % 1995-2001
ABD	1.409	1.462	1.636	1.750	24,20
Japonya	385	384	401	427	10,91
Almanya	337	345	344	349	3,56
İngiltere	213	248	291	316	48,36
Fransa	247	246	254	288	16,60
İtalya	140	158	182	201	43,57
Rusya	211	134	65	150	-28,91
İspanya	52	57	54	85	63,46
Polonya	78	98	64	52	-33,33
Romanya	41	46	50	51	24,39
Filipinler	7	18	35	36	414,29
Güney Kore	20	27	17	29	45,00
Arjantin	15	18	18	24	60,00
Portekiz	20	22	21	22	10,00
Meksika	19	12	19	20	5,26
<b>Türkiye</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>60,00</b>

**KAYNAK: DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.**

### 3.4. Dünya Ayakkabı Sektörünün Geleceği

2001 yılında 12,2 milyar çift olan dünya ayakkabı üretiminin, yıllık ortalama %3,4 oranında artışla 2025 yılında 26,1 milyar çifte çıkacağı tahmin edilmektedir. Miktar bazında 2001 yılında üretilen ayakkabıların %33'ü deri ayakkabı iken, ayakkabılık deri üretimindeki gelişmelere bağlı olarak 2025 yılında ayakkabıların %24,5'inin deri ayakkabılardan oluşması beklenmektedir. Deriden mamul ayakkabı üretiminde yıllık ortalama artışın %2'de kalması, deri dışı ayakkabı üretiminde ise ayakkabı talebini karşılayabilmek için bu oranın %3,7'ye ulaşacağı hesaplanmıştır. Bu çerçevede, 2025 yılında, 2001 yılına oranla, deri dışı ayakkabıların toplam ayakkabı üretimi içindeki payında artış olacaktır.

Bu veriler altında **SATRA** tarafından yapılan ayakkabı üretim ve tüketim projeksiyonları aşağıdaki gibidir (Tablo 24).

**TABLO 24: KITALAR İTİBARIYLA DÜNYA AYAKKABI ÜRETİM VE TÜKETİM PROJEKSİYONU (Milyon Çift)**

Bölgeler	2001			2025			Üretimdeki Değişim % 2001-2025	Tüketimdeki Değişim % 2001-2025
	Üretim	Tüketim	Kişi Başına Yıllık Tüketim	Üretim	Tüketim	Kişi Başına Yıllık Tüketim		
Avrupa	1.329	2.401	3,0	1.598	3.396	4,3	20,2	41,4
Avrupa (*)	1.174	2.290	3,1	705	3.059	4,4	-39,9	33,6
Amerika	1.282	3.321	3,9	1.672	5.493	5,3	30,4	65,4
Asya	9.409	5.560	1,6	21.169	13.411	2,9	125,0	141,2
Diğer	227	965	1,0	714	2.853	1,9	214,5	195,6
<b>Toplam</b>	<b>12.247</b>	<b>12.247</b>	<b>2,0</b>	<b>25.153</b>	<b>25.153</b>	<b>3,2</b>	<b>105,4</b>	<b>105,4</b>

(\*): Türkiye Hariç

KAYNAK: DPT (2005), SATRA Technology Centre verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

#### 4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Ayakkabı sektörü, Türkiye'nin gelişme potansiyeli yüksek sektörlerinden biridir. Ancak, bu potansiyeli yeterince değerlendiremediğimiz de aşikardır. 1990'lı yıllarda önemli atılımların gerçekleştirildiği ayakkabı üretiminde, gerek sektörün kendi içinden gerekse yurtiçi ve yurtdışı ekonomik krizlerden kaynaklanan sorunlar bu gelişmeyi olumsuz etkilemiştir.

1990'lı yılların ikinci yarısında 1980'lerde tamamlanan üretim alt yapısının verdiği güçle hızlı bir üretim atağına girilmiştir. Bu üretim gücü doymamış bir pazar olan Rusya pazarından büyük bir ilgi görmüş ve sektörde ciddi bir ihracat seferberliği başlamıştır. Bunun doğal sonucu olarak istihdam artmış ve makine parkları yenilenmiştir. Ancak, tek pazara bağımlılık ve pazar yapısının fiyat hassas, kalite hassas olmayan yapısından dolayı sektör orta vadede ciddi bir zarar görmüştür. Uzakdoğu'da başlayan ve Rusya'da derinleşen mali kriz üretimin ve istihdamın hızla düşmesine neden olmuştur (Rusya'da büyüyen kriz sonrasında talebin durma noktasına gelmesi, özellikle kapasitelerini bu piyasaya yönelik oluşturmuş olan üretici firmaları yüksek atıl kapasiteler ile karşı karşıya bırakmış ve üretimin kısılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır).

