

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
EĞİTİM PROGRAMI VE ÖĞRETİM BİLİM DALI**

**AYAKKABI TASARIMI VE ÜRETİMİ LİSANS
PROGRAMINA YÖNELİK EĞİTİM İHTİYAÇLARININ
BELİRLENMESİ**

Perihan Tunç

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN
Doç. Dr. Yavuz Erişen**

Konya - 2013



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Perihan Tunç
	Numarası	085116021004
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Eğitim Bilimleri /Eğitim Programı ve Öğretimi
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input checked="" type="checkbox"/>
Tezin Adı	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi	

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

DOKTORA TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Perihan Tuna		
	Numarası	08116021004		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Eğitim Bilimleri		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç.Dr. Yavuz Erişen		
Tezin Adı	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi			

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan ~~yukarıda adı verilen...~~ başlıklı bu çalışma .08./03./2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler
Doç.Dr. Yavuz Erişen	Danışman
Prof.Dr. Ali Murat Sönbül	Üye
Prof.Dr. Ahmet Saban	Üye
Doç.Dr. Nadir Celikoz	Üye
Yrd.Doç.Dr. Ömer Beyhan	Üye.

İmza

ÖNSÖZ

Yıllarca verilen emekle kazanılmış birikimin insanın sahip olduğu en büyük zenginlik olduğunu kavradığımda yirmi beş yıllık eğitimciydim. Ancak, birikimler başkalarının işine yaramadığında anlamı ve değeri olmayan bir yük olmaktan ileri gidemiyordu ve bu birikimler insanlara aktarılmak istendiğinde sadece “öykü” oluyordu.

Birikimlerin insanların kullanımına sunulması, insanların kendi yaşam süreçlerinde, bunlardan etkili, verimli bir şekilde yararlanabilmesi için “doğru, objektif, yalın, anlamlı, öğretici, saygın” bir yol arayışı beni daha bilimsel bir çabaya ihtiyaç hissettiğim bir bakış açısına götürdü.

Doktora çalışması yapmaya karar verdiğimde 45 yaşındaydım. Kariyer, unvan, kadro, statü beklentisi olmadan, geleceğe dair ve ekonomik kaygılara boğulmadan birikimlerimi insanlara aktarmak için doğru dili, bilim dilini kullanma isteği ile. Daha yolun başında hiçbir şey bilmediğimi gördüm, hayatın sonsuz bir öğrencilik olduğunu da. İçinde yaşadığı korkulara, kaygılara ve heyecanlara rağmen öğrenmeye ve bilmeye aç, meraklı çocuğun, ilkokula giderken ilk günkü duygularıyla içimde ve hala capcanlı olduğunu da gördüm.

Süreç boyunca o heyecan, o motivasyon ve o açlıkla öğrencilik yaptım. Öğretmenlerim kırklı yıllarını geride bırakan bir üniversite öğretim görevlisi değil, yedi yaşında bir ilkokul öğrencisinin heyecanlarına, duygularına, sorularına ve ders dinleyişine tanıklık ettiler, coşkusuna da... Kolay bir süreç değildi, kolay olmasını beklemiyordum da. Yıllarca süren 45 yaşında başlayan, günler, geceler, haftalar, aylar, yıllar boyunca verilmiş bir emek, gayret azim ve inançla gelinmiş bu noktada ve hayatımın 50. yılında yazılmış bir önsözde “Hiçbir şey bilmediğimden başka bir şey bilmiyorum” dan öte bir söz söylemeye güç yetiremiyorum.

Doktoranın bir son değil, bir başlangıç olabileceğini anladığım bu süreçte hayatıma anlam ve değer katan pek çok insan oldu. Çalışmamın her aşamasında pek çok insanın desteğini ve yardımını gördüm ve bu süreçte kendimi hiç ama hiç yalnız, yardımsız ve çaresiz hissetmedim.

O yüzden bu çalışma, Türkiye’de meslekî eğitimin geleceğine adanmıştır. Türkiye’de meslekî eğitimin değerinin ve öneminin anlaşılması için bu yolda kazma vuranlarla birlikte toprağa inançla ve azimle vurulan bir kazmadır. Umudum sonraki

nesillerin bu çabanın üstüne bir fidan dikmeleri, bir bina kurmaları ya da toprağa bir tohum atmaları içindir. Bu yolda benimle birlikte yürüyen, kapılarını çaldığımda ardına kadar açan herkese minnet ve şükran borçluyum.

Anlayışı, güveni, desteği ve samimiyeti için sevgili danışmanım Doç. Dr. Yavuz Erişen'e teşekkür ediyorum.

Tüm unvanlarının önünde "insan" unvanını taşıyan, yaşadığım sürece öğrencisi olmaktan onur duyacağım sevgili hocam Prof. Dr. Ali Murat Sünbül'e, sabırla tuttuğu aynada, insanı kendi çabasıyla yüzleştirerek doğru soruları sormayı öğreten sevgili hocam Prof. Dr. Ahmet Saban'a, pek çok özelliği yanında cömertliği ve mütevazılığı ile örnek olan sevgili hocam Prof. Dr. Nuray Senemoğlu'na, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili dostum Yrd. Doç. Dr. Ömer Beyhan'a, yardımları için sayın Doç. Dr. Nadir Çeliköz'e de minnet ve şükranlarımı sunuyorum.

Destekleri olmasaydı bu çalışma tamamlanamazdı diyebileceğim onlarca insanın bu süreçte emeği var. Sadece desteklerini değil dostluklarını da sundular. Sevgili arkadaşım ayakkabı tasarımcısı Neslihan Çelik'e, Dr. Cengiz Kastan'a, Arş. Gör. Eyüp Yurt'a,

Sektörden sayamayacağım kadar insanın yardımını aldım. Hepsini sayamam ama seyahatlerimi kolaylaştıran ve tanımaktan mutluluk duyduğum, Türkiye'nin her yerindeki sektör yöneticileri, Ayakkabıcılar Odası, Ayakkabıcılar Derneği başkanları ve sektör çalışanlarına, ayakkabı tasarımcılarına, eğitimcilerine, tüm katılımcılara,

London College of Fashion ve Universty of Northampton, ayakkabı bölümü öğretim elemanlarına, "Ayakkabı Turları" adını verdiğim seyahatlerimde yardıma koşan tüm öğrencilerime, Desteklerini ve güvenleri ile yanımda olan dostlarım, arkadaşlarım ve öğrencilerime,

Sevgili arkadaşlarım, Öğr. Gör. Sabire Çil Tırpan, Behiye Bilgin, Nesrin Hidayetoğlu ve Öğr. Gör. Emine Zehra Turan, İyi ki vardınız. Çocuklarıma, kardeşlerime, sonsuz sabrı, maddi ve manevi desteği için eşim Ali Tunç'a minnet ve şükranlarımı sunuyorum.

Perihan Tunç



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin	Adı Soyadı	Perihan Tunç	
	Numarası	085116021004	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Eğitim Programı ve Öğretim Bilim Dalı	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input checked="" type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Yavuz Erişen	
Tezin Adı	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi		

ÖZET

Bu araştırma Türkiye’de “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi” amacı ile yapılmıştır. Genel tarama modelinde yapılan araştırma için nicel ve nitel veri toplama araçları geliştirilmiştir. Nicel verileri toplamak amacı ile dört farklı ölçek geliştirilmiş ve bu ölçekler “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği” başlığı altında toplanmıştır. Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programı mezununda bulunması gereken yeterliklerden yola çıkılarak geliştirilen 77 maddelik temel yeterlikler, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklerinden oluşan ölçek, Kasım 2011 ve Nisan 2012 tarihleri arasında çeşitli üniversitelerde görev yapan eğitim bilimleri, pazarlama, tasarım, ayakkabı alanında çalışan öğretim elemanları, ayakkabı üreticileri, ayakkabı tasarımcıları ve ayakkabı öğretmenlerinden oluşan toplam 766 kişilik çalışma evrenine uygulanmıştır. Online uygulama öğretim elemanlarına, ayakkabı eğitimcilerine ve tasarımcılara yapılmıştır. Yüz yüze uygulama ise İstanbul, İzmir, Konya, Gaziantep, Adana, Hatay, Manisa ve Bursa illerinde yaşayan ayakkabı üreticileri ile yapılmıştır. Toplanan veriler ANOVA, T testi, Kruskal Wallis H-Testi, kullanarak analiz edilmiştir. Ayrıca bazı alt problemlerin çözümlenmesinde

Ortalama, standart sapma vb. betimsel istatistik tekniklerinden faydalanılmıştır. Nitel veriler ise ayakkabı üreticileri, satıcıları, tasarımcıları ve eğitimcilerinden oluşan bir katılımcı grubundan görüşme yoluyla ve tüm katılımcılara uygulanan açık uçlu bir soru ile sağlanmıştır. Nitel veriler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye’de ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik olarak lisans programlarına acilen ihtiyaç duyulduğu ve bu programların ayakkabı tasarımı, teknolojisi, üretimi, yönetimi ve pazarlamasına ilişkin eğitim süreçlerinden oluşması gerektiği ortaya çıkmıştır. Açılacak olan bölümün misyonunun; meslek lisesi mezunlarına kendi alanlarında lisans eğitimi ve kariyer imkanı sağlamak, ayakkabı sektörünün bilimsel ve sanatsal alt yapısının güçlendirilmesine katkı sağlamak, meslek okullarına öğretmen yetiştirmek, sektörün güçlenmesi için bilgi ve teknoloji üretmek, Türk ayakkabılarının uluslararası marka olabilmesi için çalışacak bireyler yetiştirmek olması gerektiği araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ayakkabı Eğitimi, Ayakkabı, Mesleki Eğitim, Mesleki ve Teknik Eğitim, Ayakkabı Lisans Eğitimi, Yeterlik, Yeterlilik, İhtiyaç Analizi, Eğitim İhtiyacı, Ayakkabı sektörü, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi.



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin	Adı Soyadı	Perihan Tunç	
	Numarası	085116021004	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Eğitim Programı ve Öğretim Bilim Dalı	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input checked="" type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Yavuz Erişen	
	Tezin Adı	Defining The Educational Needs For An Undergraduate Degree Program in Footwear Design And Manufacturing İn Turkey	

SUMMARY

This research has been carried out to assess the need analysis for the development and establishment of an undergraduate program focused on footwear design and manufacturing in Turkey. Both qualitative and quantitative research methods have been applied during this research. In order to collect the quantitative data, the research has been carried out under 4 different criterias which are classified under the heading “The criterias to assess the need analysis for the development and establishment of an undergraduate program focused on footwear design and manufacturing”. Based on the competencies that are required from a graduate of a footwear design and manufacturing program, 77 questions are listed in the questionnaire. The questionnaire aims to measure the (1) core competencies (2) design related competencies (3) manufacturing related competencies and (4) marketing related competencies of a ‘Footwear Design and Manufacturing’ graduate. The research was conducted among 766 people who were working as pedagogs, marketing professionals, designers, footwear instructors/lecturers in various

universities and footwear manufacturers, footwear designers and footwear instructors between November 2011 to April 2012.

