



AYAKKABI PAZAR ARAŐTIRMASI VE ÜRÜN RAPORU

**DIŞ TİCARET VE ULUSLARARASI
İLİŐKİLER BİRİMİ**

2024

Dünya Ülkelerinin Ayakkabı Sektöründeki İhracat ve İthalat Karşılaştırmaları

Dünya ticaretindeki gelişmelere bakıldığında, ilk 15 ithalatçı ülke hariç, rekabetin düşük olduğu; İsrail, Suudi Arabistan ve Katar gibi güçlü pazarlar göze çarpıyor. Latin Amerika ülkeleri arasında ise ithalatı 18 milyon dolar ile 325 milyon dolar arasında bulunan birçok ithalatçı var. Şili ve Brezilya, yüksek ithalat rakamları ile başı çeken, potansiyel pazar olarak araştırılması ve tanıtım yapılması gereken bu ülkelerden sadece birkaçı. Uzakdoğu'da ise Singapur, Malezya, Tayland gibi ciddi ithalat yapan ülkeler mevcut.

Dünya ayakkabı üretiminin %87'si Asya ülkeleri ile karşılanmaktadır. Dünyanın en büyük ayakkabı tüketicisi, üreticisi ve ihracatçısı Çin'dir. Çin, Asya kıtasının söz konusu üretiminin yaklaşık %70'ini gerçekleştirmektedir. ABD ayakkabı ithalatı ile dünya da birinci sıradadır. ABD ile rekabette olan diğer ülkeler ise Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, İngiltere, Japonya ve İspanya'dır.

2023 yılında; Dünyada ayakkabı ihracat miktarı, Çin 53,3 milyar dolar, Vietnam 31,1 milyar dolar, İtalya 14,4 milyar dolar, Almanya 11,2 milyar dolar, Belçika 8,3 milyar dolar ayakkabı ihracatı gerçekleştirmiştir. En büyük 10 ihracatçı ülke arasında 7 Avrupa ülkesi vardır: İtalya, Belçika, Almanya, Hollanda, Fransa, İspanya ve Polonya bu sıralamada yer almaktadırlar. Üretimin çok ucuz olması ucuz el emeği ile doğru orantılı olarak devam etmektedir. Her tip ayakkabı yapıla bilindiği gibi temel ihtiyaç kalemlerinden biri olan da spor ayakkabılarıdır. Son yıllarda günden güne artan deri işleme tesisleri ile birlikte deri ayakkabılarının oranı hızla artarak devam etmektedir. Bu artış neticesinde yüksek kaliteli ve moda ürünleri üretilmemektedir. Deri ayakkabılarda işletme sayısı açısından en büyük payı %72 ile bayan ayakkabılar ve baylar için üretilen saya abiye ayakkabılar almaktadır, çalışan sayısının da fazla olduğu bu ürün grubu alt sektörde ağırlıklı üretime sahiptir.

TÜRKİYE'DE AYAKKABI ÜRETİMİ



1950 yılından itibaren küçük sanayi görünümünü kazanmaya başlayan ayakkabı sanayi, son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Özellikle 1980'li yıllarda sektörde yapılan ve oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları sanayileşmesini sağlamıştır.

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. Türkiye'de ayakkabı sanayiinde tesisler İstanbul, İzmir, Gaziantep, Konya, Hatay, Isparta, Ankara ve Trabzon gibi illerde yoğunlaşmaktadır. Her il genellikle belli bir ayakkabı türünde daha çok uzmanlaşmış bulunmaktadır. Örneğin, genellikle İzmir kadın ve çocuk ayakkabıları, Konya ve Gaziantep erkek ayakkabıları üretimine daha fazla yönelmiştir.

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. Son yıllarda tasarıma yönelen Türk ayakkabı sektöründe modaya 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.

TÜRKİYE'DE SEKTÖRÜN DURUMUNA GENEL BAKIŞ



Türkiye'de ayakkabı imalat endüstrisi 2019 yılında 3,2 milyar dolarlık hacme ulaşmıştır. 2030 yılına kadar yıllık ortalama %7,1 büyümesi öngörülen sektörün büyüklüğünün 2030 yılında 6,8 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Türkiye'nin deri ve deri ürünlerinden en yüksek payı alan ayakkabıdaki ihracat artışı yıllık bazda yüzde 22,9 olmuştur.

