



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



Malatya İli Ayakkabı İmalatı

Ön Fizibilite Raporu





T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



Malatya İli Ayakkabı İmalatı

Ön Fizibilite Raporu



2021
ŞUBAT

RAPORUN KAPSAMI

Bu ön fizibilite raporu, sanayi yatırımlarını artırmak amacıyla Malatya ilinde Ayakkabı Fabrikasının kurulmasının uygunluğunu tespit etmek, yatırımcılarda yatırım fikri oluşturmak ve detaylı fizibilite çalışmalarına altlık oluşturmak üzere Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda faaliyet gösteren Fırat Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanmıştır.

HAKLAR BEYANI

Bu rapor, yalnızca ilgililere genel rehberlik etmesi amacıyla hazırlanmıştır. Raporda yer alan bilgi ve analizler raporun hazırlandığı zaman diliminde doğru ve güvenilir olduğuna inanılan kaynaklar ve bilgiler kullanılarak, yatırımcıları yönlendirme ve bilgilendirme amaçlı olarak yazılmıştır. Rapordaki bilgilerin değerlendirilmesi ve kullanılması sorumluluğu, doğrudan veya dolaylı olarak, bu rapora dayanarak yatırım kararı veren ya da finansman sağlayan şahıs ve kurumlara aittir. Bu rapordaki bilgilere dayanarak bir eylemde bulunan, eylemde bulunmayan veya karar alan kimselere karşı Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile Fırat Kalkınma Ajansı sorumlu tutulamaz.

Bu raporun tüm hakları Fırat Kalkınma Ajansı'na aittir. Raporda yer alan görseller ile bilgiler telif hakkına tabi olabileceğinden, her ne koşulda olursa olsun, bu rapor hizmet gördüğü çerçevenin dışında kullanılamaz. Bu nedenle; Fırat Kalkınma Ajansı'nın yazılı onayı olmadan raporun içeriği kısmen veya tamamen kopyalanamaz, elektronik, mekanik veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez, dağıtılamaz, kaynak gösterilmeden iktibas edilemez.

İÇİNDEKİLER

1. YATIRIMIN KÜNYESİ.....	3
2. EKONOMİK ANALİZ	5
2.1. Sektörün Tanımı	5
2.2. Sektöre Yönelik Sağlanan Destekler	5
2.3. Sektörün Profili	8
2.4. Dış Ticaret ve Yurt İçi Talep	11
2.5. Üretim, Kapasite ve Talep Tahmini	15
2.6. Girdi Piyasası.....	16
2.7. Pazar ve Satış Analizi	17
3. TEKNİK ANALİZ	19
3.1. Kuruluş Yeri Seçimi.....	19
3.2. Ayakkabı Üretim Süreci	19
3.3. Üretim Teknolojisi	21
3.4. İnsan Kaynakları	23
4. FİNANSAL ANALİZ.....	24
4.1. Sabit Yatırım Tutarı.....	24
4.2. Yatırımın Geri Dönüş Süresi	24
5. ÇEVRESEL ve SOSYAL ETKİ ANALİZİ	24
KAYNAKLAR	28

TABLolar

Tablo 1- Faaliyet Sınıflandırması	5
Tablo 2- Dış Ticaret Sınıflandırması.....	5
Tablo 3- Bölgesel Teşvik Uygulamalarında Sağlanan Destek Unsurları	6
Tablo 4- Dünya Ayakkabı Sektöründe Üretimde Lider Ülkeler	9
Tablo 5- Türkiye’de Üretilen Toplam Ayakkabı Sayısı	10
Tablo 6- Türkiye’de Ayakkabı Sektöründe Girişimci Sayısı.....	11
Tablo 7- Türkiye Deri ve Deri Ürünleri İhracatı	12
Tablo 8- Türkiye’nin Yıllara Göre Ayakkabı İhracat Değerleri	12
Tablo 9- Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı	13
Tablo 10- Türkiye’nin İhraç Ettiği Ayakkabı Miktarı	13
Tablo 11- Türkiye’nin Yıllara Göre Ayakkabı İthalatı.....	13
Tablo 12- Türkiye’nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı	14
Tablo 13-Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Ülkeler	14
Tablo 14- 5 Yıllık Üretim Kapasitesi	15
Tablo 15- Hane Halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı	16
Tablo 16- Malatya İlinde Sanayi Sektöründe İstihdamın Dağılımı (İlk 10 sektör)	17
Tablo 17- Hedeflenen Ayakkabı Üretimi ve Satış Miktarı.....	19
Tablo 18- Makine Listesi	22
Tablo 19- Malatya İli Eğitim Durumu	23
Tablo 20-Personel ve Toplam Maaş Giderleri	23
Tablo 21-Ayakkabı Sabit Yatırım Harcama Türü	24
Tablo 23-Performans Göstergeleri	27

ŞEKİLLER

Şekil 1: Teşvik Belgesi Başvuru Süreci	7
Şekil 2: Örnek Ayakkabı Fabrikası	21
Şekil 3: Ayakkabının Bölümleri.....	21

1. YATIRIMIN KÜNYESİ

Yatırım Konusu	Ayakkabı Yatırımı	
Üretilcek Ürün/Hizmet	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	
Yatırım Yeri (İl – İlçe)	Malatya Organize Sanayi Bölgesi	
Tesisin Teknik Kapasitesi	Yıllık 540.000 çift ayakkabı	
Sabit Yatırım Tutarı	887.875 Dolar	
Yatırım Süresi	12 Ay	
Sektörün Kapasite Kullanım Oranı	%72	
İstihdam Kapasitesi	800 Kişi	
Yatırımın Geri Dönüş Süresi	3 Yıl	
İlgili NACE Kodu (Rev. 3)	15.20	
İlgili GTİP Numarası	6401-6402-6403-6404-6405-6406	
Yatırımın Hedef Ülkesi	Yurtiçi ve Tüm Ülkeler	
Yatırımın Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına Etkisi	Doğrudan Etki	Dolaylı Etki
	Amaç 9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı	Amaç 8: İnsana Yakışır, İş ve Ekonomik Büyüme

Subject of the Project	Footwear Investment	
Information about the Product/Service	Shoes, boots, slippers, etc.	
Investment Location (Province-District)	Malatya Industrial Zone	
Technical Capacity of the Facility	540.000 pair of shoes per year	
Fixed Investment Cost (USD)	887.875 USD	
Investment Period	12 Months	
Economic Capacity Utilization Rate of the Sector	72%	
Employment Capacity	800 Employees	
Payback Period of Investment	3 years	
NACE Code of the Product/Service (Rev.3)	15.20	
Harmonized Code (HS) of the Product/Service	6401-6402-6403-6404-6405-6406	
Target Country of Investment	Home Market and All Abroad	
Impact of the Investment on Sustainable Development Goals	Direct Effect	Indirect Effect
	Goal 9: Industry, Innovation and Infrastructure	Goal 8: Decent Work and Economic Growth

2. EKONOMİK ANALİZ

2.1. Sektörün Tanımı

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.

Ayakkabının genel olarak bot, çizme, sandalet, topuklu, spor ayakkabı, iskarpin gibi pek çok farklı türü vardır. Genelde “taban” adı verilen alt parça ile “saya” denen üst parçadan oluşur. Ayakkabının yer ile temasından dolayı yıprandığı için taban daha dayanıklı ve kalın bir malzeme kullanılarak yapılır. Ayağı saran saya ise deri, kumaş gibi daha ince bir malzemeden yapılır.

Ayakkabı imalatı, NACE Revize 2 sınıflandırma sistemine göre İmalat Sanayii alt ayrımında Deri ve ilgili ürünlerin imalatı sektörü içerisinde yer almaktadır. Sektör 15.20 Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı faaliyeti içinde sınıflandırılmaktadır.

Tablo 1- Faaliyet Sınıflandırması

NACE Kodu	Faaliyet Tanımı
C	İmalat Sanayii
15	Deri ve ilgili ürünlerin imalatı
15.20	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı

Kaynak: TÜİK, Sınıflama Sunucusu, Sınıflamalar

Ayakkabı imalatı dış ticarete ise Armonize Mal Tanım ve Kodlama Sistemi çerçevesinde tutulan Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu Cetveli'nde (GTİP) 6401-6402-6403-6404-6405-6406 başlığı altında yer almaktadır. Bu başlık altında yer alan ürünlerin GTİP kodları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2- Dış Ticaret Sınıflandırması

GTİP Kodu	Tanım
6401	Dış tabanı ve yüzü kauçuk ve plastik maddeden olan su geçirmez ayakkabılar
6402	Dış tabanı ve yüzü kauçuk veya plastik maddeden olan diğer ayakkabılar
6403	Dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip yoluyla elde edilen köseleden ve yüzü deriden olan ayakkabılar
6404	Dış tabanı kauçuk, plastik, tabii veya terkip yoluyla elde edilen kösele ve yüzü dokumaya elverişli maddelerden ayakkabı
6405	Diğer ayakkabılar
6406	Ayakkabı aksamı, iç taban, topuk rampası, getr, tozluk, dizlik vb ve bunların aksamı

Kaynak: TÜİK, Sınıflama Sunucusu, Sınıflamalar

2.2. Sektöre Yönelik Sağlanan Destekler

2.2.1 Yatırım Teşvik Sistemi

15.06.2012 tarih ve 2012/3305 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe giren yatırım teşvik sistemi 5 farklı uygulamadan oluşmaktadır:

1. Genel Teşvik Uygulamaları
2. Bölgesel Teşvik Uygulamaları
3. Öncelikli Yatırımların Teşviki
4. Büyük Ölçekli Yatırımların Teşviki
5. Stratejik Yatırımların Teşviki

Teşvik uygulamasında, “İl Bazlı Bölgesel Teşvik Sistemi” kapsamında sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksine göre iller 6 bölgeye ayrılmış olup, Malatya 4. bölgede yer almıştır. Ancak, 25 Ocak 2018 tarihinde çıkan 2018/11201 sayılı kararla Malatya Cazibe Merkezleri Programı kapsamına alınmış ve 5 Milyon TL üzeri yatırım yapmak şartıyla yatırımların 6. Bölge desteklerinden faydalanması imkânı getirilmiştir.