The online questionnaire was only conducted among instructors/lecturers, footwear trainers and footwear designers. The footwear manufacturers who are based in Istanbul, Izmir, Konya, Gaziantep, Adana, Hatay, Manisa and Bursa were interviewed in person. The data collected have been analysed by using ANOVA, T-test, Kruskal Wallis H-test. In order to address some of the obstacles within the research, some statistical calculations (mean, standard deviation and etc.) have been used. Qualitative research was carried out by asking an open-end question during one to one meetings with footwear manufacturers, footwear sellers, footwear designers and instructors/lecturers. Qualitative data has been processed through scanning the content generated as a result of the interviews. The findings of the research show that there is an urgent need to have an undergraduate program in 'Footwear Design and Manufacturing' in Turkey. The scope of the undergraduate program should contain the processes of footwear design, footwear technology, footwear manufacturing, management and marketing related issues within itself. The mission of the undergraduate program should be (1) to give career opportunities to the graduates of vocational training centres in their own fields (2) to reinforce the scientific and artistic infrastructure of the current footwear sector, (3) to train the footwear instructors for vocational schools, (4) to produce knowledge and technology for the growth of the sector, (5) to train individuals who will dedicate themselves for the creation of the internationally recognised Turkish brands

Keywords: Footwear Education, Footwear, Vocational Education, Vocational and Technical Training, Undergraduate degree in Footwear Manufacturing and Design, Qualifications/ Competency, Need Analysis,

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	ii
TEZ KABUL FORMU	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET	vi
SUMMARY	viii
İÇİNDEKİLER.....	x
KISALTMALAR.....	xiv
TABLolar LİSTESİ	xvi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xx
BÖLÜM I: GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Önemi	12
1.2. Problem.....	13
1.3. Alt Problemler.....	13
1.4. Sayıtlar	14
1.5. Sınırlılıklar	15
BÖLÜM II: KAVRAMSAL ÇERÇEVEVE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	16
2.1. Dünyada ve Türkiye‘de Ayakkabı Sektörü	16
2.1.1. Ayakkabının Tanımı ve Tarihçesi.....	16
2.1.2. Türk Kültüründe Ayakkabı	23
2.1.3. Dünya Ayakkabı Sektörü	27
2.1.3.1. Sektörün Tanımı ve Kapsamı.....	27
2.1.3.2. Temel Göstergeler	28
2.1.4. Türkiye Ayakkabı Sektörü	33
2.1.4.1. Sektörün Tanımı ve Kapsamı.....	33
2.1.4.2. Temel Göstergeler	35

2.2. Dünyada Uygulanan Ayakkabı Eğitim Programları	49
2.2.1. Dünyada Uygulanan Ayakkabı Eğitime Yönelik Lisans Programları...54	
2.2.1.1. İngiltere.....54	
2.2.1.1.1. London College of Fashion, Universty Of The Arts London...54	
2.2.1.1.2. De Montfort University, Leicester College.....63	
2.2.1.1.3. University Of Northampton.....65	
2.2.2. İtalya.....67	
2.2.2.1. Polimoda International Institute Fashion Design & Marketing67	
2.2.3. Çek Cumhuriyeti.....70	
2.2.3.1. Tomas Bata University In Zlin.....70	
2.2.4. Amerika Birleşik Devletleri72	
2.2.4.1 . State Universty of Newyork –Fashion Institue Of Technology.....72	
2.2.5. Hindistan74	
2.2.5.1. Footwear Design & Development Institue74	
2.3. Türkiye’de Uygulanan Ayakkabı Eğitim Programları	77
2.3.1. Lise Düzeyinde Ayakkabı Eğitim Programları	77
2.3.2. Önlisans Düzeyinde Ayakkabı Eğitim Programları.....79	
2.3.2.1. İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	79
2.3.2.2. Özel İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Bölümü.....	80
2.3.2.3. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı.....	82
2.3.2.4. Selçuk Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programı	84
2.3.2.5. Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretim Programı.....	85
2.3.2.6. Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı.....	86

2.3.3. Lisans Düzeyinde Ayakkabı Eğitim Programları	87
2.4. Eğitimde Program Geliştirme Süreci	90
2.4.1. Eğitim Programlarının Geliştirilmesinde Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi Süreci	92
2.4.1.1. Eğitim İhtiyacı Belirleme İle İlgili Kavramlar	93
2.4.1.2. İhtiyaç Belirlemenin Önemi	96
2.4.1.3. İhtiyaç Analizi Türleri	99
2.4.1.4. İhtiyaç Analizinde Yaklaşımlar	100
2.4.1.5. İhtiyaç Analizi Süreci	102
2.4.1.5.1. Planlama	103
2.4.1.5.2. Verilerin Toplanması	104
2.4.1.5.3. Verilerin Analizi	111
2.4.1.5.4. Sonuç ve Rapor Hazırlama	112
2.5. İlgili Araştırmalar	113
2.5.1. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar	113
2.5.2. Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar	122
BÖLÜM III: YÖNTEM	129
3.1. Araştırmanın Modeli	129
3.2. Nicel Veri Kaynakları	129
3.2.1. Çalışma Evreni	129
3.3. Nitel Veri Kaynakları	136
3.3.1. Çalışma Grubu	136
3.4. Nicel Veri Toplama Araçları	136
3.4.1. Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği	137
3.5. Nitel Veri Toplama Araçları	140
3.5.1. Görüşme Formu	140
3.6. Verilerin Toplanması	141

3.6.1. Nicel Verilerin Toplanması	141
3.6.2. Nitel Verilerin Toplanması.....	143
3.7. Verilerin Analizi.....	148
3.7.1. Nicel Verilerin Analizi.....	148
3.7.2. Nitel Verilerin Analizi	149
BÖLÜM IV: BULGULAR	151
4.1. Nicel Verilere İlişkin Bulgular.....	151
4.2. Nitel Verilere İlişkin Bulgular	179
BÖLÜM V: TARTIŞMA VE SONUÇ	224
5.1. Programın Genel Hedeflerine İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	224
5.2. Programın Vizyonu ve Misyonuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma.....	229
5.3. Alanın İhtiyaçlarına ve Geleceğine Yönelik Hangi Derslerin Belirlenebileceğine İlişkin Sonuçlar ve Tartışma	232
BÖLÜM VI: ÖNERİLER	233
6.1. Araştırmanın Alt Problemlerine İlişkin Öneriler	233
6.2. Açılacak Programa İlişkin Öneriler.....	235
6.3. Yapılacak Araştırmalara İlişkin Öneriler	235
EKLER.....	257
ÖZGEÇMİŞ.....	272

KISALTMALAR

- AKTS** : Avrupa Kredi Transfer Sistemi (European Credit Transfer System - ECTS)
- CERU** : Consultation de la Commission de l'enseignementsupérieur et de la Recherche
- DGS** : Dikey Geçiş Sınavı
- ICSID** : International Council of Societies of Industrial (Uluslararası Sanayi Dernekleri Konseyi)
- IED** : Istituto Europeodi Design -Avrupa Tasarım Enstitüsü
- IGNOU** : Indira Gandhi National Open Universty (İndira Gandhi Ulusal Açık Üniversitesi)
- İDMİB** : İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
- İGEME** : İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
- İMKB** : İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
- İSO** : İstanbul Sanayi Odası
- KOSGEB** : Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiyi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
- KTML** : Kız Teknik ve Meslek Lisesi
- KTO** : Konya Ticaret Odası
- LCF** : London College of Fashion
- LDV** : Leonardo da Vinci
- M.E.B.** : Milli Eğitim Bakanlığı
- MSME** : The Micro Small And Medium Enterprises Development İnstitute
- MTEM** : Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi
- OECD** : The Organisation for Economic Co-operation and Development (Uluslar Arası Ekonomik İşbirliği Ve Kalkınma Örgütü).

- ÖSYS** : Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sınavı
- SSOT** : Střední Škola Obchodně Technická S.R.O. Zlín (Sro Zlín İşletme Teknik Orta Okulu/Lisesi)
- TASD** : Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği
- TASEV** : Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı
- TEML** : Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi
- TOBB** : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
- TUSİAD** : Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği
- VET** : Vocational educational training (Mesleki eğitim Uygulamaları)
- VTC-Shoe** : Virtual Training Center For Shoe Design (Ayakkabı Tasarımı Sanal Eğitim Merkezi)
- YÖK** : Yüksek Öğretim Kurulu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Dünya Ayakkabı Pazarı Değer Tahmini.....	28
Tablo 2.2: Dünya Ayakkabı Üretimi.....	29
Tablo 2.3: 2010 Verilerine Göre Dünya Ayakkabı Tüketiminde İlk On Ülke.....	30
Tablo 2.4: Küresel Ayakkabı Pazar Dağılımı	30
Tablo 2.5: En Büyük Ayakkabı İhracatçısı Ülkeler 2010.....	31
Tablo 2.6: Kıtalara Göre 2010 İhracatları.....	32
Tablo 2.7: En Büyük Ayakkabı İthalatçısı Ülkeler, 2010.....	33
Tablo 2.8: 2011 Yılı Türkiye Ayakkabı Sektörü.....	35
Tablo 2.9: Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (1000 ABD \$).....	43
Tablo 2.10: Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (1000 ABD \$).....	44
Tablo 2.11: Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (1000 ABD \$)	45
Tablo 2.12: Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı(1000 ABD \$).....	46
Tablo 2.13: Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (1000 ABD \$)	47
Tablo 2.14: Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Pazarlar (1000 ABD \$).....	48
Tablo 2.15: LCF Staj Programı.....	62
Tablo 2.16: Northampton Üniversitesi Ayakkabı Tekstil ve Moda Bölümü Öğrenci Sayıları.....	66
Tablo 2.17. Tomas Bata 'Ayakkabı ve Deri Teknolojileri ve Ayakkabı Hijyeni Bölümü' Lisans Programında Yer Alan Dersler	71
Tablo 2.18: Newyork Devlet Üniversitesi Moda ve Teknoloji Enstitüsü Aksesuar Tasarımı Bölümünde Yer Alan Dersler.....	73
Tablo 2.19: Dünyada Uygulanan Ayakkabı Tasarımı ve Üretimine Yönelik Lisans Programları.....	76
Tablo 2.20: Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi Programı Bulunan Meslek Liseleri...78	
Tablo 2.21: İstanbul Üniversitesi TBMYO, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümünde Yer Alan Dersler	80