İhracat

Ayakkabı sanayinde sahip olunan avantajlarla birlikte 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; 2011 yılında 441,2 milyon dolar olan ihracat, 2019 yılında 958,2 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2020 yılına gelindiğinde pandeminin etkisiyle sektörün ihracat rakamının 829,4 milyon dolar olduğu görülmektedir. 2021 yılında ayakkabı ihracatımızda bir toparlanma yaşanmış olup, 2023 yılında ayakkabı ihracatımız 1,2 milyar doların üzerine çıkmıştır.

Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (Bin Dolar(\$))

YILLAR	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
DEĞER	441.246	545.923	723.219	719.258	670.432	704.163	765.970	887.674	958.237	829.418	1.081.828	1.310.727	1.268.682

Birim: Bin Dolar

Kaynak: TradeMap

TÜRKİYE AYAKKABI İHRACATI



Türkiye'nin en çok ayakkabı ihraç ettiği ülkeler arasında 153,5 milyon dolarla Rusya başı çekmiştir. 2023 yılında, 2022'ye göre %53 artışın yaşandığı Rusya'nın toplam ihracattan aldığı pay %12 olarak gerçekleşti. Rusya'yı 98,5 milyon dolarla Almanya, 76,8 milyon dolarla Irak, 49,4 milyon dolarla İtalya, 41,7 milyon dolarla Romanya takip etmiştir. Sektör içinde potansiyeli en yüksek ülkeler Irak, ABD ve Çin'dir.

İthalatçılar	2019	2020	2021	2022	2023
Dünya	958.454	829.448	1.081.892	1.310.742	1.268.682
Rusya	105.494	65.586	82.915	100.089	153.493
Almanya	59.087	59.961	73.800	106.099	98.507
Irak	71.638	63.767	76.926	71.250	76.803
İtalya	28.294	25.157	31.930	53.038	49.442
Romanya	40.301	33.492	42.129	53.321	41.779
İngiltere	25.681	23.579	30.445	40.613	40.732
Kazakistan	15.280	13.760	19.858	25.216	36.035
Polonya	21.772	19.357	25.006	44.554	35.099
Azerbaycan	16.351	12.401	26.143	22.385	34.865
Suudi Arabistan	46.956	22.978	2.215	10.089	33.418

Birim: Bin Dolar

Kaynak: TradeMap

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.

TÜRKİYE AYAKKABI İTHALATI



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 sonrada ithalatın azalma trendi devam etmiş olup, 2021 yılında Türkiye'nin ayakkabı ithalatı 587 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılına gelindiğinde ayakkabı ithalatımızda artış yaşanmış olup, 962 milyon dolar değerinde ayakkabı ithalatı yapılmıştır ve bu artış 2023 yılında da ivmelenerek devam etmiş 1,4 milyar dolar değerine ulaşmıştır. 2014 yılında ayakkabı ithalatında uygulanmaya başlanan ilave gümrük vergisi ile yerli ayakkabı üretimi koruma altına alınmıştır. Nitekim 2014 yılından sonra ayakkabı ithalatında bir azalış trendi olduğu görülmüş ancak bu durum 2023 yılında tersine dönmüştür.

Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı (Bin Dolar(\$))

YILLAR	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
DEĞER	871.463	863.682	992.947	953.894	794.566	734.370	676.126	622.793	539.194	498.033	587.849	962.009	1.416.207

Birim: Bin Dolar

Kaynak: TradeMap

TÜRKİYE ÜLKE BAZLI AYAKKABI İTHALATI



Ayakkabı ithalatımızın %33,1'i Çin'den yapılmaktadır. Bu ülkeden yapılan ithalat 2021 yılına kıyasla %41.5 oranında artmıştır. Ayakkabı ithalatımızda Vietnam %23,8 oranında pay ile ikinci sırayı almaktadır.

Dünya ayakkabı üretimi içinde ilk üç ülke arasında bulunan ve dünya ayakkabı modasına yön veren İtalya ayakkabı ithal ettiğimiz ülkeler arasında üçüncü sırada gelmektedir. Endonezya, Kamboçya, Hindistan ve İspanya ise ayakkabı ithal ettiğimiz diğer önemli ülkelerdir.