2012/3305 nolu karara göre, 1912-1920 US-97 kodu ile “Bavul, el çantası, saraciye, ayakkabı vb. imalatı” 500 Bin Lira asgari yatırım tutarı ile Malatya’da yapılacak ayakkabı yatırımı Bölgesel Teşvik Uygulamasının 4. Bölge avantajlarından faydalanabiliyor iken, söz konusu düzenleme ile yatırımın OSB’de olması ile 6. Bölge avantajlarından yararlanabilmektedir. Yatırım Teşvik Sisteminde 6. Bölge avantajları en çok teşvik sağlanan uygulamalardan biri olup Malatya için aşağıdaki oran ve sürelerde destek sağlamaktadır.

Tablo 3- Bölgesel Teşvik Uygulamalarında Sağlanan Destek Unsurları

Destek Unsurları		Yatırım Yeri	
		4. Bölge	Cazibe
KDV İstisnası		VAR	VAR
Gümrük Vergisi Muafiyeti		VAR	VAR
Vergi İndirimi	Yatırıma Katkı Oranı (%)	30	50
Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği		6 yıl	10 yıl
Sigorta Primi Desteği		YOK	10 yıl
Gelir Vergisi Stopajı Desteği		YOK	10 yıl
Faiz Desteği	İç Kredi	4 Puan	7 Puan
	Döviz / Dövizle Endeksli Kredi	1 Puan	3 Puan
Yatırım Yeri Tahsis		VAR	VAR
Bina-İnşaat Harcamaları için KDV İadesi		VAR	VAR

Kaynak: <https://www.sanayi.gov.tr/destek-ve-tesvikler/yatirim-tesvik-sistemleri>

Faydalanabilecek teşvik unsurları aşağıda açıklanmıştır.

- **Katma Değer Vergisi İstisnası**

Teşvik belgesi kapsamında, yurt içinden ve yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için katma değer vergisinin ödenmemesi şeklinde uygulanır.

- **Gümrük Vergisi Muafiyeti**

Teşvik belgesi kapsamında, yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için gümrük vergisinin ödenmemesi şeklinde uygulanır.

- **Vergi İndirimi**

Gelir veya kurumlar vergisinin, yatırım için öngörülen katkı tutarına ulaşıncaya kadar, indirimli olarak uygulanmasıdır.

- **Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği**

Teşvik belgesi kapsamında, yatırımla sağlanan ilave istihdam için ödenmesi gereken sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmının Bakanlıkça karşılanmasıdır.

- **Sigorta Primi Desteği**

Teşvik belgesi kapsamında, yatırımla sağlanan ilave istihdam için ödenmesi gereken sigorta primi işçi hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmının Bakanlıkça karşılanmasıdır. Sadece Malatya Organize Sanayi Bölgelerinde gerçekleştirilecek yatırımlar için düzenlenen teşvik belgelerinde öngörülmüştür.

- Gelir Vergisi Stopajı Desteği

Teşvik belgesi kapsamında, yatırımla sağlanan ilave istihdam için belirlenen gelir vergisi stopajının terkin edilmesidir. Sadece Malatya Organize Sanayi Bölgelerinde gerçekleştirilecek yatırımlar için düzenlenen teşvik belgelerinde öngörüldür.

- Faiz Desteği

Faiz Desteği, teşvik belgesi kapsamında kullanılan en az bir yıl vadeli yatırım kredileri için sağlanan bir finansman desteği olup, teşvik belgesinde kayıtlı sabit yatırım tutarının %70'ine kadar kullanılan krediye ilişkin ödenecek faizin veya kâr payının belli bir kısmının (azami 1.800.000 TL) Bakanlıkça karşılanmasıdır.

- Yatırım Yeri Tahsisi

Teşvik Belgesi düzenlenmiş yatırımlar için Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde yatırım yeri tahsis edilmesidir.

- Katma Değer Vergisi İadesi

31.12.2022 tarihine kadar imalat sektöründe gerçekleştirilecek teşvik belgeli tüm yatırımlara ilişkin bina-inşaat harcamaları KDV iadesinden yararlanabilmektedir.

Teşvik Belgesine Başvuru

2 Temmuz 2018 tarihinden itibaren yeni yatırım teşvik belgesi düzenlenmesine ilişkin tüm müracaatlar ile yabancı yatırımcıların Türkiye'de kurdukları şirket ve şubeler tarafından Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına yapılan bildirimler Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından yönetilen E-TUYS adlı web tabanlı uygulama aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Yalnızca nitelikli elektronik sertifika sahibi olan ve yetkilendirme başvurusu talebi Bakanlık tarafından onaylanmış kişiler E-TUYS aracılığıyla yatırım teşvik işlemlerini yürütmek üzere sisteme erişebilmektedir. Bu nedenle, yatırımcıların ilk etapta yetkilendirme işlemini gerçekleştirmek üzere Bakanlığa müracaat etmeleri gerekmektedir.

Yetkilendirme talepleri Bakanlığa posta yolu ile yapılmakta olup, yetkilendirme talebinin Genel Müdürlükçe sonuçlandırılmasının akabinde E-TUYS üzerinden işlem yapmaya yetkili kişiler tarafından sisteme giriş yapıp, işlemler başlatılabilir.

Şekil 1: Teşvik Belgesi Başvuru Süreci



Kaynak: <https://www.sanayi.gov.tr/destek-ve-tesvikler/yatirim-tesvik-sistemleri>

2.2.2 Diğer Destekler

Kalkınma Ajansı Desteği

Ajans, belirli dönemler itibarıyla planlanan destek programları kapsamında, proje teklif çağrısı yöntemiyle proje karşılığı mali destek sağlayabilir.

Proje teklif çağrısı, belirli bir destek programı kapsamında, nitelikleri net bir şekilde belirlenmiş olan potansiyel başvuru sahiplerinin, önceden belirlenen konu ve koşullara uygun olarak proje teklifi sunmaya davet edilmesidir.

Kâr amacı güden başvuru sahipleri için projelere verilecek hibe miktarı, başvuru rehberinde belirtilecek üst limitleri geçmemek kaydıyla ve eş finansman ilkesi çerçevesinde, proje uygun maliyetlerinin en fazla %50'sidir.

Proje Teklif Çağrısı yöntemi ile ilan edilen programlar genel olarak her yıl ilan edilir ve başvuru süresi programa göre farklılık gösterir. Başvuru şekli, yeri ve son başvuru tarihi program ilan edildikten sonra başvuru rehberleri, broşürü ile Ajansın internet sitesinden öğrenilebilir.

Program ilan edildikten sonra bilgilendirme toplantıları ve proje hazırlanmasına yönelik eğitim toplantıları gerçekleştirilir. Genel olarak KAYS adı verilen uygulama ile internet üzerinden başvurusu yapılan proje dosyası destekleyici belgelerle birlikte son başvuru tarihinden önce Ajans'a başvurular teslim edilir.

2.3. Sektörün Profili

Ayakkabı; çorabın dışında ayağa giymek için üretilmiş her türlü ayak giysisidir. İskarpın, bot, çizme, terlik gibi ayak giysilerini ifade etmektedir. Ayakkabı üretimi, 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 olan tabanlar, topuklar, sayalar gibi aksam ve parçalar da ayakkabı sanayii içinde yer almaktadır. Bu aksam ve parçalar dışında yer alan bağ, toka, fermuar, vardola, yapıştırıcı, ökçe, çivi, kesici aletler, kalıplar gibi ayakkabı üretiminde kullanılan çok sayıda ürün ise tekstil, ağaç, metal, kimya, makine vb. diğer sanayiler içinde yer almaktadır.

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 ayrı şekilde sınıflandırılmaktadır.

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

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

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

Dünya'da ayakkabı sektöründe lider olan ülkeler ve 2016 yılında üretilen 23 milyar çift ayakkabının ülkelere göre dağılımları Tablo 4'de verilmiştir. Dünya ayakkabı üretiminin %83'si Asya ülkeleri tarafından karşılanmaktadır. 2017 yılında ise %2 artış göstererek 23,5 milyar çift ayakkabı üretilmiştir.

Tablo 4- 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

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 bir önemli üretim merkezidir. Kadın ayakkabı üretiminde öne çıkan bu bölgedeki 1.500 ayakkabı imalatçısı üretimlerinin %70'ini, 100'ün üzerinde ülkeye ihraç etmektedir. 2017 yılında ihraç edilen çift sayısı bir önceki yıla göre %0,7 oranında (98 milyon çift) artmıştır. 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 kadarki 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. Çin'in ayakkabı üretiminin katma değeri düşüktür. İtalya'nın ise tasarım ve marka ayakkabı üretimi dolayısıyla katma değeri yüksektir. Markalaşmak ve marka ürün satmak ihracatta kazanç oranlarını artıran önemli bir unsurdur.