Tablo 2.22: Özel İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu BİL MYO, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümünde Yer alan Dersler	82
Tablo 2.23: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede MYO Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programında Yer Alan Dersler	83
Tablo 2.24: Selçuk Üniversitesi, TBMYO Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programında yer alan dersler	84
Tablo 2.25: Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretim Programında Yer Alan Dersler	86
Tablo 2.26: Doğru İhtiyaç Analizi Türünü Belirleme	99
Tablo 2.27: İhtiyaç Analizinde Kullanılan Teknikler, Avantajları, Dezavantajları ..	105
Tablo 3.1: Çalışma Evreninde Yer Alan ve Araştırmaya Katılan Kişilerin Gruplara Göre Dağılımları	130
Tablo 3.2: Araştırmaya Katılan Kişilerin Mesleklerine Göre Dağılımları.....	132
Tablo 3.3: Araştırmaya Katılan Kişilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları.....	133
Tablo 3.4: Araştırmaya Katılan Kişilerin Kıdemlerine Göre Dağılımları.....	133
Tablo 3.5: Araştırmaya Katılan Ayakkabı Üreticilerin Üretim Bölgelerine Göre Dağılımları.....	134
Tablo 3.6: Araştırmaya Katılan Öğretim Elemanlarının Unvanlarına Göre Dağılımları.....	135
Tablo 3.7: Araştırmaya Katılan Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları.....	135
Tablo 3.8. Ölçeklerin Cronbach Alfa Değerleri	139
Tablo 3.9: Görüşme Soruları	141
Tablo 3.10: Aritmetik Ortalamaların Değerlendirme Aralığı	148
Tablo 4.1: Katılımcıların Görüşlerine Göre Temel Yeterliklerin Önem Sırası.....	152
Tablo 4.2: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Temel Yeterliklerin Önem Derecesi.....	153
Tablo 4.3: Katılımcıların Görüşlerine Göre Tasarım Yeterliklerin Önem Sırası	158

Tablo 4.4: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Tasarım Yeterliklerinin Önem Derecesi.....	159
Tablo 4.5: Katılımcıların Görüşlerine Göre Üretim Yeterliklerinin Önem Sırası.....	164
Tablo 4.6: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Üretim Yeterliklerinin Önem Derecesi.....	165
Tablo 4.7: Katılımcıların Görüşlerine Göre Pazarlama Yeterliklerinin Önem Sırası.....	169
Tablo 4.8: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Pazarlama Yeterliklerinin Önem Derecesi.....	170
Tablo 4.9: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Temel Yeterliklere İlişkin Görüşleri	173
Tablo 4.10: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Tasarım Yeterliklerine İlişkin Görüşleri	173
Tablo 4.11: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Üretim Yeterliklerine İlişkin Görüşleri	174
Tablo 4.12: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Pazarlama Yeterliklerine İlişkin Görüşleri.....	174
Tablo 4.13: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Temel Yeterliklere İlişkin Görüşleri.....	175
Tablo 4.14: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Tasarım Yeterliklerine İlişkin Görüşleri.....	175
Tablo 4.15: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Üretim Yeterliklerine İlişkin Görüşleri.....	175
Tablo 4.16: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Pazarlama Yeterliklerine İlişkin Görüşleri.....	176
Tablo 4.17: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim bölgelerine Göre Temel Yeterliklerine İlişkin Görüşleri.....	176
Tablo 4.18: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim Bölgelerine Göre Tasarım Yeterliklerine İlişkin Görüşleri.....	177

Tablo 4.19: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim Bölgelerine Göre Üretim Yeterliklere İlişkin Görüşleri.....	178
Tablo 4.20: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim bölgelerine Göre Pazarlama Yeterliklere İlişkin Görüşleri.....	178
Tablo 4.21: Katılımcıların Dünya ve Türk Ayakkabı Sektörüne İlişkin Görüşleri...	182
Tablo 4.22: Katılımcıların Dünya ve Türk Ayakkabı Tasarımcılığına İlişkin Görüşleri	185
Tablo 4.23: Katılımcıların Türkiye’de Ayakkabı Eğitiminin Mevcut Durumuna İlişkin Görüşleri.....	190
Tablo 4.24: Katılımcıların Lisans Programına Olan İhtiyaca İlişkin Görüşleri.....	195
Tablo 4.25: Katılımcıların Ayakkabı Sektörünün Eleman İhtiyacına İlişkin Görüşleri	198
Tablo 4.26 : Katılımcıların Ayakkabı Sektörünün Tasarımcı İstihdamına İlişkin Görüşleri	201
Tablo 4.27: Katılımcıların Eğitim Süreçlerinin İçeriğine İlişkin Görüşleri.....	205
Tablo 4.28: Katılımcıların Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Mezununda Bulunması Gereken Yeterliklere İlişkin Görüşleri.....	214
Tablo 4.29: Katılımcıların Ayakkabı Eğitiminin Verilip Verilemeyeceğine ve Nasıl Olması Gerektiğine İlişkin Görüşleri	221

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Antik Mısır'da Sandaletler	18
Şekil 2.2: 1. yy. Roma Ayakkabıları	19
Şekil 2.3: 14. yy. Avrupa'da Ayakkabılar	20
Şekil 2.4: 16. yy. Avrupa'da Ayakkabılar	21
Şekil 2.5: 16. yy. Avrupa'da Ayakkabılar	22
Şekil 2.6: Orta Asya'da Çizme ve Ayakkabı Çeşitleri	24
Şekil 2.7: Çarık ve Yemeni	25
Şekil 2.8: Şato Ayakkabı-Bursa	41
Şekil 2.9: Hatay'da Ayakkabı Üretimi Yapan Bir İş Yeri.....	42
Şekil 3.1: Ölçeklerin Uygulandığı Gruplar	142

BÖLÜM I: GİRİŞ

Dünya üzerinde her biri, kendi içinde çeşitli kaynaklara, değerlere ve kültürlere sahip pek çok ülke yer almaktadır. Bu ülkelerin hepsi coğrafyaları, tarihleri ve kültürleri ile birbirinden önemli farklılıklarla ayrılmaktadır. Ülkeler tanımlandığı zaman çeşitli kategoriler ortaya çıkabilir. Ancak sınıflandığı zaman listenin oldukça kısa olduğu görülür. Gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkeler, az gelişmiş ülkeler.

Yine tüm dünya coğrafyasına bakıldığında her ülkenin kendisine özgü zenginlikleri, tarım alanları, doğal güzellikleri ve madenleri vardır. Her ülke, hangi coğrafyada olursa olsun kendi başına ayakta duracak doğal kaynaklara sahipken; toprakları bol, madenleri değerli, iklimi yumuşak pek çok ülke, az gelişmiş olabilmektedir. Güneş görmeyen, iklimi soğuk, petrol, altın gibi madenlere sahip olmayan ülkeler de tam tersine çok gelişmiş olabilmektedir.

Tarihi süreçlerinde büyük yıkımlar ve felaketler atlatmış, savaşlarla yerle bir olmuş ülkeler bugün gelişmiş olabilirken; hiç badire yaşamamış ülkeler az gelişmiş olabilmekte, bir doğal afet bir ülkeyi onlarca yıl geriye götürebilirken bir başka ülke daha şiddetli bir yıkımdan sonra kendini çok kısa sürede toparlayabilmektedir.

Bu perspektiften bakıldığında toplumları geliştiren unsurlar onların sahip olduğu coğrafyaları, iklimleri, doğal kaynakları olarak görünmemektedir. Bu durumda 'Gelişmiş Toplum' kavramının içini dolduran en temel faktörün ne olduğu sorusu ortaya çıkmaktadır.

Bu sorunun cevabının 'insan' unsuru olduğu kuşku götürmez bir gerçek olarak gözükmemektedir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler de dahil olmak üzere hemen hepsi problemin kaynağını bilmelerine rağmen yüzlerce yıldır bu problemin çözülememesinin ve bütün toplumların aynı oranda gelişememesinin altında yatan sebep kuşkusuz bu toplumların birbirinden habersiz olması değildir.

Teknolojinin, ulaşımın ve iletişimin gelişmesi sonucu varlığını her alanda hissettiren küreselleşme aynı zamanda coğrafi bir süreçtir. Bu süreçte sosyokültürel ekonomik ve politik ilişkiler her geçen gün değişmektedir. Bu ilişkinin tamamıyla değiştiği artık her toplumdaki bireyler tarafından fark edilmektedir. Toplumlar arası

ilişkilerdeki potansiyel, uluslararası fırsatlar yaratırken (Lubbersand and Koorevaar, 1999) bazı ülkeler küreselleşmenin gerektirdiği açılımları yakalayıp hızla kalkınırken; bazı ülkeler bu ivmeyi yakalayamamaktadır.

Gelişmelere ayak uydurabilen toplumların kalkındığı, artık teknoloji sayesinde açıkça görülebilmektedir. Kalkınma, gelişme, zenginlik, medeniyet gibi herkesin ulaşmak istediği noktada duran kavramlar ancak insanla anlam kazanmakta, insanla değer bulmaktadır. Dolayısıyla bir toplumun en değerli sermayesinin 'insan' olduğu apaçık ortadadır.

Elbette ki bir toplumun sahip olduğu insanın sayısının çokluğu o toplumu kalkındırmamakta, geliştirmemektedir. İnsanın niceliğinden çok niteliğinin önemli ve değerli olduğu çok açık bir gerçektir. Bu nedenle kalkınmak ve gelişmek ihtiyacı ve zorunluluğundaki ülkeler nitelikli iş gücüne sahip olmak durumundadırlar. Ancak bir toplum insana değil "Nitelikli İnsana" sahip olduğunda kalkınıp gelişebilmektedir. O halde en önemli soru ve sorun, nitelikli insanın nasıl elde edileceğidir. Nitelikli iş gücüne sahip olmayı başaran ülkelerin bunu nasıl sağladığıdır.

Türkiye, gelişmenin temel aracı olarak sanayileşme yolunu seçmiştir. Ancak bu süreç henüz tamamlanamamıştır. Bir ülkenin gelişmesinde şüphesiz sanayileşme önemli bir rol oynamaktadır ancak sanayinin gelişebilmesi ile eğitim sistemi birbiri ile yakından ilgilidir. Birçok sektörde çeşitli girişimleri ile sanayileşmeye çalışan Türkiye'de üretim sektöründe çalışacak kaliteli donanıma sahip iş gücüne önemli ölçüde ihtiyaç vardır. Üretimde verim ve kalitenin artması bu niteliklere sahip iş gücü potansiyeline bağlıdır. Sanayileşmiş ülkelerin artan zenginliklerinin asıl nedeni üretim ve verim seviyelerine bağlı olarak nitelikli iş gücü oranlarının yüksek olmasıdır (Erişen, 2001).

Nitelikli iş gücü ise sağlıklı bir eğitim sistemi ile sağlanabilir. Dünya üzerinde problemlerini çözmüş, refah seviyesini yükseltmiş pek çok ülke vatandaşının eğitim talebi okul öncesi dönemden başlamakta ve emeklilik sonrasına kadar devam etmektedir. Eğitimin ekonomik, toplumsal ve kültürel kalkınmayı hızlandıran en önemli faktör olduğu bilinmektedir. Nitelikli iş gücü ekonomide verimliliğin artırılması ile doğrudan ilişkilidir. Eğitim kurumlarında çağdaş teknolojiye uygun

bilgi ve becerilere sahip olarak yetiştirilen bireyler ekonomik kalkınmanın gerektirdiği nitelikli iş gücü oluştururlar. Bu şekilde üretimin artmasını ve ekonominin hızla kalkınmasını sağlarlar.