Ayakkabı sanayimizin bu krizden yüksek düzeyde etkilenmesinin en önemli nedeni, son yıllarda Rusya'dan gelen aşırı talebi karşılamak amacı ile firmaların ellerindeki mevcut diğer pazarları kaybetmek pahasına sadece tek bir pazara yönelik üretim yapmaları, kalite ve dizaynlarını bu pazarın isteklerine uygun geliştirmeleri olmuştur. Hitap ettikleri tek pazarda yaşanan kriz sürecinde firmalar hareket kabiliyetini yitirmişlerdir (1996'da Türkiye'nin ayakkabı ihracatı içerisinde %44,3 paya sahip olan Rusya, 1997'de %55,8, 1998'de de %48,3'lük gibi önemli bir paya sahipti. Krizin etkisiyle bir çok üründe olduğu gibi ayakkabıda da talebin durma noktasına gelmesi, Rusya'ya yapılan ayakkabı ihracatının ciddi miktarlarda düşürmüştür. Nitekim, Türkiye'nin ayakkabı ihracatı içerisinde Rusya'nın payı 1999'da %20,5'e gerilerken, bu pay 2001'de %9,8'e, 2002'de %8,5'e, 2003'te %6,9'a ve 2004'te ise %4 düzeyine inmiştir).

Bu kriz sonrasında pek çok firma tek pazar saplantısından kurtulmuş ve hızla Batı Avrupa ülkelerine yönelerek yeni ihracat imkânları araştırmaya başlamışlardır. Tasarıma gerekli önem verilmiş ve moda için uygun koleksiyonlar hazırlanmaya başlanmıştır. Firmalar birleşerek *Sektörel Dış Ticaret Şirketi* kurma çalışmalarına hız vermişler ve bu şirket altında güçlerini birleştirerek rekabet şanslarını artırmaya çalışmışlardır. Bunun dışında Türk ayakkabı sektörünün tanıtımına ağırlık verilmiş ve fuar faaliyetlerine yoğun şekilde katılımlar sağlanmıştır. Sektörün bu dönemde göstermiş olduğu yüksek performans sonucunda ayakkabı ihracatı da önemli oranlarda artmıştır. Nitekim 1997'de 209 milyon dolara kadar çıkan ve kriz sonrasında 100 milyon dolar seviyelerine düşen ayakkabı ihracatı, özellikle son iki yılda önemli miktarlarda artarak 2003'te 184 milyon dolar, 2004'te ise 205 milyon dolar düzeyine yükselmiştir.

Sektörde yaşanan sorunlar Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından yapılan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, ***Deri ve Deri Mamulleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu***'nda aşağıdaki gibi belirtilmektedir.

- Sektörün içinde bulunduğu en önemli sorun pazarlama olarak görünmektedir. Ayrıca pazarlamaya yönelik bilimsel bir temelde bulunmamaktadır.
- Sektöre özgü eleman olmaması, yapısal sebepler nedeniyle başka sektörlerden eleman transferinin imkansızlığı ciddi bir sorun olarak bulunmaktadır.
- Özellikle Rusya pazarındaki mevcudiyetten sonra ayakkabı sektörünün yurtdışından imaj ve algılanması çok zedelenmiştir. Bu nedenle, ciddi anlamda bir imaj yenilenmesine gereklilik duyulmaktadır.
- Pazarlama faaliyetleri genelde bu güne kadar Türkiye'den yapılmaya çalışılmış olup, bunun doğru modeli hedef pazarlar içinde konumlanarak pazarlama yapmaktır. Bu nedenle bu konuda ciddi bir organizasyona ihtiyaç vardır.
- Sektörün sermaye yapısı yetersiz olup, büyük sermaye mevcut şartlardan dolayı sektöre ilgi duymamaktadır.