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) basın açıklamalarına göre 500 milyon çift üretim kapasitesi olan ülkemiz ayakkabı sektöründe, 2019 yılı TÜİK verilerine göre, üretilen toplam ayakkabı çifti sayısı 361.388.854'tür. Yıllık ayakkabı üretiminin %34'ünü, sayası tekstil malzemesinden olan ürünler (ayakkabı, bot, terlik vb., spor ayakkabılar hariç), %30'unu tabanı ve sayası kauçuk veya plastik malzemeden 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 5- Türkiye’de Üretilen Toplam Ayakkabı Sayısı

Ürün Tanımı	2015	2016	2017	2018	2019
15.20.11. (Su Geçirmez Ayakkabı, Bot Vb., Tabanı Ve Sayası Kauçuk Veya Plastik Olanlar (Koruyucu Metal Burunlu Olanlar Hariç))	4.979.810	6.466.248	8.012.574	7.377.490	7.724.290
15.20.12. (Ayakkabı, Bot Vb., Tabanı Ve Sayası Kauçuk Veya Plastik Olanlar (Su Geçirmez Ayakkabılar Veya Spor Ayakkabılar Hariç))	85.012.334	105.031.992	106.062.133	164.517.560	119.689.690
15.20.13. (Ayakkabı, Bot Vb., Sayası Deri Olan (Spor Ayakkabılar, Koruyucu Metal Burunlu Ayakkabılar Ve Çeşitli Özel Ayakkabılar	60.751.316	65.984.274	74.091.887	68.460.595	77.829.928
15.20.14. (Ayakkabı, Bot, Terlik Vb., Sayası Tekstil Malzemesinden Olanlar (Spor Ayakkabılar Hariç))	105.988.862	90.301.660	123.075.857	86.961.112	108.845.813
15.20.21. (Spor Ayakkabılar, Tenis, Basketbol, Jimnastik, Antrenman Vb. İçin)	18.430.501	27.555.008	29.227.270	35.999.195	37.400.802
15.20.29. (Diğer Spor Ayakkabılar (Kayak Ve Paten Ayakkabıları Hariç)	6.641.963	9.282.009	7.410.112	7.893.686	9.898.331

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi Ürün İstatistikleri (Çift) - 2020

Tablo 6- Türkiye’de Ayakkabı Sektöründe Girişimci Sayısı

	2015	2016	2017	2018	2019
15.20.11. (Su Geçirmez Ayakkabı, Bot Vb., Tabanı Ve Sayası Kauçuk Veya Plastik Olanlar (Koruyucu Metal Burunlu Olanlar Hariç))	32	28	31	30	35
15.20.12. (Ayakkabı, Bot Vb., Tabanı Ve Sayası Kauçuk Veya Plastik Olanlar (Su Geçirmez Ayakkabılar Veya Spor Ayakkabılar Hariç))	79	88	91	78	77
15.20.13. (Ayakkabı, Bot Vb., Sayası Deri Olan (Spor Ayakkabılar, Koruyucu Metal Burunlu Ayakkabılar Ve Çeşitli Özel Ayakkabılar Hariç))	258	297	317	287	274
15.20.14. (Ayakkabı, Bot, Terlik Vb., Sayası Tekstil Malzemesinden Olanlar (Spor Ayakkabılar Hariç))	85	88	85	75	92
15.20.21. (Spor Ayakkabılar, Tenis, Basketbol, Jimnastik, Antrenman Vb. İçin)	41	51	64	68	68
15.20.29. (Diğer Spor Ayakkabılar (Kayak Ve Paten Ayakkabıları Hariç))	20	23	23	18	24

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi Ürün İstatistikleri-2020

Tablo 6 ürün gruplarına göre girişimci sayılarını göstermektedir. Sayası deriden ürünleri imal eden işletmelerin sayısı 2015’de 258 iken 2019’da %6,2 artmış ve 274’e yükselmiştir. Tabanı, sayası kauçuk ve plastik ürünler imal edenlerin sayısı, 2015’de 79 iken 2019’da ise 77 olarak kayıtlara geçmiştir. Sayası tekstil malzemesinden ürün imal eden işletmelerin sayısı 2015 - 2019 yılları arasında 85 iken %8,2 oranında artmış ve 92’ye yükselmiştir. Aynı yıllarda spor ayakkabı imalatçıların sayısı %65,8 oranında artmış ve girişimci sayısı 41’den 68’e çıkmıştır. Bu Türkiye’de sayası deri olan ayakkabılara ilginin devam ettiği ve spor ayakkabı üretimine talep olduğunu göstermektedir.

Malatya’da mevcut durumda ayakkabı imalatı yapan ve önde gelen firmalardan MARCOMEN’in günlük 5.000 çift üretim kapasitesi vardır. Ancak hâlihazırda günlük 2.000-2.500 çift ayakkabı üretimi yapmaktadır. 2019 yılı itibarıyla mevcut 8 ayakkabı firmasının toplam üretimi ile Malatya’nın sektördeki payı %0,08 düzeyindedir. Malatya’nın üretici sayısı ve üretim kapasitesi göz önünde bulundurulduğunda sektörde öncü olmadığı görülmektedir. Malatya’daki üretici sayısından 110 kat fazla sayıda üreticisi (875) olan Gaziantep Türkiye’de ayakkabı üretiminde ilk sırada yer alan illerdendir. Malatya’daki üreticiler, Gaziantep’e kıyasla daha küçük ölçeklidir. Ayakkabı sektöründe üretimin %15-20’si tamamen makineleşmiş, %65-70’i yarı makineleşmiş, %15’i de bünyesinde hiç makine bulunmayan (el aletleri ile üretim yapan) işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Çok sayıda küçük firma olması, sektörde kurulu kapasitesinin sağlıklı olarak belirlenememesine neden olmaktadır. İşçiliğin yüksek olması, kalifiye eleman sıkıntısı, gerek yurt içi gerekse yurt dışı talebin istenilen düzeylere ulaşamaması sonucunda ayakkabı sektöründe bir atıl kapasite oluşmuştur. Malatya’da ki ayakkabı fabrikalarının kapasite kullanım oranları şu an %50-60 düzeyindedir.

2.4. Dış Ticaret ve Yurt İçi Talep

Deri ve ayakkabı sektörün 2019 yılı ihracatı, 2018 yılına göre %1 düşüşle 1,66 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönem Türkiye’nin genel ihracatı %7,5 artışla 180,5 milyar dolardır. Deri ve deri ürünleri ihracatının, toplam ihracat içindeki payı bu dönemde %1’e yakındır.

Tablo 7- Türkiye Deri ve Deri Ürünleri İhracatı

ÜLKE (1000 \$)		2018	PAY %	2019	PAY %	DEĞİŞİM %
1	ALMANYA	269.212	16,0	183.003	11,0	-32,0
2	İTALYA	122.843	7,3	122.917	7,4	0,1
3	RUSYA FEDERASYONU	111.055	6,6	121.831	7,3	9,7
4	İSPANYA	97.474	5,8	83.831	5,0	-14,0
5	IRAK	53.353	3,2	72.823	4,4	36,5
6	FRANSA	65.846	3,9	64.624	3,9	-1,9
7	BİRLEŞİK KRALLIK	54.419	3,2	53.538	3,2	-1,6
8	A.B.D.	48.016	2 9	52.520	3,2	9,4
9	ROMANYA	44.420	2,6	51.330	3 1	15,6
10	SUUDİ ARABİSTAN	35.754	2,1	50.417	3,0	41,0
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI		902.392	53,6	856.835	51,4	-5,0
İLK 50 ÜLKE TOPLAMI		1.521.677	90,4	1.506.019	90,3	-1,0
DİĞER ÜLKELER VE S.BÖLGELER		161.857	9,6	160. 07	9,7	-0,6
AB (28) TOPLAMI		649.179	38,6	684.6 8	41,1	5,5
TOPLAM DERİ İHRACATI		1.683.534	100,0	1.666.926	100,0	-1,0

Kaynak: İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği-2019

2019 yılında deri ve deri mamulleri ürün grupları içerisinde, 932,4 milyon dolar değerinde ayakkabı ihracatı yapılmıştır. Ayakkabı ürün grubunda ihracat bir önceki yıla göre %5 oranında artmıştır. Bu ürün grubunun toplam deri ve deri ürünleri ihracatı içerisindeki payı 2019 yılında %61,1'dir.

Tablo 8- Türkiye'nin Yıllara Göre Ayakkabı İhracat Değerleri

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Yıllar	Tutar (1.000\$)
2015	670.432
2016	704.163
2017	765.970
2018	887.675
2019	931.576

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

2015 yılında 670 milyon dolar olan ihracat, 2019 yılında %39 oranında artmış ve 932 milyon dolara yükselmiştir. Elbette kaliteli üretim, markalaşma, reklam gibi dış ticarete artan pazarlama faaliyetlerinin bu artışta rolü olsa da dolar kurunda meydana gelen yükseliş ve TL'deki değer kaybının döviz bazında ürünleri ucuzlatmasıyla Türkiye önemli bir ayakkabı ihracatçısı olma refleksi göstermiştir.

Tablo 9- Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı

GTİP No	2015	2016	2017	2018	2019
64.01	12.484	11.410	13.358	14.619	10.668
64.02	160.453	183.084	189.665	196.897	265.521
64.03	281.933	268.028	327.065	405.009	414.266
64.04	116.592	138.882	139.254	163.898	128.740
64.05	55.360	61.980	58.919	67.182	66.677
64.06	43.610	40.780	37.709	40.070	45.703
Toplam	670.432	704.163	765.970	887.675	931.576

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (1000\$)

Ayakkabı ihracatının ürün gruplarına dağılımına baktığımızda ihracatımızın son beş yılda genel olarak %44'ü yüzü deriden mamul ayakkabılardır. 2019 yılında 414,2 milyon dolarlık yüzü deriden mamul ayakkabı ihraç edilmiştir. İkinci sırada ise %28'lik pay ve 265 milyon dolarlık ihracatla dış tabanı ve yüzü kauçuk ve plastik maddeden olan ayakkabılar yer almaktadır.

Tablo 10- Türkiye'nin İhraç Ettiği Ayakkabı Miktarı

2015	2016	2017	2018	2019
77.203	88.449	95.012	108.186	118.212

Kaynak: Trade Map (Ton)

Türkiye'nin ihracatına baktığımızda ürün miktarında artış görülmektedir. Ancak 2015 yılında ton başına 8.684 dolar elde edilirken, 2019 yılında bu rakam ton başına 7.880 dolar olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla ihracatımız her ne kadar tutar ve ağırlık olarak artsa da birim başına elde edilen gelir in düştüğü değerlendirilmesi yapılabilir.

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

Tablo 11'de 2015 yılında 795 milyon dolar ithalat yapan Türkiye'nin, 2019 yılına gelene kadar son beş yılda ithalat rakamları görülmektedir.

Tablo 11- Türkiye'nin Yıllara Göre Ayakkabı İthalatı

Yıllar	Tutar (1.000\$)
2015	794.567
2016	734.371
2017	676.127
2018	622.793
2019	493.180

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye ayakkabı ithalatı görüldüğü üzere her yıl düşüş göstermektedir. 2015 yılında 795 milyon dolarlık ithalat yapan sektör, 2019 yılına gelindiğinde % 38'lik bir düşüşle 493 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Özellikle 2019 yılında ilk defa 500 milyon doların altına düşerek, ihracat dengesi açısından sektör dikkate değer bir fazlaya ulaşmıştır. Tablo 11'de son beş yılda ayakkabı ithalatındaki azalma görülmektedir.