Kalkınma kavramı içinde ekonomik, toplumsal, siyasal, kültürel ve eğitsel kavramlar yer alır. Eğitim, toplum içerisinde insanların donanım ve yeterliklerini artırarak insanları daha nitelikli hale getiren vazgeçilmez bir güçtür. Aynı zamanda eğitim, ekonomik kalkınmanın bir sonucu olarak da artan mal ve hizmet üretimine olan talebi artırarak bireylerin refah düzeyini yükselten bir etkendir (O'Donoghue, 2007, Baro, 2002).

Adem (1996) eğitimin toplumsal ve ekonomik kalkınmayı hızlandıran bir unsur olduğuna dikkat çekmektedir. Çünkü eğitim, üretimin en temel unsurlarından 'emeğe' nitelik kazandırmaktadır. Ekonomik eylem ve girişimlerin hepsinde, nitelikli insan gücüne duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır. Eğitim ve kalkınma arasında altı çizilerek ifade edilen bu ilişki az gelişmiş ülkelerin eğitiminin de gelişemediğini ortaya koymaktadır

Verilen eğitimin işlevselliği, toplumun gereksinimleri ile bireyin özellikleri arasında sağlıklı bir denge kurulmasına bağlıdır. Bireylerin üretkenlik göstermesi ve ekonomiye katkı sağlamasında işe dönük eğitimin yaşamsal bir rolü vardır. Her ülke dünyanın yeraltı ve yerüstü kaynaklarını kullanarak ötekilerden daha üstün olmaya çalışmaktadır. Geleneksel ekonomik denklemin temel bileşenleri olan ham madde, emek ve sermaye üçlüsü içinde emeğin önemi giderek artmaktadır. Bu nedenle, bir ülkedeki insan kaynaklarının niteliği, küresel yarışta artık bir gelişmişlik ya da üstünlük ölçütü olarak görülmektedir. Özellikle çalışma çağında bulunan insanların üretime etkin, yaratıcı ve verimli biçimde katılımı üzerinde ısrarla durulmaktadır (TOBB, 2007).

Bir toplumun kalkınmasında eğitimin önemi tartışılmaz olsa da tüm eğitim türleri nitelikli iş gücü oluşturmada aynı etkiyi göstermez. Bu bağlamda mesleki eğitim ön plana çıkmaktadır. Nitelikli iş gücünün oluşturduğu mal ve hizmetler üretim olarak ekonomiye sunulur. Üretilen mal ve hizmetlerin kalitesi o toplumdaki mesleki eğitimin kalitesi ile doğrudan ilişkilidir.

Mesleki ve teknik eğitim tanım olarak, ‘‘bireysel ve toplumsal yaşam için zorunlu olan belirli bir mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve pratik uygulama yeteneklerini kazandırarak bireyi zihinsel, duygusal, kişisel, sosyal ve ekonomik yönleriyle dengeli bir biçimde geliştirme sürecidir’’ (Alkan, Doğan, Sezgin, 2001).

Mesleki eğitim yaklaşık yarım yüzyıl önce Roberts (1965) tarafından da Şu şekilde tanımlanmıştır. ‘‘Mesleki Eğitim, genel veya meslek dışı eğitimin yerini almak için değil, onu desteklemek için tasarlanmıştır. Bu belirli bir konu alanı veya etkinliklerle sınırlı olmadığı gibi el becerisi eğitimi ile de sınırlı değildir. Her iki eğitim alanının da kültürel ve faydalı değerleri vardır. Toplumsal açıdan yararlı bir mesleğe girmek ve meslekte ilerleme için uygun bireysel bilgi, beceri, tutum ve davranışları içerir’’ (Malkan, 2009). Bugün ise bu yaklaşım mesleki eğitimin amaç ve kapsamını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Çünkü zaman içinde ‘‘Meslek’’ ve ‘‘Eğitim’’ kavramları da değişimlerden etkilenmiştir.

Mesleki eğitim, bireyleri o toplumda işlevselliği olan güncel iş ve istihdam alanları için gerekli bilgi ve beceriler için donatmayı hedeflemiştir. Ancak eğitimin, kalkınmanın, nitelikli iş gücünün tanımlarının ve kapsamlarının teknolojinin gelişmesiyle paralel olarak sürekli yenilenmesi, gelecekte ortaya çıkması muhtemel istihdam alanları için de bireyleri donanımlı olarak hazırlamak gereğini ortaya koymuştur.

Bu nedenle mesleki eğitim gelecekte ortaya çıkması öngörülen mesleklerde kariyer geliştirmeye hazırlanmak için gereken akademik standartları yüksek teknik bilgiye ve geleceğin eğitime hazırlamada ihtiyaç duyulan becerilere sahip uyumlu, tutarlı ve başarılı bireyler sağlar. Ayrıca bireysel ve toplumsal girişimcilikle oluşturulan endüstrinin tüm alanlarında akademik bilgiye katkıda bulunan üst düzey düşünme ve problem çözme becerileri, iş tutumları, genel istihdam becerileri, teknik beceriler ve mesleğe özgü becerilerde, yetkinliğe dayalı öğrenmeyi içerir. Temel fark, bu gibi becerilerin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından ortaya konmasındadır (Malkan, 2009).

Az gelişmiş ülkelerden büyük bir kısmının eğitim konusunda verdikleri çabanın yeterli olmadığı ve bu ülkelerde özellikle mesleki ve teknik eğitime

yapılması gerekli olan yatırımların ihmal edildiği ve bu ülkelerin mevcut kaynaklarını da etkili ve verimli olarak kullanamadıkları gözlemler ve araştırmalar sonucunda ortaya konmuştur. Bu konuda verilebilecek örneklerden birincisi Hindistan'dır. Bu ülkede sulamaya çok büyük ölçüde yatırım yapılmış ama suyun kullanılması konusunda çiftçilerin eğitimini basit bir şekilde geçiştirmiştir. Aynı şekilde Irak'ta da benzer durum yaşanmıştır. Petrol gelirlerinin önemli bir kısmı sulamaya ayrılırken, suyu kullanacak insanlar eğitilmemiştir (Adem, 1996).

Mesleki eğitimin nasıl ve hangi düzeyde verileceği kapsamının ve niteliğinin ne olacağı süreçte yer alması gerekenlerin tespiti ancak sektörün ihtiyaçları tespit edildiğinde görülecektir. Ülkeler üretim ortamında yüksek verimlilik istemektedirler. Bu kaynakların etkili kullanımını açısından değerlendirildiğinde olağan bir beklentidir. Bu istek ve beklentinin karşılanması için ihtiyaç duyulan donanımına sahip bireylere yetişmesi gerekmektedir. Bireylere kazandırılması gereken yeterlikler için gerekli bilgiye sahip olmak zorunluluğu vardır. Dolayısıyla ülkeler ekonomik kazanımları sürdürmek için endüstrinin ihtiyacı sürekli izlenmek durumundadır.

Eğitim ve endüstriyi temsil eden ulusal organizasyonlar tarafından tanımlanan iş üretkenliği ve mesleki eğitim arasında ilişki tanımlanmaktadır. Bir toplumda ekonomik büyümede mesleki eğitimin rolü hiçbir zaman güncelliğini yitirmeyecektir. Mesleki eğitimi korumak ve geliştirmek için en etkili yöntem sektörün ihtiyaçlarını dikkate almaktır. Mesleki eğitimciler iyi eğitilmiş bireylerle toplumu desteklemeyi benimsemişlerdir. Her ne kadar bazı eğitimciler eğitimin amacının bu olmaması gerektiğini ileri sürmüşlerse de toplum için çalışanların eğitimi en geniş kabul gören amaç olarak kalmıştır. Mesleki eğitim programlarının geliştirilmesi ve uygulanması iş ve endüstri ile yakın işbirliği ile planlanmalıdır (Lattier, 2009).

Eğitimi verilecek mesleki eğitim alanlarının belirlenmesi için sektörün ihtiyaçları ön planda olmasına rağmen toplumların gelişmişlik düzeyleri, yaşam şartları, sahip olduğu kaynaklar ve hammaddeler, hükümetlerin eğitim politikaları gibi pek çok etken bu alanların belirlenmesinde rol oynamaktadır.

Sanayi öncesinin kırsal toplumundan, sanayileşen kentsel bir topluma geçen toplumların hepsinde görüldüğü üzere, Türkiye’de de bir demografik geçiş süreci yaşamaktadır. Bu sürecin başlangıcında, hızlı bir nüfus artışı ve kentleşme yaşayan Türkiye’nin eğitime ayırdığı kaynakların kıtlığı ve yenilikçi öğretim programları geliştirme konusunda gerekli motivasyona sahip olmayışı, ortalama eğitim düzeyinin düşük düzeyde kalmasına ve sanayileşmiş ülkelerle arasında insani gelişme ve yarışa bilirlilik açısından büyük bir açık oluşmasına neden olmuştur. Türkiye, nüfus bakımından dünyada 15. sıradadır. Demografik geçiş sürecinde bulunduğu yerin, Türkiye için stratejik üstünlüğe dönüştürülmesi, ilk planda nüfusun iş gücüne katılım oranının artırılmasına ve eğitim düzeyinin yükseltilmesine bağlı olacaktır (YÖK, 2007).

Türkiye’nin mesleki eğitim geçmişi ve yaklaşımı incelendiğinde pek çok sorunla karşılaşılacaktır. Mesleki eğitim alanlarının tespitinden başlayarak, gerekli altyapı ve ekonomik desteğin sağlanmaması, programların güncellenememesi ve zaman içinde değişen ihtiyaçlara cevap verememesi, mesleki eğitim veren eğitimcilerin sektör tecrübesi olmaması, programların sektörün ihtiyaçları bilinmeden hazırlanması, teknolojik yeniliklerin mesleki eğitim kurumları ile bütünleştirilememesi, hükümet politikaları, mesleki eğitime yeterli yönlendirme ve özendirilmenin yapılamaması, meslek liselerinin nitelikli iş gücü yetiştirmede yetersiz kalması ve mezunlarının istihdam edilememeleri bu sorunlardan çok çok azını yansıtmaktadır. Gelişme sürecini tamamlamış ülkelerin eğitim politikaları incelendiğinde mesleki eğitimin genel eğitime oranla daha büyük bir yüzdeyi oluşturduğu, mesleki eğitim alanlarının bireylerin, toplumun ve sektörün ihtiyaçları ön plana alınarak yenilendiği, eğitim kurumları ile sanayinin büyük bir işbirliği içinde çalıştığı sanayideki tüm sektörlerin eğitime nitelikli katkı verdiği görülecektir. Mesleki eğitimin gelişmesi ile toplumlardaki ara eleman ihtiyacının kolayca karşılandığı buna bağlı olarak bu toplumlarda üniversiteye girişte sorun yaşanmadığı gözlenecektir. Ayrıca mesleki eğitimin üretime doğrudan katkısı nedeniyle ekonomik gelişme sağlanacak, toplumun refah seviyesine yansımaları kaçınılmaz olacaktır.