- Yabancı yatırımlar yok denecek kadar az olup, ciddi anlamda özendirici şartlara ihtiyaç vardır.
- Ayakkabıcılık eğitimine kaynak ayrılmamaktadır.
- Dünya standartlarında ve fiyatlarında ana maddeler ve yardımcı malzemeler ülke içinde yaygın bir şekilde üretilmemektedir.
- Ayakkabı üreten işletmelerin bir çoğunu yönetenler yeterli işletmecilik bilgisine sahip değildir.
- Üretimde verimlilik düşük olup, yüksek teknikteki makine ve teçhizat eksikliği gözlenmektedir.
- Veri bulma ve işleme sistemleri son derece zayıf ve yetersizdir.
- Sektör pahalı arazi ve işçiliğin yoğun olduğu yerlerde sanayi bölgeleri dışında konumlaşmıştır.
- Ülkemizde ayakkabı sektörü son yıllarda büyük gelişme gösteren, potansiyeli yüksek sektörlerden biridir. Sektörde 1993 yılında yabancı uzmanlarca yapılan yurtiçi arz çalışmalarında da ifade edildiği gibi, ihracat açısından gelişmişlik düzeyi yetersiz olmakla birlikte, özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz potansiyeli vardır. Sektörün standartlarının gelişmesi ise, özellikle Avrupa ülkelerine yapılan ihracatın gelişmesine bağlıdır.
- Ülkemizdeki ayakkabıcılık sektörünün en önemli özelliği çoğunlukla işgücüne dayalı küçük işletmelerden oluşması, üretim kapasitesinin yüksek, ancak kapasite kullanım oranının düşük oluşu ve küçük işletmelerde kullanılan makine ve ekipmanın eski olmasıdır.
- Sektörü temsil eden ünitelerin ufaklığı, bu ünitelerde çağdaş işletmecilik fonksiyonlarının yerleşme ve gelişmesine imkan vermemektedir. Etkin bir organizasyon sisteminin yerleşmesi ise belli bir büyüklük gerektirmektedir.

Mevcut üreticilerin orta büyüklükteki kuruluşlar haline gelmesi üretimin rasyonelleşmesine, kalitenin standartlaşarak yükselmesine, pazarlama ve finansman faaliyetlerinin daha kolay organize olmasına yararlı olacağı gibi yan sanayinin gelişmesine ve ayakkabıcılığın cazip bir işkolu haline gelmesine de neden olacaktır.

Ayakkabı işletmelerinin sanayileşme oranının düşüklüğü sektörün üretim organizasyonunu yapmasında bir engel oluşturmaktadır. Tecrübeli ancak eğitimsiz işgücü işletmelere kaynak kaybettirmekte, dolayısıyla maliyet getirmekte ve verimsizlik yaratmaktadır. Benzer olarak işletmeler plânlamaya kaynak ayıramadıklarından, bu faaliyetin kalitesizliği verimsizliğe yol açmaktadır.

Türkiye genelinde soyutlanamayacak şekilde Ar-Ge faaliyetleri, ne firmalar ne de organizasyonlar bazında finanse edilememektedir. Sektör bu şekilde gelişimini hızlandıramadığı gibi, kendine has ve özellikli teknoloji ve tasarım üretilmemektedir. Ar-Ge yatırımlarının olmayışı, Türkiye kaynaklı tasarımın gelişmesini engellemektedir. Markalaşma sürecinin vazgeçilmez ayağındaki bu eksiklik, yurt dışında tanınan marka adedinin çok kısıtlı kalmasına yol açmıştır.

Türk ayakkabı sektörüne yönelik olarak *İstanbul Sanayi Odası (İSO)* tarafından yapılan *Deri ve Deri Ürünleri, Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayii ve Suni Deri Sektörü* çalışmasında ayakkabı sektörünün kuvvetli ve zayıf yönleri ile fırsatlar ve tehditler içeren yönlerini gösteren **SWOT** analizi sonuçları aşağıdaki verilmektedir:

#### **Güçlü Yönler:**

1. Esnek ve cesur girişimci
2. Nitelikli işgücü
3. AB, Ortadoğu ve Rusya pazarına yakınlık
4. Toplam kurulu kapasite
5. Orta ve küçük ölçekli, esnek üretim
6. Moda ve Tasarım zevki olarak batıya yakınlık ve takip kabiliyeti
7. Teknolojik imkanlar
8. Aile işletmelerinde 3'üncü nesil: Tecrübe
9. Güçlü iç pazar
10. Her tip ayakkabının yapılabilir olması