Tablo 12'de 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 212,5 milyon dolarlık ithalatla %43'lük paya sahip olduğunu görülmektedir. İkinci önemli ürün grubu, dış tabanı kauçuktan, plastik maddeden, tabii veya terkip

yoluyla elde edilen köseleden ve yüzü deriden olan ayakkabılar %33'lük payla, 2019 yılında 164,2 milyon dolarlık ithalat gerçekleşmiştir (GTİP No: 64.03). Bu iki ürün grubunun toplam (parasal) oranı %76'dır ve ayakkabı ithalatının yaklaşık ¾'üne karşılık gelmektedir.

Tablo 12- Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı

GTİP No	2015	2016	2017	2018	2019
64.01	7.676	4.377	5.621	2.027	1.722
64.02	177.899	135.862	123.833	117.335	88.469
64.03	280.482	251.420	225.540	203.829	164.251
64.04	258.741	273.233	258.723	262.688	212.466
64.05	4.666	3.223	3.573	2.944	2.803
64.06	65.103	66.255	58.838	33.969	23.468
Toplam	794.567	734.370	676.127	622.792	493.180

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (1.000\$)

Türkiye'nin 2015-2019 yıllarında karşılaştırmalı olarak ayakkabı ithalatına bakıldığında, 2015 yılında toplam ithalatının %46'lık kısmını Çin'den temin ederken, 2019 yılında ise bu rakam %28'e gerilemiştir. Aynı yıllarda Çin'den sonra Vietnam, İtalya ve Endonezya'nın sıralamada yer değiştirmedeği ve Türkiye'nin toplam ayakkabı ithalatının yaklaşık %85'inin bu dört ülke tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir.

Tablo 13-Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Ülkeler

Ülke	2015	2019	Değişim
Çin	364.092.052	142.405.565	-61%
Vietnam	152.293.811	129.669.980	-15%
İtalya	106.940.825	87.906.150	-18%
Endonezya	61.570.350	51.953.756	-16%
İspanya	16.619.428	8.203.575	-51%
Portekiz	13.862.612	8.335.897	-40%
Hindistan	13.601.279	10.148.802	-25%
Kamboçya	8.735.358	11.024.108	26%
Almanya	8.731.751	6.888.807	-21%
Tayland	7.826.620	2.964.813	-62%
10 Ülke Toplamı	754.274.086	459.501.453	-39%
Toplam İthalat	794.566.743	493.179.724	-38%

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (\$)

Çin'in ithalatının %61'lik düşüşüne rağmen pazardaki yerini hala korumaktadır. 2019 yılı ithalatında Çin'den sonra, ikinci sırada %26'lık pay ile Vietnam ve üçüncü sırada %18'lik payla İtalya yer almaktadır. 2019 yılında Türkiye'nin ayakkabı ithalatının %74,6'sı bu üç ülkeden tedarik edilmiştir. Tablo

13'teki değişim sütununda görüldüğü üzere ithalatçı 10 ülkeden sadece Kamboçya %26'lık bir artış sağlarken, diğer dokuz ülke ise %15 ile %62 arasında Türkiye'deki pazarında daralma yaşamıştır.

Son yıllarda, Türkiye'nin ayakkabı ithalatında yaşanan bu düşüşlerdeki nedenlerden biri de 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.

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği'nin (TASD) açıklamasına göre, Türkiye 2019 yılında 277 milyon çift ayakkabı ihraç etmiştir. Ülkemizin ürettiği ayakkabı sayısı ise 361 milyon çifttir. İhraç ettiğimiz ayakkabı çiftinin ortalama fiyatı 3,36 \$ olarak hesaplanmaktadır. Aynı fiyattan ithal ettiğimiz varsayılırsa Türkiye'nin yaklaşık 147 milyon çift ayakkabı ithal ettiği hesaplanabilir.

Stok olmadığı varsayımıyla;

Yurtiçi Talep = Üretim Miktarı + İthalat Miktarı- İhracat Miktarı

Yurtiçi Talep = 361 Milyon + 147 Milyon- 277 Milyon

Formülüyle yıllık yurtiçi talep 231 milyon çift ayakkabı olarak hesaplanmaktadır. Bu değer sektör derneklerinin “yıllık 220 milyon çift tüketiyoruz” ya da “yıllık kişi başına düşen ayakkabı tüketimi 3'e yakın” açıklamalarıyla tutarlı olduğu görülmektedir.

2.5. Üretim, Kapasite ve Talep Tahmini

1.000 çift merdane (casual), 500 çift jordan toplam günlük 1.500 çift ayakkabı üretim yapması hedeflenmektedir. Birinci yıl %50 kapasite, 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.

Tablo 14- 5 Yıllık Üretim Kapasitesi

	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
Kurulu Kapasite (adet)	540.000	540.000	540.000	540.000	540.000
Üretim Miktarı (adet)	270.000	405.000	540.000	540.000	540.000

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. 2019 yılı TÜİK verilerine göre 361 milyon çift ayakkabı üretimi yapılmıştır. Ayakkabı sektöründe kapasite kullanım oranı %72'dir.

İç pazarda yaklaşık 220-230 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.

TÜİK'in 2018 yılında yaptığı nüfus projeksiyonu çalışmasında nüfus projeksiyonlarının hesaplanmasında düşük, ana ve yüksek olmak üzere üç temel senaryo tasarlanmış ve kullanılmıştır. Senaryolar, doğurganlık ve uluslararası göçteki değişimler dikkate alınarak belirlenmiştir. Bunlar arasında yer alan ana senaryo, projeksiyonlarda kullanılmış olan temel senaryo olup toplam doğurganlık hızı ve uluslararası net göç varsayımlarının bileşik etkisinden oluşmaktadır. Ana senaryoya göre “Toplam doğurganlık hızının 2018-2023 döneminde yenilenme düzeyi olarak kabul edilen 2,10

düzeyinde sabit kalacağı, doğal akışı içinde doğrusal olarak azalıp 2030 yılında 2,05, 2040 yılında 1,95, 2050 yılında 1,85 ve 2080 yılında 1,80'e düşeceği" varsayılmıştır. Ayrıca "uluslararası net göçün 2023 yılına kadar 150.000 düzeyinde sabit kalacağı, 2030 yılında 100.000, 2040 yılında 60.000, 2050 yılında 40.000'e düşeceği ve 2080 yılına kadar bu düzeyde sabit kalacağı" varsayımlarında bulunulmuştur.

2017 yılı TÜİK verilerine göre, giysi ve ayakkabının, hanelerin toplam harcamaları içindeki payı %5'dir.

Tablo 15- Hane Halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı

	2018	2019
Gıda ve alkolsüz içecekler	20,3	20,8
Alkollü içecekler, sigara ve tütün	4,0	4,3
Giyim ve ayakkabı	4,8	5,0
Konut ve kira	23,7	24,1
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri	6,5	6,4
Sağlık	2,2	2,2
Ulaştırma	18,3	16,5
Haberleşme	3,8	3,6
Eğlence ve kültür	2,9	3,1
Eğitim hizmetleri	2,3	2,5
Lokanta ve oteller	6,5	6,5
Çeşitli mal ve hizmetleri	4,9	5,1

Kaynak: TÜİK, Hane Halkı Tüketim Araştırması

Tablo 15'de görüldüğü gibi hane halkı tüketiminde birinci sırada yaklaşık %24 ile konut ve kira, ikinci sırada %20 ile gıda ve alkolsüz içecekler, üçüncü sırada %18-17 ile ulaşım yer alırken, giyim ve ayakkabı tüketimi %5 ile altıncı sıradadır ve bir önceki yıla göre payı %4 artmıştır.

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) tarafından yapılan bir açıklamada ülkemizde uzun zamandan beri kişi başına düşen ayakkabı çift sayısı 3'ü geçmediği, bu rakamın Avrupa'da ise 9 olduğu ifade edilmektedir. Aynı açıklamanın devamında Türkiye'de ayakkabı tüketiminin Avrupa'ya göre düşük kalmasındaki en önemli sebebin kişi başı milli gelirin düşük olmasından kaynaklandığı belirtilmekte, ülkemizde bir tüketicinin hayatı boyunca ortalama 130 çift ayakkabı tüketirken, AB ülkelerinde 350 çift, ABD'de 490 çift, Japonya'da 360 çift, Hindistan'da 40 çift, Endonezya'da 95 çift, Brezilya'da 170 çift olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sayılar ülkeler ve bölgelere göre gelir düzeyi, iklim, tüketim alışkanlığı, ortalama yaşam ümidi gibi faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

Bu anlamda üretim yapan yatırımcının ihracat pazarına da odaklanması üretim kapasitesinin kullanılması, riskin paylaşımı ve büyümenin sürdürülebilir olması açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

2.6. Girdi Piyasası

Ayakkabıcılık sektöründe ham madde temini açısından temel girdi maddelerinden birisi olarak hayvan derisini kullanmaktadır. Bu sebeple bu sektörler hayvancılık sektörüne bağımlı konumdadır. Ayakkabı sektörü tedarik zincirinde işleme deri, tavan ve taban astarı, kalıp, boya, vernik, iplik, iğne, çatı pulu, bez, çivi, yapıştırıcı, toka gibi ayakkabı üretim girdileri meydana getirmektedir. Bu girdiler; tasarım firması, kalıp firması, saya firması, kimyasal ürün firmaları, ambalaj firmaları, makine firmaları, yazılım firmaları, laboratuvar, lojistik firmaları gibi tedarikçi firmalardan sağlanır. Ayakkabı üretimi için kullanılan tüm bu girdiler, ayakkabı üretimi için fabrikada süreçlerden geçirilerek ayakkabıya dönüştürülür. Ayakkabı ve deri sektörleri de yoğun olarak makineleşmiş sektörlerdir; bu sebeple makine sanayisinden sürekli etkilenmektedirler. Bunun yanında yine boyama ve tabaklama gibi işlemlerden ötürü kimya sanayisi ve aksesuarların bolca kullanılmasından ötürü ise aksesuar sektörüyle bağlantılıdır. Küresel düzeyde üretim yapan firmalar için yatırım yapılan bölgenin lojistik altyapısının uygunluğu da önemlidir.