İhracatçılar	2019	2020	2021	2022	2023
Dünya	539.197	498.039	587.849	962.051	1.416.207
Çin	156.558	147.755	186.240	318.620	421.625
Vietnam	138.497	129.205	138.657	228.500	407.433
İtalya	98.939	86.578	110.920	159.982	235.755
Endonezya	55.107	45.987	43.667	87.287	142.906
Kamboçya	11.922	11.453	12.596	21.861	32.713
Hindistan	11.614	8.321	8.571	19.002	29.021
Portekiz	8.639	7.852	9.035	10.929	18.545
İspanya	8.600	10.215	13.530	16.195	17.772
Almanya	6.984	6.973	9.315	12.957	17.575
Bangladeş	9.553	8.377	7.447	15.244	13.832

Birim: Bin Dolar

Kaynak: TradeMap

TÜRKİYE'NİN AYAKKABI SEKTÖRÜNDEKİ ÜLKELERLE İTHALAT VE İHRACAT SAYILARI



Türkiye'nin Irak ve Suudi Arabistan'a yapılan ihracatı büyük bölümü kauçuk veya plastik ayakkabılar oluşturmaktadır. Irak ve Suudi Arabistan'a yapılan ortalama birim fiyat ise 2,32 ve 3,13\$ ile birlikte Türkiye'nin 5,17\$ lık ortalama birim fiyatının altında kaldığı görülmektedir. Irak ve Suudi Arabistan Türkiye'nin ayakkabı ihracatında sırası ile %12,3 ve %7,1 lik bir paya sahiptirler.

Türkiye'nin Almanya ile yaptığı ihracat Almanya'nın toplam ayakkabı ithalatının ancak ikisini oluşturmaktadır. Almanya ithalatında ortalama birim fiyat ise 12,94\$ olduğu hesaplanırken Türkiye bu rakamın yarısına bile yaklaşmamaktadır. Ayrıca deri ayakkabı alt ürün grubu bu ülkeye yapılan ihracatın yaklaşık olarak yarısını oluşturmaktadır.

Türkiye'nin Fransa'ya ihracatı Fransa'nın toplam ayakkabı ithalatının ancak binde üçünü oluşturmaktadır. İhracatın ağırlıklı bölümü ise kauçuk ve plastik ayakkabılar olarak kayıtlara geçmektedir. Türkiye'nin bu ülkeye yaptığı ihracatta ortalama birim fiyat 5\$ olarak kayıtlara geçerken bu ülkenin ortalama ithalat birim fiyatının 12,62\$ olması birim fiyatımızın altında olmasının yanında kalmayıp, Türkiye'nin ortalama ihracat birim fiyatından da düşüktür.

Çin'in Türkiye ile yaptığı ihracatın yarısı kauçuk ve plastik ayakkabılardan, geri kalan malzemeler ise deri tekstil ayakkabılardan oluşmaktadır. Türkiye'nin Çin'den yaptığı ithalat toplam ithalatının %56,2'sini oluştururken bu ülkenin toplam olarak ihracatındaki payı ise %1 dir.

Vietnam'ın Türkiye'ye ihracatı hesaplanan veriler doğrultusunda toplam ithalatının %13,3'ünü, bu ülkenin toplam ihracatının ise %2'sini oluşturmaktadır. Türkiye'nin Vietnam'dan yaptığı ithalatın yarısını deri ayakkabılar ve dörtte birinden fazlasını ise tekstil ayakkabılar oluşturmaktadır.

TÜRKİYE'NİN BÖLGESEL OLARAK AYAKKABI SEKTÖR ANALİZİ



Türkiye ayakkabı sanayisinin başlıca üretim merkezleri İzmir ve İstanbul'dur. Ayakkabı sanayisi bu iki büyük şehrin yanı sıra Konya, Bursa, Ankara, Gaziantep, Manisa ve Denizli gibi iller de de önemli derecede üretimler yapılmaktadır.