### **Zayıf Yönler:**

1. Sektörün ancak %15'inin sanayileşmiş olması
2. Yetersiz Ar-Ge faaliyetleri
3. Tecrübeli ancak eğitimsiz işgücü
4. Plânsızlık nedeniyle verimsiz işgücü kullanımı
5. Tasarım
6. Pazarlama
7. Modelden üretime geçişte teknolojik disiplinsizlik
8. Yurtdışı pazarda tanınan markalarımızın azlığı
9. "Made in Turkey"nin imajı

### **Fırsatlar:**

1. Yerli hammadde
2. Güçlü el üretim kapasitesi
3. Güçlü konfeksiyon ilişkileri ve ihracatı
4. AB dışı pazarlar ile ilişkiler ve yakınlık
5. Sınır komşusu ülkeler ile gelişen politik ekonomik ilişkiler
6. Yeni sektörel eğitim yatırımları
7. Yeni sektörel Ar-Ge yatırımları

### **Tehditler:**

1. Ayakkabının üst yapısı olan saya üretiminde sanayileşememe dolayısıyla verimsiz üretim
2. Ticaret-üretim çıkmazı
3. "Perakende-toptan üretim" dikeyindeki entegrasyon
4. AB ucuz üretimleri ve Uzakdoğu üretimleri (haksız rekabet)
5. İç pazar kâr marjının yurtdışına göre yüksek olması

Ayakkabı sektörü, Doğu Avrupa'da Romanya, Bulgaristan, Macaristan, Slovenya, Uzakdoğu'da Çin, Tayland ve Afrika'da Tunus ve Fas ile rekabet etmektedir.

Ayakkabı üretim maliyetleri açısından Avrupa'ya göre %25 daha ucuz, Uzakdoğu'ya göre %30 ve Kuzey Afrika'ya göre %10 daha pahalıdır. Sektör, moda gereksinimini algılama ve uygulama açısından Doğu Avrupa ve Kuzey Avrupa ülkelerine göre daha avantajlı durumdadır.

Ayakkabı sektörü özgün tasarıma sahip, kaliteli ve düşük maliyetli ayakkabılar ürettiği takdirde yurtdışı piyasalarda rekabet gücünü arttırabilecek, daha geniş bir pazara satış yapabilecek durumdadır. Bu da hem yurtiçi hem de yurtdışı piyasaların birinde yaşanabilecek olumsuzluktan sektörün daha az etkilenmesini sağlayacaktır. Ayrıca ayakkabı sektörü bu durumda gerçekleşecek talep artışını karşılayabilecek bir arz potansiyeline de sahiptir. Sektör emek yoğun olma özelliği taşıdığından sektördeki üretim artışı, satış-rekabet koşullarındaki olumlu gelişmeler işsizliğin yüksek olduğu ülkemizde yeni istihdam imkanları yaratması açısından da önemlidir.

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

- T.C. Başbakanlık DPT Müsteşarlığı, **8. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Deri ve Deri Mamulleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2000.
- T.C. Başbakanlık DPT Müsteşarlığı, **Dünyada ve Türkiye’de Deri ve Deri Ürünleri Sanayiinin Gelişme Eğilimleri ve Geleceği**, Ankara, Mart 2005.
- T.C. Başbakanlık DPT Müsteşarlığı, 2004 Yılı Programı Destek Çalışmaları, **Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler**, Ankara.
- İstanbul Sanayi Odası (İSO), **Deri ve Deri Ürünleri, Ayakkabı, Ayakkabı Yan Sanayii ve Suni Deri Sektörü**, İstanbul, 2004.
- İstanbul Ticaret Odası (İTO), **Ayakkabı Sektör Araştırması**, Yayın No: 2003-15, İstanbul, 2003.
- Ulusoy Ahmet, **Türkiye Ayakkabı Sanayi ve Dış Ticareti**, DTM. <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/Ekim2002/ayakkabi.htm>
- Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD), Web Sitesi.
- Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü, EBİM kayıtları.
- Onur Gülsevin, “Ayakkabı Ürün Profili, <http://www.igeme.org.tr>.