Sektördeki firmalarla yapılan görüşmeler ışığında bir çift ayakkabı üretimi için kullanılan malzemeler ve bunların maliyetlerinin ortalama fiyatları alınmış ve aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Bir çift ayakkabının üretimi işçilikle birlikte 135 TL (23,93\$)'dir. Üretimde işçilik ve deri maliyeti yükselten kalemlerdir. Bu iki kalem toplam maliyetin %66'sını oluşturmaktadır.

Bir çift ayakkabının üretim maliyeti piyasada üretim yapan firmadan alınan bilgilere göre kabaca aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

- İşçilik: 45 TL
- Deri: 45 TL
- Taban: 25 TL
- Aksesuar: 10 TL
- Ambalaj (kutu, koli, poşet): 5 TL
- Boya mum, sarf malzeme: 5 TL

Girdilerden hammaddelerin önemli bölümü batı illerine bağımlılık göstermekle birlikte, Malatya gerek tekstil kabiliyeti, gerek geçmişten gelen ayakkabı üretim kültürü, gerekse var olan sanayiye hizmet eden lojistik altyapısı ile hammadde, işçilik, ulaştırma konularında maliyetleri düşürücü bir girdi ekosistemine sahip olduğu değerlendirilebilir.

2.7. Pazar ve Satış Analizi

Ayakkabı imalatında İstanbul ve Gaziantep lider illerdir. Sektörde %72 kapasite kullanım oranı ile çalışılmaktadır. Sektörde katma değer düşük olması, 15-18 aya varan tahsilat süreleri, stokta tutulan mamul ve yarı mamul ürünlerin artan maliyeti, tüketici talebinin daralması önemli sorunlardır. Sektörün önde gelen firmalarından Hotiç, Yeşil Kundura gibi firmalar ekonomideki dalgalanmalar, yüksek faiz oranlarının uzun vadeli yatırımlara imkan vermemesi, ithal girdilerin kurdan etkilenmesi, satışlarda meydana gelen düşüş ve kısa vadeli ödemeleri karşılayamamasından dolayı 2018 yılında konkordato ilan etmiştir. 2018 yılında bu sebeplerden dolayı konkordato ilan eden ve küçülmeye giden ayakkabı firmaları bulunmaktadır. Sektördeki iyileşme iç ve dış talebin artmasına, kapasite kullanım oranının %50'den %80'e yükselmesine bağlıdır.

Doğu Anadolu Bölgesindeki illerin sanayi bakımından değerlendirilmesi yapıldığında, %29'luk bir oran ile Malatya ilk sırada yer almaktadır. Malatya ilini takip eden iller sırasıyla Elazığ (%18), Erzurum (%13), Erzincan (%9), Van (%9), Ağrı (%5), Kars (%3), Bingöl (%3), Bitlis (%3), Ardahan (%2), Muş (%2), Iğdır (%2), Hakkâri (%1), Tunceli (%1) olarak görülmektedir. Bu anlamda Malatya, Doğu Anadolu ve TRB1 bölgesinde sanayisi en gelişmiş il olup Bakanlığımız Sanayi Sicil Bilgi Sistemine kayıtlı 1.123 sanayi işletmesinde yaklaşık 26.323 kişi istihdam edilmektedir. Malatya ilinde bulunan sanayi işletmeler çalışan sayısına göre; %64,8 mikro, %24,8 küçük, %7,1 orta ve %1,8 oranında büyük ölçekli işletmelerdir. Malatya'da sırasıyla Gıda, Tekstil ve Makine Sanayi Sektörlerinin hem istihdam sayısı, hem de şirket sayısı bakımından ön plana çıktığı görülmektedir.

Tablo 16- Malatya İlinde Sanayi Sektöründe İstihdamın Dağılımı (İlk 10 sektör)

Sektör Adı	Çalışan Sayısı	İl Payı
13-Tekstil Ürünleri	6.044	27,27%
10-Gıda Ürünleri	4.808	21,70%
14-Giyim Eşyaları	4.794	21,63%
23-Metalik Olmayan Mineral Ürünler	1.048	4,73%
25-Metal Ürünleri	880	3,97%
22-Kauçuk ve Plastik	797	3,60%
28-Makine ve Ekipmanlar	644	2,91%
08-Diğer Madencilik ve Taş Ocakçılığı	485	2,19%
27-Elektrikli Teçhizat	451	2,04%
07-Metal Cevherleri	327	1,48%
Toplam	22.160	100%

Kaynak: Sanayi İl Durum Raporu,2018

Malatya son yıllarda Anadolu'nun en hızlı kalkınan kentlerinin başında gelmektedir. Tarımdan gıdaya, tekstilden sağlığa kadar oldukça geniş bir sektör yelpazesine sahip olan ilde halen faaliyette olan I. ve II. Organize Sanayi Bölgesi'nde tahsis yapılan 357 parselde yaklaşık 21.640 kişi istihdam edilmiştir. Bu iki OSB'de ağırlıklı sektörler Gıda, Tekstil ve Makine Sanayi olmuştur. Malatya I. ve II. OSB'de tahsis edilecek parsel kalmaması ve çok sayıda müteşebbisin yatırım için yer talep etmesi nedeniyle 1.216 hektarlık alanın 1.OSB'ye eklenmesi sağlanarak Malatya'nın 20–30 yıllık sanayi parsel ihtiyacı karşılanmıştır. 1.OSB İlave Alan 1.Etap'ta alt yapı çalışmaları tamamlanmış olup yatırımcıların hizmetine sunulmuştur. 347 Hektarlık 2.Etap 1.Kısımın alt yapı çalışmaları devam etmekte olup işin %17'si tamamlanmıştır. Ayrıca Darende ilçesinde yeni kurulmuş OSB'deki 30 parselin 5 adedi yatırımcılara tahsis edilmiştir.

Malatya'da kurulan/kapanan işyeri istatistiklerine bakıldığında son 10 yılda açılan şirket sayısının %38, gerçek kişi işletmesinin ise %15 oranında arttığı görülmektedir. Kapanan şirket sayısının 10 yıllık ortalaması 44 olarak gerçekleşmiş ve genel olarak sabit bir seyir izlemiştir. Kapanan gerçek kişi işletme sayısında ise 10 yıllık ortalama 140 civarında iken son 2 yılda 80'li değerlere düşerek firmaların kalıcı olma konusunda başarılı bir performans sergilediği değerlendirilebilir.

Malatya söz konusu yatırım açısından değerlendirildiğinde güçlü yönler ve fırsatlar açısından bakıldığında;

- Ünlü markalara fason üretim yapabilme becerisinin yıllar içerisinde gelişmiş olması ve ülke genelinde kabul görmesi,
- İlde tescilli markaların bulunması, yurt içi satış ağı yeterli düzeyde kurulmuş olup ihracata yönelik çalışmaların devam etmesi,
- İleri yaşlarda da ustalık değerini kaybetmeyen meslek grubu istihdam etmesi,
- Deri ürünlerde Çin'den daha kaliteli üretim yapılması,
- Üretimde esnek olabilmenin avantaj sağlaması,
- Köklü bir sektör olması,
- 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 yüksekokullarının varlığı,
- Orta Doğu'ya yakınlığı ile lojistik avantajı

gibi avantajlar sunduğu değerlendirilebilir.

İhracata dönük çalışan üreticiler, alıcılar tarafından talep edilen standarda uygun üretim yapmak durumundadırlar. Son yıllarda tasarıma daha çok önem verilmekte, ayakkabı sektöründe modaya uygun koleksiyonlar hazırlayarak rekabet gücümüzü artırıcı bir dizi etkinlikler yapılmaktadır. Üretilen ayakkabılar genel olarak toptancı, perakendeci ve dış ticaret firmaları aracılığıyla satış ve pazarlama işlemleriyle piyasaya sürülmektedir.

Devlet destekleri ile fuarlara katılmak, sektörel ticaret heyetlerinde yer almak, ulusal ve global tüketici trendlerini takip ederek uyum sağlamak, verimlilik, markalaşma ve kaliteye önem vermek sektörde başarının anahtarlarından. Bu anlamda oluşturulan pazarlama ve satış ekiplerinin piyasayı okuması, geri bildirimlerde hızlıca aksiyon alması elzemdir. İhracat için Malatya ve Türkiye'nin aynı zamanda sektörün önemli ihraç pazarları Almanya, Irak ve İran ilk etapta firma için hedef pazarlar olarak seçilebilir. Firmanın yıllık ayakkabı üretim/satış miktarı 5 yıllık süreç için aşağıdaki gibi planlanmaktadır.

Tablo 17- Hedeflenen Ayakkabı Üretimi ve Satış Miktarı

	1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl	4.Yıl	5.Yıl
Kurulu Kapasite (adet)	540.000	540.000	540.000	540.000	540.000
Üretim Miktarı (adet)	270.000	405.000	540.000	540.000	540.000
Satış Miktarı (adet)	270.000	405.000	540.000	540.000	540.000

İlk 2 yıldan sonra tam kapasiteye geçmesi planlanan yatırımda üretilen tüm ayakkabıların satılması planlanmaktadır. Ayakkabının birim satış fiyatı KDV hariç 145 TL (25,7 \$) olarak belirlenmiştir.

3. TEKNİK ANALİZ

3.1. Kuruluş Yeri Seçimi

Ayakkabı fabrikası Malatya'da 1.OSB genişleme alanında kurulacaktır. Fabrika için 5.000 m² tahsis ölçeği belirlenmiştir. 5.000 m²'de yapılabilecek inşaat alanı Malatya 1.OSB tarafından tahsis ölçeğinin en fazla %70'i (3.500 m²) olarak açıklanmıştır. Fabrika içerisinde makinelerin yerleşimine göre kapladıkları alan yaklaşık olarak 2.000 m²'dir.

Kuruluş yeri seçiminde Pazar ve Satış Analizi başlığı altında sıralanan bölgenin güçlü yönleri ve fırsatlarına dair avantajları göz önünde bulundurulmuştur.