Türkiye düşük kalite/fiyat kategorisinde ayakkabı ihraç ederken, yüksek kaliteli/fiyatlı ayakkabı ithal etmektedir. Genel olarak İzmir, İstanbul ve Ankara'dan sonra en fazla ayakkabı ihraç eden üçüncü il, en fazla ithalat yapan ikinci il konumundadır. Genel olarak ayakkabı sanayisinin dünya piyasalarında yer alan önemli ülkeleri, dikkate alarak yeni bir stratejiye ihtiyacı olduğu söylenmektedir.

Düşük fiyat ve düşük kalite gibi alt gelir gruplarına yönelik ayakkabı üretiminde Türkiye'nin diğer ülkeler ile rekabet etmesi zor görünmektedir. Bu nedenler doğrultusunda üst gelir gruplarına yönelik yüksek katma değerli deri ayakkabı üretiminin hedeflendiği yeni bir stratejiye ihtiyaç vardır.

Sektörde genellikle orta ve küçük işletmelerin oluşması nedeniyle ürün geliştirme, marka yaratma ve reklam gibi birlik modellerinin paylaşılıp, araştırma ve geliştirme çalışmalarının yapılması sağlanmalıdır.

TÜRKİYE'NİN İLLERE GÖRE İHRACATI VE İTHALATI



2023 yılı TÜİK'in açıklamış olduğu veriler doğrultusunda ihracatçı bölgeler sıralamasında ilk sırada, 729,5 milyon dolar tutarındaki dış satımıyla İstanbul gelmektedir. Başlıca ihracatçı illeri sıralayacak olursak 172,6 milyon dolar ile Gaziantep, 92 milyon dolar ile Ankara, 85,4 milyon dolar ile İzmir ve 34,5 milyon dolar ile Konya gelmektedir. Şanlıurfa 2023 yılı 901 bin dolar ihracat gerçekleştirmiştir.

2023 yılı TÜİK'in açıklamış olduğu verilere göre ithalatçı illerimiz şöyle sıralamaktadır. 1,1 milyar dolar ile İstanbul ilk sırada yer almaktadır, 20,8 milyon dolar ile Aydın, 12,8 milyon dolar ile Ankara, 8,9 milyon dolar İzmir ve 4,8 milyon dolar ile Bursa gelmektedir. Şanlıurfa 2023 yılı 228 bin dolar ithalat gerçekleştirmiştir.

İl	İhracat Dolar	İl	İthalat Dolar
İstanbul	729.539.867	İstanbul	1.175.066.937
Gaziantep	172.689.229	Aydın	20.857.548
Ankara	92.056.690	Ankara	12.841.676
İzmir	85.432.228	İzmir	8.945.417
Konya	34.528.439	Bursa	4.837.200
Bursa	11.944.216	Tekirdağ	4.643.393
Adana	10.455.947	Antalya	3.472.165
Manisa	8.440.098	Çorum	3.322.478
Çorum	4.727.152	Gaziantep	3.228.147
Kilis	4.550.106	Adana	2.597.551
Hatay	2.622.508	Manisa	2.585.911
Mardin	2.502.954	Kocaeli	1.810.552
Denizli	2.384.520	Trabzon	1.523.410
Tekirdağ	2.107.219	Mersin	1.353.086
Balıkesir	1.974.574	Konya	1.352.733

Sürekli ve hızlı bir şekilde artan dünya nüfusu nedeniyle ayakkabı üretimi de hız kazanırken, üretilen ayakkabı miktarı da aynı hızla yükselmek durumunda kalmıştır. Üretimde kullanılan makinelerin gelişimi ile başlanan ayakkabı üretimi için ilk fabrika, 1760 yılında Amerika'da kurulmuştur. Sektörde el yordamıyla gerçekleştirilen üretimin yoğunluklu olması ve meslek olarak aile bireyleri arasında nesilden nesile aktarılmasının olumsuz etkileri 2000'li yılların başında fark edilmiş, bu dönemde Almanya, İngiltere, İtalya gibi batı ülkeleri makine teknolojileri alanında büyük ilerlemeler kaydetmiştir.