Türkiye gelişme sürecini tamamlamamış gelişmekte olan ülkeler kategorisinde değerlendirilmektedir. Bu süreçte pek çok temel sorunla karşı karşıyadır: İşsizlik ve

eğitim bu sorunların en önemlileri arasında sayılabilir. Her iki soruna hem kısa hem de uzun vadede çözüm ancak mesleki eğitimle mümkündür. Nitelikli mesleki eğitimin sağlanabilmesi durumunda meslek liseleri işlevsellik kazanacak, ara eleman sorunu çözülecek, üniversite kapılarında yığılma sorunu ortadan kalkacak, genç nüfus zaman kaybetmeden ekonomiye doğrudan katkı sağlayarak ülkedeki eğitim maliyetlerini üretim çıktılarına dönüştüreceklerdir.

Türkiye'nin kaynakları, iş gücü ve ihracat potansiyeli incelendiğinde çeşitli sektörlerin mesleki eğitim alanlarının belirlenmesi için ön plana çıktığı görülecektir. Tarım ve hayvancılığa dayalı bir ekonominin hala ön planda olduğu düşünülduğünde tarımsal ve hayvansal kaynaklardan sağlanan ham maddelerin kullanılarak katma değer üretilebilme potansiyeli olan alanlara yapılacak eğitim yatırımlarının ülke kalkınmasına sağlayacağı katkı yadsınamayacaktır.

Hayvansal kaynaklı ham madde kullanan sektörler değerlendirildiğinde Türkiye'nin deri ve hammadde olarak deri kullanan üretim sektörleri açısından büyük bir potansiyeli olduğu bilinmektedir.

Yeniden yapılanma sürecini hızla tamamlayan yüksek üretim gücüne sahip olan deri sektöründe Türkiye, dünyada İtalya'dan sonra söz sahibi bir ülke konumundadır. Bilhassa küçükbaş bakımından dünyada üretilen derinin yüzde 22'sini, Türk deri sektörü işlemektedir. İmalat ve istihdam rakamları incelendiğinde ülkenin ilk 10 sektörü arasında yer aldığı görülmektedir. Bilgi ve yan sanayi bakımından da oldukça geniş bir kapasiteye sahip olan bu sektör, Ortadoğu ile Balkanlar ve Doğu ile Batı Avrupa arasında bir köprü rolü oynamaktadır (İSO, 2008).

Türkiye'de deri ve deri mamulleri sanayi son 15 yılda hızla gelişmesini sürdürmüş ve ülkede geniş ham deri kaynaklarının yanı sıra ithal ham madde kaynaklarını da kullanarak önemli tutarda deri ürünleri ihracatı gerçekleştirmek suretiyle uluslararası pazarlarla bütünleşmeyi büyük oranda başarmıştır (Özihtiyar, 2007).

Deri sanayinin, hammaddesi hayvandan elde edilen ham deridir. Canlı hayvan, bileşik ürünlü bir üretim alanı olarak nitelendirilebilir. Canlı hayvan temel hedef

olarak eti için kesilirken, yan ürün olarak da deri üretimi gerçekleşmektedir. Ham deri toplam hayvan değerinin yüzde 10'luk gibi küçük bir oranını teşkil etmesine rağmen önemli bir hammadde olarak deri sektörünün temel girdisini sağlamaktadır (DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2000).

Deri ile üretilen ürünler çeşitli kategorilere ayrılır. Bu kategoriler deri ürünleri alt sektörlerini oluşturur. Deri ve deri ürünleri sektöründe işletme sayısı, istihdam kapasitesi, üretim büyüklüğü açısından önde gelen alt sektör ayakkabıdır.

Ayakkabı gıdadan sonra en çok tüketilen temel ihtiyaç maddesi olarak kabul edilmektedir. Her insanın ihtiyaç duyduğu ayakkabı, ham maddeye ulaşım kolaylığının yanı sıra üretimi için pek çok bilgi beceri ve alışkanlık gerektiren pek çok disiplinin bütünleşmesi sonucu ortaya çıkan bir sanayi çıktısı olması nedeniyle Türkiye'nin mesleki eğitiminin geliştirilmesinde oldukça önemli potansiyel alan olarak gözükmektedir. Türk ayakkabı sektörünün dünya ayakkabı ticaretinde hak ettiği yeri alabilmesi, her şeyden evvel sektörün kendi iç dinamiklerini harekete geçirmesi ile mümkün olabilecektir. Sektördeki eğitim eksikliğinin tespit edilmesi ve giderilmesi Türk ayakkabı sanayisinin gelişmesi açısından önemlidir.

Gülcan (2000) Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planına ek olarak hazırladığı ayakkabı değerlendirme raporunda, iddialı bir ayakkabı sektörünün yaratabileceği istihdam potansiyelinin Türkiye için hayati bir önem taşıdığından ve diğer sektörlerle göre çok az bir yatırım ile -daha fazla sayıda kalifiye olsun veya olmasın- her eğitim kademesinde insana iş imkânının sağlanabildiğinin mümkün olduğundan bahsetmektedir.

Ayakkabı sektörü diğer çoğu sektöre göre daha fazla gelir ve katma değer yaratmaktadır. Böylece, ekonomide daha fazla canlılık ve gelir artışı olmaktadır. Dünyada yüz yılı aşkın bir süredir her seviyede ayakkabı eğitiminden söz edilirken Türkiye'de ayakkabı eğitimi son on yılda gündeme gelmiştir. Bu eğitim İstanbul'da Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) tarafından kurulan Ayakkabıcılık Meslek Lisesinde başlamış daha sonra birkaç meslek lisesinde Saraciyeye ve Ayakkabı Teknolojisi adı altında birkaç lisede daha yapılandırılmıştır. Son birkaç yıl içinde meslek yüksekokullarına bağlı olarak beş

tane ayakkabı eğitimi ile ilgili program açılmıştır. Fakülte düzeyinde eğitim programının olmaması nedeni ile lise ve ön lisans düzeyindeki eğitim programlarını uygulayabilecek ayakkabı eğitimi almış lisans mezunu eğitimcilerin olmaması, Türkiye’de ayakkabı ile ilgili ciddi bilimsel araştırmaların yok denecek kadar az olması araştırma yapmak için lisans üstü eğitim programlarının bulunmaması bu alandaki literatür yetersizliği, bu kurumlarda verilen eğitimin niteliğini doğrudan etkilemektedir.

Eğitimin niteliğinin yükseltilmesinin yanı sıra etkisinin yanı sıra Türk ayakkabı markalarının uluslararası pazarlarda tanınmaması, ayakkabı sektörünün bilimsel ve sanatsal alt yapısının güçlendirilebilmesi için lisans programlarına ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Zira ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin lisans programı bulunan İtalya, İngiltere gibi ülkeler uluslararası pazarlarda ayakkabı markaları ile tanınmalarının yanı sıra ayakkabı sektörünün bilimsel ve sanatsal gelişimine hizmet ederek dünya ayakkabı eğilimlerini de yönlendirmektedirler.

Eğitimin her aşaması önemli olmakla birlikte sözü edilen nedenlerle bağlantılı olarak lisans programları bireysel ve toplumsal gelişimde lokomotif görevi görmektedirler. Lisans programlarının amacı bireyi meslek sahibi yapmak değildir. Bireye bir uzmanlık alanının kapsamında yer alan bilgi beceri tutum ve davranışları kazandırmayı hedeflerken aynı zamanda toplumsal gelişimde de önemli rolü üstlenirler.

2011 yılında üniversiteler birliğinin raporunda lisans ve lisansüstü eğitimin verildiği üniversitelerin fonksiyonlarından bazıları şu şekilde özetlenmiştir.

- Üniversiteler lise sonrasında yeni bilgilerin yaratılmasında ve desteğinde çok önemli bir yere sahiptir.
- Üniversiteler ortaya çıkabilecek değişiklikleri gidermeye yarayan yaşayan laboratuvar ortamları gibidir. Çünkü insanoğlunun karmaşık problemleri ve ihtiyaçları vardır. Bunlara cevap bulmak gerekmektedir. Geleceğe dair stratejilerin geliştirilmesi ve yürütülen sistemlerin başarısının değerlendirilmesi için üniversiteler gereklidir.

- Üniversiteler toplumun kaynak arayışları yüzünden kurulmuştur. Çünkü bu kurumlar kaynakların devamlılığını sağlarlar.
- Üniversiteler sosyal bir avantaj sağlamak, geleceğin yöneticilerini yetiştirmek için en uygun öğrenme ortamlarını ve araştırma kaynaklarını sağlamak için kurulmuştur. Özel insanlar yetiştirip, evrensel sorunlara çözüm bulabilecek fertler yetiştirmek sürekli ve sağlıklı toplumların kurulması, insanlar ve çalışma alanları arasındaki duvarları yıkmak için kurulmuştur.
- Üniversiteler ülkeler arasındaki iletişimi güçlendiren kurumlardır.
- Üniversitelerde mobil eğitim sistemleri sayesinde öğrenciler diğer ülkelerdeki kültürleri öğrenip daha sağlam ve kalıcı ilişkiler geliştirirler (CERU, 2006).

Üniversite ve sanayi arasında kurulan eğitim ortaklıklarında, kurumlar genellikle farklı amaçlar ile hareket edebilmektedirler. Üniversitelerin temel amacı öğretim iken sanayi kuruluşlarının temel amacı ise üretim yapmaktır. Bu iki sistem arasındaki öncelikli amaçların farklı olması, iş dünyası ve eğitim dünyası arasında zaman zaman uyumsuzlukları ortaya çıkarabilmekte ve eğitim kurumları ile sanayi kuruluşları arasında kopukluklara yol açabilmektedir. Buna karşılık, nitelikli bir eğitim için, üniversiteler sadece kuramsal bilgilerin değil, aynı zamanda uygulamaya dönük becerilerin de kazanıldığı yerler; işletmeler ise, sadece uygulama becerisinin değil aynı zamanda kuramsal bilgilerinde öğrenildiği yerler olmalıdırlar (Adıgüzel, 2008: 47-48). Dolayısıyla, ayakkabı eğitiminde, sanayi ortaklığı ile oluşturulacak eğitim programlarının başarılı olabilmesi için, ortak eğitim modelinin, hem üniversitede hem de endüstride, bilgi ve becerilerin uyum içerisinde kazanılmasına olanak verecek bir yapı içerisinde olması oldukça önemlidir.

İş piyasalarında üretimin ve bu üretimin tüketileceği pazarın küresel anlamda genişlemesi ve teknolojik gelişimin hızlı yayılması, sermayenin hızlı büyümesiyle birlikte eğitimde iş gücünün gelişimi, birçok şirketin hayatta kalması için standartların yükseltilmesine neden olmuştur. Rekabet ve iş gücü arttıkça artık daha fazla eğitilmiş olan insan gücüne ihtiyaç vardır. Amerika'da daha fazla eğitilmiş

insan gücüne paralel olarak işçilerin yüksek öğretim ve eğitimleri şekillenmiştir. Beceri kazanmış işçilerin ekonominin büyümesine katkısı çoktur (Chen, 2012). Gelişmiş ülkeler sanayinin ihtiyacına paralel iş gücü yetiştirmek için lisans programlarında düzenlemeler yapmaktadır.