3.2. Ayakkabı Üretim Süreci

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.
- Kâğıt/karton patronlar dikkate alınarak bunlara uygun kesim bıçakları hazırlanıp uygun deri, kumaş ve astar kesilir.
- “Saya” ayakkabının ayağı saran, yumuşak üst bölümdür. 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 yapıldı) 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.
- 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 yapılmaktaydı.
- 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 giren sonra kerpeten yardımıyla çiviler sökülür. Çiviler kalıptan söküldükten sonra zımpara işlemi yapılır. Kösele ayakkabılarda topuk, taban ve kenar düzeltilmesi ve boyaması olan freze

işleminde sonra farklı biçimlerde üretilen tüm ayakkabıların geldiği son kalite kontrol aşamasının sonunda ayakkabı kullanıma hazır hale gelmektedir.

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
- Kimya sanayi
- Makina sanayi
- Neolit ve kauçuk plaka üretimi ve satışı
- Saraciye üretimi

Türkiye de bulunan ayakkabı fabrikalarının genel yapısına bakıldığında kapasite kullanım oranı %72'dir.

Üretimde iş akışı; Yarı makineleşmiş bir fabrika üretiminde ilk olarak yan malzemeler temin edilmektedir. Bu yan malzemeler deri, kalıp, taban, iplik, yapıştırıcılar, boyalar ve çeşitli aksesuarlardır. Daha sonra sırasıyla kesim, saya dikimi, ford-bombe saya hazırlığı, kalıba ön monta, arka monta, pistarizma, 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.

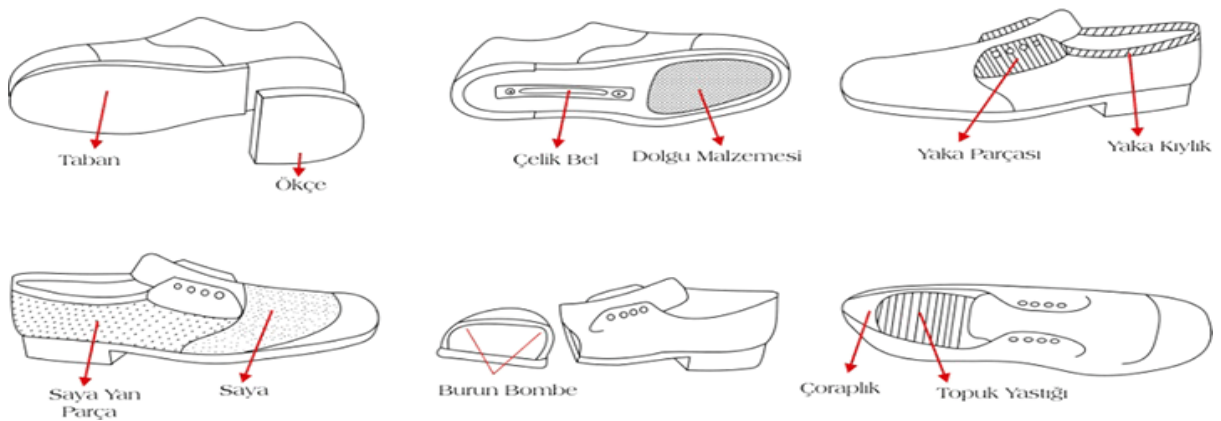
Şekil 2: Örnek Ayakkabı Fabrikası



3.3. Üretim Teknolojisi

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

Şekil 3: Ayakkabının Bölümleri



makinelere 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 dâhil).

Ayakkabı üretiminde gerekli olan makine-teçhizat listesi ve ihtiyaç duyulan adetler Tablo 18'de yer almaktadır. Makine adetleri sektördeki firmalarla görüşülerek belirlenmiştir. Bu firmalar; Dedemak Makine (<http://www.dedemak.com.tr/tr>), Eser Makine (<http://esermakina.com/>), Merthan Makine (<http://www.merthanmakina.com.tr/>) ve Fantes Makine'dir (<http://fantesmakina.com/>).

Enjeksiyon üretim yönteminde ise ayakkabının sayısı ve tabanı birlikte oluşturulmaktadır. Enjeksiyon yöntemiyle üretilen ayakkabılar ucuz olmaları nedeniyle alt gelir grupları tarafından tercih edilmektedir. Aşağıdaki listede ayakkabı yatırımı için makine isimleri ve adetleri listelenmiştir.

Tablo 18- Makine Listesi

SIRA NO	MAKİNA ADI	ADET
1	Klişe ve Numaratör Makinası	1
2	Şerit Freze Makinası	1
3	Otomatik Vardola Sıkıştırma Makinesi	1
4	İlaç Sürme Makinası	1
5	Ökçe Tırpan Makinası	1
6	Ökçe Sıkıştırma Pres Makinası	1
7	Deri Kampre Makinası	2
8	Takviye Bezi Yapıştırma Makinası	1
9	İlaç Temizleme	3
10	Pres kesim makineleri	5
11	Vardola ve Taban İlaçlama Makinası	1
12	Taban Enjeksiyon Makinesi	1
13	Tek İğne İplik Kesmeli Kafadan Motorlu Saya Dikiş Mak.	20
14	Çift İğne İplik Kesmeli Kafadan Motorlu Saya Dikiş Mak.	16
15	Deri Traş Makinası	4
16	Fort - Bombe Traş	4
17	Zigzag Makinası	4
18	Tam Otomatik Kıvrırma Makinası	4
19	Kapsül Çakma Mak.	4
20	Lateks Püskürtme Makinesi (Astar Form Dahil)	2
21	4 İstasyonlu Şişmeli Fort Forma Makinesi PLC	2
22	Bombe Yapıştırma Makinesi	2
23	Saya Tırpan	2
24	Bombe Yumuşatma Makinesi	2
25	Bilg. İlaçlı 9 Dan. Ön Monta Makinesi (Kalıp Kaydetme)	2
26	Fort Yumuşatma Mak.	2
27	Bilgisayarlı İlaçlı Arka Monta Makinesi	2
28	Buharlı Fırın 4 Kanallı	1
29	Pistarizma Makinesi	1

SIRA NO	MAKİNA ADI	ADET
30	Şerit Zımpara Toz Emicili	1
31	Dilimli Çizgi Makinesi	1
32	Yapıştırma Kurutma Aktivite (Bantlı)	1
33	İki İstasyonlu Kapaklı Üste Atma Mak.	1
34	Soğutucu Makinesi 3m	1
35	Hidrolik Kalıptan Çıkarma Makinesi	1
36	İplik Yakma	2
37	Finisaj Makinesi	1
38	30 cm. Hotmelt Mostra Yapıştırma Makinası	1
39	25m Arabalı Bant	1

3.4. İnsan Kaynakları

Yatırımın ihtiyaç duyduğu insan kaynağı genel olarak Malatya'dan temin edilecek olup, çalışanların seçileceği Malatya İl nüfusunun eğitim kademelerine göre durumu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 19- Malatya İli Eğitim Durumu

Yıllar	İlköğretim	Lise	Yüksekokul Fakülte	Yüksek Lisans	Doktora	TOPLAM
2015	279.157	136.426	82.817	4.517	1.492	504.409
2016	276.010	146.620	88.346	4.735	1.492	517.203
2017	280.073	146.827	90.435	7.283	1.728	526.346
2018	277.748	156.702	95.634	8.145	1.738	539.967
2019	277.633	159.302	99.758	8.873	1.761	547.327

Kaynak: TÜİK, Malatya İli Eğitim Durumu

Günlük 1.500 çift ayakkabı imalat kapasitesine göre kurulan makine parkının çalıştırılması için depoda 2 kişi, kesimhanede 10 kişi, saya bölümü (dikiş) 25 kişi, monta bölümü 30 kişi, toplam da 67 mavi yaka ve 10 beyaz yakaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu büyüklükteki bir tesis için idari kadro 3 kişi olarak ön görülmektedir. Maliyet hesapları yapılırken idari kadroda çalışanların ortalama 5.000 TL, beyaz yaka çalışanların 3.500 TL, mavi yaka çalışanların 2.500 TL maaş alacağı varsayılmıştır. Aşağıdaki personel ve toplam maaş giderleri tablosu tek vardiya sisteminde ve Tablo 18'de listelenen makineler kullanılması durumu göz önünde bulundurularak hesaplanmıştır.

Tablo 20-Personel ve Toplam Maaş Giderleri

Personel Türü	Adedi	Toplam Yıllık Tutar (TL)	Toplam Yıllık Tutar (USD*)
İdari Personel	3	180.000,00	25.650,00
Beyaz Yaka	10	420.000,00	59.850,00
Mavi Yaka	67	2.010.000,00	286.350,00
Toplam	80	2.610.000,00	371.850,00

*15 Şubat 2021 USD kuru baz alınmıştır.

4. FİNANSAL ANALİZ

4.1. Sabit Yatırım Tutarı

Bina yapım maliyeti 1.925.000,00 TL olarak belirlenmiştir. Malatya 1.OSB ile görüşmeler sonucunda arazide en düşük parselin 5.000 m² olduğu ve m² fiyatının 50 TL olarak belirlendiği öğrenilmiştir. Arazi maliyeti 250.000 TL'dir. Etüt- proje giderleri m² birim fiyatı 10 TL olarak belirlenmiş ve toplam 50.000 TL'dir. Makine-Ekipman giderleri 2.602.891 TL'dir. Nakliye gideri ve montaj gideri makine ekipman giderinin ayrı ayrı %2'si olarak hesaplanmıştır. Genel gider olarak makine parkı tutarı toplamı olan 2.602.891 TL'nin %1'si hesaplanmış ve beklenmeyen giderler sabit yatırım tablosundaki ilk yedi kalem toplamının %1'i olarak hesaplanmıştır. İşletmeye alma giderleri yatırım kapsamında öngörülmemiş olup makine ve ekipmanın alındığı firmadan gerekli eğitimler ücretsiz alınacak olup personel bu eğitimden yararlandırılacaktır.