Özellikle bilgisayar teknolojisinin makinelerde uygulanması ile üretimdeki kalite ve üretim miktarı giderek daha da yüksek düzeylere ulaşmıştır. Türkiye ve bölgedeki diğer ülkelerde ise uygulanan nüfus politikaları büyümeye engel teşkil etmiş ve bu bölgedeki ülkelerin kendi kendine yetmediği anlaşılmıştır. Buna yönelik olarak bölgede, Ayakkabı ve Yan Sanayi sektöründe eğitim politikalarının önü açılmış ve üniversite düzeyinde eğitimler vermeye başlanmıştır. Bugün gelinen noktada bölge ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'nin de benzer süreçten geçtiği ve bu durum karşısında sergileyeceği tutumun Ayakkabı ve Yan Sanayi sektöründe üretici rolünün yanı sıra küresel konumunu belirleyeceği düşünülmektedir. Günümüze gelindiğinde hazır giyim sektöründen sonra ikinci sırayı alan ayakkabı sektörünün bu gelişimi, sektöre giriş yapan tanınmış modacılar ve onların tasarımlarında ayakkabılara da yer vermesiyle gerçekleşmiştir. Ayakkabı ve Yan Sanayi sektöründe 1980'li yıllar itibariyle başlayan büyüme özellikle Asya ülkelerinin ucuz maliyet etkileri ile arada kesintiler olsa da devam etmektedir.

İTHALAT

ITC verilerine göre değer bazında, 2018 yılında dünya ayakkabı ithalatı bir önceki yıla göre %7,2 oranında artarak 144,7 milyar dolara yükselmiştir. Bu büyüme 2019 yılında da devam etmiş, 2019 yılında dünya ayakkabı ithalatı bir önceki yıla göre %2,1 oranında artarak 147,3 milyar dolara yükselmiştir. 2019 ile 2023 yılları arasında dalgalı bir görünüm yaşanmıştır. 2023 yılında bir önceki yıla göre %7,5 oranında azalarak 159,2 milyar dolara düşmüştür. Amerika Birleşik Devletleri dünyadaki en büyük ayakkabı ithalatçısı ülke olup, dünya ithalatının %16,8'sini gerçekleştirmektedir. 2023 yılında ABD'nin ithal ettiği ayakkabı tutarı yaklaşık olarak 26,8 milyar dolardır. Dünyadaki diğer büyük ayakkabı ithalatçısı ülkeler sırasıyla Almanya, Fransa, İtalya ve Çin'dir.

İthalatçılar	2019	2020	2021	2022	2023
Dünya	147.126.441	124.567.850	145.192.617	173.765.222	159.206.639
ABD	28.170.640	21.503.889	28.407.913	37.966.586	26.791.727
Almanya	13.214.481	12.436.734	13.318.288	15.211.712	13.629.994
Fransa	8.458.250	7.510.937	8.559.059	9.514.331	9.276.314
İtalya	6.874.968	5.914.352	7.139.624	8.799.136	8.707.076
Çin	5.635.888	5.972.496	6.457.952	6.224.672	6.252.202
Hollanda	4.804.159	4.407.858	5.296.346	6.036.649	5.756.622
Birleşik Krallık	6.928.185	5.764.670	5.218.182	6.446.155	5.364.268
Japonya	5.355.242	4.434.091	4.550.771	5.260.854	5.060.304
İspanya	3.882.266	3.171.201	3.761.145	4.904.231	5.030.640
Belçika	4.957.077	4.542.242	4.440.570	5.296.558	4.643.159

Birim: Bin Dolar

Kaynak: TradeMap

DÜNYA AYAKKABI TİCARETİ



İHRACAT

Dünya ayakkabı ihracatında, Çin lider ülke konumunda olup, 2023 yılında 53,3 milyar dolarlık ayakkabı ihraç ederek dünya ihracatının %30,1'ini gerçekleştirmiştir. Bu ülkeyi 31,1 milyar dolarlık ihracatla Vietnam, 14,4 milyar dolarlık ihracatla İtalya, 11,2 milyar dolarlık ihracatla Almanya ve 8,3 milyar dolarlık ihracatla Belçika izlemektedir.

Çin ve Vietnam, birlikte toplam 84,4 milyar dolarla, dünya ayakkabı ihracatının % 47,9'unu gerçekleştirmektedir. Vietnam 2023 yılında ayakkabı ihracatını %30 artırarak dünya ayakkabı ihracatındaki ikinciliğini sağlamıştır. Dünyada, büyük ihracatçı ülkelerin ağırlıklı olarak deri ayakkabı ihraç ettikleri ve deri ayakkabı üretiminde uzmanlaşmış oldukları görülmektedir. Nitekim deri ayakkabı ihracatı toplam ayakkabı ihracatının %35,4'ünü oluşturmaktadır. Bu bağlamda, önümüzdeki yıllarda dünya ayakkabı pazarındaki rekabetin deri ayakkabı alt sektöründe daha yoğun yaşanması beklenmektedir.

Dünyada ülkemizin yeri incelendiğinde, 2023 verilerine göre dünya ayakkabı ihracatı içinde ülkemizin payının %0,71 olması, üretimin yurt içi piyasa odaklı yapıldığını göstermektedir. Türkiye dünya ayakkabı ihracatında 1,2 milyar dolarla 18 inci sıraya yükselmiştir.

İhracatçılar	2019	2020	2021	2022	2023
Dünya	148.767.599	127.693.901	153.630.780	180.164.406	176.327.319
Çin	47.699.564	38.111.193	51.674.811	62.020.064	53.326.900
Vietnam	18.989.633	17.253.936	18.235.775	24.553.246	31.123.217
İtalya	12.460.324	10.661.614	13.120.349	14.419.449	14.461.716
Almanya	8.978.209	8.268.428	9.523.129	10.287.065	11.270.310
Belçika	7.019.424	7.112.177	7.039.828	7.814.162	8.383.004
Endonezya	4.409.287	4.804.751	6.186.295	7.742.187	6.438.555
Fransa	4.462.781	4.005.401	4.764.608	5.367.385	5.995.364
Hollanda	3.884.260	3.399.786	4.404.736	4.839.681	4.990.006
İspanya	3.186.959	2.737.911	3.176.223	3.448.909	3.683.497
Polonya	2.441.901	2.575.057	3.068.997	2.875.370	3.434.872
18.Türkiye	958.454	829.448	1.081.892	1.310.742	1.268.682

Birim: Bin Dolar

Kaynak: TradeMap

Sektörün Güçlü Yönleri

- Hızlı ve esnek hareket edebilme
- Küçük siparişlere cevap verebilme
- Büyük pazarlara (AB ve Rusya gibi) yakınlık
- Organizasyon tecrübesi, aktif yönetim ve yönetici varlığı
- Güçlü bir üretim altyapısının varlığı ve ayakkabı Sanayi ve yan Sanayi uyumu
- Ham maddeden aksesuara tüm segmentlerde üretim yapılabilmesi
- Yüksek teknolojiye sahip güçlü üretim altyapısı
- Dağıtım, pazarlara ve direkt tüketiciye (dış) ulaşmak için dağıtım ağı, mümessillik, distribütörlük ve lisans tesisi, tanıtım merkezleri, sunu odaları (showroom) oluşturabilme
- Son dönemde tasarım ve markalaşma çalışmalarında önemli mesafe kat edilmesi
- Aile işletmelerinde 3'üncü nesil: Tecrübe
- Toplam kurulu kapasitenin rekabete imkân vermesi
- Her tip ayakkabının yapılabilmesi
- Sektörün, büyük oranda mesleki temsil kuruluşlarını tamamlamış olması ve araştırma ve eğitimde güçlü bir vakfın bulunması
- Yan sanayi ve ayakkabı üreticilerinin coğrafi yakınlıkları; Uzak Doğu altyapısına göre çok daha yakın olmaları
- OSB tarihi ve tecrübesi olması