Türkiye’de yükseköğretim sisteminde çeşitli açmazlar bulunmaktadır. Bunlardan biri, sistemin iş gücü piyasaları ile sağlıklı bir ilişki kuramamış olmasıdır. Buna bağlı olarak yükseköğretim kendini bilgi toplumunun gerektirdiği insan gücünü yetiştirmekle sınırlandırılmış ve bu hedef oldukça soyut kalmıştır. Temel göstergelerinden biri olarak Yükseköğretim Kurulu tarafından belirlenen değişik programlara alınacak öğrenci kontenjanları örnek verilebilir. Üniversiteye giriş sınavı öncesinde yıllar itibariyle sadece yapı olarak keskin değişiklikler göstermiştir. Dışa açık ekonomilerde iş gücü piyasalarının gereksinimleri zaman içinde değişiklikler göstermektedir. Bu bağlamda yeni alanlar ortaya çıkabilmekte, bazı alanlar önem kazanırken bazılarında duyulan ihtiyaç ortadan kalkabilmektedir. İşsizlik oranının üniversite mezunları arasında ülke ortalamasından daha yüksek oranlara ulaşması ve bu oranın bazı alanlarda özellikle çok yüksek olması yükseköğretimin işgücü piyasalarıyla yeterli düzeyde ilişkilendirilmeyişinin bir diğer göstergesi olarak örnek verilebilir (Şenses, 2007).

Türkiye’nin nüfusu 70 milyonu aşmıştır. Aynı zamanda dünyada 17. büyük ekonomik hacme sahip bir ülkedir. Bu özellikleri ile kendi bölgesinin en büyük ülkelerinden birisi durumundadır. Daha güçlü bir ekonomiye sahip olmak ve kişi başına düşen gayri safi milli hâsılayı artırmak Türkiye’nin gelecek on yıl içindeki hedefleri arasındadır. Üniversitelerde verilen eğitimin niteliğini artıracak önlemlerin alınması, gelişmekte olan Türkiye’nin, gelişen bilim ve teknolojiyi takip edebilmesi, küreselleşmenin getirmiş olduğu şartlara uyum sağlayabilmesi, daha güçlü bir ekonomi ve daha hızlı bir toplumsal kalkınma için gerekli olan nitelikli iş gücüne sahip olabilmesi için oldukça önemlidir (Adıgüzel, 2008).

Bu bağlamda ayakkabı eğitiminin niteliğini yükseltmeye dönük düzenlemeleri yapılması ve bu eğitimin temel paydaşlarından biri olan iş dünyası ile ortak eğitim modellerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu yüzden eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi önemli gereklilik haline gelmiştir. Bu gerekliliğin sağlanmaması

durumunda yüksek gelişim ve Türk ekonomisine yön verebilecek üretim ve istihdam kapasitesine sahip lokomotif olabilecek bu sektör kan kaybedecek, Türk mesleki eğitimi ise zaman ve nitelik açısından telafisi oldukça güç olan kayıplar yaşayacaktır.

1.1. Araştırmanın Önemi

Nitelikleri yüksek olan bir eğitim anlayışı, toplumsal kalkınmanın en önemli ölçütlerinden birisidir. Mesleki eğitim, eğitimin en etkili ve verimli yollarından biridir. Ülkemizde nitelikli insan gücünün yetişmesi aynı oranda nitelikli, bilim, teknoloji ve sanat eğitiminin disiplinleri ile hazırlanmış dinamik programlarla insan yetiştirilmesine bağlıdır. Bunun için, çağdaş mesleki eğitim programlarına gereksinim vardır.

Mevcut mesleki eğitim alanlarında ayakkabı sektörünün ihtiyacına cevap verecek lisans düzeyinde herhangi bir program yoktur. Ayakkabı hem tarihi, hem kültürel, hem sanat hem de tasarım ürünü olan ve tüm toplumlarda temel ihtiyaç maddesi olma statüsü olan bir nesne olması özelliği ile bütün giyim eşyaları ile ayrıcalıklı bir konuma sahiptir.

Dünya ekonomisinin globalleşmesi, moda, tasarım ve performans alanlarında da yeni değişimleri beraberinde getirmiştir. Diğer bütün sanayilerde olduğu gibi ayakkabı sektöründe de yükselen değerler akıllı ve çevreci tasarımlara yönelik üretim yapmaktır. Artık bu sektörde eğilimler daha az ağırlığı ve sertliği olan bir başka deyişle hafif ve yumuşak olmasının yanı sıra nefes alabilen, sağlıklı ve konforlu hatta stresi dağıtan ayakkabıların üretilmesidir (Saikumar, 2002).

Bir ürünün performansı üç şekilde değerlendirilir: Kullanıma uygunluğu, formu ve işlevini yerine getirip getirmediği. Ergonomistler kullandıkları ekipmanlarla insanlar için en kullanışlı tasarıma ulaşmaya çalışırlar. En uygun olanı belirlemek aslında pek çok faktöre bağlıdır ve bu faktörler pek çok insan tarafından genellikle bilinmemektedir (Witana, Feng, Goonetikelle, 2004). Halbuki tasarım eğitimi bir ürünün ergonomisi ve kalitesi açısından bir gereklilikten öte zorunluluktur. Çok büyük bir hacme ve bir o kadar da potansiyele sahip geçmişte ve gelecekte güncelliğini koruyan ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik lisans

programlarının açılmasının oldukça geç kalınmış bir karar olduğu düşünülmektedir. Bununla beraber bu bölümün geçte olsa kurulması hem Türkiye hem de ayakkabı sektörü açısından çeşitli boyutlarıyla önemlidir. Ancak Türkiye, sektörün ihtiyaçları dikkate alınmadan, hedefler, içerik, yöntem ve değerlendirme gibi program geliştirme sürecinin gereklilikleri işe koşulmadan hazırlanan niteliksiz eğitim programları ve bu programların uygulanmasındaki pek çok sorun yüzünden mesleki eğitimde içinde bulunduğu çağın ve gelişmiş ülkelerdeki programların çok gerisinde kalmıştır.

Sektörün bir lisans mezunundan beklediği nitelikleri belirlemeyi amaçlayan bu çalışma ilk olması sebebiyle bu alanda açılacak programlara yol gösterici olma misyonu da taşıması sebebiyle önemlidir.

1.2. Problem

Türkiye’de ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik lisans programına ilişkin eğitim ihtiyaçları nelerdir?

1.3. Alt Problemler

Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla aşağıdaki alt problemlere cevap aranmaktadır. Ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin programı başarı ile tamamlayan bir mezunda bulunması gereken yeterliklere ilişkin olarak;

1.5.1. Katılımcıların programın ‘temel yeterliklerin’ önem sırasına ilişkin görüşleri ne düzeydedir?

1.5.2. Katılımcıların programın ‘temel yeterliklerin’ önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.3. Katılımcıların programın ‘tasarım yeterliklerinin’ önem sırasına ilişkin görüşleri ne düzeydedir?

1.5.4. Katılımcıların programın ‘tasarım yeterliklerinin’ önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.5. Katılımcıları programın ‘üretim yeterliklerinin’ önem sırasına ilişkin görüşleri ne düzeydedir?

1.5.6. Katılımcıların programın ‘üretim yeterliklerinin’ önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.7. Katılımcıların programın ‘pazarlama yeterliklerinin’ önem sırasına ilişkin görüşleri ne düzeydedir?

1.5.8. Katılımcıların programın ‘pazarlama yeterliklerinin’ önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.9. Ayakkabı üreticilerinin kıdemlerine göre, programın temel, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklerinin önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.10. Ayakkabı üreticilerinin eğitim durumlarına göre programın, temel, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklerinin önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.11. Ayakkabı üreticilerinin üretim yaptıkları bölgelere göre programın temel, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklerinin önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?

1.5.12. Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına yönelik hangi genel hedefler önerilebilir?

1.5.13. Bölümün misyonu ve vizyonu ne olmalıdır?

1.5.14. Programın ihtiyaçlarına yönelik hangi dersler önerilebilir?

1.4. Sayıtlar

1.2.1. Görüşlerine başvurulmuş kişi, kurum ve kuruluşların yanıtlarının içten olduğu varsayılmıştır.

1.2.2. Sektöre ait ulaşılan dokümanlar gerçeği yansıtmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

1.3.1. Bu araştırma ayakkabı tasarımı ve üretimi eğitimi için lisans programı ile,

1.3.2. Türkiye ayakkabı sektörü lisans düzeyi eğitim ihtiyacının belirlenmesi ile,

1.3.3. Türkiye de belli başlı ayakkabı üretim merkezlerinden elde edilen verilerle,

1.3.4. Veri toplama araç ve yöntemleri olarak kullanılan anket formu ve Ayakkabı sektörünün önde gelen bazı firmalarının yöneticileri, bazı ünlü ayakkabı tasarımcıları, ayakkabı eğitimcileri ve sektörün bazı üst düzey yöneticileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen verilerle sınırlıdır.

BÖLÜM II:

KAVRAMSAL ÇERÇEVEVE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Dünyada ve Türkiye’de Ayakkabı Sektörü

Bu bölümde, ayakkabı ile ilgili genel bilgiler dünyada ve Türkiye’de ayakkabı sektörüne ilişkin temel göstergeler yer almaktadır

2.1.1. Ayakkabının Tanımı ve Tarihçesi

İnsan beynine karşılaştığı durumlar ve çevre koşullarıyla ilgili bilgi aktaran insan ayağı, üç grupta 26 kemik içeren kompleks bir yapıya sahiptir. Bunlar, topuktaki ayak bileği kemikleri, eklemlerdeki tarak kemikleri ve parmak kemikleridir. İnsanın dik durmasını ve hareket etmesini sağlayan kaslar ve 200.000 sinir ucu bunlara ilave edildiğinde onu gerektiği gibi kullanmanın ve korumanın önemi anlaşılacaktır (Skyrme, 2006). Geleneksel Çin tıbbında ayak, yer ve insan iskelet sistemi arasında çarpma kuvvetini geçiştirerek hafiflettiği için insanın ikinci kalbi sayılmıştır. Yer ve insan arasındaki aracı olan ayakkabıdan ayağı istenmeyen baskı etkisinden kurtarması ve günlük görevlerini yerine getirmeyi kolaylaştırması beklenmektedir (Xiong, Zhao, Jiang, Dong, 2010).

Ayağın emniyeti ve konforu için giyilen ayakkabılar kişisel kimlik, gruba bağlılık ve sosyal konumu belirleyici birincil bilgi kaynaklarıdır. Ayakkabı genellikle ayağa atıfta bulunarak, ayağı kaplayan nesnelere ifade eder, aynı zamanda da çorap, tozluk ve diğer kaplamaları da içermektedir (DeMello, 2009). Ayakkabı, kadın, erkek ve çocukların ayaklarını dış etkenlerden koruyan, topluma verilmek istenen imajı pekiştiren, farklı ortam ve koşullarda kullanılan bir giyim eşyası olup, yüz ve tabanları çeşitli malzemelerden yapılmış ayak giysisidir (Kastan, 2007). Çorap niyeti dışında ayağa giymek için kullanılan terlikler, botlar ve benzeri nesnelere için kullanılan genel bir terimdir (Garley, 2006).