Tablo 21-Ayakkabı Sabit Yatırım Harcama Türü

Sabit Yatırım Harcama Türü	Harcama Tutarı (TL)	Harcama Tutarı USD*)
1. Bina Yapım Maliyeti	1.925.000,00	274.216,52
2. Arazi Maliyeti	250.000,00	35.612,54
3. Etüt Proje Giderleri	50.000,00	7.122,51
4. Makine-Ekipman Giderleri	2.602.891,00	370.782,19
5. Nakliye Gideri(%2)	52.057,82	7.415,64
6. Montaj Giderleri (%2)	52.057,82	7.415,64
7. Genel Giderler (%1)	26.028,91	3.707,82
8. Beklenmeyen Giderler (%1)	49.580,35	7.062,73
Toplam	5.007.615,90	713.335,60
Sabit Yatırım Giderleri Toplamı	5.007.615,90	713.335,60

*15 Şubat 2021 USD kuru baz alınmıştır.

Yatırım süresi 1 yıl olarak hesaplanmış ve 1. yılın sonunda yatırımın hizmete alınması öngörülmüştür. Yatırımın inşaat, arazi, etüt ve proje giderleri ile makine ekipman ve diğer gider kalemlerinden oluşan toplam yatırım tutarının (5.007.615,90 TL) başvuru sahibinin öz kaynağı ve banka kredisi ile fonlanması öngörülmektedir. Ancak yapılacak olan yatırıma ilişkin bölgesel teşviklerden, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı cazibe merkezleri destek programından, yatırım teşvik belgesi kapsamında sunulan desteklerden ve açık olan hibe ve destek programlarından yatırım esnasında ve faaliyete başladıktan sonra yararlanılması öngörülmektedir. Yatırım maliyetlerinin %38,5'i inşaat gideri(bina yapım) bedelidir. Yine makine ve ekipman bedeli de yatırım maliyetlerinin %52'sini oluşturmaktadır. İşletme döneminde ek yatırım düşünülmemiştir.

4.2. Yatırımın Geri Dönüş Süresi

Yatırımın geri dönüş süresi olarak, yatırımın yapılacağı tarihten sonraki 3. yılın ilk çeyreği öngörülmektedir.

5. ÇEVRESEL ve SOSYAL ETKİ ANALİZİ

Malatya Ayakkabı İmalat sektörü yatırımları il ve bölge genelinde bulunan ve sektöre girdi sağlayan işletmelere olumlu etki edecektir. Sektörde teknolojik altyapı ile modelleme faaliyetleri yapılabilecek, rekabet güçleri artacak, bölgenin ve yakın coğrafyadaki ayakkabı pazarının talepleri karşılanacaktır. Yatırımın sağlayacağı sinerji ile ortak üretim, katma değerli ürün, sanayi iş birliği konularında iyileşmeler

görülebilecektir. Bu da bölgedeki firmaların üretim kapasitelerine ve nitelikli istihdam sayısına doğrudan etki edecektir.

Ayakkabı yatırımının bölgeye sağlayacağı ekonomik faydalar aşağıdaki gibidir;

- Sektörde faaliyet gösterecek işletmelere teknolojik altyapı, tasarım ve modelleme ile makine parkı yenilikleri,
- Sektöre yönelik yenilikçi ürünlerin üretilmesi, ürün çeşitliliğinin artışı ve bu ürünlerin il dışından temin edilmesinin önüne geçilmesi,
- Sektörde faaliyet gösteren elemanların teknik ve mesleki bilgi ve beceri kazanmaları,
- İlin gayri safi hasılasında ve vergi gelirlerinde artış,
- Kişi başına düşen gelirden artış,
- Gelir dağılımında iyileşme,
- Ekonomik büyüme hızında artış,
- Bölgenin rekabet gücünde artış,
- İlin ticaret hacminde artış,
- Üretim miktarı ve kapasite kullanım oranlarında artış,
- Piyasa güven endeksinde artış,
- Nitelikli ürün sayısında artış,
- Kamu üzerindeki yükün azalması,
- İstihdam artışı ve göçün azalması,
- Yatırımlar için çekim merkezi durumunun sürmesi

Yatırım kapsamında birinci yıl 80 yeni istihdam ve 10 yıl içinde de üç vardiya sistemine geçilerek tam kapasitede çalışılmasıyla birlikte bu sayının 300'e ulaşacağı varsayılmıştır.

Yeni istihdamı sağlanan kişilerin asgari ücret üzerinden aylık net 2.020,00 TL gelir elde edeceği öngörülmektedir. İstihdamı sağlanan kişilerin bu gelirlerinin %90'ını bölgede harcayacakları varsayıldığında ekonomik yarar için ilk önemli unsurdur.

TÜİK verilerine göre Malatya ili ortalama hane halkı büyüklüğü 3,61'dir. 300 kişinin iş bulması (300x3,61) 1.083 kişinin geçimine katkı sağlayacak ve göçü engelleyecektir. Yatırımın bölge halkına, ailelere ve topluma etkileri olacaktır. Bunlar aşağıda sıralanmıştır;

- Toplum, aile ve bireyler üzerinde olumlu etki,
- Çalışacak bireylerin psikolojisindeki olumlu etki,
- Gelecekle beklentilerin olumlu yönde iyileşmesi,
- Bireysel ve toplumsal dayanma gücünde artış,
- Toplumsal barış ve huzur,
- Olumluya giden psikolojik ortam dolayısıyla kamunun suçu önleme ve tedavi gibi maliyetlerindeki azalmadır.

"Ayakkabı Yatırımına" yönelik yapılan çalışmalar kapsamında projenin çevreye ve çalışanlara olan etkilerinin değerlendirilmesinde, ulusal ve uluslararası literatürde kabul görmüş değerler, ülkemiz çevre mevzuatında belirtilen standartlar, işçi sağlığı ve güvenliği mevzuatları ile yönetmelik değerleri kullanılacaktır.

Söz konusu proje kapsamında çalıştırılacak personelin, proje alanına yakın yerleşim birimlerinden temin edilmesi planlanmaktadır. Böylece, hem tesise yakın yerleşimlerde istihdam imkânı sağlanmış olacak, hem de personelin barınma ihtiyaçları karşılanacaktır. Ayrıca, üretim faaliyetleri sırasında işçilerin gıda ve giyim giderleri, ekipmanların bakım, onarım ve yedek parça giderleri, yakıt giderleri, genel ve beklenmeyen giderler, yöredeki ekonomiyi canlandıracaktır. İşletme aşamasındaki faaliyetlerin sosyo-ekonomik çevre üzerinde birtakım olumlu etkileri olacaktır. Yöreden temin edilecek personel ile yörede istihdam yaratılacaktır. Yapılacak yatırım ile milli gelire katkı sağlanacaktır.

Ayakkabı üretimi için mühendisler, satış ve pazarlama elemanları, kalite kontrol elemanları ve mavi yaka elemanlar istihdam edilecektir. Ayrıca, ürün satış gelirleri baz alınarak yeni ayakkabı tasarımları yapılması, ve gerekli makine parkurunun geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

TÜİK verilerine göre Malatya ili ortalama hane halkı büyüklüğü 3,61'dir. 300 kişinin iş bulması 300x3,61 (1.083 kişi) geçimine katkı sağlayacak ve göçü engelleyecektir. Personele verilen mesleki/kişisel gelişim eğitimlerinin bireye, aileye ve topluma olumlu etkisi olacaktır. Bunlar aşağıda sıralanmıştır;

- Toplum, aile ve bireyler üzerindeki olumlu etkileri,
- Bireyin psikolojisindeki olumlu etkileri,
- Ailenin diğer bireylerindeki olumlu psikolojik etkileri,
- Toplumsal ve bireysel moralde yükselme,
- Gelecekle beklentilerin olumlu yönde iyileşmesi,
- Bireysel ve toplumsal dayanma gücünde yükseliş,
- Toplumsal barış ve huzur,

Ayrıca;

- Malatya'da üretilen ürünlere yine Malatya'da ve TRB1 Bölgesi'nde katma değer sağlanması,
- İlin yatırım ortamının gelişmesi
- İlde sermaye birikiminin artması ve bu birikimin yeni yatırımlar için kullanılması,
- İlde, üretime bağlı iş birliği, rekabet, dayanışma ve paylaşım kültürünün gelişmesi,
- İhracata dayalı döviz kazancı sağlanması,
- Üretilen ürünlerin ihraç edilmesi ile uluslararası kalite standartlarının Malatya ili elektrikli küçük ev aletleri üretiminde kullanılması ve üretim ve yaşam kültürünün bir parçası olması projenin diğer sosyal fayda-maliyetleridir.

Söz konusu faaliyetin bölgede istihdam oluşturmaları ve ülke kaynaklarının verimli kullanılmasına olanak sağlaması ve proje kapsamında çalışacak personelle birlikte bölgede sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyinin artmasına katkı sağlayacağı düşünüldüğünde projenin önemi ve gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Yatırımın faaliyete geçirileceği Malatya ili nüfusu 2018 TÜİK nüfus verilerine göre 797.036'dır. Bu nüfusun 396.877'si erkek, 400.159'u kadındır. Yüzde olarak bakıldığında ise nüfusun %49,79'u erkek, %50,21'i kadındır.

Projenin hayata geçmesiyle birlikte istihdam edilecek kişiler, üretim sürecinde genellikle erkeklerden oluşacakken, satış, pazarlama, finans ve işletme aşamasında ise kadınlara öncelik verilecektir. Üretime başlanmasıyla öncelik bölge halkından olmak üzere yeni istihdam yapılacaktır.

Ayakkabı yatırımının İlimize yapacağı sosyal, ekonomik ve üretim kapasitesi etkisi ise aşağıda listelenmiştir.

Ayakkabı Yatırımının Malatya İlinin Sosyal Hayatına Olası Etkileri

- ✓ Beyaz yakalı iş gücünün sağlayacağı teknik uzmanlık
- ✓ Mesleki eğitim düzeyinde artış
- ✓ Malatya ilinde ve TRB1 Bölgesi'nde istihdamın gelişmesi ve buna bağlı gelir artışı
- ✓ Nüfus artışı
- ✓ Eğitim, sağlık, kültür, sosyal ve eğlence mekânlarında artış
- ✓ Hedef pazar olan iller ile iletişim, iş birliği ve kültür alışverişi
- ✓ Bölgeye işgücü göçünün başlaması
- ✓ Okullaşma oranının artırılması ve eğitim süresinin 6,44 yıldan yukarı çıkartılması
- ✓ İllerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında (SEGE) Malatya 42. sırada yer almaktadır. Yatırımlarla bu sıranın yükselmesi sağlanacaktır.