Sektörün Zayıf Yönleri

- Nitelikli ara eleman ihtiyacı
- Kaliteli ve güncel ihtiyaca yönelik temel ham maddelerin üretiminin talebi karşılayamaması
- Yüksekokul-sanayi iş birliğinin istenen düzeyde olmaması
- Firma bazında uluslararası tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde eksiklik
- Rusya ve eski Doğu Bloğu pazarına bağımlılık
- Marka sayısının azlığı, markalaşma yönünde yatırımların yapılmaması ve mevcut 3. kişi üretimlerinden (iç ve dış pazar fason üretim) yeterli tecrübe ve öğrenimin çıkartılamaması
- İş gücü maliyetleri ile enerji-su maliyetlerinin Uzak Doğu'daki rakip ülkelere göre yüksek oluşu
- Kobi ve üreticilerimizin kendi kültürüne dayalı özgün tasarım mekanizmalarına yatırım yapılmaması sebebi ile tasarım ve koleksiyonları üretememesi
- İnovasyon metodolojisinin sektör tarafından bilinmemesi ve bunun sadece üründe yapılacak çarpıcı yenilikler olduğuna inanılması
- Dijitalleşme sürecinin, değer zincirinin sonundan, yani e-ticaretten başlaması ve orada kalması; tasarımdan üretime ve dağıtıma kadarki toplam dijitalleşme fikrinin sektörde anlaşılmasında ve süreçlerine katılmaması
- Özellikle yurtdışı toptan, perakende ve direkt tüketiciye ulaşma yolunda, mümessillik, dağıtıcılık, lisans oluşturmada tecrübe ve örgütlenme eksikliği
- Zanaatın Sürdürülebilirliğinin sağlanması için gereken desteğin sağlanmaması
- Sektör STK'larının üye sanayicilerine alternatif sunmaması, yol haritası çizme ve faaliyetlerin sinerji içinde yapılmaması, sektörde iletişimi, bilgi paylaşımını sağlayamaması

Sektörün Önündeki Fırsatlar

- Yaşanan pandeminin hızlandırdığı paradigmalardan bazıları olan, pazara yakın üretim, kısa adetli siparişler, kısa üretim süreleri, hızlı ürün geliştirme, kısa stoklar ile çalışma, tüketicinin talebini neredeyse eş zamanlı izleyip taleplerini karşılayabilme
- Dinamik Avrasya ve Orta Doğu pazarlarına yakınlık
- Nüfus ve gelir artışına paralel büyüyen dinamik iç pazar
- Turizmin gelişmesinin getireceği ek talep
- Rekabet edebilecek pazarlara yönelmek (örneğin, tekstil, konfeksiyon gibi başarılı sektörlerin yurtdışı faaliyetlerini izlemek, katılmak veya paralel faaliyetler yapmak)
- Kadın ayakkabı talebinin iç ve dış pazarlarda artışı
- Körfez ülkelerine satış ve pazarlama potansiyeli
- Sürdürülebilirlik konsepti içinde ayakkabıya çizilen rol ve beklentiler doğrultusunda, bu konuda ciddi sosyal, ekolojik ve ekonomik hedefleri oluşturup dünya ile hemen hemen aynı başlama çizgisinden hızlı çıkış yapabilme

Sektörün Önündeki Tehditler

- Yaşanan gelişmeler çerçevesinde Orta Doğu'da derinleşen istikrasızlık ve Rusya-Ukrayna krizi
- Euro/dolar paritesinin ihracatın çoğunlukla Euro, ithalatın da dolar ile yapılmasından dolayı yarattığı ekonomik kayıplar
- BDDK'nın 24 Haziran tarihinde şirketlerin mevduatlarında 15 milyon TL üzerinde döviz bulundurmasının yaratacağı stok maliyetlerindeki artışın rakip ülkeler karşısında yarattığı olumsuz pozisyonun varlığı
- Emtia fiyatlarındaki dolar bazındaki artış ve TL'nin gün geçtikçe değer kaybetmesi sonucunda işletmelerin reel büyümesinin gerilemesi ve finansal güçlüklerin ortaya çıkması
- ABD ve AB'de derinleşen resesyon beklentisinin ihracatımıza olumsuz etkisi
- AB'nin ticaret politikalarının değişimi nedeniyle bu pazarda tercihli rekabet avantajımızın yitirilmesi
- Dijitalleşme ve sanayi 4.0 uygulamalarının sektörlere yeterince hızlı adapte edilememesi
- Küçük ve orta ölçekli firmalarda kayıt dışı çalışan ve taklit ürün uygulamaları nedeni ile rekabette yaşanan sorunlar
- Sektörün 1990'lardan beri toptan-üretim ekseninde dikine entegrasyonu, ihtisaslaşma eksikliği ve sermayenin farklı iş merkezlerine dağılarak (perakende-toptan ve üretimin farklı işler olduğu kar/zarar merkezleri) zayıflaması ve yetersiz kalması
- İç pazardaki kayıt dışı ekonomisine ek olarak AB ucuz üretimleri ve Uzak Doğu üretimleri (haksız rekabet)

AYAKKABI SEKTÖRÜNE YÖNELİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ



- Sektörün alt kırılımları da içerecek şekilde detaylı (ürün, yan sanayi vb.) ana verisinin elde edilmesi ve analiz edilmesi
- Hızlı Ür-Ge sürecinin geliştirilmesi
- Sipariştan sevkiyata giden sürecin hızlandırılması (yalın üretim tekniklerinin uygulanması için çalışmalar yapılabilir)
- Denetimler konusunda KOBİ'lerin bilgilendirilmesinin sağlanması
- Sektörün ihracata odaklanması ve buna yönelik engellerin aşılmasına yönelik stratejilerle hedeflerin belirlenmesi, bunu sağlamak üzere firmaların motive edilmesi (sektörel bir ihracat komisyonunun kurulması, danışmanlık hizmetleri alınması, kıyaslanan ülkelerin detaylı araştırılması, merdiven altı firmaların kümelenmesinin desteklenmesi)
- İhracat modelinin değiştirilmesi, tedarikçiler ve üreticilerle beraber büyümenin desteklenmesi
- Üreticilerin B2B (işletmeden işletmeye) kanallarının geliştirilmesi konusunda desteklenmesi
- STK'ların atölye açabilmesi, satış alanlarının belli standartlara sahip olması için bir süreç geliştirmesi
- Kümelenmenin desteklenmesi ve bunun için sertifika, ruhsat, belgelendirme vb. zorunlulukların getirilmesi (İstanbul dışında emek gücünün daha ucuz olduğu yerlere)
- Tüm paydaş STK'ların bir araya getirilmesinin sağlanması
- Uluslararası fuarlara sürekli katılım sağlanması
- Yurtdışında kendi markamızla ihracatın sağlanması
- Kayıt dışının kayıt altına alınması için devletin destek sağlaması
- Sektörün mevcut algı sorununun çözülerek sektöre iş gücü talebinin artırılması, istihdamın önünün açılması için yurt içinde sektörel algı yönetiminin yapılması
- Tüm sektörün bir araya gelmesinin yanı sıra daha alt grupların spesifik olarak beraber çalışmasının ve özelleşmiş stratejilerin geliştirilmesi

AYAKKABI SEKTÖRÜNE YÖNELİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ



- Üreticilerin ve yan sanayinin daha fazla dinlenebileceği ortamların oluşturulması
- Yan sanayinin tedarikçinin üretim ölçeğine uygun üretecek şekilde yapılanması
- Sektörün değer zinciri analizinin detaylandırılması ve katma değer noktalarının tespit edilmesi
- AB ve Sanayi Bakanlığı'nın Kümelenme ve Rekabetçi Sektörler Programları kapsamında ithalatı azaltıcı projelerin yapılması,
- Eğitim alanında, özellikle devlet üniversitelerinde, “ayakkabı mühendisliği” bölümünün açılması
- Satın alma birliği kurularak girdi maliyetlerinin azaltılması
- E-ticaret alanında uluslararası Pazar yerlerine dönük sistem entegrasyon yazılımlarının kullanılmasının yaygınlaştırılması
- Sektörel dış ticaret şirketlerinin kurularak ihracatın artırılması
- Kadınların sektöre kazandırılması için çalışmalarını yapılması
- Üretim yerlerinin fiziksel ortamlarının iyileştirilmesi
- Geri dönüşüm ve çevre kirliliği konusunda sektörde farkındalık yaratılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmesi
- Küçük üreticilerin/esnafın birleştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması
- Küçük üreticilere ihracat konusunda eğitimler verilmesi
- Üretim alanında teknoloji kullanımının artırılması
- Üretim odaklı olarak eğitim programlarının açılması
- Ülke çapında Ar-Ge ve tasarım merkezlerinin yaygınlaştırılması (küresel markalar yaratabilmek amacıyla)



- Ekonomist
- Konya ABİGEM
- Trade Atlas
- Trademap
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü. (2022). Ayakkabı Sektör Raporu
- Türkiye İstatistik Kurumu
- www.iso.org.tr AYAKKABI VE YAN SANAYİ SEKTÖR RAPORU
- World Footwear
- Kolay ihracat Platformu