Ayakkabı bir giyim eşyası ve aksesuarının ötesinde pek çok disiplinleri bünyesinde barındırır. Ayakla doğrudan ilişkili olduğu için sağlığın, yapısı ve

teknolojisi itibarıyla mühendisliğin, tasarımı ile sanatın, toplumsal özellikler taşıdığı için kültürün, temel tüketim maddesi olduğu için pazarlamanın, sürekli yeni arayışlara imkân verdiği için bilimin ve endüstrinin, geçmişten beri pek çok anlamlarıyla birikerek günümüze geldiği için tarihin, pek çok öykü ve masala konu olduğu için edebiyatın, yarattığı istihdam potansiyeli açısından ekonominin, taşıdığı anlamlar ve içerdiği mesajlarla cinselliğin, bir dizi bilgi beceri ve alışkanlık gerektirdiği için eğitimin kapsamına girer. Her ne kadar ‘‘ayak’’ ‘‘kap’’ ilişkisinden yola çıkılarak tanımlanmışsa da onu giyen kişinin, görüntüsü itibarıyla resmî veya özel statüsü, cinsiyeti, yapımında kullanılan malzemelerle yaşadığı coğrafya ve doğa koşulları, yapımında kullanılan yöntem teknik ilgili olarak yaşadığı dönem, ayakkabının tasarımı ile toplumun kültürü ve inançları hakkında bilgi sahibi olmak çok mümkündür. Ayrıca ayakkabı kişinin yaptığı işle ilgili olarak da önemli ipuçları verir. Dans, paten, atletizm, futbol, at binme gibi sayısız spor dalları, üniformalı meslekler, lastik çizme giyen işçiler, itfaiyeciler örnek verilebilir.

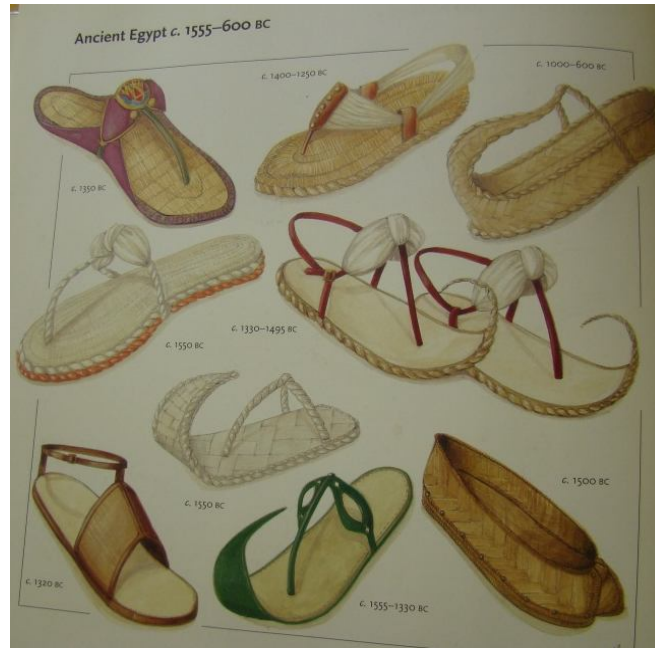
Ayaklar ve onları taşıyan ayakkabılar, vücut ve fiziksel alan arasındaki aracıdır. Ayak ve ayakkabı sadece vücut ağırlığını taşımakla kalmaz, aynı zamanda sembolik, sosyal ve kültürel bir değer de taşır. İnsanların ayakları nasıl gördüğü ve onlara ve ona nasıl davrandığı, giyilen ayakkabı çeşitleri, o toplum ve kültürü hakkında geniş bir bilgi verir. Ayak, hem çıplak hem de giysili olarak cinsiyet, cinsellik, statü ve kültür bağlamında önemli veri kaynağıdır. Böylece bir toplumun ayakkabı kültür tarihinden yola çıkarak toplumdaki erkeklerin ve kadınlarının, çalışan ve elit kesimin, fikirleri, iş, dinlenme, eğlence gibi hayatının tüm alanları ve hayat tarzı hakkında bilgilere ulaşılabilir. Böylece o toplumun gelişimi de okunabilir (DeMello, 2009).

İlk ayakkabı tasarımı bunu ilk yapan kişinin hangi şartlarda ve iklim koşullarında yaşadığıyla yakından ilgilidir. Ayakkabının en eski formları muhtemelen sandalet ve çarıklardır. Her ikisi de ilk insanların taş aletler kullanarak yaptıkları basit kıyafetler gibi Paleolitik tarihe dayanır (DeMello, 2009). Bu çağlarda soğuk bölgelerde ilk ayakkabılar ayak etrafına sarılan ve dikilen hayvan derileri olmuştur (Reynolds, 2004). Bilinen en eski çift ayakkabı Oregon'da bulunan çim ve adaçayı kabuğundan yapılmış 10.000 yıllık sandalet ve bitkisel maddeden yapılmış

olan, California'dan 9.000 yaşındaki sandalet çiftidir (DeMello, 2009, Yue and Yue, 1997). Şimdiye kadar en iyi saklanabilmiş botlar Alpler'de ki buzullarda keşfedilen "Avcı" Otzi Buz adamına aittir (Bossan, 2007).

Hayvan derisinden yapılmış en eski ayakkabı "Ice Man" ile birlikte, 5300 yıllık fosil olan, "Tirol Alps These" ayakkabısıdır. Bu ayakkabılar ısınmak için saman ve yosun ile doldurulmuştur ve tek parça basit çarıkların dünyanın en kuzey bölgelerinde olanlarla benzer olduğu saptanmıştır (DeMello, 2009). Eski mısırlılar M.Ö. 3700'lü yıllarda papirüs sandaletler yapmışlardır. Avrupa'da takip eden yüzyıllarda insanlar terlik benzeri dik ayakkabılar giymişlerdir (Reynolds, 2004).

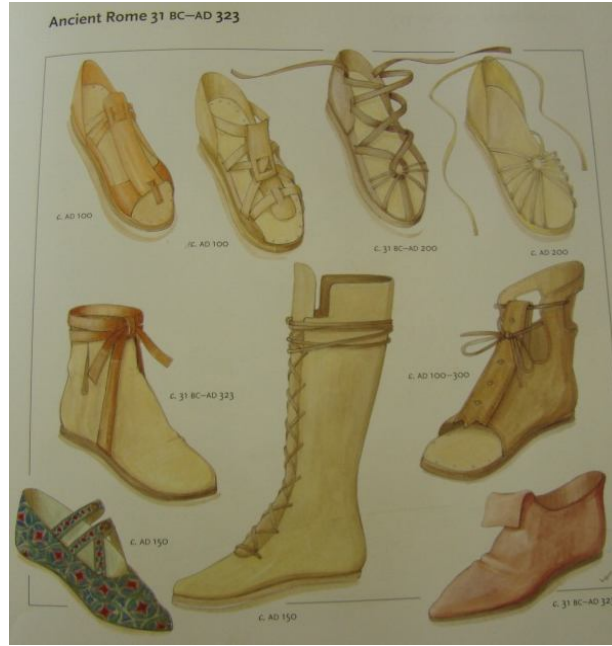
Şekil 2.1: Antik Mısır'da Sandaletler



Kaynak: Peacock, John, 2005

Düşmanına güçlü görünmek için aynı tip ayakkabı giyen ordu fikri 2000 yıl önce Avrupa'yı fetheden Romalılara aittir. O günden beri bu gelenek devam etmektedir (Skyrme, 2006).

Şekil 2.2: 1. yy. Roma Ayakkabıları



Kaynak: Peacock, John, 2005.

Ayakkabı yapımında kullanılan derilerin işlenmesi ve korunmasında yeni gelişmeler kaydedildikçe, yeni malzeme ve teknikler kullanıldıkça bugün bilinen düzgün kalıplı ayakkabılar geliştirilmiş ve yeni tarzlar ortaya çıkmıştır. 12. yy. dan başlayan sivri burunlu ayakkabı kullanımını Rönesans döneminde Kıta Avrupa'sında ve İngiltere'de inanılmaz derecelere ulaştırmıştır. Bu tarz ayakkabılarla yürüyebilmek için uygulanması oldukça güç yürüyüş stilleri geliştirilmiştir. Bir dönem sivri burunlar neredeyse dize değecek kadar abartılmıştır. Kraliyet ailesi bir kanunla ayakkabıların burunlarını kısaltma zorunluluğu getirmek durumunda kalmıştır (Skyrme, 2006).

Şekil 2.3: 14. yy. Avrupa’da Ayakkabılar



Kaynak: Peacock, John, 2005: 36

Bu yasaktan sonra 16. yy.da ayakkabı burunları kısaltılmış ve oval görünüme almaya başlamıştır. “Duckbill” Ördekgagası tarzı gelmiş, stiller daha sık değişmeye başlamıştır. Bu dönemde ayakkabıcılar tamamen düz kenarlı ayakkabılar da üretmeye başlamışlardır (Reynolds, 2004). Daha çok iç mekanlarda kullanılmak üzere daha geniş ve rahat ayakkabı tarzlarına kaymaya başlamışlardır (Skyrme, 2006, Reynolds, 2004).

Ortaçağ Avrupa’sında çamuru ayağın dışında tutmak için kullanılan çarıklar o kadar yüksek seviyelere ulaşmıştır ki, artık onu giyen insanlar yardımsız yürüyemez hale gelmişlerdir. Bu durum kişinin statüsü ve varlıklı olduğunun göstergesi olmuştur (Skyrme, 2006). Venedik dışındaki yerlerde bu tarz ayakkabıları yapmak için at binmede kullanılan ayakkabılara yüksek tabanlar eklenmiştir. Bu ayakkabılar aynı zamanda üzengide ayağın rahat durmasını sağlamak amacıyla kullanılmıştır. Soylular abartılı yüksek topuklu ayakkabıları, yüksek sınıfa ait olduklarını göstermek amacıyla kullanmışlardır. Topuklu ayakkabı yapımında zorlandıkları için sağ sol farkı olmayan düz kenarlı ayakkabılar yapmışlardır. 17.yy.da Fransız soyluları arasında yüksek topuklu ayakkabılar hem kadınlar hem de erkekler tarafından

giyilmiştir. Tahtadan yapılan bu topuklar ayakkabının görünümüne uygun kaliteli kumaşlarla kaplanmışlardır. Süvari botları İngiltere’de kral 1.Charles’in destekçileri arasında moda olmuştur. Bu botlar manşetli uçlarıyla birlikte boru şeklinde ve diz boyundaydılar. 2.Charles döneminde topuklu ayakkabılar erkekler arasında tekrar moda olmuş ve bu ayakkabılar kısa ve yumuşak fiyonklarla süslenmiştir (Reynolds, 2004).

Şekil 2.4: 16. yy. Avrupa’da Ayakkabılar



Kaynak: Peacock, John, 2005: 45

18. yy.da tarz sahibi erkekler ya büyük tokalı uzun ve düz ayakkabılar ya da siyah biniş botları giyinmişlerdir. İlk endüstriyel çizmeler dar ayakkabı kalıbı ile yapılmıştır. Ayak bileğini saran botlar çocuklarda olduğu kadar erkek ve kadınlar tarafından da yaygın olarak kullanılmıştır. 1800’lü yılların sonunda yeni sanat akımının gelmesiyle ayakkabıların görünümü değişmiştir (Lehto, Lind, Oja, 2005).