Ayakkabı Yatırımının Malatya Ekonomisine Olası Etkileri

- ✓ Bölgede üretime dayalı gelir artışı yaşanması
- ✓ Bölge'nin yurtiçi ve yurtdışı pazar payının yükselmesi
- ✓ Bölge'nin milli hasıladaki payının artması
- ✓ Bölgede üretilen olan ayakkabı ve yan ürünlerinin katma değer artışı
- ✓ Yan üretim ve hizmet dallarının gelişimi (makine, yedek parça, finans, sigorta, danışmanlık, vs.)
- ✓ Otel, pansiyon, restoran işletmeciliği, nakliyecilik gibi ticaret kollarının gelişimi
- ✓ Perakende pazarının gelişmesi
- ✓ Kadınların ekonomik gücünün gelişmesi
- ✓ Bölgede girişimciliğin artması
- ✓ Bölgede refahın artması

Ayakkabı Yatırımının Malatya Üretimine Olası Etkileri

- ✓ Malatya ilinde ayakkabı arzında yaşanacak artış
- ✓ Ayakkabı üretiminde kullanılacak hammaddelerin üretim, çeşitlilik ve kalitesinde artış
- ✓ İmalat sanayi gelirlerinde artış
- ✓ Örgütlenme düzeyinde ve kalitesinde artış
- ✓ Sözleşmeli üretim uygulamalarının yaygınlaşması
- ✓ Bölgesel kalkınma çalışmalarında gelişme
- ✓ Bölgede kurulması planlanan OSB'lerin verimliliğinde artış ve yeni bölgelerin eklenmesi

Yatırımların performans göstergeleri/ekonomik, sosyal ve finansal çıktıları bölgeyi doğrudan etkileyecektir.

Tablo 22-Performans Göstergeleri

Performans Göstergeleri	Değer
Doğrudan Faydalanacak Kişi Sayısı	4.000
Yatırımın Büyüklüğü	5.007.615,9 TL
İstihdam Edilecek Kişi Sayısı	300
Tedarikçi Sayısı	100
Toplam İşletme Sermayesi	621.839.091,00 TL
Toplam Ciro Büyüklüğü	141.405.109,00 TL
Kapalı Alan Büyüklüğü	3.000 m ²
Açık Alan Büyüklüğü	5.000 m ²

KAYNAKLAR

Bu çalışma Malatya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından 2019 yılında Fırat Kalkınma Ajansı tarafından uygulanmakta olan Fizibilite Desteği Programına sunulan proje kapsamında hazırlanan “Ayakkabı Yatırımı Fizibilitesi” raporunun güncellenmesi çalışmasıdır. Büyük oranda bu rapordan faydalanılmıştır.

1. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (STB)
2. Ticaret Bakanlığı (TB)
3. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
4. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO)
5. Malatya 1.Organize Sanayi Bölgesi (MALORSA)
6. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)
7. İstanbul Deri ve Deri Mamülleri İhracatçıları Birliği (IDMİB)
8. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
9. Devlet Destekleri 2019, Ankara Ticaret Odası
10. Organize Sanayi Bölgeleri Mevzuat Özeti, Fırat Kalkınma Ajansı
11. World FootWear Yearbook, 2017,2018
12. BİLSAM Malatya Ekonomi Raporu, 2019
13. İhracat 2019 Raporu, (TİM)
14. Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 81 İl Sanayi Durum Raporu,2017
15. Ayakkabı Sektör Raporu, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA), 2014
16. Türk Ayakkabı Firmalarının Rekabet Stratejilerinde Tasarımın Rolü Doktora Tezi (İTÜ), 2013
17. Ayakkabı İmalatı Sektör Raporu, Çukurova Kalkınma Ajansı, 2011
18. Türk Ayakkabı Sanayi ve Tasarım Sorunu Doktora Tezi (İTÜ), 2004
19. Ayakkabı Sektör Araştırması, Türkiye Kalkınma Bankası, 2005
20. Malatya Organize Sanayi Bölgesinde Bulunan Firmalar (MARCOMEN)

Ek-1: Fizibilite Çalışması için Gerekli Olabilecek

Yatırımcı tarafından hazırlanacak detaylı fizibilitede, aşağıda yer alan analizlerin asgari düzeyde yapılması ve makine-teçhizat listesinin hazırlanması önerilmektedir.

- Ekonomik Kapasite Kullanım Oranı (KKO)

Sektörün mevcut durumu ile önümüzdeki dönem için sektörde beklenen gelişmeler, firmanın rekabet gücü, sektördeki deneyimi, faaliyete geçtikten sonra hedeflediği üretim-satış rakamları dikkate alınarak hesaplanan ekonomik kapasite kullanım oranları tahmini tesis işletmeye geçtikten sonraki beş yıl için yapılabilir.

Ekonomik KKO= Öngörülen Yıllık Üretim Miktarı /Teknik Kapasite

- Üretim Akım Şeması

Fizibilite konusu ürünün bir birim üretilmesi için gereken hammadde, yardımcı madde miktarları ile üretimle ilgili diğer prosesleri içeren akım şeması hazırlanacaktır.

- İş Akış Şeması

Fizibilite kapsamında kurulacak tesisin birimlerinde gerçekleştirilecek faaliyetleri tanımlayan iş akış şeması hazırlanabilir.

- Toplam Yatırım Tutarı

Yatırım tutarını oluşturan harcama kalemleri yıllara sari olarak tablo formatında hazırlanabilir.

- Tesis İşletme Gelir-Gider Hesabı

Tesis işletmeye geçtikten sonra tam kapasitede oluşturması öngörülen yıllık gelir gider hesabına yönelik tablolar hazırlanabilir.

- İşletme Sermayesi

İşletmelerin günlük işletme faaliyetlerini yürütebilmeleri bakımından gerekli olan nakit ve benzeri varlıklar ile bir yıl içinde nakde dönüşebilecek varlıklara dair tahmini tutarlar tablo formunda gösterilebilir.

- Finansman Kaynakları

Yatırım için gerekli olan finansal kaynaklar; kısa vadeli yabancı kaynaklar, uzun vadeli yabancı kaynaklar ve öz kaynakların toplamından oluşmaktadır. Söz konusu finansal kaynaklara ilişkin koşullar ve maliyetler belirtilebilir.

- Yatırımın Kârlılığı

Yatırımı değerlendirmede en önemli yöntemlerden olan yatırımın kârlılığının ölçümü aşağıdaki formül ile gerçekleştirilebilir.

Yatırımın Kârlılığı= Net Kâr / Toplam Yatırım Tutarı

- Nakit Akım Tablosu

Yıllar itibariyle yatırımda oluşması öngörülen nakit akışını gözlemlemek amacıyla tablo hazırlanabilir.

- Geri Ödeme Dönemi Yöntemi

Geri Ödeme Dönemi Yöntemi kullanılarak hangi dönem yatırımın amorti edildiği hesaplanabilir.

- Net Bugünkü Değer Analizi

Projenin uygulanabilir olması için, yıllar itibariyle nakit akışlarının belirli bir indirgeme oranı ile bugünkü değerinin bulunarak, bulunan tutardan yatırım giderinin çıkarılmasıyla oluşan rakamın sıfıra eşit veya büyük olması gerekmektedir. Analiz yapılırken kullanılacak formül aşağıda yer almaktadır.

$$NBD = \sum_{t=0}^n \frac{NAt}{(1-k)^t}$$

NAt : t. Dönemdeki Nakit Akışı

k: Faiz Oranı

n: Yatırımın Kapsadığı Dönem Sayısı

- Cari Oran

Cari Oran, yatırımın kısa vadeli borç ödeyebilme gücünü ölçer. Cari oranın 1,5-2 civarında olması yeterli kabul edilmektedir. Formülü aşağıda yer almaktadır.

$$\text{Cari Oran} = \frac{\text{Dönen Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

Likidite Oranı, yatırımın bir yıl içinde stoklarını satamaması durumunda bir yıl içinde nakde dönüşebilecek diğer varlıklarıyla kısa vadeli borçlarını karşılayabilme gücünü gösterir. Likidite Oranının 1 olması yeterli kabul edilmektedir. Formülü aşağıda yer almaktadır.

$$\text{Likidite Oranı} = \frac{\text{Dönen Varlıklar} - \text{Stoklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

Söz konusu iki oran, yukarıdaki formüller kullanılmak suretiyle bu bölümde hesaplanabilir.

- Başabaş Noktası

Başabaş noktası, bir firmanın hiçbir kâr elde etmeden, zararlarını karşılayabildiği noktayı/seviyeyi belirtir. Diğer bir açıdan ise bir firmanın, giderlerini karşılayabildiği nokta da denilebilir. Başabaş noktası birim fiyat, birim değişken gider ve sabit giderler ile hesaplanır. Ayrıca sadece sabit giderler ve katkı payı ile de hesaplanabilir.

$$\text{Başabaş Noktası} = \frac{\text{Sabit Giderler}}{\text{Birim Fiyat} - \text{Birim Değişken Gider}}$$

Ek-2: Yerli/İthal Makine-Teçhizat Listesi

İthal Makine / Teçhizat Adı	Miktarı	Birimi (Adet, kg, m ³ vb.)	F.O.B. Birim Fiyatı (\$)	Birim Maliyeti (KDV Hariç, TL)	Toplam Maliyet (KDV Hariç, TL)	İlgili Olduğu Faaliyet Adı

Yerli Makine / Teçhizat Adı	Miktarı	Birimi (Adet, kg, m ³ vb.)	Birim Maliyeti (KDV Hariç, TL)	Toplam Maliyeti (KDV Hariç, TL)	İlgili Olduğu Faaliyet Adı



Niyazi Mahallesi Buhara Caddesi No:195 Kat:1 (Malatya TSO Hizmet Binası 1. Kat) Battalgazi / MALATYA

Tel.: 444 53 52 / +90 422 212 87 98 - 99 - Faks: +90 422 212 87 97

E-Posta: info@fka.gov.tr | www.fka.gov.tr

ISBN

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılamaz