



AYAKKABI İMALAT ÜSSÜ YATIRIM FİZİBİLİTE RAPORU



ŞANLIURFA – 2020

**Ayakkabı İmalat Üssü Yatırım Fizibilitesi, 2018 Yılı Fizibilite desteği kapsamında
Karacadağ Kalkınma Ajansı Tarafından sağlanan mali destek ile yürütölmüştür.
Sözleşme No: TRC2/18/FD/0032**



A. YÖNETİCİ ÖZETİ

Bir girişimin, yatırımın veya projenin uygunluğunun belirlenmesinde, söz konusu yatırım öncesinde yapılacak fizibilite çalışması, yatırımcının başarıya ulaşmasında ya da olası verimsizliği en baştan ortaya koyarak risk değerlendirmesi yapılmasında önemli bir araçtır.

Karacadağ Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan "TRC2 Bölge Planı 2014-2023" hedef ve öncelikleri doğrultusunda 2018-2020 yıllarını kapsayan 2020 çalışma programı hazırlanmıştır. Bu çalışma programında yatırımların bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmesine katkı sağlayacak ve rekabet gücünü arttıracak nitelikte olması ve yatırımcılara yönelik fizibilite raporları ile somutlaştırılması planlanmıştır.

Hazırlanmış olduğumuz fizibilite raporu ile yatırım öncesinde, ayakkabı sektörüyle ilgili gerekli iktisadi, teknik ve mali analizler yapılmış, Şanlıurfa'nın sektör açısından durumu değerlendirilmiştir. Dünya ve Türkiye pazarının durumu incelenmiş, Türkiye'deki kapasite kullanım oranları ve talep göz önüne alınarak sektörle ilgili incelemeler yapılmıştır.

Ayakkabı sektörüne ilişkin yapılan bu çalışmada katma değerin yüksek olması için geleneksel yöntemle üretimden ziyade yarı makineleşmiş veya tam makineleşmiş bir fabrika üretimi gerektiği anlaşılmıştır. Dünyada ayakkabı pazarına bakıldığında ise tasarım ve kalitenin öne çıktığı görülmektedir.

Dünyada ayakkabı sektörü incelendiğinde Asya ülkelerinin hâkimiyetinde olduğu görülmektedir. Uzakdoğu, yüksek miktarda ucuz ve katma değeri düşük ürün satmaktadır. Avrupa'da İtalya, Portekiz gibi ülkelerin tasarım odaklı ilerlemesi katma değerlerini artırmaktadır. Türkiye ayakkabı sektörü Asya ülkelerinde olduğu gibi katma değeri yüksek olmayan ürünler satmakta ve ucuz iş gücünün olduğu Çin ile rekabet etmesi gerekmektedir.

Ayakkabı imalatında İstanbul ve Gaziantep lider illerdir. Şanlıurfa'da mevcut durumda ayakkabı imalatı yapan ve önde gelen firmalardan Organize Sanayi Bölgesinde kurulan Ayakkabıcılar sitesi 1. Etapta 13 fabrikada üretim yapılmaktadır. Ancak sektör bu 13 fabrika ihtiyaca cevap vermemektedir. Sektör %50 kapasite ile çalışmaktadır. Sektörde katma değerin düşük olması, 15-18 aya varan tahsilat süreleri, stokta tutulan mamul ve yarı mamul ürünlerin artan maliyeti, tüketici talebinin daralması önemli sorunlardır. Sektördeki iyileşme iç ve dış talebin artmasına, kapasite kullanım oranınının %50'den %80'e yükselmesine bağlıdır.

B. ANA RAPOR

1. İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	2
2. PROJENİN TANIMI, KAPSAMI	5
2.1 Tanım Ve Kapsam.....	5
2.2 Yeri ve Süresi.....	8
2.3 Fiziki/Mekansal/Mali Büyüklük.....	8
2.3.1. Fiziki Büyüklük.....	8
2.3.2. Mekansal Büyüklük	8
2.3.3. Mali Büyüklük	8
2.4. Çıktılar	9
2.5. Projemiz Sonunda Somut Çıktılar.....	10
2.6. Hedef Kitle/Bölge	10
3. SEKTÖREL DEĞERLENDİRME	12
3.1 ÜRÜN TANIMI VE SINIFLANDIRILMASI	13
3.2. MAKROEKONOMİK GELİŞMELER	14
3.2.1.Dünyada Ayakkabı Üretimi	14
3.2.2. Dünyada Ayakkabı Tüketimi.....	17
3.2.3. Türkiye’de Ayakkabı Üretimi	19
3.2.4. Türkiyenin Ayakkabı Dış Ticareti	21
3.2.4.1. Türkiyenin Ayakkabı İhtacı.....	21
3.2.4.1. Türkiyenin Ayakkabı İthalatı.....	29
3.3. TALEP ANALİZİ	33
3.3.1 Türkiye Hanehalkı Tüketiminde Ayakkabı	37
3.4. Teşvik Durumu.....	38
3.4.1. Katma Değer Vergisi İstisnası	38
3.4.2. Gümrük Vergisi Muafiyeti	38
3.4.3. Vergi İndirimi.....	39
3.4.4. Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği	39
3.4.5. Gelir Stopajı Desteği	39
3.4.6. Sigorta Primi Desteği.....	39
3.4.7. Faiz Desteği	39
3.4.8. Yatırım Yeri Tahsisi	39

3.5. Şanlıurfa Ayakkabı Sektörü Gzft (Swot)	40
4. TEKNİK DEĞERLENDİRME	41
4.1. Ayakkabı Üretim Yöntemleri	41
4.2. Üretim Aşamaları	42
4.3. Tesisin Teknik Değerlendirmesi	49
4.3.1 Kapasite Seçimi	49
4.3.2. Kuruluş Yeri.....	49
5. ARKA PLAN VE GEREKÇE.....	52
5.1 Arka Plan	50
5.2. Gerekçe	52
6. TASARIM	53
7. PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI	56
8. İŞLETME YAPISI.....	57
9. YAPIM MALİYETLERİ.....	58
10. İŞLETME GELİR VE GİDERLERİ.....	59
11. EKONOMİK ANALİZ.....	59
12. FİNANSAL ANALİZ.....	65
13. RİSK / DUYARLILIK ANALİZİ	66

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Harmonize Sisteme Göre GTİP Kodları İle Ayakkabı Sıralaması.....	14
Tablo 2: Dünya Ayakkabı Sektöründe Üretimde Lider Ülkeler.....	14
Tablo 3: Dünya Ayakkabı Sektöründe İhracatta Lider Ülkeler.....	15
Tablo 4: Üç Ülkenin Ayakkabı İhracatında Elde edilen Gelir	16
Tablo 5: Üç Ülkenin Ayakkabı İhracatındaki Ürün Miktarı	16
Tablo 6: Türkiye’de üretilen Toplam Ayakkabı Sayısı (Çift)	19
Tablo 7: Türkiye’de Ayakkabı Sektöründe Girişimci Sayısı	20
Tablo 8: Türkiye’nin Ayakkabı İhracatı	21
Tablo 9: Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı	22
Tablo 10: Ayakkabı İhraç edilen Başlıca Pazarlar	23
Tablo 11: Türkiye Deri ve Deri İhracatı (2019 Ocak).....	24
Tablo 12: Türkiye’nin Yıllara Göre Ayakkabı İhracat Değerleri.....	24
Tablo 13: Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı	26
Tablo 14: Türkiye’nin İhraç Ettiği Ayakkabı Miktarı (Çift).....	27
Tablo 15: Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar.....	28

Tablo 16: Türkiye'nin Yıllara Göre Ayakkabı İthalatı.....	29
Tablo 17: Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı	31
Tablo 18: Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Pazarları	31
Tablo 19: Şanlıurfa İlinde Yıllar İtibariyle Verilen Yatırım Teşvik Belgesi Adedi, Taahhüt Edilen Sabit Yatırım ve İstihdam Miktarı).....	33
Tablo 20: Hane halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı.....	37
Tablo 21: Şanlıurfa Teşvik Sistemi Destek Unsurları.....	38
Tablo 22: Proje Uygulama Planı	56
Tablo 23: Etüd, Proje, Mühendislik Ve Kontrollük Giderleri.....	58
Tablo 24: İnşaat Giderleri.....	58
Tablo 25: Finansal Analiz Tablosu	65
Tablo 26: Risk Değerlendirmesi.....	66

2. PROJENİN TANIMI, KAPSAMI

2.1 Tanım ve Kapsam

Bu bölümde projenin adı, teknik içeriği, bileşenleri, fiziki/mekânsal/mali büyüklüğü, uygulama yeri ve süresi, çıktılar, hedef kitle/bölge, proje sahibi ve yürütücü kuruluşlar hakkında bilgi verilecektir.

Projenin Adı:

Ayakkabıcılar Sanayi Bölgesi Projesi (AYOSB)

Proje Sahibi ve Yürütücü Kuruluşlar

Şanlıurfa Valiliği Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB)

Proje Ortağı

Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği

Teknik İçeriği:

Şanlıurfa, Yeni Teşvik Sistemine göre oluşturulan 6 Bölge içerisinde, **desteklenen sektörlerin genişliği, iş gücü maliyetlerinin azaltılması ve finansman imkânlarının genişletilmesi** ile yatırımlarda en fazla desteklenen **6. Bölgede** yer almıştır. Bu vesile ile Şanlıurfa son yıllarda emek yoğun sanayi yatırımları için önemli bir çekim merkezi olmuştur.

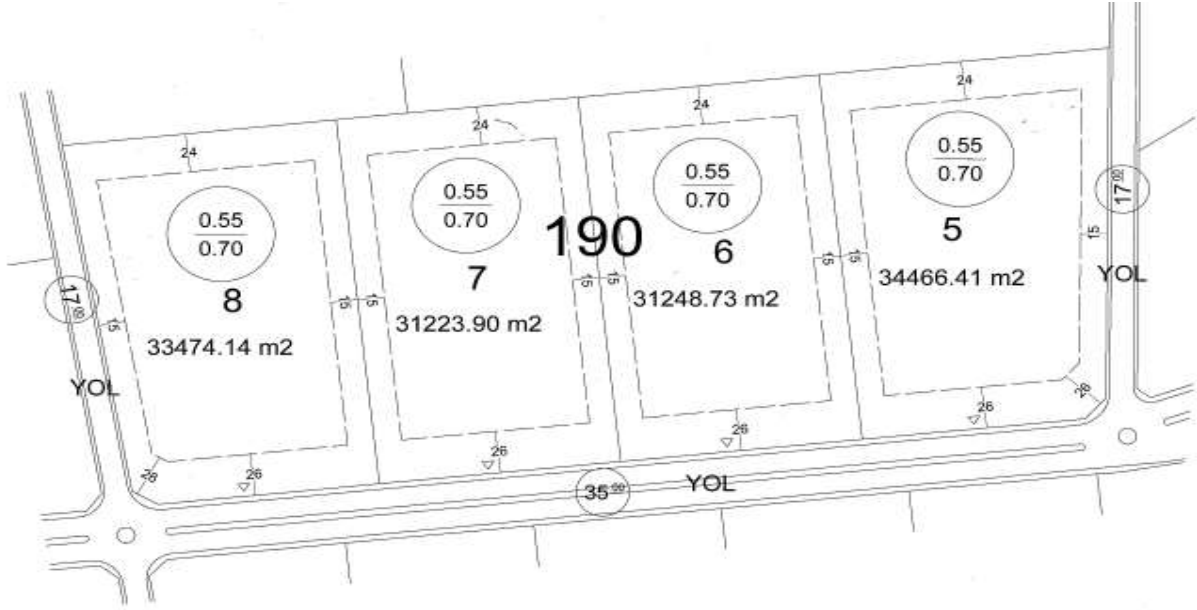
Şanlıurfa'nın Sanayi Altyapısı konusunda önemli projeler hayata geçirilmektedir. Özellikle 2010 yılında yer tahsis yapılmaya başlayan Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi bir önceki sistem ve yeni teşvik sistemi destekler bir zamanlama ile yatırımların önünün açılmasına büyük katkı sağlamıştır ve katkı sağlamaya da devam etmektedir. Yeni Teşvik Sisteminin getirdiği avantajlar sayesinde İlimize gelen tüm yatırımlara altyapısı hazır veya hazırlanacak olan sanayi yerleri gösterilebilmiş ve bu vesile ile gelen yatırımcıların yatırım kararı almaları kolaylaşmıştır.

10 Ağustos 2014 tarihinde yürürlüğe giren ithalat rejimi kararı ile ayakkabıya getirilen yüzde 30-50 aralığındaki ek vergiler ve 6. Bölge illerinde Yeni Teşvik Sisteminin özellikle işgücü maliyetlerini önemli ölçüde azaltması, Sektörde yer alan firmaların Şanlıurfa'ya olan ilgisini oldukça arttırmıştır.

Firmalar ile yapılan görüşmeler neticesinde Teşviklerin haricinde uygun maliyetli altyapısı hazır yerlerinin olması ve bu şekilde ilk yatırım maliyetlerinin düşük tutulması, sektörün Şanlıurfa'ya gelmesini kolaylaştıracağı ifade edilmektedir. Bu kapsamda Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. kısımda yer alan 190 ada 5, 6, 7 ve 8 nolu parsellerde toplam 130.413 m² alan üzerinde gerek altyapı gerekse üst yapı çalışmalarını yaparak Ayakkabı sektöründe yer alan ve Şanlıurfa'ya yatırım yapmayı

planlayan firmalara kiralama yöntemi ile tahsis edilmesi ile ilgili bir çalışmanın yapılması bu projenin teknik içeriğini oluşturmaktadır.

Şekil 1: Şanlıurfa OSB 2. Kısım 190 Ada 5,6,7 ve 8 Nolu Parseller



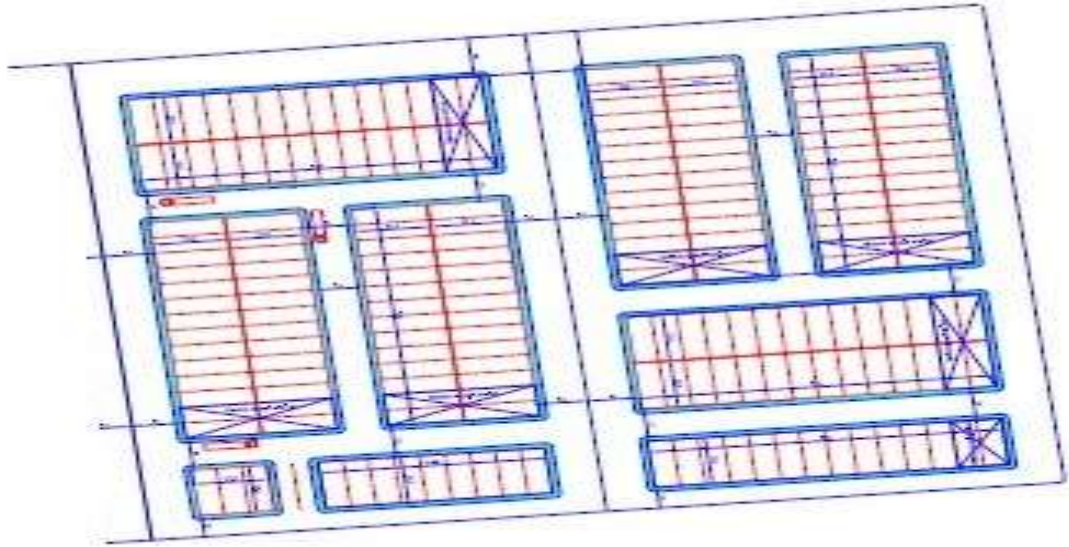
Çalışmalar neticesinde 4 parsel alanda toplamda 65.750 m² taban alanlı inşaat çalışması YİKOB tarafından projelendirilecektir. İlk etapta 7-8 nolu parsellere proje yapılmış olup ikinci etapta 5-6 nolu parseller projelendirilecektir.

Şekil 2: Binaların Yerleşimini Gösteren Proje Taslağı



Ancak projelendirilecek alan 2 etap olup 5-6 nolu parseller değerlendirilecektir. Bu alışma 5 ve 6 nolu parsellerde 65.715,14 m² arsa üzerine her biri 2.360 m² taban alanlı toplam 13 adet fabrika binası ve yine 1.527,00 m² taban alanlı 1 adet içerisinde sektöre tedarik sağlayacak firmalara kiralanacak dükkanlar ve sosyal tesis binası ve yine 512 m² taban alanlı 1 adet cami binası olmak üzere toplam 32.467,00 m² taban alanlı (asma kat ile birlikte 46.339,00 m²) inşaat ve gerekli diğer üstyapı çalışmaları yapılacaktır.

şekil 3: 5 ve 6 Nolu Parsellerde Yapılması Planlanan İkinci Etap alışması



şekil 4: 5 ve 6 Nolu Parsellerde Yapılması Planlanan İlk Etap alışması Görşeli



2.2 Yeri ve Süresi:

Proje Yeri: Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. Kısım 190 Ada 5 ve 6 nolu parseller

Proje Süresi: 12 ay

Bileşenleri:

- İnşaat ve Diğer Gerekli Üstyapı Projelerinin Hazırlanması
- Proje İhale Esas Yaklaşık Maliyet Dosyasının Hazırlanması
- Projenin İhale Edilmesi
- İnşaat ve Diğer Gerekli Üst Yapı Uygulama Çalışmalarının Yapılması
- Firmalara Yer Tahsislerinin Gerçekleştirilmesi

2.3 Fiziki/Mekânsal/Mali Büyüklük:

2.3.1 Fiziki Büyüklük:

Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. Kısımda yapılması planlanan ayakkabıcılar sitesi yukarıdaki şekilde vaziyet planında da görüldüğü üzere 190 ada 5, 6, 7 ve 8 nolu parsellerin yer aldığı 130.413 m² sanayi alanında ayakkabıcılar için özel bir alan oluşturulması planlanmıştır. Bu alanın tamamı YİKOB tarafından sektörün ihtiyaçları doğrultusunda projelendirilecektir.

2.3.2 Mekânsal Büyüklük:

Yukarıda bahsedilen alanlardan ilk etap bitirildiğinden toplam 65.715,14 m² alana sahip 5 ve 6 nolu parsellerde 32.467,00 m² taban alanlı (asma kat ile birlikte 46339,00 m²) inşaat ve diğer gerekli üstyapı uygulamaları projelendirilecek ve yapılacaktır; Yapılacak projelendirme çalışması kapsamında sektörün talepleri doğrultusunda fabrika binaları (her biri 2.360 m² olacak şekilde yaklaşık 13 adet fabrika binası) ve sosyal tesis için toplamda 2.039,00 m² ve 512 m² cami taban alanı oluşturulacaktır

2.3.3 Mali Büyüklük: Mali büyüklük yaklaşık olarak:

Tüm Uygulama Projeleri Yapımı: 90.000,00 TL (Mimari, Elektrik, İnşaat, Mekanik vb.)

İnşaat Maliyeti: 40.750.000,00 TL

Yapı Denetim Giderleri: 350.000,00 TL

Toplam Yaklaşık Maliyeti : 41.190.000,00 TL

2.4. Çıktılar:

Proje neticesinde; Ayakkabı sektöründe yer alan firmaların, 10 Ağustos itibari ile yürürlüğe giren ithalata getirilen ek vergiler ve 6. Bölge Yeni Teşvik Sisteminin getirdiği avantajlardan faydalanmak üzere Şanlıurfa'ya yapacakları yatırımlar kolaylaştırılacaktır. Yatırımlar için en öncelikli konuların başında yer alan uygun maliyetli altyapısı hazır yatırım yeri sorunu kümelenmeyi destekleyecek şekilde çözülmüş olacaktır. Ayrıca firmaların beraber gelmeleri sağlanmış olacak ve bölgeye birbirlerinden aldıkları destek ile daha güven hissederek geleceklerdir.

Projenin ilk etabın sonunda;

↪ Ayakkabı sektörüne göre hazırlanmış altyapısı ve üstyapısı hazır 13 adet yatırım yapılabilecek Fabrika binası oluşturuldu.

↪ Bölgedeki Ayakkabı İmalatçılarına tedarik sağlayacak firmalara yönelik 2 adet dükkân ve 1 adet Sosyal tesis oluşturuldu.

↪ Bölgedeki Ayakkabı İmalatçılarına yönelik ve çevreye yönelik 1 adet cami oluşturuldu.

↪ Ayakkabı sektöründen firmaların yatırımları kolaylaştırıldı.

↪ En az 13 firmanın yatırımı gerçekleşti.

↪ Bu 13 firma ile ilk etapta 2.500 kişilik istihdam sağlandı. Bu istihdamın %30'unu bayanlar oluşturdu. Bu yatırımların sorunsuz gerçekleşmesi durumunda uzun vadede ayakkabı sektöründe 10.000 kişilik istihdama ulaşıldı.

↪ Şanlıurfa bu proje ile ayakkabı sektöründe yer alan firmalar arasında gündeme geldi.

↪ Ayakkabı sektöründe Şanlıurfa'da yan sanayi gelişmeye başladı.

↪ Bu gelişmeler doğrultusunda Şanlıurfa gerek yurt içi gerekse de yurtdışındaki ayakkabı sektöründe yer alan firmalar için cazibe merkezi haline geldi.

↪ Ayakkabı sektörü kümesinin altyapısı oluşturuldu.

↪ Sektörün gelişmesi ile çarpan etkisi kapsamında servis, lojistik, tedarik, konaklama, yemek vb. hizmet sağlayıcılara yeni iş imkânları sağlandı.

↪ Şanlıurfa ihracatında artış sağlandı.

↪ İstihdam edilenlerin gelir artışı ve tüketim harcamalarında artış sağlandı böylece esnaflara dolaylı olarak katkı sağlandı.

2.5. Projemiz sonucunda somut çıktılar:

↳ İlk etapta toplam 64.698 m² alana sahip 7 ve 8 nolu parsellerde 33.040 m² taban alanlı (asma kat ile birlikte 38.270 m²) inşaat ve diğer gerekli üstyapı uygulamaları projelendirildi ve yapıldı; Yapılacak projelendirme çalışması kapsamında sektörün talepleri doğrultusunda fabrika binaları (her biri 2.360 m² olacak şekilde yaklaşık 13 adet fabrika binası) ve tedarikçi firmalar için toplamda 2.360 m² dükkân alanı (337 m²'lik toplam 7 adet dükkân) oluşturuldu.

↳ 2. Etapta toplam 65.715,14 m² alana sahip 5 ve 6 nolu parsellerde 32.467,00 m² taban alanlı (asma kat ile birlikte 46339,00 m²) inşaat ve diğer gerekli üstyapı uygulamaları projelendirilecek ve yapılacaktır; Yapılacak projelendirme çalışması kapsamında sektörün talepleri doğrultusunda fabrika binaları (her biri 2.360 m² olacak şekilde yaklaşık 13 adet fabrika binası) ve sosyal tesis için toplamda 2.039,00 m² ve 512 m² cami taban oluşturulacaktır.

Hedef Kitle/Bölge:

1950 yılından itibaren küçük sanayi görünümünü kazanmaya başlayan ayakkabı sanayi, son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Özellikle 1980'li yıllarda sektörde oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları yapılmış ve böylelikle sektörün %30-35'i sanayileşmesini tamamlamıştır. Sektörde üretimin %65-70'i ise yarı makineleşmiş işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Sosyal Güvenlik Kurumu'nun 2019 yılı için açıkladığı verilere göre, deri ve deri mamulleri sektöründe irili ufaklı 6.544 adet firma bulunmaktadır ve 65.257 çalışan istihdam edilmekte olup, 6.887 işletme bu sektörde işte çalışmaktadır. Sektördeki işletmelerin çoğunluğu İstanbul ve İzmir'de yoğunlaşmıştır. Üretici işletmelerin yaklaşık %50'si İstanbul'da faaliyet göstermektedir. İzmir, Konya, Bursa, Ankara, Gaziantep, Manisa, Denizli, Adana, Malatya, Çorum (İskilip) ayakkabı üretiminin yapıldığı diğer önemli şehirlerdir. Deri ve deri mamulleri sektörü ihracatı 2019 yılında %2,6 oranında artarak 1,63 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Sektörün en önemli ihrac kalemini %56,9'luk pay ile ayakkabılar oluşturmaktadır. Deri eşya, ham ve işlenmiş deri ürünleri ile postlar ve kürklerin ihracatımızdaki payları sırasıyla %20,7, %12,5 ve %9,8'dir.

500 milyon çift üretim kapasitesi olduğu söylenen ayakkabı sektörümüzde, fiilen 320 milyon çift üretim yapılmaktadır. Sektörde son yıllarda askeri ayakkabılar, botlar ve iş ayakkabıları üretiminde hızlı bir gelişme göze çarpmaktadır. Uluslararası standartlara uygun üretimin gerçekleştirildiği sektörde CE işaretli ayakkabılar ülkemizde satışa sunulmakta ve AB ülkelerine ihraç edilmektedir.

Projemizin hedef kitlesi ayakkabı sektöründe yer alan yürürlüğe giren ithalata getirilen ek vergiler ve 6. Bölge Yeni Teşvik Sisteminin getirdiği avantajlardan faydalanarak yatırım yapmak isteyen yukarıda bahsedilen firmalardır.

Bu yatırımların gelmesi ile de Şanlıurfa'da yaşayan halk için istihdam fırsatları hedeflenmektedir. Özellikle emek yoğun olan bu sektörde en dezavantajlı grupta yer alan eğitim seviyesi düşük bayanlar için istihdam fırsatları sağlanacaktır. İstihdam edilenlerin en az %30'unun bayarlardan oluşması hedeflenmektedir.

3. SEKTÖREL DEĞERLENDİRME

Ayakkabıcılık sektörü küresel çapta yaşanan ekonomik krizlerden en az etkilenen ve istikrarlı büyüyen sektörlerden biridir. Refah seviyesi yüksek olan ülkelerde kişi başına ayakkabı tüketimi, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere nazaran daha yüksektir. Kişi başına yıllık tüketim ortalaması (çift) İngiltere’de 8,1, ABD’de 7,5, İspanya’da 6,3 iken Türkiye’de 2,5-3’ler düzeyindedir.

Sektörün fiyat ve kaliteye olan duyarlılığı nedeniyle; üretim, sürekli olarak işgücü maliyetinin ucuz olduğu yerlere kaymaktadır. Emegın pahalı olduğu ülkeler, ayakkabı talebini yurtdışından karşılamaya çalışmakta ve kalkınmaya bağılı olarak da üretim bölgesel değışimlere uğramaktadır. Dünya ayakkabı sanayi 1970’li yılların sonuna doğru işgücünün pahalı olduğu ülkelerden, emegın daha ucuz ve deri işleme sanayinin daha güçlü olduğu ülkelere ve özellikle de Asya ülkelerine doğru kaymaya başlamıştır. Çin, en büyük ayakkabı üreticisi ülke konumuna gelmiştir. Dünya’da, Çin hariç büyük ihracatçı ülkelerin tamamının ağırlıklı olarak deri ayakkabı ihraç ettikleri ve deri ayakkabı üretiminde uzmanlaşmış oldukları görülmektedir. Önümüzdeki yıllarda deri ayakkabı alt sektöründe daha yoğun bir rekabet yaşanacaktır.

Türkiye ayakkabı sektörünün İspanya, Portekiz gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek arz potansiyeli vardır. Ancak ayakkabı markalarımız ve üretim potansiyelimiz dünyada yeterince bilinmemektedir. Özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet etmemiz için sektörün tanıtımına ağırlık verilmesi gerekmektedir.

Türkiye’nin rekabet gücünün son yıllarda artması ve sektörel olarak sürdürülebilir büyümenin sağlanması bazı stratejik kararların alınması ve uygulanmasının sonucudur.

Bu kararlar ve uygulamalar aşağıda sıralanmıştır:

- Firmalar sermayelerinin önemli bir bölümünü teknoloji geliştirmek yerine OSB’lerde dahil olmak üzere arazi, bina ve altyapı yatırımlarına ayırmak zorunda kalmakta, yeni, yenileme ve tevsi yatırımlarında zorlanmaktadır. Organize Sanayi Bölgelerinde yer alan parsellerin tamamen veya kısmen bedelsiz tahsisinin sağlanması yönünde iyileştirmelerin yapılması ,
- Gümrüklerde ardiye hizmetleri firmalar için önemli zaman kayıpları ve yüklü maliyetler oluşturmaktadır. Dış ticaret işlemlerinde depolama maliyetlerinin düşürülmesine ilişkin düzenlemelerin yapılması,
- Makine ve teçhizat alımına KDV istisnası getirilmesi, özellikle teşvikler kapsamında kullanılacak makinaların KDV’den muaf tutulması,
- İşbaşı eğitim desteğı kapsamında imalat sanayine pozitif ayrımcılık sağlanması, bu uygulamalardan bazılarıdır.

3.1 ÜRÜN TANIMI VE SINIFLANDIRILMASI

Ayakkabı; çorabın dışında ayağa giyilen ayak için üretilmiş her türlü ayak giysisidir. İskarpın, bot, çizme, terlik gibi ayak giysilerini ifade etmektedir. Ayakkabı üretimi, T.C. Ticaret 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. Gümrük Tarife Cetvelinde tanımlanmış olantabanlar, 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.

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, ayakkabıları kullanım yerlerine göre kapalı alanlar, çalışma salonları, spor salonları, açık alanlara yönelik ayakkabılar olarak dört şekilde sınıflandırılmaktadır.

Diğer sınıflandırmalar, ayakkabının yüzünün tabana tutturuluş biçimi, topuk yüksekliği, taban uzunluğu, ayakkabı türleridir (bileği örten ayakkabılar, bileği örten botlar, çizmeler, sandaletler, spor ayakkabılar, terlikler vb.).

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

Tablo 1: Harmonize Sisteme Göre GTİP Kodları ile Ayakkabı Sıralaması

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.

Kaynak: Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Türk Standartlar Enstitüsü (TSE) tarafından hazırlanan ayakkabı standardı ise TS 5550'dir. TSE tarafından hazırlanan 9 tane ayakkabı standardı vardır. Ancak bunların hiçbiri zorunlu uygulama değildir. İhracat yapan üreticiler, ithalatçılar tarafından talep edilen standarda uygun üretim yapmaktadır.

3.2.MAKROEKONOMİK GELİŞMELER

3.2.1. Dünya’da Ayakkabı Üretimi

Dünya ayakkabı üretiminde sırasıyla Çin, Hindistan, Vietnam, Endonezya, Brezilya, Bangladeş, Türkiye, Pakistan, Meksika ve İtalya ilk sıralarda yer alan ülkelerdir.

Dünya ayakkabı üretiminin %87’si Asya ülkeleri tarafından karşılanmaktadır.

Dünya’da ayakkabı sektöründe lider olan ülkeler ve 2016 yılında üretilen 23 milyar çift ayakkabının ülkelere göre dağılımları Tablo 2’de verilmiştir. 2017 yılında ise %2 artış göstererek 23,5 milyar çift ayakkabı üretilmiştir.

Tablo 2: Dünya Ayakkabı Sektöründe Üretimde Lider Ülkeler

Ülkeler	Pay Dağılımları
Çin	57%
Hindistan	9.8%
Vietnam	5.2%
Endonezya	4.8%
Brezilya	4.1%
Türkiye	2.2%
Bangladeş	1.7%
Pakistan	1.6%
Meksika	1.1%
Tayland	0.9%
Toplam	88.4%

Kaynak: 2017 World Footwear Yearbook, APICCAPS, 2017

Dünya ayakkabı üretiminde ve ihracatında ilk sırada olan Çin, üretimdeki %57’lik payı ile sektördeki işgücünün %53’ünü istihdam etmektedir.

Çin orta ve düşük kalite ayakkabı üretimi ile dünyadaki en büyük üretici konumundadır. 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 büyüme gerçekleştiren Chendau ise Çin’deki diğer önemli üretim merkezidir. Kadın ayakkabı üretiminde öne çıkan bu bölgedeki 1.500 ayakkabı imalatçısı üretimlerinin %70’ini, 100’ün üzerinde ülkeye ihraç etmektedir.

2016 yılında ihraç edilen 14 milyar çift ayakkabının ülkelere göre pay dağılımı gösterilmiştir. 2017 yılında ise ihraç edilen çift sayısı bir önceki yıla göre %0,7 oranında (98 milyon çift) artmıştır.

Tablo 3: Dünya Ayakkabı Sektöründe İhracatta Lider Ülkeler

Ülkeler	Pay Dağılımları
Çin	67.3%
Vietnam	7.4%
Endonezya	1.9%
Almanya	1.8%
Belçika	1.7%
Hindistan	1.7%
Birleşik Krallık	1.6%
Türkiye	1.5%
Italy	1.5%
Hong Kong	1.5%
Toplam Oran	87.6%

Kaynak: 2017 World Footwear Yearbook, APICCAPS, 2017

2016 yılında Çin yüzde %67,3 oranıyla 9.4 milyar çift ayakkabı ihraç ederek pazarın lideridir. Bunu %7,4 oranla Vietnam takip etmektedir. Türkiye %1,5 payıyla 2016 yılında 210 milyon çift ayakkabı ihraç etmiştir.

Avrupa dünya ithalatının yarısını gerçekleştirmektedir. Toplam miktarın %36,2'si ve değer % 49.3'ü ile, ayakkabı ithalatının en önemli pazarıdır.

AB ülkeleri, dünya ayakkabı üretiminde miktar olarak %3-4'lük paya sahiptir. AB üretiminin 2/3'ü İtalya, İspanya ve Portekiz tarafından gerçekleştirilmektedir. 2017 yılında Avrupa dünya ihracatında %13-14'lük payıyla şimdiye kadar ki en yüksek değerine ulaşmıştır. Moda tasarımları ile dünya pazarına yüksek kalitede ürünler sunmaya çalışarak üretim adetlerini artırmaktan ziyade daha iyi tasarım, daha kaliteli malzeme ve daha rahat ayakkabı üretimi yapmayı hedeflemişlerdir. Bu durum yüksek iş gücü maliyetlerine yol açmaktadır. Üretim miktarı bazında Asya ülkeleri ile rekabet edemeyen Avrupa kıtasının, yüksek katma değerli ve nitelikli ürünler üretmesi ve satması, şu an pazarı elinde bulunduran Çin'den (ton başına)daha yüksek bir gelir elde ettiğini göstermektedir.

Aşağıdaki tablolarda Çin, Vietnam ve İtalya'nın ihracat ve ithalat değerlerine bakarak katma değerleri arasındaki ilişki belirlenmiştir. Bu değerler bize, üretimin fazla olmasının, katma değerle doğru orantılı olmadığını göstermektedir.

Ayakkabı üretimi, emek yoğun ve düşük teknoloji ile üretimin mümkün olduğu bir sektördür ve emeğin düşük ücretli olduğu ülkelere doğru kaymaktadır. Asya ülkeleri dünya ayakkabı üretiminin %87'sini karşılamaktadır.

Çin bu piyasada hâkim konumdadır. Ülkenin yüksek nüfusu, üretimdeki girdi maliyetlerinin düşüklüğü, uzun saatler çalışan ucuz iş gücü, orta ve düşük sınıfta ayakkabı üretiminde rekabet etmesini mümkün kılmaktadır.

Tablo 4: Üç Ülkenin Ayakkabı İhracatından Elde Edilen Gelir (Birim:1000\$)

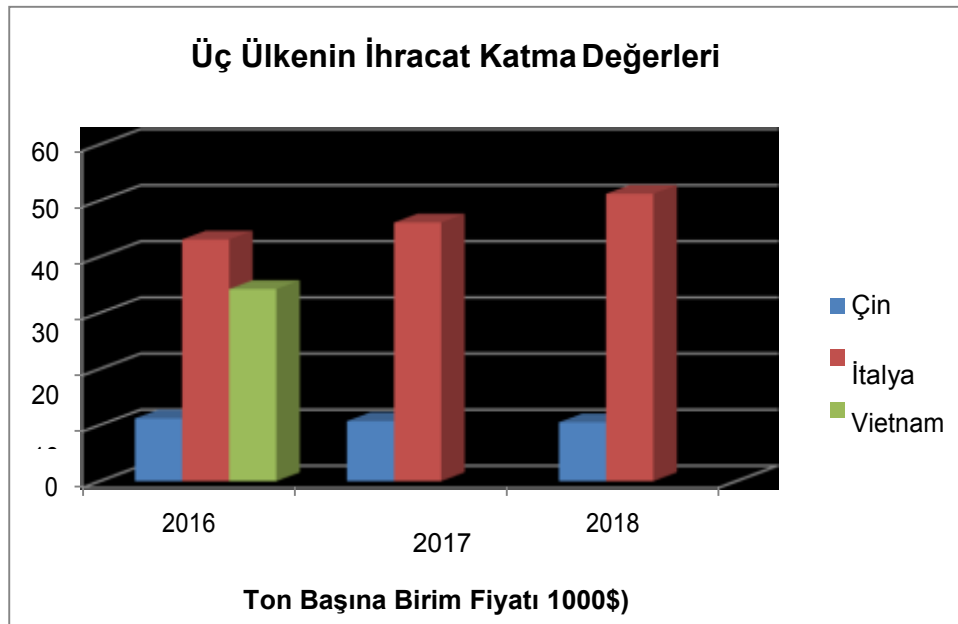
	2016	2017	2018
Çin	47.202.912	48.185.818	47.135.169
Vietnam	13.476.379	15.196.572	21.745.680
İtalya	10.667.961	11.270.530	12.211.518

Kaynak: 2017 World Footwear Yearbook, APICCAPS, 2017

Tablo 5: Üç Ülkenin Ayakkabı İhracatındaki Ürün Miktarı (Birim: Ton)

	2016	2017	2018
Çin	4.221.086	4.499.471	4.493.035
Vietnam	393.629	-	-
İtalya	247.686	244.494	238.435

Kaynak: 2017 World Footwear Yearbook, APICCAPS, 2017



Grafik 1 : Çin, Vietnam ve İtalya'nın İhracat Katma Değerleri

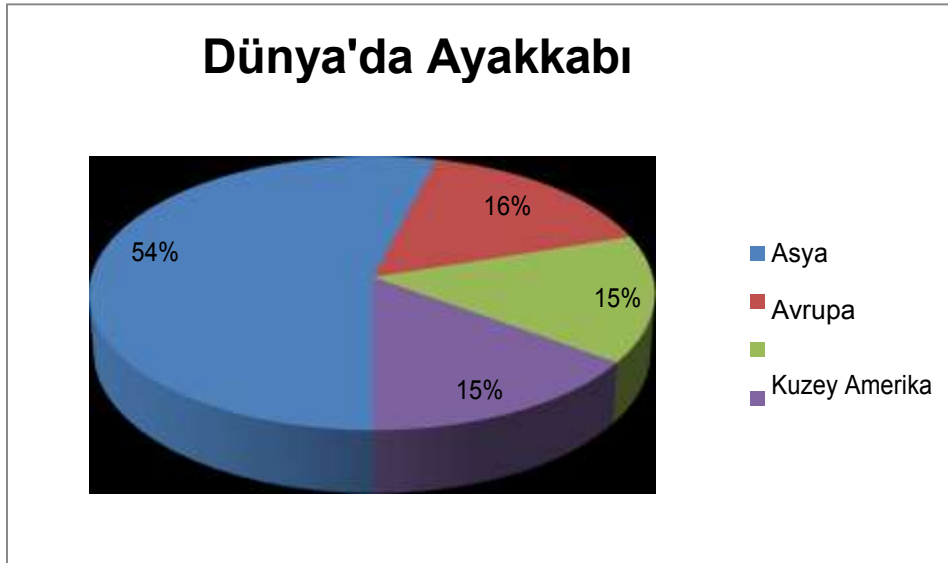
2018 yılında Çin 47,1 milyar dolar gelir elde etmiş, ton başına 10.490 dolar kazanmıştır. İtalya ayakkabı ihracatından toplam 12,2 milyar dolar gelir elde ederken, ton başına 51.215 dolar kazanmıştır.

Çin'in katma değeri düşüktür. İtalya'nın tasarım ve marka ayakkabı üretimi dolayısıyla katma değeri yüksektir.

a) Markalaşmak ve marka ürün satmak
ihracatta kazanç oranlarını artıran
önemli bir unsurdur.

3.2.2 Dünya'da Ayakkabı Tüketimi

Asya, dünyada tüketilen ayakkabıların %54'ünü, Avrupa %16'sını, Kuzey Amerika %15'ini oluşturuyor. Çin, Hindistan, Japonya, Endonezya ve Pakistan dünya tüketiminin %40'ını oluşturmaktadır.



Grafik 2 : Dünya'da Ayakkabı Tüketiminin Kıtasal Durumu

3.2.3 Türkiye’de Ayakkabı Üretimi

1950 yılından itibaren küçük sanayi görünümünü kazanmaya başlayan ayakkabı sanayi, son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Özellikle 1980’li yıllarda sektörde oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları yapılmış ve böylelikle sektörün %30-35’i sanayileşmesini tamamlamıştır. Sektörde üretimin %65-70’i ise yarı makineleşmiş işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Sektörde son yıllarda askeri ayakkabılar, botlar ve iş ayakkabıları üretiminde hızlı bir gelişme göze çarpmaktadır. Uluslararası standartlara uygun üretimin gerçekleştirildiği sektörde CE işaretli ayakkabılar ülkemizde satışa sunulmakta ve AB ülkelerine ihraç edilmektedir.

Ayakkabı makineleri ve ayakkabı yan sanayi üretimi kapasite ve teknoloji olarak gelişmiş olup üretim, çeşitlilik açısından zengindir. Taban, ökçe, kalıp, vardola ihraç edilmektedir. Ayakkabı yan sanayi başta İstanbul olmak üzere, İzmir ve Ege Bölgesi, Konya ve Gaziantep’te yoğunlaşmıştır.

Ülkemizde ayakkabı üretiminde geleneksel ve enjeksiyon yöntemi olmak üzere iki yöntem kullanılmakta olup, daha çok geleneksel yöntem tercih edilmektedir. Bu yöntemde saya ve taban ayrı aşamalarda üretilerek birbirlerine yapıştırma veya yapıştırma/dikme veya enjeksiyon yöntemlerinden biriyle monte edilmektedir.

İhracata dönük çalışan üreticiler, alıcılar tarafından talep edilen standarda uygun üretim yapmaktadırlar. Türk ayakkabı sanayi ve ayakkabı yan sanayi çevre konularında duyarlıdır.

Son yıllarda tasarıma yönelen Türk ayakkabı sektöründe moda uygun koleksiyonlar hazırlanmaktadır. Ayakkabı sektöründe eğitim faaliyetlerine de önem verilmektedir. Sektördeki dernek ve kuruluşlar bir araya gelerek Türkiye Ayakkabı Sanayi Araştırma, Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)’ni kurmuşlardır. Sektörün tasarım konusundaki nitelikli eleman açığını karşılamak için Mimar Sinan Üniversitesi bünyesinde iki yıllık “Ayakkabı Tasarım Bölümü” açılmıştır. Yine tasarım konusunda genç yetenekleri ortaya çıkarmak için her yıl çeşitli tasarım yarışmaları düzenlenmektedir.



Resim 1: Erkek Ayakkabısı

500 milyon çift üretim kapasitesi olduğu söylenen ayakkabı sektöründe, 2017 yılı TÜİK verilerine göre, üretilen toplam ayakkabı çifti sayısı 360.936.021'dir. Yıllık ayakkabı üretiminin %34'ünü, sayısı tekstil malzemesinden olan ürünler (ayakkabı, bot, terlik vb. spor ayakkabılar hariç), %30'unu tabanı ve sayısı kauçuk veya plastik malzemedan olan ürünler (ayakkabı, bot vb., su geçirmez ayakkabılar veya spor ayakkabılar hariç) oluşturmaktadır. Ayakkabı yan sanayii üretiminin toplam ayakkabı sanayi üretimi içindeki payı %5 dolayındadır.

Tablo 6: Türkiye'de Üretilen Toplam Ayakkabı Sayısı (çift)

Ürün tanımı / Üretim miktarı (çift sayısı)	2013	2014	2015	2016	2017
Su geçirmez ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayısı kauçuk veya plastik olanlar (koruyucu metal burunlu olanlar hariç)	10.372.543	8.367.356	4.979.810	6.466.248	8.012.574
Ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayısı kauçuk veya plastik olanlar (su geçirmez ayakkabılar veya spor ayakkabılar hariç)	116.968.558	124.985.245	85.012.334	105.031.992	107.915.120
Ayakkabı, bot vb., sayısı deri olan (spor ayakkabılar, koruyucu metal burunlu ayakkabılar ve çeşitli özel ayakkabılar hariç)	49.959.748	55.450.042	60.761.316	66.050.921	72.238.900
Ayakkabı, bot, terlik vb., sayısı tekstil malzemesinden olanlar (spor ayakkabılar hariç)	90.788.702	104.328.491	105.988.862	90.284.213	123.075.857
Spor ayakkabılar, tenis, basketbol, jimnastik, antrenman vb. için	1.359.130	12.336.753	18.322.005	27.555.008	29.227.270
Diğer spor ayakkabılar (kayak ve paten ayakkabıları hariç)	3.870.927	5.945.812	6.750.459	9.282.009	7.410.112

Kaynak: TÜİK, Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri, 2013-2017

Tablo 7: Türkiye’de Ayakkabı Sektöründe Girişimci Sayısı

Ürün tanımı / Girişimci Sayısı	2013	2014	2015	2016	2017
Su geçirmez ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayası kauçuk veya plastik olanlar (koruyucu metal burunlu olanlar hariç)	34	33	32	28	31
Ayakkabı, bot vb., tabanı ve sayası kauçuk veya plastik olanlar (su geçirmez ayakkabılar veya spor ayakkabılar hariç)	83	82	79	88	92
Ayakkabı, bot vb., sayası deri olan (spor ayakkabılar, koruyucu metal burunlu ayakkabılar ve çeşitli özel ayakkabılar hariç)	288	277	259	297	317
Ayakkabı, bot, terlik vb., sayası tekstil malzemesinden olanlar (spor ayakkabılar hariç)	86	89	85	87	85
Spor ayakkabılar, tenis, basketbol, jimnastik, antrenman vb. için	35	37	40	51	64
Diğer spor ayakkabılar (kayak ve paten ayakkabıları hariç)	17	20	21	23	23

Kaynak: TÜİK, Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri, 2013-2017

Tablo 7 ürün gruplarına göre girişimci sayılarını göstermektedir. Sayası deriden ürünleri imal eden işletmelerin sayısı 2016’da 297 iken 2017’de %6,8 artmış ve 317’ye yükselmiştir. Tabanı, sayası kauçuk ve plastik ürünler imal edenlerin sayısı, 2016’da 88 iken 2017’de %4,5 artmış ve 92’ye yükselmiştir. Sayası tekstil malzemesinden ürün imal eden işletmelerin sayısı 2016- 2017 yılları arasında 87 iken %2,3 oranında azalmış ve 85’e düşmüştür. Aynı yıllarda spor ayakkabı imalatçıların sayısı %25,5 oranında artmış ve girişimci sayısı 51’den 64’e çıkmıştır. Bu Türkiye’de sayası deri olan ayakkabılara ilginin devam ettiği ve spor ayakkabı üretimine talep olduğunu göstermektedir.

3.2.4 Türkiye'nin Ayakkabı Dış Ticareti

3.2.4.1 Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı

Ayakkabı sanayinde sahip olunan avantajlara rağmen, küçük atölye tipi üretim biçiminin hâkim olması, nitelikli olmayan işgücü, ayakkabı yan sanayi girdilerinde standart ve kalite eksikliği ve ithalat rekabeti 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 sanayini de büyük ölçüde etkilemiş, ihracatta düşüş başlamıştır.

Sektör 2002 yılından itibaren yeniden toparlanma sürecine girmiş olup; 2010 yılında 395,6 milyon dolar olan ihracat, 2018 yılında 887,6 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2019 yılına gelindiğinde sektörün ihracat rakamının 932,4 milyon dolar olduğu görülmektedir. 2018 verilerine göre dünya ayakkabı ihracatı içinde ise Türkiye'nin payı %0,58 olması, yurt içi piyasa odaklı üretim yapıldığını göstermektedir. Diğer yandan, Türkiye dünya ayakkabı ihracatından aldığı pay ile 24'üncü sırada gelmektedir.

Tablo 8: Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (ABD\$)

Yıl	Değer
2010	395.624.111
2011	441.246.902
2012	545.923.172
2013	723.219.481
2014	719.258.058
2015	670.432.007
2016	704.163.324
2017	765.970.181
2018	887.674.572
2019	932.435.584

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Ayakkabı sektörü ihracatının ürün gruplarına göre dağılımına baktığımızda ise ihracatımızın değer bazında yaklaşık %44,5'ini yüzü deriden mamul ayakkabıların oluşturduğu görülmektedir. 2019 yılında 415 milyon dolar değerinde yüzü deriden mamul ayakkabı ihracatı gerçekleşmiştir. İkinci önemli ürün grubunu ise dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden diğer ayakkabılar oluşturmakta olup, 2019 yılı ihracatı 265,5 milyon dolar seviyesindedir. Söz konusu ürün grubunun ihracatında %34,9 oranında artış gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo :9 Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı(ABD \$)

GTİP	ÜRÜN	2017	2018	2019	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
6401	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk Ve Plastik, Su Geçirmez	13.357.982	14.618.609	10.668.614	-27,0%	1,1%
6402	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk Ve Plastik Diğer	189.665.118	196.897.457	265.539.267	34,9%	28,5%
6403	Ayakkabı; Yüzü Deri, Tabanı Kauçuk, Plastik, Tabii, Suni vb Kösele	327.064.855	405.008.620	415.077.741	2,5%	44,5%
6404	Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik Vb	139.254.148	163.898.337	128.763.544	-21,4%	13,8%
6405	Ayakkabı; Diğer	58.919.251	67.182.263	66.683.037	-0,7%	7,2%
6406	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak Vb	37.708.827	40.070.111	45.703.381	14,1%	4,9%
Genel Toplam		765.970.181	887.675.397	932.435.584	5,0%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (ABD \$)

ÜLKE	2017	2018	2019	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
RUSYA FEDERASYONU	72.764.946	131.782.321	105.248.492	-20,1%	11,3%
IRAK	94.114.847	83.009.675	69.479.473	-16,3%	7,5%
ALMANYA	46.969.636	61.019.692	58.765.654	-3,7%	6,3%
İSPANYA	19.715.854	28.675.009	46.830.024	63,3%	5,0%
SUUDİ ARABİSTAN	36.026.044	32.140.292	46.740.860	45,4%	5,0%
ROMANYA	27.366.422	33.109.145	39.479.792	19,2%	4,2%
LİBYA	12.460.781	22.953.309	28.399.422	23,7%	3,0%
İTALYA	18.222.659	23.871.738	26.687.801	11,8%	2,9%
İNGİLTERE	23.172.566	21.376.138	25.546.185	19,5%	2,7%
İSRAİL	18.992.210	20.130.471	23.486.183	16,7%	2,5%
POLONYA	9.737.386	15.705.766	21.604.738	37,6%	2,3%
BULGARİSTAN	44.851.696	22.988.211	19.475.106	-15,3%	2,1%
SUDAN	9.988.014	12.634.595	18.961.039	50,1%	2,0%
FRANSA	12.985.422	13.378.376	16.658.222	24,5%	1,8%
YEMEN	10.189.940	15.300.533	16.541.616	8,1%	1,8%
DİĞER	308.411.758	349.600.126	368.530.977	5,4%	39,5%
GENEL TOPLAM	765.970.181	887.675.397	932.435.584	5,0%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 10: Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar

2019 yılında ayakkabı ihraç ettiğimiz başlıca ülkeler arasında Rusya Federasyonu, Irak, Almanya, İspanya ve Suudi Arabistan yer almaktadır. 2019 yılında söz konusu beş ülkeye 32 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

Romanya, Libya, İtalya ve İngiltere diğer önemli ihraç pazarlarımızdır. Ülke bazında ihraç pazarlarımızda çeşitlenme olmasına rağmen ayakkabı ihracatımızın daha çok komşu ve çevre ülkelere yapıldığı görülmektedir.

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 dünyada bilinmemektedir. Özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet etmemiz için sektörün, firmaların ürünlerimizin tanıtımının yapılması gerekmektedir. Türk ayakkabı firmaları yeni pazar arayışlarını sürdürmekte, var oldukları pazarlarda pazar paylarını artırmaya çalışmaktadırlar; özellikle Batı Avrupa ülkelerine ihracat imkânlarını araştırmaktadırlar. Bu kapsamda sektör firmaları yurtdışındaki önemli uluslararası fuar ve sergilere katılmaktadır. GSD Shoe Fair-Düsseldorf, Micam Shoevent-Milano, Motexha Spring Fair-Dubai, Lineapella-İtalya ve Mosshoes-Moskova katılım sağlanan fuarların başında gelmektedir.

ÜRÜN	Değer	Değer2	Değer3	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
41 HAM VE İŞLENMİŞ DERİ	210.014.012	210.200.243	205.304.477	-2,3%	12,5%
42 DERİ EŞYA	303.104.584	322.938.095	338.037.266	4,7%	20,7%
43 POSTLAR, KÜRKLER	155.901.600	173.949.138	161.135.279	-7,4%	9,8%
64 AYAKKABI	765.970.181	887.675.397	932.435.584	5,0%	57,0%
Genel Toplam	1.434.990.377	1.594.762.873	1.636.912.606	2,6%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 11: Türkiye Deri Ve Deri Ürünleri İhracatı (2019 Ocak)

Sektör 2002 yılından itibaren yeniden toparlanma sürecine girmiş olup; 2010 yılında 395,6 milyon dolar olan ihracat, 2018 yılında 887,6 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2019 yılına gelindiğinde sektörün ihracat rakamının 932,4 milyon dolar olduğu görülmektedir. 2019 verilerine göre dünya ayakkabı ihracatı içinde ise Türkiye'nin payı %0,61 olması, yurt içi piyasa odaklı üretim yapıldığını göstermektedir. Dünya ayakkabı ihracatından alınan pay bir önceki yıla göre %0,03 artış göstermiştir. Diğer yandan, Türkiye dünya ayakkabı ihracatından aldığı pay ile dünya ayakkabı ihracatında 23'üncü sıraya yükselmiştir.

2018 yılının Ocak ayında deri ve deri mamulleri ürün grupları içerisinde, 74,3 milyon dolar değerinde ayakkabı ve aksesuarları ihracatı yapılmıştır. Ayakkabı ve aksesuarları grubu bir önceki yılın aynı ayına göre %44,7 oranında artmıştır. Bu ürün grubunun toplam deri ve deri ürünleri ihracatı içerisindeki payı 2018 yılı Ocak ayında % 57,5'dur.

Deri ve deri mamulleri sektörü ihracatı 2019 yılında %2,6 oranında artarak 1,63 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Sektörün en önemli ihraç kalemini %56,9'luk pay ile ayakkabılar oluşturmaktadır. Deri eşya, ham ve işlenmiş deri ürünleri ile postlar ve kürklerin ihracatımızdaki payları sırasıyla %20,7, %12,5 ve %9,8'dir.

Tablo 12: Türkiye'nin Yıllara Göre Ayakkabı İhracat Değerleri (Birim:1000\$)

Yıl	Değer
2014	719.258
2015	670.444
2016	704.163
2017	765.970
2008	887.674
2019	932.435

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (ABD\$)

Yıl	Değer
2010	395.624.111
2011	441.246.902
2012	545.923.172
2013	723.219.481
2014	719.258.058
2015	670.432.007
2016	704.163.324
2017	765.970.181
2018	887.674.572
2019	932.435.584

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi



Grafik : Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı

2018 yılında 887,67 milyon dolar olan ihracat, 2019 yılında %9.51 oranında artmış ve 932.44 milyon dolara yükselmiştir. Bunun nedeni dolar kurunda meydana gelen hızlı yükseliş ve TL'deki değer kaybının döviz bazında ürünleri ucuzlatmasıdır.

Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı(ABD \$)

GTİP	ÜRÜN	2017	2018	2019	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
6401	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk Ve Plastik, Su Geçirmez	13.357.982	14.618.609	10.668.614	-27,0%	1,1%
6402	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk Ve Plastik Diğer	189.665.118	196.897.457	265.539.267	34,9%	28,5%
6403	Ayakkabı; Yüzü Deri, Tabanı Kauçuk, Plastik, Tabii, Suni Vb Kösele	327.064.855	405.008.620	415.077.741	2,5%	44,5%
6404	Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik Vb	139.254.148	163.898.337	128.763.544	-21,4%	13,8%
6405	Ayakkabı; Diğer	58.919.251	67.182.263	66.683.037	-0,7%	7,2%
6406	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak Vb	37.708.827	40.070.111	45.703.381	14,1%	4,9%
Genel Toplam		765.970.181	887.675.397	932.435.584	5,0%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 13: Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (Birim: 1000\$)

Ayakkabı ihracatının ürün gruplarına dağılımına baktığımızda ihracatımızın son beş yılda %44,50'i, yüzü deriden mamul ayakkabılardır. 2019 yılında 415,07 milyon dolarlık yüzü deriden mamul ayakkabı ihraç edilmiştir. İkinci sırada %28,5 oran ile 189,70 milyon dolarlık ihracatla dış tabanı ve yüzü kauçuk ve plastik maddeden olan ayakkabılar yer almaktadır.

2019 yılında ayakkabı ihraç ettiğimiz başlıca ülkeler arasında Rusya Federasyonu, Irak, Almanya, İspanya ve Suudi Arabistan yer almaktadır. 2019 yılında söz konusu beş ülkeye 32 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

Romanya, Libya, İtalya ve İngiltere diğer önemli ihraç pazarlarımızdır. Ülke bazında ihraç pazarlarımızda çeşitlenme olmakla birlikte ayakkabı ihracatımızın daha çok komşu ve çevre ülkelere yapıldığı görülmektedir.

Ülkemiz ayakkabı sektörünün Özellikle İspanya, Portekiz gibi Avrupalı üreticilerle rekabet edebilecek büyük bir arz potansiyeli vardır. Özellikle İspanya, Portekiz ve İtalya gibi Avrupalı ayakkabı üreticisi ülkelerle rekabet edilebilmesi için sektörün, firmaların ürünlerimizin tanıtımının yapılması gerekmektedir. Türk ayakkabı firmaları yeni pazar arayışlarını sürdürmekte, var oldukları pazarlarda pazar paylarını artırmaya çalışmaktadırlar; özellikle Batı Avrupa ülkelerine ihracat imkânlarını araştırmaktadırlar. Bu kapsamda sektör firmaları yurtdışındaki önemli uluslararası fuarlara, sergilere ve ticaret heyetlerine katılmaktadır. GSD Shoe Fair-Düsseldorf, Micam Shoevent-Milano, Motexha Spring Fair-Dubai, Lineapella-İtalya ve Mosshoes-Moskova katılım sağlanan fuarların başında gelmektedir.

Tablo 14: Türkiye'nin İhraç Ettiği Ayakkabı Miktarı (Birim: çift)

	2018	2019
Türkiye	249 Milyon	277 Milyon

Kaynak: Ticareti Bakanlığı Bilgi Sistemi

**Üretim miktarında
dünya da beşinci olan
Türk ayakkabı
sektörünün katma
değeri yüksek değildir.**

b) Yükselişe geçen dolar kuru ve Türk lirasında meydana gelen değer kaybının ayakkabı ihracatını arttırdığını görmekteyiz. İtalya'nın katma değeri yüksek üretim yaparak pazarda yer edinmesi İtalya gibi tasarım ve marka odaklı ilerleyerek pazarda daha güçlü bir yer edinebileceğimizi göstermektedir

Ayakkabı, ABD'nin 1975 yılından itibaren Türkiye'yi dahil ettiği GTS'ye dahil olan ürünler içerisinde idi. Ancak ABD'nin Türkiye'yi genelleştirilmiş tercihler sistemi programından (GTS) çıkarmış olması, Türkiye'nin daha önce gümrüksüz ihraç ettiği ürünler için, 17 Mayıs 2019 tarihinden itibaren gümrük ödemesini gerektirecektir. Bunun ayakkabı satış fiyatlarında bir yükselmeye neden olacağını ve grafiklerde de gördüğümüz gibi ihracatı olumsuz etkileyeceğini ön görmekteyiz.

2019 yılında %11,30 ile Türkiye'nin en çok ayakkabı ihraç ettiği ülke Rusya'dır. %7,5 ile Irak ikinci sıradadır. %6,3 ile Almanya üçüncü sıradadır. Ülke bazında ihraç pazarlarımızda çeşitlenme olmasına rağmen daha çok komşu ve çevre ülkelere ayakkabı ihraç edildiği görülmektedir.

2019 yılında Türkiye'nin ayakkabı ihraç ettiği başlıca ülkeler Rusya, Irak, Almanya, Romanya ve Suudi Arabistan'dır. 2019 yılında bu beş ülkeye toplam 280,32 milyon dolarlık ihracat yapılmıştır.

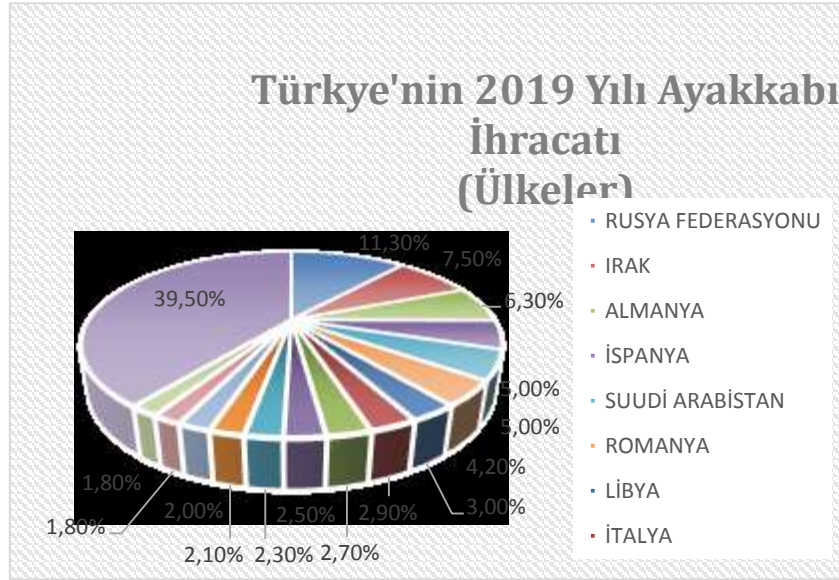
Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (ABD \$)

ÜLKE	2017	2018	2019	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
RUSYA FEDERASYONU	72.764.946	131.782.321	105.248.492	-20,1%	11,3%
IRAK	94.114.847	83.009.675	69.479.473	-16,3%	7,5%
ALMANYA	46.969.636	61.019.692	58.765.654	-3,7%	6,3%
İSPANYA	19.715.854	28.675.009	46.830.024	63,3%	5,0%
SUUDİ ARABİSTAN	36.026.044	32.140.292	46.740.860	45,4%	5,0%
ROMANYA	27.366.422	33.109.145	39.479.792	19,2%	4,2%
LİBYA	12.460.781	22.953.309	28.399.422	23,7%	3,0%
İTALYA	18.222.659	23.871.738	26.687.801	11,8%	2,9%
İNGİLTERE	23.172.566	21.376.138	25.546.185	19,5%	2,7%
İSRAİL	18.992.210	20.130.471	23.486.183	16,7%	2,5%
POLONYA	9.737.386	15.705.766	21.604.738	37,6%	2,3%
BULGARİSTAN	44.851.696	22.988.211	19.475.106	-15,3%	2,1%
SUDAN	9.988.014	12.634.595	18.961.039	50,1%	2,0%
FRANSA	12.985.422	13.378.376	16.658.222	24,5%	1,8%
YEMEN	10.189.940	15.300.533	16.541.616	8,1%	1,8%
DİĞER	308.411.758	349.600.126	368.530.977	5,4%	39,5%
GENEL TOPLAM	765.970.181	887.675.397	932.435.584	5,0%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 15: Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (Birim:1000\$)

Grafikte 2019 yılında Türkiye'nin ayakkabı ihracat ettiği ülkelerin dağılımı yer almaktadır.



Grafik: Türkiye'nin Ülkelere Göre Ayakkabı İhracatı

3.2.4.2 Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı

2014 yılında 953,8 milyon dolar ithalat yapan Türkiye'nin, 2019 yılına gelene kadar son beş yılda, ithalatındaki parasal değişimi görmekteyiz.

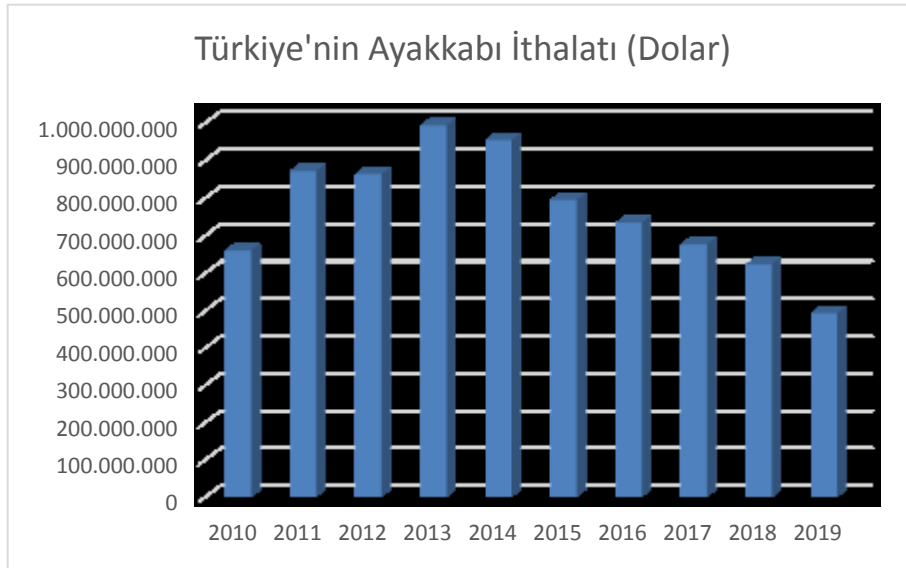
Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı (ABD \$)

YIL	Değer
2010	659.673.910
2011	871.463.821
2012	863.682.220
2013	992.947.486
2014	953.894.053
2015	794.566.743
2016	734.370.656
2017	676.126.540
2018	622.793.124
2019	493.180.183

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 16: Türkiye'nin Yıllara Göre Ayakkabı İthalatı (Birim:1000\$)

Türkiye'nin ayakkabı ithalatı 1994 yılında 28,1 milyon dolar iken, 1997 yılında AB ile Gümrük Birliği'nden hemen sonra 135,2 milyon dolar ile rekor düzeyde artmıştır. 2002 yılında bir önceki yıla göre hem AB ülkelerinden gerçekleştirilen ayakkabı ithalatı hem de uzak doğu ülkelerinden yapılan ithalat artmıştır ve toplam 116 milyon dolarlık ayakkabı ithal edilmiştir. Kriz yıllarında azalan ithalat 2002'den sonra artış göstermesine rağmen, 2015 yılında bir önceki yıla oranla %16,7 oranında azalarak 794,5 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2015 yılından sonra da ithalatın azalma trendi devam etmiş olup, 2018 yılında Türkiye'nin ayakkabı ithalatı 622,7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılına gelindiğinde ayakkabı ithalatımızın 493,1 milyon dolar olduğu görülmektedir. 2014 yılında ayakkabı ithalatında uygulanmaya başlanan ilave gümrük vergisi ile yerli ayakkabı üretimi koruma altına alınmıştır. Nitekim 2014 yılından sonra ayakkabı ithalatında azalış olduğu görülmektedir.



Grafik 8 : Türkiye Ayakkabı İthalatı

Tabloda görüleceği üzere 2019 yılında en çok dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip yoluyla elde edilen köseleden ve yüzü dokumaya elverişli maddelerden olan ayakkabılar (GTİP No: 64.04) ithal edilmiştir. 2019 yılında 212,47 milyon dolarlık ithalatla %43,1'lik paya sahip olduğunu görüyoruz. İkinci önemli ürün grubu, dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip yoluyla elde edilen köseleden ve yüzü deriden olan ayakkabılar %33,3'lik payla, 2019 yılında 164,25 milyon dolarlık ithalat gerçekleşmiştir(GTİP No: 64.03). Bu iki ürün grubunun toplam (parasal) oranı %76,40'dir ve ayakkabı ithalatının yarısından fazlasını karşılamıştır.

Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (1000 ABD \$)

GTİP	ÜRÜN	2017	2018	2019	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
6401	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk Ve Plastik, Su Geçirmez	5.620.871	2.027.056	1.722.810	-15,0%	0,3%
6402	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk Ve Plastik Diğer	123.832.694	117.334.144	88.469.369	-24,6%	17,9%
6403	Ayakkabı; Yüzü Deri, Tabanı Kauçuk, Plastik, Tabii, Suni Vb Kösele	225.539.825	203.829.707	164.250.855	-19,4%	33,3%
6404	Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik Vb	258.722.555	262.688.415	212.466.063	-19,1%	43,1%
6405	Ayakkabı; Diğer	3.572.858	2.944.387	2.803.401	-4,8%	0,6%
6406	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak Vb	58.837.737	33.969.415	23.467.685	-30,9%	4,8%
Genel Toplam		676.126.540	622.793.124	493.180.183	-20,8%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 17: Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (Birim:1000\$)

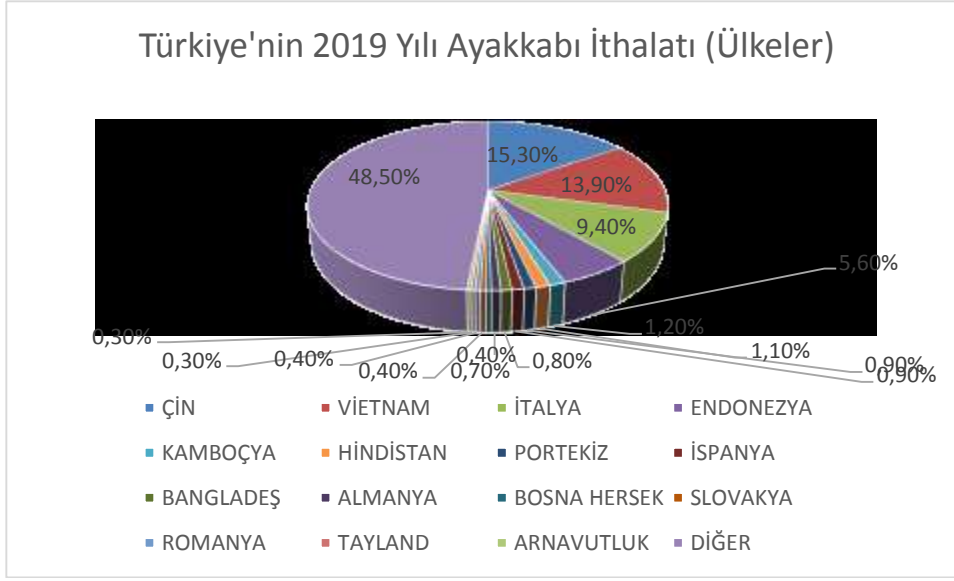
Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Pazarlar (ABD \$)

ÜLKE	2017	2018	2019	Değişim (2018-2019)	Pay (2019)
ÇİN	252.570.954	215.498.193	142.406.024	-33,9%	15,3%
VİETNAM	141.365.697	146.182.115	129.669.980	-11,3%	13,9%
İTALYA	97.910.019	103.496.013	87.906.150	-15,1%	9,4%
ENDONEZYA	64.520.309	58.055.283	51.953.756	-10,5%	5,6%
KAMBOÇYA	11.699.381	13.448.820	11.024.108	-18,0%	1,2%
HİNDİSTAN	11.149.374	11.156.500	10.148.802	-9,0%	1,1%
PORTEKİZ	16.620.444	9.989.823	8.335.897	-16,6%	0,9%
İSPANYA	11.892.076	11.845.855	8.203.575	-30,7%	0,9%
BANGLADEŞ	10.096.782	6.319.132	7.483.203	18,4%	0,8%
ALMANYA	9.973.105	11.288.569	6.888.807	-39,0%	0,7%
BOSNA HERSEK	6.817.982	5.888.901	4.016.478	-31,8%	0,4%
SLOVAKYA	2.315.722	2.742.432	3.358.200	22,5%	0,4%
ROMANYA	10.125.583	5.575.482	3.298.658	-40,8%	0,4%
TAYLAND	3.142.233	2.178.198	2.964.813	36,1%	0,3%
ARNAVUTLUK	2.104.666	3.490.618	2.723.503	-22,0%	0,3%
DİĞER	113.665.854	280.519.463	452.053.630	61,1%	48,5%
GENEL TOPLAM	765.970.181	887.675.397	932.435.584	5,0%	100,0%

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tablo 18: Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Ülkeler(Birim:1000\$)

Grafikte 2019 yılı ithalat yüzdelerinin ülkelere göre dağılımı gösterilmiştir.



Grafik 9: Türkiye'nin Ülkelere Göre Ayakkabı İthalatı

Son yıllarda, Türkiye'nin ayakkabı ithalatında düşüş yaşanmaktadır. 2013 yılından itibaren dolar kurunda meydana gelen yükselme, yurtdışından tedarik edilen ürünlerde azalmaya yol açmıştır. Bu durum hem yerli üretimde hem iç pazarda daralmaya sebep olmuştur. Türk lirasında yaşanan değer kaybı ve neticesinde yüksek faiz oranlarından dolayı uzun vadeli yatırım yapamayan yerli ayakkabı firmaları ise hem iç pazarda hem de dış pazarda istedikleri sonuçları elde edememektedir. 2019 yılında Türkiye'de ayakkabı üretimin artmış olması yerli ürüne olan talebin de arttığını göstermektedir. Bununla birlikte Çin'den ayakkabı ithal etme oranı %34 oranında azalmıştır. Sebebinin düşük segment ve kalite standartlarının altında olan Çin ürünlerinden kaynaklı olduğu görülmektedir.

3.3. TALEP ANALİZİ

Bu bölümde projenin tasarım kapasitesini belirleyecek talep düzeyi sayısal yöntemlerle öngörülenecektir. Talep analizinde aşağıdaki hususlara dikkat edilecektir.

- 1. Mevcut talep düzeyi güncel istatistiki veriler ve/veya güvenilir anket çalışmaları ile belirlenecektir.*
- 2. Talebin geçmişteki eğilimi incelenecektir.*
- 3. Talebi belirleyen temel parametreler ortaya konduktan sonra bu parametrelerin projenin ekonomik ömrü boyunca değişimi öngörülenecektir.*
- 4. Geçmişteki eğilim ile birlikte parametrelerdeki değişim öngörülerini doğrultusunda talep projenin ekonomik ömrü boyunca hesaplanacaktır.*

Şanlıurfa, Yeni Teşvik Sistemine göre oluşturulan 6 Bölge içerisinde, **desteklenen sektörlerin genişliği, iş gücü maliyetlerinin azaltılması ve finansman imkânlarının genişletilmesi** ile yatırımlarda en fazla desteklenen **6. Bölgede** yer almıştır.

Özellikle Şanlıurfa’da Teşvik belgesi kapsamında yapılacak yatırımlar için Sigorta Primi İşçi ve İşveren Hissesi Destekleri ile Gelir Vergisi Stopajı desteğinin 10 yıl süre ile uygulanacak olması ve elde edilecek maddi karşılığın, brüt asgari ücretin yaklaşık %30’una karşılık gelmesi, işgücü maliyeti açısından Şanlıurfa ülkemizin en avantajlı ve rekabetçi illerinden biri haline gelmiştir.

Tablo 19: Şanlıurfa İlinde Yıllar İtibariyle Verilen Yatırım Teşvik Belgesi Adedi, Taahhüt Edilen Sabit Yatırım ve İstihdam Miktarı

Yıllar	Belge Sayısı (Adet)	Toplam Yatırım (Milyon TL)	İstihdam (Kişi)
2009	28	95	496
2010	80	185	2.221
2011	50	379	1.208
2012	83	432	5.578
2013	126	790	8.873
2014	73	274	4.846
2015	102	476	4.956
2016	93	454	4.685
2017	255	1.938	8.358
2018	211	1.129	9.465
Toplam	1.101	6.152	50.686

Kaynak: Ticaret Bakanlığı 1.01.2001-31.01.2018 tarihleri arasında düzenlenen yatırım teşvik belgeleri.

Yukarıda görüldüğü üzere Şanlıurfa'da yıllar itibari ile sabit yatırım tutarının ve alınan belge sayılarının arttığını görmekteyiz. Özellikle bir önceki teşvik sistemleri kapsamında en fazla teşvik belgesinin 2017 yılında alınmıştır (249 Belge). 2019 yılının tamamında düşüş yaşanmıştır ve toplamda 137 teşvik belgesi düzenlenmiş olup, bu kapsamda 585 Milyon TL'lik bir yatırımla 6.161 kişilik bir istihdam öngörülmüştür. Bu düşüşün en önemli nedeni olarak Yeni Teşvik Sisteminin gündeme gelmesi ve bu kapsamda bazı yatırımların yeni sistemi beklemesi olarak söyleyebiliriz

Şanlıurfa belge adedi ve istihdamda 6. bölge illeri arasında ikinci sıraya oturmuştur. Sabit yatırım tutarında ise enerji yatırımlarından kaynaklı olarak sıralamada bir değişim söz konusudur.

Bu artışların en önemli nedeni, yeni teşvik sistemiyle özellikle işçilik maliyetleri (Sigorta Primi İşveren Payı, İşçi Payı ve Gelir Vergisi Stopajı) konusunda getirilen 10 yıllık destekler olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu destekler Şanlıurfa'yı "Emek Yoğun Sektörler" için bir çekim merkezi haline getirmiştir. Bunun en somut örneğini yeni sistemden sonra ilimize yatırım yapan Çağrı Merkezi ve Hazır Girim Konfeksiyon ve Ayakkabı Sektöründe yer alan firmalarından anlaşılmaktadır.

Tabi ki bu artışlarda özellikle Şanlıurfa'nın sanayi altyapısı konusunda hayata geçirdiği önemli projelerin de büyük katkıları olmuştur. Özellikle 2010 yılında yer tahsis yapılmaya başlayan Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. Kısmı bir önceki sistem ve yeni teşvik sistemi destekler bir zamanlama ile yatırımların önünün açılmasına büyük katkı sağlamıştır. İlimize gelen tüm yatırımlara altyapısı hazır veya hazırlanacak olan sanayi yerleri gösterilebilmiş ve bu vesile ile gelen yatırımcıların yatırım kararı almaları kolaylaşmıştır. Aynı zamanda bölgedeki kurum ve kuruluşlarda bu yatırımların sorunsuz bir şekilde hayata geçmesi noktasında iş birliği ve koordinasyon içerisinde çalışmaktadırlar. Buda özellikle bölge dışından gelen yatırımcılar için büyük avantajlar sağlamaktadır.

Görüldüğü üzere Şanlıurfa Yeni Teşvik Sistemi öncesi düzenlenen Belge Adedi bakımından Türkiye'de ortalama 32. sırada yer alırken son 4 yılda ortalama 12. sıraya yükselmiş, sabit yatırım tutarında 42. sıradan 33. sıraya, en önemlisi bu belgeler ile sağlanacak istihdam sayısında ise 36. sıradan 6. sıraya yükselmiştir. Bu oldukça önemli bir göstergesi olup, Şanlıurfa'nın son yıllarda aldığı yolu net bir şekilde göstermektedir. Özellikle istihdam rakamları bölgeye emek yoğun sektörlerin ilgisini net bir şekilde göstermektedir.

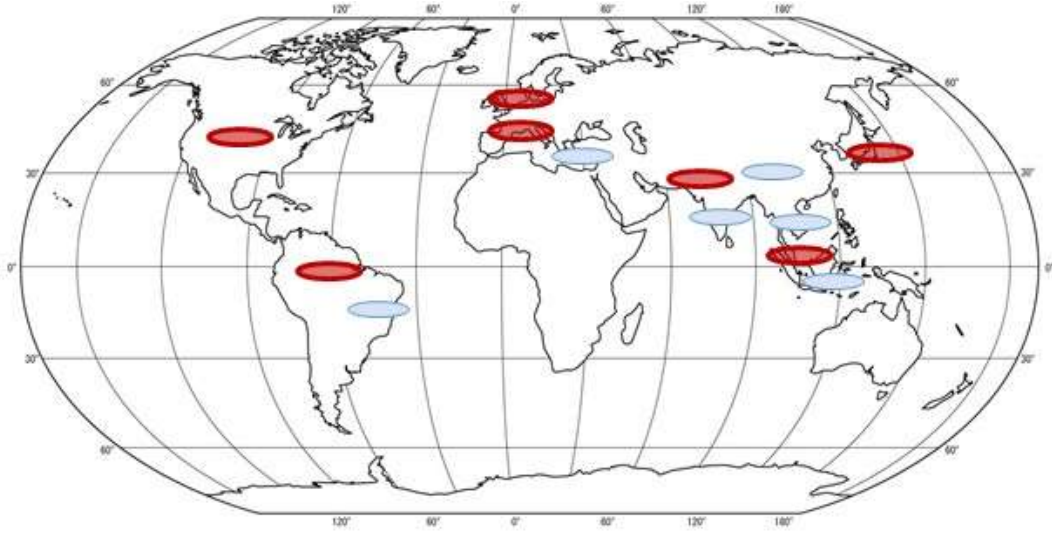
Bu kapsamda çalışmalarını somutlaştırmak ve sektörün Şanlıurfa'ya planladığı yatırımları hızlandırmak adına uygun maliyetli yatırım yerleri talepleri gündeme gelmiştir. Bu talepler doğrultusunda Şanlıurfa Organize Sanayi 2. Kısım yer alan 4 parselden oluşan ve yaklaşık 130 dönüm arazi üzerinde sektörün ihtiyaçları doğrultusunda üst yapıların yapılarak kiralama yöntemi ile firmalara tahsisleri kararlaştırılmıştır. Proje kapsamında, proje ortağı olan **Türkiye**



Ayakkabı Sanayicileri Derneği tarafından üyelerine talep toplama işleminde kapsamında **15 firmanın**, bu projenin hayata geçmesi durumunda Şanlıurfa'ya gelerek yatırım yapabileceklerine dair iyi niyet mektupları EK-H1'de tarafınıza sunulmuştur.

Yapılan bu talep toplama işi kapsamında ihtiyaçlar tespit edilecek ve bu ihtiyaçlara uygun büyüklükteki üst yapılar planlanarak Şanlıurfa OSB 2. Kısım'da tahsis edilecek olan 4 parselde projelendirilecektir. Projenin başlaması ile Şanlıurfa'nın bir cazibe merkezine dönüşeceği düşünülerek proje alanı mevcut talebin 2 katı büyüklüğünde düşünülmüştür. Ancak **uygulama çalışması talep ile uyumlu olacak şekilde etaplandırılmakta** ve Cazibe Merkezi Destekleme Programı kapsamında **ikinci etap uygulama çalışması** için destek talebinde bulunmaktadır.



Ayakkabı sektörünün büyüme ve gelişme sürecinde ihracat ve yurt içi talep belirleyici konumdadır. Türkiye'nin ayakkabı ihracatı 2009 yılında küresel ekonomik krizin dünya pazarlarında yarattığı daralma hariç tutulduğunda her geçen yıl artış göstermektedir. Ayakkabı sektörü ihracatının ürün gruplarına göre dağılımına bakıldığında değer bazında ilk sırayı yüzü deriden üretilmiş ayakkabılar oluşturmaktadır. İkinci sırada yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk veya plastik maddeden ayakkabılar bulunmaktadır. Ayakkabı ihracatında son yıllarda yaşanan artış, ihracatın ithalatı karşılama oranının %75-85 düzeylerinde olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin yıllık ayakkabı üretim kapasitesi 500 milyon çifttir. 2017 yılı TÜİK verilerine göre 360 milyon çift ayakkabı üretimi yapılmıştır. Ayakkabı sektöründe kapasite kullanım oranını %72'dir.

İç pazarda yaklaşık 220 milyon çift ayakkabı tüketilmektedir. Türkiye'nin ekonomik durumu ve dış pazarlar dikkate alındığında iç pazardaki ihtiyacın karşılanabiliyor olması ithal ayakkabı satışını azaltmaktadır. Son yıllarda ayakkabının bir ihtiyaçtan çok bir moda aracı haline gelmesi ayakkabıya olan ilgiyi(talebi) arttırmaktadır. Türkiye'nin coğrafi konumu, Avrupa ve Asya pazarlarına ulaşım açısından avantaj sağlamaktadır.



-  Dünyada Ayakkabı Üretimi Yapılan Bölgeler
-  Dünyada Ayakkabı Talebinin Yoğun Olduğu Bölgeler



-  Türkiye'de Ayakkabı Talebinin Yoğun Olduğu Bölgeler
-  Türkiye'de Ayakkabı Üretimi Yapılan Bölgeler

Kaynak: Malatya Ticaret Odası -2019

3.3.1. Türkiye Hane Halkı Tüketiminde Ayakkabı

2019 yılı TÜİK verilerine göre, giysi ve ayakkabının, hanelerin toplam harcamaları içindeki payı %4,8'dir.

Tablo 20: Hane Halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı

	2017	2018
Hane Halkı Sayısı		
Gıda ve alkolsüz içecekler	19,7	20,3
Alkollü içecekler, sigara ve tütün	4,5	4,0
Giyim ve ayakkabı	5,0	4,8
Konut ve kira	24,7	23,7
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri	6,3	6,5
Sağlık	2,2	2,2
Ulaştırma	18,7	18,3
Haberleşme	3,4	3,8
Eğlence ve Kültür	2,7	2,9
Eğitim Hizmetleri	2,3	2,3
Lokanta ve oteller	6,2	6,5
Çeşitli mal ve Hizmetler	4,4	4,9
Toplam	100	100

Kaynak: TÜİK Hane Halkı Tüketim Araştırması

Aşağıdaki grafikte görüldüğü gibi hane halkı tüketiminde birinci sırada konut ve kira %23,70, ikinci sırada %20,3 ile gıda ve alkolsüz içecekler, üçüncü sırada %18,3 ile ulaştırma yer alırken, giyim ve ayakkabı tüketimi %4,8 ile yedinci sıradadır.

3.4. Teşvik Durumu

Teşvik sistemi destek unsurları 5 uygulamadan oluşmakta olup bu uygulamalar kapsamında Şanlıurfa için sağlanan destek unsurları Tabloda gösterilmiştir.

Tablo 21: Şanlıurfa Teşvik Sistemi Destek Unsurları

DESTEK UNSURLARI	Genel Teşvik Uygulamaları	Bölgesel Teşvik Uygulamaları	Öncelikli Yatırımların Teşviki	Büyük Ölçekli Yatırımların Teşviki	Stratejik Yatırımların Teşviki
KDV İstisnası	✓	✓	✓	✓	✓
Gümrük Vergisi Muafiyeti	✓	✓	✓	✓	✓
Vergi İndirimi		✓	✓	✓	✓
Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği		✓	✓	✓	✓
Gelir Vergisi Stopajı Desteği*		✓	✓	✓	✓
Sigorta Primi Desteği*		✓	✓	✓	✓
Faiz Desteği		✓	✓		✓
Yatırım Yeri Tahsisi		✓	✓	✓	✓
KDV İadesi**					✓

Kaynak: Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, 2020

* Yatırımın Bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik teşvik uygulamaları kapsamında ve Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgelerinde gerçekleştirilmesi halinde sağlanmaktadır.

** Sabit yatırım tutarı 500 Milyon TL üzerinde olan stratejik yatırımlarda sağlanmaktadır.

3.4.1. Katma Değer Vergisi İstisnası

Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında yurt içinden ve yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için **katma değer vergisinin ödenmemesi** şeklinde uygulanmaktadır.

3.4.2. Gümrük Vergisi Muafiyeti

Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için **gümrük vergisinin ödenmemesi** şeklinde uygulanmaktadır.

3.4.3. Vergi İndirimi

Vergi indirimi; gelir veya kurumlar vergisinin, yatırım için öngörülen katkı tutarına ulaşınca kadar indirimli olarak uygulanmasıdır. **Bu destek, stratejik yatırımlar, büyük ölçekli yatırımlar ve bölgesel teşvik uygulamaları** çerçevesinde düzenlenen teşvik belgeleri kapsamında sağlanmaktadır.

3.4.4. Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği

Yatırım Teşvik Belgesi kapsamı yatırımla sağlanan **ilave istihdam için** ödenmesi gereken sigorta primi işveren hissesinin **asgari ücrete tekabül eden kısmı** belirli bir süre Bakanlıkça karşılanmaktadır.

Büyük ölçekli yatırımlar, stratejik yatırımlar ve bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında düzenlenen teşvik belgeleri için uygulanır.

3.4.5. Gelir Vergisi Stopajı Desteği

Yatırım Teşvik Belgesi kapsamı yatırımla sağlanan **ilave istihdam için** ödenmesi gereken gelir vergisi stopajının **asgari ücrete tekabül eden kısmı** 10 yıl süreyle terkin edilmektedir.

3.4.6. Sigorta Primi Desteği

Yatırım Teşvik Belgesi kapsamı yatırımla sağlanan **ilave istihdam için** ödenmesi gereken **sigorta primi işçi hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmı** 10 yıl süreyle Bakanlıkça karşılanmaktadır.

Genel teşvik uygulamaları hariç olmak üzere, **sadece 6. Bölgede** gerçekleştirilecek yatırımlar için düzenlenen teşvik belgelerinde öngörülmektedir.

3.4.7. Faiz Desteği

Yatırım Teşvik Belgesi kapsamında kullanılan en az bir yıl **vadeli krediler** için sağlanan bir finansman desteğidir.

Teşvik belgesinde kayıtlı **sabit yatırım tutarının %70'ine kadar kullanılan krediye** ilişkin ödenecek faizin veya kâr payının belli bir kısmı T.C. Ticaret Bakanlığı'nca karşılanmaktadır.

Bu destek unsuru, **stratejik yatırımlar, Ar-Ge ve çevre yatırımları ile 3., 4., 5. ve 6. Bölgelerde bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında** yapılacak yatırımlar için uygulanmaktadır.

3.4.8. Yatırım Yeri Tahsisi

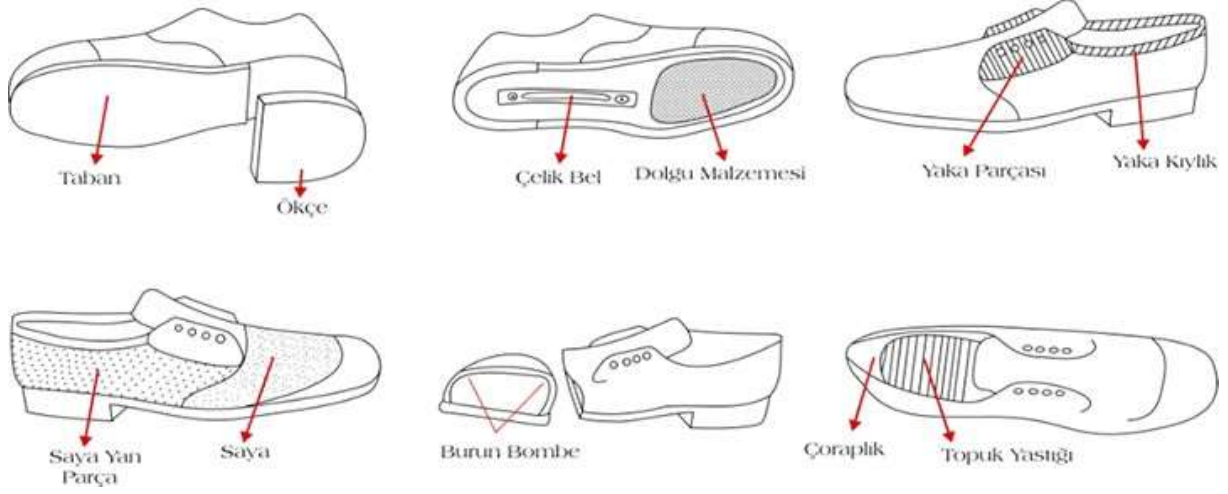
Yatırım Teşvik Belgesi düzenlenmiş büyük ölçekli yatırımlar, stratejik yatırımlar ve bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar için Maliye Bakanlığınca belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde yatırım yeri tahsis edilebilmektedir.

3.5. ŞANLIURFA AYAKKABI SEKTÖRÜ GZFT (SWOT)ANALİZİ

GZFT ANALİZİ	
<u>Güçlü Yönler</u> <ul style="list-style-type: none">➤ Ünlü markalara fason üretim yapabilme becerisi yıllar içerisinde gelişmiş ve ülke genelinde kabul görmesi➤ Tescilli markalar mevcuttur, yurt içi satış ağı yeterli düzeyde kurulmuş ve ihracata yönelik çalışmalar devam etmektedir.➤ İleri yaşlarda da ustalık değerini kaybetmeyen meslek grubu istihdam etmesi➤ İçi ve dışı deri ürünlerde Çin'den daha kaliteli üretim yapılması➤ Üretimde esnek olabilmenin avantaj sağlaması➤ Köklü bir sektör olması	<u>Zayıf Yönler</u> <ul style="list-style-type: none">➤ Sektörün üretim kalitesinin düşük/orta düzeyde yer alması.➤ Sektördeki firmaların kurumsal olmaması.➤ Ar-Ge ve tasarım faaliyetlerinin olmaması ve buna paralel ürün çeşitliliğinin yetersiz olması.➤ Ara eleman ve vasıfsız eleman bulmada zorluklar yaşanmasına bağlı olarak çalışanların işi bırakma hızının yüksek olması.➤ Sermayenin yetersiz olması.➤ Eski teknoloji kullanımı ve düşük makineleşme oranı.➤ Sektörle ilgili mamullerinin tamamının bulunmuyor olması.➤ Sektörde mesleki ve teknik eğitimin yetersizliği.➤ Fason üretim yapılan firmaların 12 - 18 ay ödeme vadeleri.➤ Ülke genelinde tanıtım, pazarlama ve markalaşma eksikliği.➤ Kayıt dışı istihdamın fazla olması.
<u>Fırsatlar</u> <ul style="list-style-type: none">➤ Coğrafi konum sebebiyle potansiyel ihracat pazarlarına yakınlık.➤ Devletin Ar-Ge, tasarım ve özellikle ihracat için verdiği desteklerin artarak devam etmesi.➤ İlin cazibe merkezi illeri arasında bulunması.➤ Üniversite ve meslek yüksek okullarının varlığı➤ Orta Doğu'ya yakınlığı ile lojistik avantajı	<u>Tehditler</u> <ul style="list-style-type: none">➤ Tüketici ilgi, merak ve ihtiyaçlarının hızlı değişmesi.➤ Piyasa koşullarına bağlı olarak tahsilât süresinin uzaması ve tahsilat riskinin artması.

4. TEKNİK DEĞERLENDİRME

4.1. Ayakkabı Üretim Yöntemleri



Resim 3: Ayakkabının Bölümleri

Türkiye 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 gerçekleştirilmektedir.

Ayakkabı üreten işletmeler üretim teknolojileri açısından üç grupta tanımlanmaktadır.

- 1) Tamamen makineleşmiş işletmeler, üretimin tamamı, bir fabrika sistemi içinde makine kullanılarak yapılmaktadır.
- 2) Yarı makineleşmiş işletmeler, kısmen makine kısmen el aletleri kullanılarak üretim yapılmaktadır.
- 3) El aletleri ile üretim yapan işletmeler, tamamen el aletleri ve işi kolaylaştırıcı basit makineler kullanılmaktadır.

Ayakkabı üretimi makineleşmiş olsa bile, üretimin herhangi bir safhasında el becerisi yer almaktadır (spor ayakkabı üretimi dahil).

Enjeksiyon üretim yönteminde ise ayakkabının sayası ve tabanı birlikte oluşturulmaktadır. Enjeksiyon yöntemiyle üretilen ayakkabılar ucuz olmaları nedeniyle alt gelir grupları tarafından tercih edilmektedir.

4.2 Üretim Aşamaları

Ayakkabı üretimi, temel olarak 6 aşamada gerçekleşmektedir. Bunlar; model ve ıstampa, kesim, saya ve saraç, montaj, taban, finisajdır.

Geleneksel El üretimi yapan işletmelerdeki üretim süreci anlatılmıştır.



Üretime geçmeden önce, ayakkabının modeli çıkarılır. Bu aşamada, ıstampa denilen ayakkabının silueti çizilir ve çizilen bu model kâğıt ya da karton üzerinde kesilir.

Resim 4: Ayakkabı Siluetinin Çizimi



Kâğıt/karton patronlar dikkate alınarak bunlara uygun kesim bıçakları hazırlanıp uygun deri, kumaş ve astar kesilir.

Resim 5: Deri kesim işlemi



Resim 6: Sayanın Hazırlanışı



Resim 7: Sayanın Kalıba Yerleştirilmesi

“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. Sayanın parçaları, ayakkabının biçimine ve modeline göre değişir.

Saya PVC’den yapıldığı zaman, parçaları birleştirme yöntemi de değişir; yüksek titreşimli dalgalar, parçaları kenarlarından birbirine birleştirip kaynatır. Sayanın topuk ve burun bölümüyse (Bu iki parça eskiden, sıkıştırılmış liflerden üretilmiş tahtadan yapılırdı) günümüzde daha çok kösele (iyi nitelikte) ya da reçine, reçineye batırılmış maddeler ve tela (kötü nitelikte) kullanılmaktadır. Bazı ayakkabıların üzerine eklenen dekoratif kalın iplikten dikişlere “saraç” adı verilmektedir. Saya birleştirilince, kalıplama işlemine geçilir.



Resim 8: Kalıba çivi dizilmesi işleminin yapılması



Resim 9: Çivilerin kalıptan sökülmüş hâli

Saya ayakkabı yapım işinin tamamlanması için bir kalıba geçirilir (monte). Kalıp, eskiden tahtadan yapılan, ama günümüzde daha çok plastikten olan bir ayak biçimi örneğidir. Bu aşamada, sayayı kalıbın üzerinde tutmak için başka bir parça eklenir. Taban astarı, saya ile taban arasında bir köprüdür. Gene köseleden yapılmakla birlikte, günümüzde daha çok sıkıştırılmış liften ya da sıkıştırılmış köseleden de yapıldığı olur. Ayakkabı kalıbı ters çevrilerek, taban astarı çiviyle tabana yerleştirilir. Sonra sayanın çevresi sıkı sıkı gerilip taban astara tutturulur. Bu işlem eskiden elle yapılırdı.

Çiviler yatırılıp saya taban astarına yapıştıktan sonra kalıp sıcak hava tüneline girer. Bu işlem sayanın sıcak hava ile gerginleşip kalıbı sarmasını sağlayacaktır. Sıcak hava tüneline girer sonra kerpeten yardımıyla çiviler sökülür. Çiviler kalıptan söküldükten sonra zımpara işlemi yapılır. Kösele ayakkabılarda topuk, taban ve kenar düzeltilmesi ve boyaması olan freze işleminden sonra farklı biçimlerde üretilen tüm ayakkabıların geldiği son kalite kontrol aşamasının sonunda ayakkabı kullanıma hazır hale gelmektedir.



Resim 10: Tabanın kalıplama tekniği ile basılması

Ayakkabı üretiminin alt sektörleri;

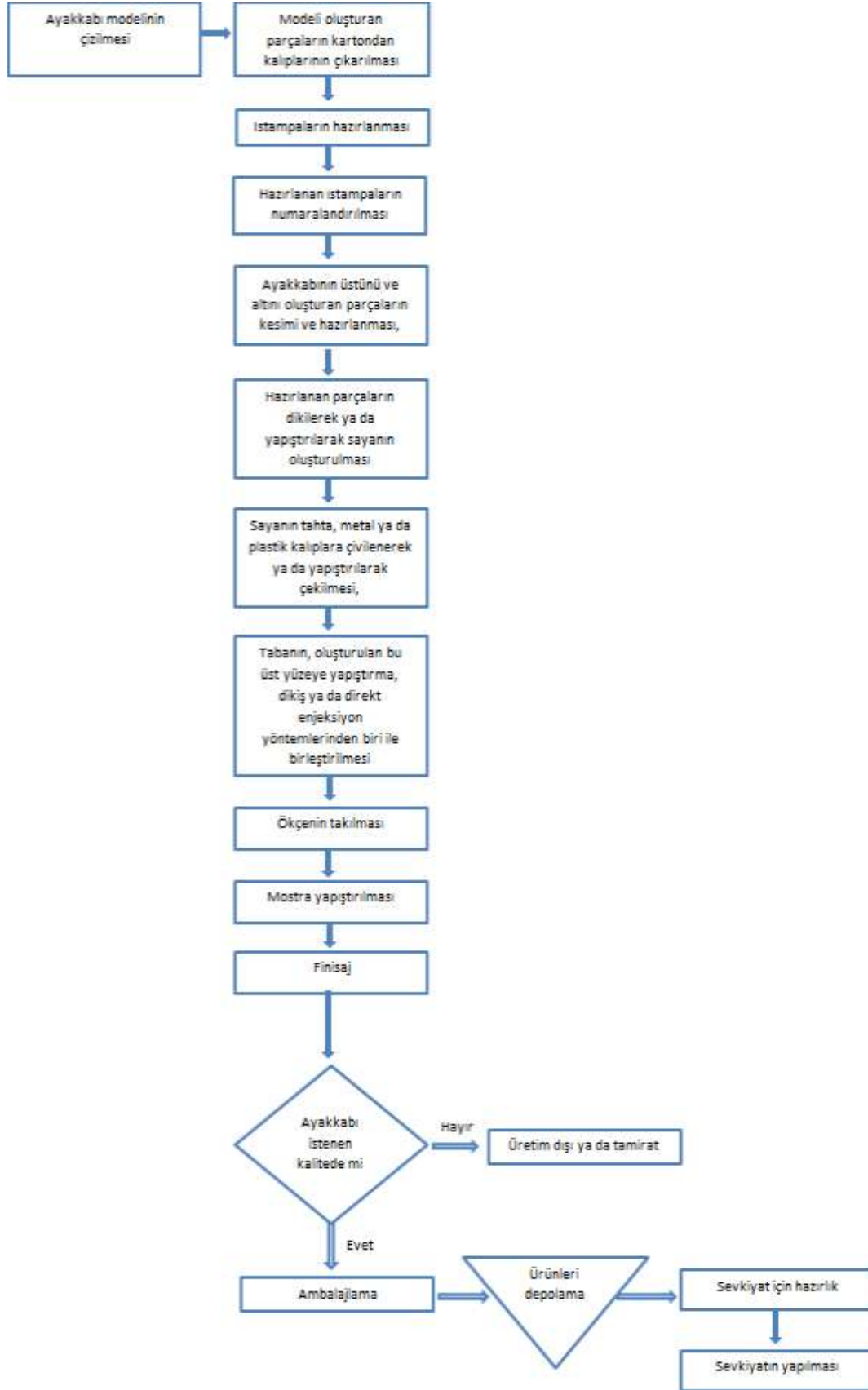
- Saya
- Fermuar ve toka üretimi ve satışı
- Freze
- Hazır taban üretimi ve satışı
- Jurdan taban üretimi ve satışı
- Kösele üretimi ve satışı
- Zenne
- Aksesuar üretimi
- Tasarım ve modelciler
- Taban astarı üretimi ve satışı
- Pres bıçağı üretimi ve satışı
- Finisaj
- Ayakkabı tamirciliği ve boyacılığı

Ayakkabı üretiminin ilişkili olduğu diğer sektörler;

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

Türkiye de bulunan ayakkabı fabrikalarının genel yapısına bakıldığında kapasite kullanım oranları ortalama %60'tır. Tamamen makineleşmiş firmalarda bu oran daha yüksektir.

Geleneksel El Üretimi Yapan İşletmelerde Üretim Süreci





Yarı Makineleşmiş Bir Fabrika İçin İş Akış Şeması

Üretimde İş akışı: Üretimde öncelikle yan malzemeler temin edilmektedir. Bu yan malzemeler deri, kalıp, taban, iplik, yapıştırıcılar, boyalar ve çeşitli aksesuarlardan oluşmaktadır. Daha sonra sırasıyla kesim, saya dikimi, ford-bombe saya hazırlığı, kalıba ön monta, arka monta, pıstırizma, kırışık alma, alt pürüzlendirme, ilaç sürme, fırına giriş (taban yapıştırma için 85 dereceye ısıtma amaçlı), prese girme, kenar temizleme, kalıptan çıkarma, mostra yapıştırma, finisaj (temizleme, cilalama) ve ambalajlama işlemleri uygulanır.

Üretim esnasında kullanılan yapıştırıcılar ve solvent içeren kimyasallar için havalandırmanın iyi olması gerekmektedir. Üretim aşamasında belli aralıklarda periyodik olarak ortam hava ölçümü yapılmakta üst sınır 5 mikron, üretim aşamasında ölçümlerde ortalama 3 mikron çıkmaktadır.



Resim 11: Örnek Ayakkabı Fabrikası

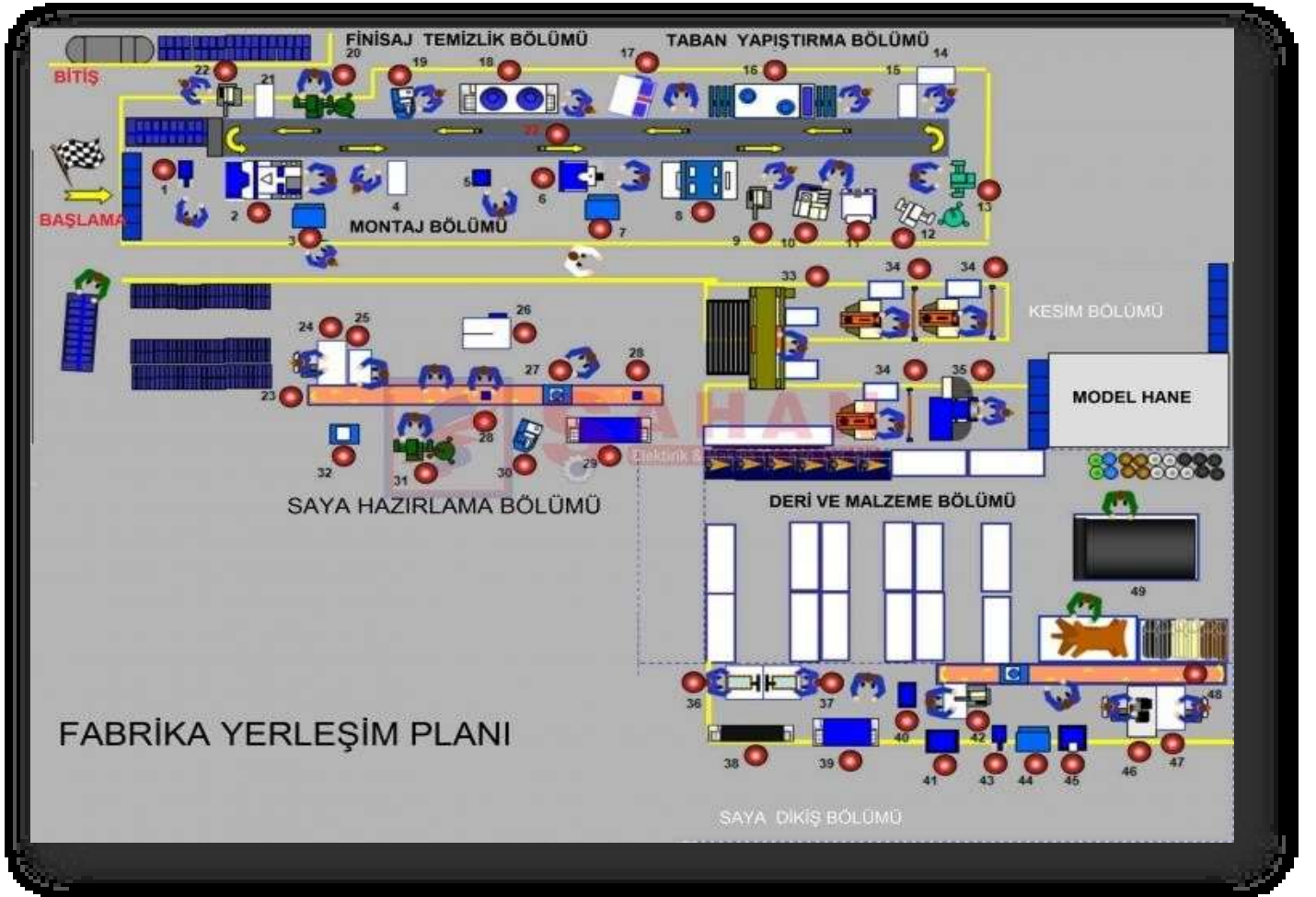
4.3.Tesis 'in Teknik Değerlendirmesi

4.3.1. Kapasite Seçimi

Her bir fabrikada 1000 çift merdane (casual), 500 çift jordan toplam günlük 1500 çift ayakkabı üretim yapması hedeflenmektedir. İlk yıl %50, ikinci yıl %75 kapasitede çalışılacağı ve üçüncü yıldan itibaren tam kapasiteyle üretim yapacağı varsayılmıştır. Tam kapasiteyle üretim gerçekleştiğinde yılda 540 bin çift ayakkabı üretimi yapılması planlanmaktadır.

4.3.2. Kuruluş Yeri

Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. kısımda yer alan 190 ada 5, 6, 7 ve 8 nolu parsellerde toplam 130.413 m² alan üzerinde gerek altyapı gerekse üst yapı çalışmalarını yaparak Ayakkabı sektöründe yer alan ve Şanlıurfa'ya yatırım yapmayı planlayan firmalara kiralama yöntemi ile tahsis edilmesi ile ilgili bir çalışmanın yapılması bu projenin teknik içeriğini oluşturmaktadır.



Resim 13 : Örnek Fabrika Yerleşim Planı

5. ARKA PLAN VE GEREKÇE

5.1 Arka Plan

Bu bölümde proje fikrine dayanak teşkil eden her türlü Sektörel/Bölgesel plan/program/strateji belgelerinden bahsedilecektir. Ayrıca programın tamamlanmış ya da yapım aşamasında olan diğer projelerle ilişkisi değerlendirilecek, varsa tamamlayıcılığı ortaya konacaktır.

Karacadağ Kalkınma Ajansı'nın belirlediği “Büyüyen ekonomisi ve yükselen yaşam kalitesi ile Ortadoğu'nun yeni çekim merkezi Diyarbakır-Şanlıurfa Bölgesi” vizyonu gerçekleştirebilmek adına hazırladığı 2014-2023 Taslak Bölge Planı; hazırlanan mevcut durum raporu, yapılan analizler, katılımcı süreçlerle bölge aktörlerinden elde edilen sorun önceliklendirme, çözüm önerileri ve yerel olanaklara dair bildirimlere göre ulusal politika ve önceliklere uygun olarak hazırlanmış olup bölgesel gelişmeyi sağlayacak birbirini tamamlayıcı nitelikte dört gelişme ekseninden oluşmaktadır.

Bölge vizyonuna ulaşmak için bölgesel kalkınmaya yön verecek eksenler altında amaç, hedef ve stratejiler ortaya konmuştur. Belirlenme gerekçeleri ve açıklamalarla desteklenen amaç, hedef ve stratejilerin yanında bazı bölümlerde proje önerileri geliştirilmiştir.

Bölgenin sorunları, ihtiyaçları ve potansiyelleri doğrultusunda belirlenen “Kentsel Ekonomilerin Geliştirilmesi ve Ekonomik Büyümenin Hızlandırılması” gelişme eksenini ekonomik gelişmeye ilişkin temel amaçları içermektedir. Bu gelişme eksenini ile Diyarbakır ve Şanlıurfa'da kent ekonomilerinin kalkınmanın itici gücünü oluşturması, bölgenin çekim gücünün artırılması ve katma değerli üretim yapısına geçişi için; bölgenin stratejik hizmet sektörlerinde kalite artışı ve uzmanlaşmanın sağlanması hedeflenmiştir. Bu ana hedefin yanında istihdam kapasitesini hızlı bir şekilde artırmak ve işgücü niteliğini yükseltmek, imalat sanayinde **yığılma ve ölçek ekonomilerinden yararlanılarak bölgede tedarik ve değer zincirlerini oluşturmak** ve tarımı rekabetçi bir yapıya dönüştürmek stratejik amaçlardır.

Gelişme eksenini kapsamında beş temel amaç belirlenmiştir: Bunlardan yapılması planlanan proje ile ilgili olan temel amaçlar aşağıdaki şekilde belirtilmiştir.

↳ **Sanayinin Gelişmesi ve Katma Değerli Üretim Yapısına Geçiş:** Bölge ekonomisinin güçlendirilmesi ve üretkenliğin artırılması için bölge illerinde imalat sanayinin geliştirilmesi, öncü ve stratejik sektörlerde yığılma ve ihtisaslaşmanın sağlanması, sektörel arasında tedarik ve değer zincirlerinin oluşturulmasıyla bölgenin dışa açılması amaçlanmaktadır.

↳ **İş ve Yatırım Ortamının İyileştirilmesi:** Çalışma alanlarında altyapının iyileştirilmesi, yeni yatırım taleplerini karşılayabilecek çalışma alanlarının oluşturulması, bölgeye

yönelik oluşmuş olumsuz imajın ortadan kaldırılması için acil önlemlerin alınması ve beşerî sermayenin sektörel gelişme politikalarıyla uyumlu olarak geliştirilmesi, bölgede yaşam kalitesinin ve kentsel çekiciliğin artırılması ile bölgenin iş ve yatırım açısından cazip hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

2014-2018 yıllarını kapsayan Onuncu Kalkınma Planı döneminde bölgesel farkların azaltılması, bölgesel gelişmenin öncelikli amacı olmaya devam etmektedir. Plan'da; bölgelerin içsel potansiyelini harekete geçirerek, rekabet gücünü artırmak, böylece ulusal kalkınmaya katkılarını azami düzeye çıkartmak ise bölgesel gelişmenin ikincil amacı olup, eskiye göre daha fazla vurgulanmaktadır. Ayrıca, bölgeler arasında ekonomik ve sosyal uyumun güçlendirilmesi ve diğer ülkelerle ilişkilerin geliştirilmesi bölgesel gelişme politikasının katkı sağlayacağı önemli hususlar olarak belirtilmiştir. Planın Öncelikli Dönüşüm Alanlarında yer alan **İş ve Yatırım Ortamının Geliştirilmesi Programlarının Program** bileşenlerinde **Yatırım Yeri Temini** konusu özellikle vurgulanmıştır.

Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (BGUS) çalışmaları kapsamında sosyo-ekonomik ve mekânsal olarak bütünleşmiş, rekabet gücü ve refah düzeyi yüksek bölgeleriyle daha dengeli ve topyekûn kalkınmış bir Türkiye vizyonuna ulaşmak için; bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılarak refahın ülke sathına daha dengeli yayılması; tüm bölgelerin, potansiyellerinin değerlendirilmesi ve rekabet güçlerinin artırılması suretiyle ulusal kalkınmaya azami düzeyde katkı sağlaması; ekonomik ve sosyal bütünleşmenin güçlendirilmesi ve ülke genelinde daha dengeli bir yerleşim düzeni oluşturulması ve mekânsal gelişmenin desteklenmesi öncelikli amaçlar olarak belirtilmiştir.

GAP EP (2014-2018), Kalkınma Bakanlığı ve GAP İdaresi koordinasyonunda; ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının görüş ve önerileriyle, kalkınma ajansları tarafından il ve bölge bazında derlenen yerel talepler dikkate alınarak hazırlanmıştır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ekonomik büyüme, sosyal gelişme ve istihdam artışı sağlayarak vatandaşlarımızın refah seviyesini artırmak, hayat standardını yükseltmek, huzur ve mutluluğunu sağlamak GAP Eylem Planı'nın temel amacıdır. Temelinde Kümelenme ile bölgeye emek yoğun sektörlerin başlarında yer alan Ayakkabı Sektöründen yatırımcıların çekilmesi hedeflenen proje, GAP Eylem Planının sorumlu kuruluş olarak Kalkınma Ajanslarını belirlediği **Ekonomik Kalkınmanın Hızlandırılması** ekseninde EK2.6'daki "**İşletmeler arası iş birlikleri ve kümelenme faaliyetleri desteklenecektir.**" eyleminin de gerçekleştirilmesine destek sağlayacaktır.

Yapılması planlanan proje ile, yukarıda bahsedilen ulusal ve bölgesel planların stratejileri ile uyumlu olarak hedef ve amaçlara ulaşılmasına destek olunacaktır.

Projenin Tamamlayıcılığı

Proje aynı zamanda İŞKUR'un bölgemizde yürütmekte olduğu etkin işgücü politikaları ve istihdam garantili iş edindirme eğitim programlarını tamamlayıcı niteliktedir.

5.2. Gerekçe

Projenin ilgili olduğu sorun alanı detaylı bir şekilde tanımlanacaktır. Sektörel ve bölgesel kalkınma açısından darboğazlar veriler ile ortaya konacak, projenin bu darboğazları aşmada ne tür faydaları olabileceği tanımlanacaktır.

Şanlıurfa'nın içerisinde yer aldığı TRC2 Bölgesi, 2008 yılında 12,1 milyar TL olan GSKD miktarı ile ülke toplam değerinin %1,7'sini oluşturmakta ve bu oranla Düzey 2 Bölgeleri arasında 17'nci sırada bulunmaktadır. Türkiye'nin fert başına GSKD'si 9.384 dolar olarak gerçekleşmişken, TRC2 Bölgesi'nde fert başına GSKD 3.724 dolar ile ülke ortalamasının yarısından daha az olarak gerçekleşmiştir. 2004, 2005 ve 2006 yılları GSKD miktarlarına bakıldığında bölgenin GSKD'sinin sürekli bir artış gösterdiği ancak bu artış oranının ülke genelindeki artış oranının gerisinde kaldığı görülmektedir.

2008 yılı bölge GSKD'sinin %61,9'unu hizmetler, %21,5'ini tarım, %16,6'sını sanayi sektörü oluşturmaktadır. 2001 yılından 2008 yılına gelindiğinde, bölgede hizmetler sektörünün payını arttırarak ülke değerine (%64,3) yaklaştığı, **sanayi payının ülke değerinin (%27,2) önemli ölçüde gerisinde kaldığı** ve tarım payının toplam değer içindeki payının azalmasına karşın büyük bir farkla ülke ortalamasının (%8,5) üzerinde olduğu görülmektedir.

TRC2 Bölgesi (Diyarbakır-Şanlıurfa) işgücü piyasasına baktığımızda 2004 yılına kıyasla İşgücü Katılma Oranının, İstihdam Oranının, İşsizlik Oranının ve Tarım Dışı İşsizlik Oranının daha düşük olduğu görülmektedir. TÜİK işgücü ve istihdam verilerine göre TRC2 Bölgesi istihdam oranı ve işgücüne katılımı 26 düzey 2 bölgesi içinde son sırada, işsizlik oranında da 16. sıradadır. Bunun yanında TRC2 Bölgesi kadınların işgücüne katılım oranının (%6,4) en düşük olduğu bölgeler arasında olması toplumsal refah ve ekonomik gelişme için önemli sorun alanlarından birini oluşturmaktadır.

TÜİK 2012 verilerine göre, TRC2 Bölgesinde sanayinin, hizmetler ve tarım sektörünün gerisinde kalması, bölge ekonomisi için dikkate değer bir olumsuzluk olarak değerlendirilmektedir. İstihdamın sektörel dağılımında, TRC2 Bölgesi'nde tarım sektörü istihdamı, toplam istihdamın %30,1'i ile ülke ortalamasının (%4,6) üzerinde; sanayi istihdamı %23,7'si ile ülke ortalamasının (%26,0) gerisinde ve hizmetler sektörü istihdamı %46,2'i ile ülke ortalamasının (%49,4) gerindedir. Bölgede hizmetler sektörünün hızla gelişmesinin yanında sanayinin **gelişimi yetersiz kalmaktadır**. TRC2 Bölgesinde istihdam edilenlerin sektörel

dağılımına bakıldığında, yıllar itibariyle tarım sektöründe istihdam oranında azalma olurken diğer sektörlerde artış olduğu gözlemlenmektedir. Yıllar itibariyle TRC2 Bölgesinde tarımdan kopan işgücünün büyük oranda hizmetlere kaydığı görülmektedir.

6. TASARIM

Tasarım başlığı altında talep analizinde ortaya çıkan kapasite öngörüsüne göre tasarlanan yapının teknik ve mimari özellikleri belirtilecektir. Yapım işlerinde tercih edilen yapım standartları ve kapalı alan miktarı, makine teçhizat alımında ise seçilen teknoloji ve kapasitenin talep tahminleriyle uyumlu olduğu bu bölümde ortaya konmalıdır.

Hızla artan nüfusu, devam eden kentleşme olgusu, büyük ölçüde altyapı ve Sanayi ihtiyacı nedeniyle, ülkemiz ekonomisinde inşaat sektörünün her zaman ağırlıklı bir yeri olmuştur. Bina yapım yöntemlerini geleneksel, rasyonel, prefabrike ve endüstriyel olmak üzere dört ana guruba ayırmak ve bu çerçevede incelemek mümkündür. Endüstrileşmenin temel amacı çok sayıda kaliteli ve ekonomik üretimdir. Dolayısıyla endüstrileşmiş bir yapı ürününün ortaya çıkarılmasında değişik teknolojik yapım yöntemleri uygulanabilir.

Bir yapıyı oluşturan belli başlı parçaların yapı öğelerin, tümünün ya da bir bölümünün daha önce üretimlikte işlenerek yapım alanına getirilmesini ve orada birleştirilerek binanın kurulmasını öngören yapım yöntemine "prefabrikasyon" denilmektedir. Hazır ürünlerin üretim adımını izleyen, bu ürünlerin bir bütün içinde ve rasyonel gerçekleştirme süreci kapsamında birleştirilmesine "**endüstrileşmiş yapı**" denilmektedir.

Yapı veya yapıları sistematik bir tasarım içerisinde tekrarlanabilir elemanlara ayırmak, çok sayıda elemanı fabrika koşullarında yüksek kalitede ve endüstriyel yöntemlerle üretmektedir. Üretilen her bir bağımsız yapı elemanı şantiyede uygun yöntemlerle birleştirilmektedir. Prefabrikasyon; planlamaya, programlamaya ve kontrole yatkın yapısı nedeniyle, inşaata yüksek hız, yüksek verimlilik ve yüksek kalite kazandırabilmekte ve sonuçta ekonomik olabilmektedir. Prefabrikasyon, yüksek kalite standardı ve hızlı yapım sağlamakla birlikte, ancak ekonomik olacak sayıda yapının üretimi söz konusu olduğundan maliyet etkin bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sanayi tesislerinde prefabrik karkas sistemlerinin ve beton elemanlarının kullanılmasının nedeni olarak prefabrikasyonla büyük açıklıkların ekonomik olarak geçilmesi ve tesislerin çok kısa bir sürede tamamlanarak faaliyete geçmesi şeklinde ifade edilebilir. Sanayileşme çabalarının gittikçe yoğunlaştığı ülkemizde, bu çabaların paralelinde endüstri yapılarına olan talep giderek artmaktadır. Günümüzde, özellikle tek katlı-geniş açıklıklı endüstri yapılarının üretiminde, betonarme prefabrike iskelet sistemler (bileşenlerinin kolay standardize edilebilmesi, kısa

zamanda üretilebilmesi ve ön yatırım maliyetinin düşüklüğü nedeniyle) sıklıkla tercih edilmektedir. Söz konusu üstünlüklerinden dolayı bu sistem; ülkemizde endüstri yapılarının üretiminde, %75 gibi yüksek bir uygulama oranına sahip bulunmaktadır. Yüksek taşıma maliyetleri, mevcut tesislerin taşınabilir yapılar talep merkezlerine yakın kurulmalarına yol açmaktadır. Hafif prefabrike yapılara olan talep ile bu alandaki teknolojik gelişmeler sürmektedir. Betonarme prefabrike iskelet sistemlerle tek katlı geniş açıklıklı ve çok katlı yapılar üretilebilmektedir. Ancak her iki üretim biçiminde, taşıyıcı sistem bütünü, eleman ve birleşim düzeyinde uygulanan çözümler ve sorunlar farklılaşmaktadır. Tek katlı geniş açıklıklı betonarme prefabrike sistemler ile üretimde; elemanlar fabrikada prefabrike olarak üretilerek, şantiyede montajı yapılmaktadır. Taşıyıcı sistem; kolon, kiriş ve çerçeve elemanlarından oluşmaktadır. Bu sistemde duvarlar; bölücü, gerektiği durumlarda ise rijitleştirici eleman konumundadır

Prefabrikasyon esaslı bir bina ile geleneksel yöntemlerle inşa edilen binanın maliyeti birbirine çok yakın olduğu söylenebilir. Konutlarda tercih edilmemesinin temel nedeni ise finansman hususudur. Prefabrikasyonla birkaç ayda bitirilebilen bir bina, geleneksel yöntemlerle 12 aydan uzun süre alabilmektedir. Uzun sürdüğü için de finansmanın sağlanması çok daha kolay olabilmektedir. Bu nedenle, bir bina yapım sisteminin doğru olup olmadığını anlamak için bazı kriterleri karşılayıp karşılamadığına bakılmalıdır. Buna göre, prefabrike inşaat teknolojilerinin değerlendirme kriterleri başlıca üç kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar Zorunlu, Koruyucu ve İhtiyari kriterlerdir. Mevcut prefabrike yapı bu kriterlere göre karşılaştırıldıktan sonra mevcut yapıda doğru ve yanlışlar çok daha tutarlı yaklaşımlarla ortaya konulmuş olacaktır. Zorunlu kriterler arasında TS 825'e göre ısı yalıtımı, yangına karşı direnç, titreşim, tesisat, ses yalıtım özelliği, rüzgâra ve depreme karşı direnç gösterilebilir. Koruyucu kriterler, daha ziyade ekonomik konuları, teknolojik özellikleri, insan gücü ve makine ihtiyaçlarını içermektedir. İhtiyari kriterleri ise montaj kolaylığı, inşaat-iklim ilişkileri, kaynak kullanımı, inşaat kapasitesi, deneyim ve kullanım tecrübesi birikimidir.

Prefabrikasyon; yönetim, organizasyon ve örgütlenmeye olanak sağlamaktadır . Prefabrikasyon lehine avantaj sağlayan çelik kalıbın birim elemana düşen maliyeti, ahşap kalıp ve iskele maliyetinin 1/6'sından daha da azdır. Başlangıç maliyeti olarak prefabrikasyon daha pahalı görünse bile, bitiş maliyeti açısından bir dizi ucuzluklar ve yararlar sağlamaktadır. Prefabrikasyonda inşaat kalitesi makinelerle; geleneksel inşaatlarda ise işçilik kalitesiyle sağlanmaktadır. Serbest piyasada eğitim düzeyi en düşük sektör inşaat sektörüdür. Prefabrike olarak üretilmiş kolonların tamamında birbirine çok yakın fiziksel özellikler sağlanmasına rağmen geleneksel yöntemlerde durum çok değişken ve çok daha düşündürücüdür.

Prefabrike inşaatın, özellikle endüstriyel ve/veya sanayi yapısı alanında tercih edilmesinin başlıca nedenleri arasında,

- ↳ İnşaat zamanının kısalığı,
- ↳ Beton gibi çok uzun ömürlü, yangın, korozyon, sıcaklık değişimi, rutubet, rüzgâr yükleri ve titreşimler gibi her türlü olumsuz çevre şartlarında bile gücünü yitirmeyen bir malzemenin kullanılması,
- ↳ Kalite kontrolün sağlanabilmesi nedeni ile oldukça yüksek dayanımlı C30 ve C40 sınıfı beton üretilebilmesi,
- ↳ Öngörme tekniklerine olanak sağlaması
- ↳ Geleneksel inşaata kıyasla daha ucuza mal olması
- ↳ Betonarme elemanlara istenilen şekil ve profiller verilebileceği için, mimar ve mühendislerin yaratıcı hayallerine uyabilen çok orijinal ve estetik yapılar elde edilebilmesi söylenebilir.

Tekniğine uygun olarak üretilmiş betonarme prefabrike yapı ve/veya elemanları, mevsim ve kötü hava şartlarından kolay kolay etkilenmemektedir. Hızlandırılmış beton kür uygulanması ile yüksek kaliteli beton kullanılmasına olanak sağlar, standartlaşmaya ve gelişmiş kalite kontrol tekniklerinin uygulanmasına elverişlidir. Öngerme tekniklerinin uygulanması halinde, geleneksel betonarme imalata göre,

- ↳ Daha az kesitlerle daha büyük açıklıkları geçmek,
- ↳ Sehim ve çatlak kontrollerinde iyi bir performans elde etmek ve
- ↳ Malzemedен azami tasarruf sağlamak mümkündür.

Yapılan planlamalar neticesinde 4 parsel alanda toplamda 65.750 m² taban alanlı inşaat çalışması projelendirilecektir. Ancak projelendirilecek alan 2 etap olup 5-6 nolu parseller değerlendirilecektir. Bu çalışma 5 ve 6 nolu parsellerde 65.715,14 m² arsa üzerine her biri 2.360 m² taban alanlı toplam 13 adet fabrika binası ve yine 1.527,00 m² taban alanlı 1 adet içerisinde sektöre tedarik sağlayacak firmalara kiralanacak dükkanlar ve sosyal tesis binası ve yine 512 m² taban alanlı 1 adet cami binası olmak üzere toplam 32.467,00 m² taban alanlı (asma kat ile birlikte 46.339,00 m²) inşaat çalışması; Prefabrikasyon yapım tekniği avantajları ile seri üretim yapılarak sanayicimizin hizmetine çok kısa sürede sunulacaktır.

7. PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI

Proje yürütücüsü kuruluşlar ve teknik kapasitelerine bu bölümde yer verilecektir.

Ayrıca proje uygulama programı aylık bazda gösterilecektir.

Proje Yürütücüsü Kuruluşlar: Şanlıurfa Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı, Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneğidir.

Şanlıurfa YİKOB ve Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi bünyesinde bulundurduğu konusunda uzman mühendis kadrosuyla; bu tarz işlerin projelendirmesi, ihale edilmesi ve kontrollük hizmetlerinin yürütülmesinde yeterli uzmanlık ve tecrübeye sahiptir. Projenin lansmanını ve projede yer alacak firmaların bulunması konusunda faaliyet yürütecek olan Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) sektörün en büyük sivil toplum kuruluşu olup Türkiye'nin en tanınmış ayakkabı markaları dahil olmak üzere yaklaşık 300 Ayakkabı İmalatı yapan üyeye sahiptir.

Projenin aylık bazda uygulama planının aşağı tablodaki gibidir.

Tablo 22: Proje Uygulama Planı

Faaliyetler	1. Ay	2. Ay	3. Ay	4. Ay	5. Ay	6. Ay	7. Ay	8. Ay	9. Ay	10. Ay	11. Ay	12. Ay
İnşaat ve Diğer Gerekli Üstyapı Projelerinin Hazırlanması	■	■										
Proje İhale Esas Yaklaşık Maliyet Dosyasının Hazırlanması		■										
Projenin İhale Edilmesi			■									
İnşaat ve Diğer Gerekli Üst Yapı Uygulama Çalışmalarının Yapılması				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Firmalara Yer Tahsislerinin Gerçekleştirilmesi										■	■	■

8. İŞLETME YAPISI

Yapımın tamamlanmasının ardından ortaya çıkan taşınmaz varlığın sahipliği, kim ya da kimler tarafından işletileceği belirtilecektir. İşletmenin sürdürülebilirliği bu bölümde irdelenecektir. Bu bölümde CMDP projelerinin değerlendirilmesinde özel önem arz etmektedir.

Projemizle Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. Kısım'da Ayakkabıcı Sanayi Alanı oluşturarak; sektörün yatırım bölgesi için seçtikleri Şanlıurfa'ya hızlı bir şekilde gelebilmelerini sağlamak üzere gerekli altyapı ve üst yapı çalışmaları tamamlanmış, kümelenmeyi destekleyecek ortak alanların yer aldığı ve ilk yatırım maliyetlerini düşürecek bir bölge oluşturmaya çalışılmaktadır. Bu sayede emek yoğun sektörlerin başında gelen ayakkabı sektörünün Şanlıurfa'da kümelenme modeli ile geliştirilmesi planlanmaktadır.

Bu kapsamda Şanlıurfa OSB, projenin gerçekleşeceği 2. Kısım 190 Ada 5,6, 7 ve 8 nolu parsellerin arsa düzleme işlemlerini 2015 yılında **2 milyon 394 bin TL**'ye ihale ederek 2016 yılında tamamlamıştır. OSB tarafından üst yapı inşaatlarına hazır hale getirilen bu alanı ücretsiz bir şekilde YİKOB'a devredecektir. Arsanın ve Projenin gerçekleşeceği yapılacak olan yapıların sahibi Şanlıurfa YİKOB olacaktır. İnşaat bitimi sonrası Ayakkabıcı Sanayi Alanı YİKOB, TASD ve Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi arasında imzalanacak bir protokol kapsamında Şanlıurfa OSB desteği ile YİKOB tarafından işletilecektir. YİKOB'a ait oluşturulacak olan üst yapılar YİKOB, TASD ve Şanlıurfa OSB tarafından oluşturulacak bir komisyonca belirlenen uygun bir kira bedeli üzerinden firmalara kiralanacaktır.

9. YAPIM MALİYETLERİ

Bu bölümde yapım süresi boyunca üstlenilecek yapım maliyetleri mümkün olduğu ölçüde kesin projelere dayanarak detaylı bir biçimde verilecektir. Başlıca yapım maliyetleri aşağıda sıralanmıştır.

a. Kamulaştırma giderleri

Mülkiyeti Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesine ait olan yatırım yerleri için herhangi bir kamulaştırma gideri söz konusu değildir.

b. Sabit sermaye yatırımı

Tablo 23: Etüt proje, mühendislik ve kontrollük giderleri

Sıra no	İşin adı	Harcama tutarı, TL	Notlar
1	Tüm Uygulama Projeleri	90.000,00 TL	Mimari, Elektrik, İnşaat, Mekanik vb. proje işlerine ödenecektir.
2	Yapı Denetim Giderleri	350.000,00 TL	Yapı Denetim Firmasına ödenecektir.
	TOPLAM	440.000,00 TL	KDV Dahil değil

Tablo 24: İnşaat giderleri (toprak işleri, altyapı, üstyapı, sanat yapıları vb.)

Sıra no	İşin adı	Harcama tutarı, TL	Notlar
1	İnşaat Maliyeti	40.750.000,00 TL	Toplamda 32.467 m ² taban alanlı (asma kat ile birlikte toplam 46339 m ²) inşaat ve diğer üstyapı uygulamaları yapım işi (İNŞAAT, ELEKTRİK, MAKİNE)
YAKLAŞIK TOPLAM (KDV Dahil Değil)			41.190.000,00 TL

3. Makine-teçhizat giderleri

Proje kapsamında makine teçhizat gideri bulunmamaktadır.

10. İŞLETME GELİR VE GİDERLERİ

İşletme döneminde ortaya çıkacak gelir ve giderler bu bölümde belirtilecektir. İşletme geliri sunulan mal ya da hizmetin satışı sonucunda kullanıcılardan alınacak ücrettir. Başlıca işletme giderleri ise aşağıda belirtilmiştir:

Yapılan binalar firmalara m²'si 30 TL'den yıllık olarak kiralanması planlanmaktadır. Ancak nihai kararı Proje ortakları tarafından oluşturulan Komisyon verecektir. (Kira Bedeli OSB'deki kiralama yapan firmalardan alınan bilgiler doğrultusunda belirlenmiştir). Her yıl da devlet tarafından yıllık hesaplanan Üfe ve Tüfe oranlarının ortalaması kadar kiralara zam yapılması planlanmaktadır. Bu şekilde hesaplandığında yapılacak olan 45647 m² (cami alanı çıkarılmıştır) kapalı alandan yıllık **1.369.410 TL** gelir elde edilmesi öngörülmektedir.

a. Malzeme Alımları

b. Personel Harcamaları

Proje kapsamında yapılacak olan tüm yapılar YİKOB'a ait olacağından ve OSB desteği ile YİKOB tarafından işletileceğinden dolayı ekstra bir personel harcaması öngörülmemektedir.

c. İdari harcamalar

Ekstra bir idari harcama öngörülmemektedir.

d. Bakım – Onarım

Orta ve uzun vadede gerekli bakım ve onarım işlemlerinin kiracılar tarafından üstlenileceği öngörülerek ekstra bir bakım ve onarım harcaması düşünülmemektedir.

e. Elektrik, su vb. ödemeleri

YİKOB tarafından yapılacak olan yapılar ayakkabı sektöründe yer alan firmalara kiralanacaktır. Bu kapsamda kiralama yapan firmalar yapacakları üretim kapsamında tükettikleri elektrik, su vb. giderleri kendileri ödeyecektir. Bu kapsamda ekstra bir elektrik, su vb. gider ön görülmemektedir.

11. EKONOMİK ANALİZ

Ekonomik analizde amaç projenin genel olarak kamuya getirdiği fayda ve maliyetleri ortaya koymaktır. Ekonomik analizde takip edilecek yöntemle ilişkin önemli unsurlar şunlardır:

Bölgede sanayileşme süreci, güvenliğin sağlanması ve siyasal istikrara paralel olarak son 10 yılda hız kazanmıştır. 2003 yılından itibaren, özellikle 2008 yılında, kurulan firma sayısında ciddi bir yükseliş görülmektedir.

1989 yılında kurulmuş olan Şanlıurfa OSB 1. Kısım'da, 459 hektar alana ve 253 sanayi parseline sahip olup burada yeni yatırımcılara tahsis edilecek alan bulunmamaktadır. 800 hektar alanda 246 sanayi parseline sahip Şanlıurfa OSB 2. Kısım'da 145 sanayi parselinin tahsisi gerçekleştirilmiştir. Altyapı çalışmaları devam eden Organize Sanayi Bölgesi 2. Kısım'a yoğun ilgi devam etmektedir. Yeni Teşvik Sistemi ile 6'ncı Bölgede yer alarak büyük bir avantaj yakalayan Şanlıurfa'ya yatırımcılar tarafından yoğun bir ilgi gösterilmektedir. Özellikle iş gücü maliyetleri destekleri kapsamında emek yoğun sektörlerin Şanlıurfa'yı adeta bir yatırım üssü olarak seçtikleri bugüne kadar gerçekleşen yatırımlardan ve gerçekleşecek olan projelerden net bir şekilde anlaşılmaktadır.

Özellikle bu proje için bize yol gösteren ve örnek aldığımız İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile yürüttüğümüz HOSAB (Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgesi) projesi çalışmaları hızla devam etmektedir. OSB Müdürlüğü ve İHKİB arasında 5 Nisan 2013 tarihinde imzalanan İş Birliği Protokolüyle, sektörün talepleri doğrultusunda hazırlanan proje kapsamın Şanlıurfa dışında 20'ye yakın firma bir seferde yatırıma başlayacak ve en az 5.000 kişilik (%50'si bayan) yeni istihdam yaratacaktır. 2015 yılı sonuna kadar tüm firmaların faaliyete başlayacağı öngörülmektedir. Proje daha hayata geçmeden Türkiye'de oluşturduğu olumlu etkiler kapsamında proje haricinde Hazır Giyim Konfeksiyon Sektöründe 5.500 kişinin çalışacağı 34 Teşvik Belgesi düzenlenmiştir. Proje ile de en az 5.000 kişilik istihdam yaratılacağı öngörülür ise toplamda sadece bu sektörde 10 ila 15 bin kişilik bir istihdam oluşacağı net bir şekilde görülmektedir. Aynı zamanda bu yatırımların ilçelere de yayılmakta olduğu ayrıca sevindirici bir durumdur.

Ayakkabı sektörü ile ilgili yapmayı planladığımız bu projenin de HOSAB projesine benzer bir etki oluşturacağını; proje ile kısa vadede 2.500 (%30 bayan), orta ve uzun vadede sektörde 10.000 kişilik yeni istihdam alanlarının oluşturulacağını yaşamakta olduğumuz süreçler ışığında edindiğimiz tecrübelerden görmekteyiz.

Gerek gençlerin gerekse de bayanların iş gücüne katılması ile birlikte aile içi gelir artışı yaşanacaktır. Bu da beraberinde tüketim harcamalarında artışı getireceğinden bölgede faaliyet gösteren esnaf ve diğer hizmet sektörü üzerinde pozitif yönde etkiler ortaya çıkaracak, buralarda da ek istihdam alanlarının oluşmasına katkı sağlayacaktır. Böylece Şanlıurfa'da kişi başına düşen gelirinde artış yönünde bir etki yaratacaktır.

Gelecek olan firmaların birçoğu ihracat yapmakta ve ülkeye döviz girmesine katkı sağlamaktadır. Yeni yatırımların Şanlıurfa'da olması ile birlikte Şanlıurfa'nın ihracat rakamlarında artış yaşanması beklenmektedir. Suriye'de yaşanan olumsuz olaylar nedeni ile yaşadığı ihracat

kayıplarını yeni gelen yatırımlar ile telafi etme fırsatı yakalayacaktır. (Suriye; 2010-80 Milyon Dolar, 2012-5 Milyon Dolar, 2013-40 Milyon Dolar)

Özellikle yeni yatırımlarla birlikte bu yatırımların ihtiyaç duyduğu, ambalaj, lojistik, yan sanayi, yemek, servis ve konaklama gibi sektörlerde yeni iş imkanları oluşacaktır. Bu sayede hali hazırda bu sektörlerde faaliyet gösteren firmaların iş hacimlerinin artması yönünde olumlu etkiler yaşanacaktır. Aynı zamanda fırsatları değerlendirecek yeni girişimlerin yaşanması ile birlikte girişimciliğin gelişmesine olumlu yönde katkılar sağlayacaktır.

Kümelenme mantığı ile gerçekleştirilmeye çalışılan proje ile sektördeki firmalarda orta ve uzun vadede iş birliği kültürü, verimlilik, yenilikçilik ve birlikte rekabet etme gibi alanlarda gelişmelerin yaşanmasına olumlu yönde katkı sağlanacaktır. Böylece firmaların küresel pazarlardan pay almaları sağlanacaktır.

a. Projenin ekonomik ömrü 20 yıl olarak kabul edilecektir.

PROJENİN YATIRIM ÖZETİ	
Yatırım Konusu	Ayakkabıcılar Sanayi Bölgesi Projesi (AYOSB)
Yatırım Yeri	Şanlıurfa Organize Sanayi Bölgesi 2. Kısım
Yatırımın Kapasitesi	Toplamda 32.467 m² taban alanlı (asma kat ile birlikte toplam 46339 m ²) inşaat ve diğer üstyapı uygulamaları yapım işi) tabanda kapalı alan inşası ve diğer üstyapı uygulamaları
Toplam Yatırım Tutarı	41.190.000,00 TL
Yatırım Süresi	<i>12 Ay</i>
Kapasite Kullanım Oranı	%100
Yatırımın Geri Dönüş Süresi	<i>7 Yıl</i>
Ekonomik Net Bugünkü Değer	8.891.156,00 TL
İç Verim Oranı	%10,45 (20 yıla göre hesap edilmiş)

Projenin ekonomik ömrü 20 yıl kabul edilmiştir, fakat 10 yıllık yatırım planlaması üzerinden ekonomik analiz yapılmıştır. Yapılan binalar firmalara m²'si 30 TL'den yıllık olarak kiralanacaktır. Her senede devlet tarafından yıllık hesaplanan ÜFE ve TÜFE oranlarının ortalaması kadar kiralara zam yapılması planlanmaktadır. Bu şekilde hesaplandığında yapılacak olan 45647,00 m² (cami alanı çıkarılmıştır) kapalı alandan yıllık **1.369.410,00 TL** gelir elde edilmesi öngörülmektedir.

b. Yapım maliyetleri ile işletme gelir ve giderleri vergi vb. dış etkenlerden arındırmak amacıyla 0.8 ile çarpılarak hesaplamalarda kullanılacaktır. Maliyetler sabit fiyatlarla hesaplanacak, enflasyon hesaba katılmayacaktır.

İlgili madde uyarınca Yapım Maliyetleri (44.808.202,23 TL) 0,8 ile çarpıldığında 35.8466.561,85 TL olarak; İşletme Gelirleri de (1.369.410,00 TL) 1.905.52800 TL olarak hesaba dahil edilmiştir.

c. Projenin kamu menfaati açısından bölgesel gelişme, çevre, insan sağlığı ve verimlilik gibi konularda neden olacağı olumlu ve/veya olumsuz etkiler mali açıdan ölçülebildiği takdirde hesaplara dahil edilecektir.

Proje kapsamında 2.500 yeni istihdam öngörülmektedir. Teşvik kapsamında istihdam edilecek olan bu kişilerin gelirleri direk bölgede kalacağı için hesaplara projenin getirisi olarak dahil edilmiştir. Çalışanların tamamının asgari ücret üzerinden çalıştırıldığı öngörüldüğünde Projenin yıllık getirisi aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

Aylık Net Asgari Ücret: 2.324,70 TL (Asgari Geçim İndirimi eklenmiştir.)

$2.500 * 2.324,70 * 12 = 69.741.000,00$ TL/Yıl Kente bir gelir girişi olacaktır ve bölgesel gelişime katkı sağlayacaktır. Ancak bu projenin hesaplamalarına dahil edilmemiştir.

Brüt Asgari Ücret (3458,03 TL) üzerinden Teşvik Kapsamında muaf tutulan Sigorta Primi İşveren Payı (456,17 TL), Sigorta Primi İşçi Payı (412,02 TL), Gelir Vergisi Stopajı (154,50 TL) desteği tutarlarını ve işçiye ödenen net ücreti düşer isek (2.324,70 TL) devlete ödenecek vergi gelirini hesaplayabiliriz.

$3458,03 - (456,17 + 412,02 + 154,50 + 2324,70) = 110,64$ /ay kişi başı aylık vergi geliri

$2.500 * 110,64 * 12 = 3.319.200,00$ TL/Yıl Devletin Vergi Kazancı olacaktır. Direk vergi gelirleri olduğundan projenin hesaplarına dahil edilmiştir.

d. Projenin mali açıdan ölçülmesi mümkün olmayan faydaları varsa belirtilecektir.

Kümelenme Modeli ile Rekabet Edebilme

Türkiye’de 2000’li yılların başında yaygınlaşmaya ve uygulama alanı bulmaya başlayan kümelenme çalışmaları, özellikle son yıllarda ciddi bir artış göstermiştir. Kümelenme, ulusal ve bölgesel rekabetçiliği artıran bir yaklaşım olduğu için dünyada birçok ülkede sıklıkla kullanılan bir politika aracı haline gelmiştir. Kümelenme konusunda geçmişte çeşitli analiz çalışmaları ve Avrupa Birliği projeleri uygulanmış olmakla birlikte konuya ilişkin kapsamlı çalışmalar Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007- 2013) döneminde başlatılmıştır.

Diğer taraftan “Sanayi Strateji Belgesinde (2011-2014), kümelenmenin sanayi politikalarının önemli bir aracı olduğu benimsenmekte ve bu kapsamda Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve Kalkınma Ajanslarının destek mekanizmalarının geliştirileceği vurgulanmaktadır. Ayrıca, Türkiye için orta ve yüksek teknolojili sektörlerde Avrasya'nın üretim üssü olma gibi iddialı bir hedef de ortaya konulmuştur. Söz konusu hedefe ulaşmak için kümelenme uygulamalarının kullanılması son derece önem arz etmektedir

Kümeler “belirli bir iktisadi değerin oluşmasına yönelik, birbirleriyle etkileşim içinde faaliyet gösteren firma, kurum ve kuruluşların meydana getirdikleri coğrafi yoğunlaşmalar” olarak addedilmekte olup, özellikle yenilikçiliğe ve verimliliğe olan katkılarıyla ulusal ve bölgesel rekabet gücünün artırılmasını sağlamaktadır. Bu proje ile Ayakkabı Sektörü için kümelenme çalışmaları ile ilgili bir altyapı da hazırlanacaktır. Oluşturulacak bölge aynı sektörde yer alan firmalar için ortak kullanım alanları öngörülmekte ve mekânsal yakınlık ile etkin iletişim ortamı sağlanacağı ve firmaların beraber rekabet edecekleri bir ortam oluşacağı öngörülmektedir.

Projenin Organize Sanayi Bölgesinde Yapılmasının Getireceği Avantajları

- ↳ OSB'ler, belirli bir arazi parçası üzerinde sanayi kuruluşlarından oluşan, altyapısı tamamlanmış olan alanlardır. OSB'ler aracılığı ile girişimcilere uygun koşullarla fabrikalarını kurma imkânı sağlanmaktadır.
- ↳ OSB'ler, sanayi işletmelerinin belirli bir plan dâhilinde bir arada yerleşmelerinin sağlanmasıyla **çarpık kentleşmenin/sanayileşmenin mekânsal ve halk sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini** azaltmaktadır.
- ↳ OSB'ler, sanayicilere yatırım ortamı sağlayarak, üretimde ve istihdamda artışa hizmet etmektedir.
- ↳ OSB'lere verilen teşvik ve destekler, yatırımcıların **ilk yatırım maliyetlerini** düşürerek, yatırımcıların yatırım yapma eğilimlerini artırmaktadır.
- ↳ Sanayiciler için gerekli olan birçok kamusal hizmetin (**izinler, ruhsatlar, abonelikler, tapu işlemleri gibi**) OSB Bölge Müdürlükleri tarafından sunulmasıyla, yatırımcılara önemli kolaylıklar sağlanmaktadır. Böylece yatırımcıların **enerjilerini, bürokratik işlemlerle harcamaları** engellenmektedir.
- ↳ OSB'ler aracılığıyla sanayicilerin mekânsal olarak bir alanda yoğunlaşmasını sağlayarak, **bilgi ve deneyim paylaşımı aracılığıyla olumlu ekonomik dışsallıklar** elde edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, OSB'lerde faaliyet gösteren **firmalar arasındaki bilgi ve deneyim paylaşımı** firmalara önemli katkılar sağlamaktadır.

e. Projenin diğer sektörlerde meydana getireceği dışsallıklar da fayda ve maliyet olarak hesaplamalara dahil edilecektir.

f. Analizde net fayda ve maliyetler kullanılacaktır. Projenin fayda ve maliyetleri hesaplanırken projenin yapılmadığı durumdaki fayda ve maliyetler analizde dikkate alınacaktır.

g. Projenin Ekonomik Net Bugünkü Değeri (ENBD) aşağıdaki formülle hesaplanacaktır:

$$ENBD = \frac{S_0}{(1+i)^0} + \frac{S_1}{(1+i)^1} + \dots + \frac{S_n}{(1+i)^n}$$

Formülde S_n , n'inci yıldaki fayda ve maliyet arasındaki farkı (net fayda), i indirgeme oranını simgelemektedir n projenin ekonomik ömrüne eşittir. i ekonomik analizde yüzde 9 alınacaktır.

Net Bugünkü Değer Hesaplaması Toplam Gider ve Gelir farkları (Net Fayda) üzerinden hesaplanmıştır. İndirgeme oranı 0,08 olarak alınmıştır.

ENBD>0 olduğundan (ENBD=17.099.8487,63 TL) proje kabul edilebilir projedir. Ayrıca yatırımın gerektireceği para çıkışı ile ekonomik ömrü boyunca sağlayacağı para girişini eşitleyen iskonto oranı (İç verim oranında $r:0,09$ kabul edildiğinde) olarak bilinen iç verim oranı ise %10,45'tir.

12. FİNANSAL ANALİZ

GİDER	İnşaat Dönemi	İşletme Dönemi								
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
A. Yapım Maliyetleri (0,8 ile Çarpılmış)	35.846.561,85	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B. İşletme Sermayesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOPLAM GİDER	35.846.561,85	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GELİR										
A. İşletme Gelirleri (0,8 ile Çarpılmış)	0	1.095.528	1.095.528	1.095.528	1.095.528	1.095.528	1.095.528	1.095.528	1.095.528	1.095.528
B. Devlete Vergi Gelirleri	0	3.319.200	3.319.200	3.319.200	3.319.200	3.319.200	3.319.200	3.319.200	3.319.200	3.319.200
TOPLAM GELİR	0	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728
TOPLAM GELİR-GİDER FARKI (Net Fayda)	-35.846.562	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728	4.414.728
	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(1+i)^t	1	1,09	1,1881	1,295029	1,41158161	1,538623955	1,67710011	1,82803912	1,99256264	2,171893279
1/(1+i)^t	1	0,91743119	1,10781291	1,11806847	1,1293552	1,141787558	1,15549477	1,17062313	1,18733875	1,205830763
S*1/(1+i)^t	35.846.561,85	4.050.209,17	4.890.692,68	4.935.968,18	4.985.796,03	5.040.681,50	5.101.195,11	5.167.982,73	5.241.777,62	5.323.414,83
ENBD	8.891.156,00									
Yatırım Geri Dönüş Süresi	10 Yıl									

Tablo 25: Finansal Analiz Tablosu

13. RİSK/ DUYARLILIK ANALİZİ

↓ Şiddet Olasılık →	Az (1)	Orta (2)	Ciddi (3)
Az (1)	Hafif (1)	Tolere Edilebilir (2)	Orta Derece (3)
Orta (2)	Tolere Edilebilir (2)	Orta Derece (4)	Yüksek Risk (6)
Ciddi (3)	Orta Derece (3)	Yüksek Risk (6)	Tolere Edilemez (9)

Tablo 26: Risk Değerlendirmesi

Risk ile ilgili varsayımlar

1. Müşteri ve pazar bulunamaması (Ciddi),
2. Kapasiteye ulaşamaması (Orta derece),
3. Kaliteye ulaşamaması (Ciddi),
4. Rekabetçi önlemlerin alınamaması (Ciddi),
5. Öngörülemeyen yeni yatırımların olması (Ciddi),
6. Finansal analizlerde elde edilen değerlerin, proje girdilerinde ve beklentilerinde değişiklik olması halinde nasıl etkileneceğinin belirlenmesi için duyarlılık analizleri yapılarak risk değerlendirmesi yapılmıştır.

Bu risk değerlendirmesi kapsamında, özellikle gelirleri etkileyecek talep sayısı parametresinde gerçekleşebilecek değişikliklerle ilgili risk analizleri yapılmıştır. Talep sayısındaki düşüş ile birlikte işletme gelirlerinde düşüş yaşanması proje için ciddi bir risk teşkil etmektedir.

Önlemler

1. Katılımcı bulunamaması riskini bertaraf etmek üzere aşağıdaki önlemler alınacaktır:
 - Bölgenin bilinirliği arttırılacak, farkındalık çalışmaları yapılacaktır.
 - Bölgenin sağladığı teşvik imkânlarından faydalanılacak ve yatırımcıların bu teşviklerden faydalanması için yardımcı olunacaktır. Bölgeye gelecek yatırımcıların nitelikli eleman istihdamı karşılanacaktır.
 - Markalaşmış büyük firmalar ile görüşülerek bölgeye gelmeleri sağlanacaktır.

➤ İş-Kur İl Müdürlüğü ve meslek okulları ile ortak çalışmalar yapılarak ayakkabı sektörüne yönelik özel uygulamalar düzenlenecek ve iş gücü ihtiyacı için altyapı oluşturulacaktır.

2. Kapasiteye ulaşılamaması riskini bertaraf etmek üzere aşağıdaki önlemler alınacaktır.

➤ Küreselleşen Dünya’da, insanların ayakkabıyı moda aracı ve statü göstergesi olarak tanımlaması(görmesi), tasarım odaklı ayakkabı tüketimini artırmaktadır. Artan tüketim ihtiyacını karşılamaya çalışan sektörde vasıflı ve nitelikli işgücüne olan ihtiyaç da artmaktadır. 7’den 70’e herkesin kullanmak zorunda olduğu bir ürün olan ayakkabı talebin her geçen gün artmasına ve yatırım yapılacak sektörde kapasiteye ulaşılmasını sağlayacaktır. Bu sorunun çözümüne yönelik atılacak en önemli adımlardan biri, dünyadaki pek çok pazar da görüldüğü gibi kaliteli ve ihtiyaçlara hitap eden (tasarım odaklı) ürünler üretilerek talebin artması sağlanarak kapasite artışı sağlanacaktır.

➤ Sektörde uygulama alanında sorumluluğu olan kurum ve kuruluşlar arasında yeterince iş birliği bulunmamaktadır. Yapılacak yatırımlar ile birlikte uygulama alanında sorumluluğu olan kurum ve kuruluşlar iş birliği içerisine girerek sürekli iş birliği halinde olacaklar ve ürünlere olan talepte artış sağlayacaklardır. Bu da yatırımın kapasitesini artıracaktır.

➤ Yatırımın verimliliği, performansı, rekabet yeteneği, geleneksel üretim sürecinden makineleşmeye geçmesi, sektördeki üretim kapasitesini artıracaktır.

➤ Sektörde kullanılan makinelerin teknolojik gelişmelerinin yakından takibi sağlanarak dünya standartlarında uygulamalar yapılarak müşteri sayısı artırılacaktır.

Bu önlemlerin alınması ile birlikte aşağıdaki kalite riskinin bertaraf edilmesi için alınacak önlemlerde merkezin kapasitesini artırmaya yönelik adımlardır.

3. Kaliteye ulaşılamaması riskini bertaraf etmek üzere aşağıdaki önlemler alınacaktır.

➤ Ürün geliştirme faaliyetleri, ürün piyasalarının mevcut ve gelecek ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde Ulusal Meslek Standartları’na göre hazırlanacak ve güncellenmesi sürdürülecektir.

➤ Nihai çıktıları esas alan yeterince objektif kriterlere dayalı bir ölçme ve değerlendirme sistemi oluşturulacaktır.

➤ Uluslararası tasarım ve üretim merkezlerinin faaliyetleri ve ulusal tasarım ve üretim merkezlerinin yapılacak yatırım ve üretilen ürünler için bir model oluşturması sağlanacaktır.

➤ Üretilen ürünlerin en çok talep edilenleri için bir ürün haritası oluşturulacak ve hangi ürünün hangi bölge de daha çok talep edildiğini bu haritalardan görerek pazara bu bilgiler dâhilinde yönelme olacaktır.

➤ Çalışan personelin serbest, yaygın ve örgün öğrenme yoluyla kazandıkları bilgi, beceri ve yetkinlikleri değerlendirilerek personelin motivasyonu için gerekli tüm çalışmalar yapılacaktır.

➤ Personelin uluslararası hareketliliğini ve mesleğiyle ilgili küresel gelişmeleri takip etmeleri sağlanacaktır.

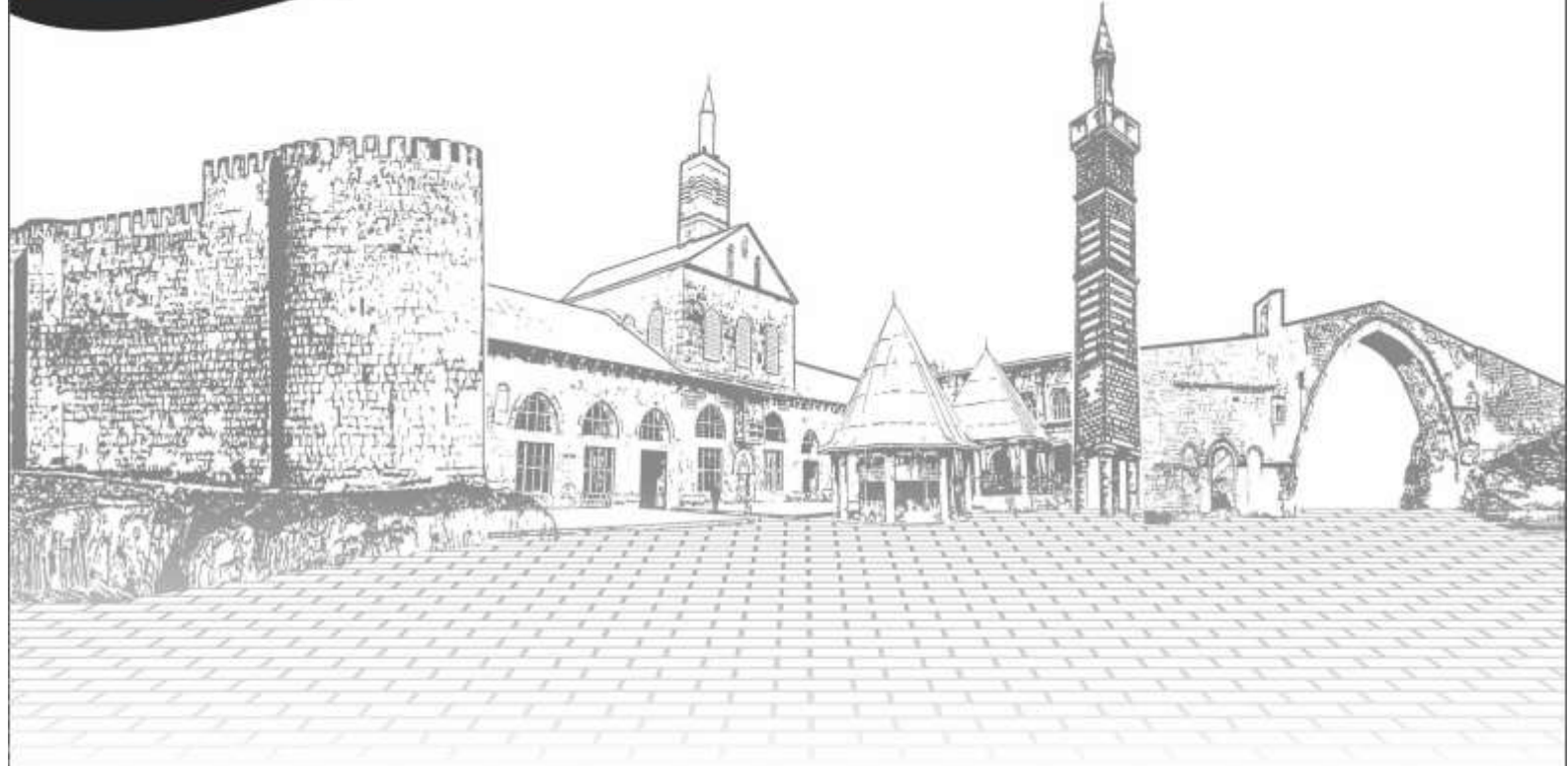
➤ Türkiye'nin sürdürülebilir ekonomik ve sosyal gelişmesini sağlayacak, küresel rekabette yerini alması ve yeni yatırımlar için harcanan ekonomik kaynakların daha etkili ve verimli kullanılması için yatırımları çıktı kontrollü ve kalite kriterlerine dayalı hale getirecek kalite güvence sistemine uygun yeni yatırımlar yapılması sağlanacaktır.

4. Rekabetçi önlemlerin alınamaması riskini bertaraf etmek için üretim kalitesini sürekli artıracak adımlar atılacak, ulusal ve uluslararası ürün standartları yakından takip edilerek iş birliği yapılacaktır.

Öngörülemeyen yeni yatırımların olması durumunda; konuyla ilgili yatırımlar yakından izlenecek ve bu yatırımların önünde gidecek rekabetçi yatırım tedbirleri alınacaktır.

KAYNAKÇA

1. TÜİK Hane Halkı Tüketim Araştırması, 2020
2. Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi, 2020
3. TÜİK, Sanayi Ürünleri Yıllık Üretim ve Satış İstatistikleri, 2013-2017
4. 2017 World Footwear Yearbook, APICCAPS, 2017
5. Ticaret Bakanlığı 1.01.2001-31.01.2018 tarihleri arasında düzenlenen yatırım teşvik belgeleri
6. Malatya Ticaret Odası, 2019
7. Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, 2020



"Bu çalışmanın içeriğinden sadece Şanlıurfa Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı sorumludur ve bu içeriğin herhangi bir şekilde T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının veya Karacadağ Kalkınma Ajansının görüş ya da tutumunu yansıttığı mütaala edilemez."

Proje adı: Ayakkabı İmalat Üssü Yatırım Fizibilitesi

Söz. No: TRC2/18/FD/0032



KARACADAĞ
KALKINMA AJANSI • DEVELOPMENT AGENCY



YİKOB
ŞANLIURFA

Veysel Karani Mah. Darcın Sk. No:10 Kat: 3-4-5

Haliliye / ŞANLIURFA

Tel: 0414 313 47 46 • 313 81 90 **Fax:** 0414 313 88 68

E-posta: bilgi@sanliurfayikob.gov.tr