Şekil 2.5: 16. yy. Avrupa'da Ayakkabılar



Kaynak: Peacock, John, 2005: 64

Yüzyılın sonunda yüksek belli giysilerin ortaya çıkmasıyla düz taban terlik ve ayakkabılar yüksek topukların yerini almıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar kadın ayakkabıları düz taban olmaya devam etmiş, botlar dış mekanlarda kullanılmaya başlanmıştır. 1830'larda esnek kenarlı botlar tanıtılmış ve günlük kullanım için kolayca benimsenmiştir. O yıllarda ayakkabılar sağ sol ayrımı olmadan ikisi de aynı şekilde yapılmıştır. Ayakkabıların sağ ya da sol olarak yapılması 19.yy. ortalarında başlamıştır. Ayakkabı makinalarının çıkması aynı döneme rastlamaktadır. 1900'lü yıllarda çok çeşitli ayakkabı tarzları görülmüştür. 1920'lerde sağlam ayakkabılar popüler olmuştur. Etek boyutları değiştiğinde, ayakkabılar daha görünür hale geldikçe kadınların tarzları da değişmeye başlamıştır. Uzun süre Çin imparatorluğunda soylu kadınlar tarafından kullanılan ve ayaklarını yaklaşık 8 cm daha küçük göstermek için bandaj görevi gören sıkı bağ ayakkabıları 1911 yılında yasaklanmıştır (Reynolds, 2004).

Modanın yolu, bir uçla onun tam tersi yönündeki diğer uç arasında gidip gelmektedir. 1950'lerin ayak parmaklarının hassasiyetine uygun ayakkabılar 1960'ların sivri burunlu ayakkabılarına zemin hazırlamıştır. Bunlarda 1970'lerde el yapımı görünümlü hippie tarzlarına dönüşmüştür. 1970'lerden sonra küt burunlu platforma ayakkabılar kullanılmıştır. Moda her 20 yılda bir kendini tekrar etmektedir. Ancak

teknolojideki ilerleme, yenilikler ve hızlı üretimle birlikte bu mesafe daha kısalmıştır.1980'lerde suni malzemeler ve yapımındaki gelişmeler yüksek teknolojiyi kullanabilen eğitimcilerin oluşmasını sağlamıştır. 21. Yüzyılın başıyla beraber ayakkabı modaları mevsimle birlikte değişmeye başlamıştır. Geçmişten ilham alan ve geleceğe bakan tasarımcılarla birlikte tasarımlar gelişerek değişmektedir (Reynolds, 2004, Skyrme, 2006).

2.1.2. Türk Kültüründe Ayakkabı

Deri insanoğlu tarafından pek çok amaçla kullanılmıştır. Ancak deri insanlık tarihi boyunca en çok ayakkabı yapımında kullanılmıştır. Altay dağlarındaki koruganlardan çıkarılan ayakkabı çizme ve deriden eşyalar için 2400 yıllık ömür biçilmektedir. Altay dağlarındaki karlardan süzülen sular yavaş yavaş Koruganların içine süzölmüş ve donarak buzlu bir ortam oluşturmuşlardır. Böylece bozulmadan günümüze kadar gelebilmişlerdir (Yelmen, 2007).

Türk dilinde ayakkabı anlamındaki en eski sözcük ‘‘edik’’tir. Orta Asya Türklerinde edik, çizmeye benzer konçlu bir ayakkabıdır. Edik sözcüğü, 8. Yüzyılda Orhun Yazıtları’nda geçmektedir. Anadolu Türklerinde ayakkabıcılık sanatı ile ilgili en eski bilgiler İbn-i Batuta Seyahatnamesi’nde görölmektedir. Köylü çizmesi, karda yürümeye yarayan konçlu ayakkabı ve çocuk ayakkabısı anlamlarına da gelmektedir (Sağol, 2007).

İnsanların ilk barınaklarını yaptıkları dönemlerde Orta Asya ve İç Asya’da yaşayan topluluklar avlanarak yaşamışlardır. Bu dönem insanları avlanmaya giderken ayaklarına konçlu çizme giymişler ve bu çizmeler bozkır kültüründe yaşayan eski Türkler’ de zaman içinde gelişerek şeklini almıştır. Birçok Türk topluluğunda Hunlarda, Göktürklerde, Uygurlulardan sonra Moğollarda da yaygın olarak kullanılmıştır. Atlı kültürün gerektirdiği seri hareketleri engellemediği ve bu tarz yaşam şekline uyum gösterdiği için bu çizmeler süvariler tarafından kolayca benimsenmiştir. Çizmeler daha sonra bu kültürden güneydeki kültüre kaymış ve yaygınlaşmıştır. Yapımında çoğunlukla yumuşak deri kullanılmışsa da keçe, kürk deri ve sert deriden yapılmış çizmelere de rastlamak mümkündür. Bazen ayağı saran bazen de oldukça geniş yapılan çizmelerin erken dönemlere rastlayan örnekleri

topuksuzdur (Çoruhlu, 2007). Kaşgarlı Mahmud'un eserinde çizme ve genel olarak ayakkabılardan çokça söz edilmektedir. Bu eserden anlaşıldığına göre Türkler başa giyilen şeyler gibi ayağa giyilecek şeylere de büyük önem vermişlerdir. Çizmenin başta hükümdar olmak üzere bütün Türkler için adeta milli bir giyim eşyası olduğu söylenebilir. Kırmızı kemer ve kırmızı çizme Orta Asya Türk tarihinde hükümdarlık sembolü olmuştur. Anadolu'ya gelen Avrupalı seyyahlardan Brocquier Anadolu'daki Türklerin büyük kısmının sarı çizme giydiğini kaydetmiştir (Köymen, 1971, Atasoy, 1971, Ögel, 1978).

Şekil 2.6: Orta Asya'da Çizme ve Ayakkabı Çeşitleri



Kaynak: Ögel, Bahaeddin, 1978.

Kazılardan çıkan bazı çizmelere bakıldığında, daha zengin görünümlü olanların soylular ve yöneticiler tarafından giyildiğini göstermektedir. Bu durum çizmenin Türklerde rütbe belirten bir ayak giysisi olduğunu belirtmektedir. Çizmelerde altın, kalay, gümüş teller, boncuk, işlemeli kumaşlar ve renkli deri parçaları aplike olarak kullanılmış ve süslemeler yapılmıştır (Çoruhlu, 2007).

Çarık ve başmak olarak bilinen eski Türk ayakkabıları ise Asur ve Hun Türklerinden Anadolu'ya oradan Osmanlı dönemine gelmiştir. Çarık daha çok Anadolu'da giyilen bir ayakkabı olarak bilinmektedir. Çarık her çeşit deriden yapılmasına rağmen "çarukluk" olarak adlandırılan manda ve öküzlerin sırt derisi tuz veya şap ile terbiye edildikten sonra parçalar, tuzlanıp kurutulmuş daha sonra, bezir

yağıyla yumuşatılmıştır. Bu deriler ayağı saracak biçimde kesilerek, kenarlarındaki deliklerden bağcık geãirilip büzülmüş ve ayak bileğine bağlanarak kullanılmıştır. Bu dönemlere ait kayıtlarda çarık zenginlik göstergesi olarak yer almıştır (Sakaoğlu ve Akbayar, 2002, Tansuğ, 1988, Koçu, 1969).

Yüzyıllar içinde ayakkabılar yapıldıkları malzemelere ve formlarına göre çeşitli isimler almışlardır. Başmak, bapuç, pabuç, çapula, çedik, bot, çizme, edik, filar, fotin, yemeni, iskarpin, kaloş, kemercin, katır, kundura, mercan terlik, mest lastik, merkup, makosen, nalin, takunya, tomak, sandal, pandufla, cermuk, galata yemenisi, muze,patik, yemeni bunlardan bazılarıdır (Koçu, 1969, şen, 2007, Sağol, 2007).

şekil 2.7: Çarık ve Yemeni



Kaynak: Gaziantep.net.

Osmanlı dönemine ait arşivlerde ayakkabıcı ya da ayakkabı kelimelerine rastlanmamıştır. Bu işle uğraşan esnafın adı, Babuçu, Başmakçı, Dikici veya Haffaf olarak geãmektedir. Daha sonra Haffaf kelimesi değişerek “Kavaf” adını almıştır (Sakaoğlu ve Akbayar, 2002).

16. ve 17. yüzyılda, Osmanlı döneminde iãerde ve dışarda farklı özellikte ayakkabılar kullanılmıştır. Ayakkabının kullanım alanına göre atlas, deri ve kadife gibi malzemeler değişmiştir. Kışlık ayakkabıların iãi ayağı sıcak tutmak amacıyla kürkle kaplanmıştır. Saray mensupları ile halk tabakasının giydiği ayakkabılar farklılık göstermiştir (Dağtaş, 2007). Saray ayakkabılar; konçlu çizmeler, terlikler,

nalınlar, kösele tabanlı süvari pabuçları Halk tipi ayakkabılar; başmak, potin, çapula, çediktir (Tansuğ, 1988).

Osmanlı imparatorluğunda 17.yy yarısına doğru büyük bir ekonomik kriz yaşanmıştır. Bu kriz nedeniyle Tüketiciyi korumak amacıyla, özellikle temel ihtiyaç maddeleri için resmî makamlarca belirlenen ve her yerde geçerli olan bir fiyat belirlenmiş ve bu fiyat 'narh' olarak ifade edilmiştir. İstanbul'da bu yıllardaki narh kayıtlarına göre o dönemlerde giyilen ayakkabılar, çizme, papuş, mest, başmak, tomak, iç-edik, çedik, terlik, mesti, na'lbek, filari, şatır filari ve postaldır. Renkleri sarı, kırmızı, siyah ve beyaz; malzemeleri ise meşin, kösele, gön ve sahtiyan olarak belirtilmiştir(Otar, 2007).

Beykoz debagat ve kundura fabrikası olarak Sultan II. Mahmut'un emriyle 1812 yılında Hamza Efendi isimli bir şahıs tarafından kurulmuştur. İlk üretim, ordunun ihtiyacını karşılamak üzere çizme, palaska, kütüklük ve koşum takımları üretmektir. 1826 yılında yeni bir ordunun kurulmasıyla askeri kundura üretimine başlamıştır. 1842 yılında yeni makinalar alınmış, fabrika modernleşme sürecinde gelişme kaydetmiştir.1870 yılında günlük ayakkabı üretim kapasitesini 300'e, 1912 yılında ise 1000'e çıkarmıştır. Bu fabrika üretimleriyle oldukça büyük bir üne kavuşmuş, dünyanın en ünlü köseleri Fransız kösesi iken Beykoz kösesi olmuştur. I. Dünya savaşında ordunun ayakkabı ihtiyacını karşılamış,1933 yılında Sümerbank'a devredilmiştir.1999 yılında üretim tamamen durmuş 2004 yılında özelleştirilmiştir (Büğüş, 2001, SKYLİFE, 1999).

1923'te Cumhuriyet' in ilan edilmesinden 1950' ye kadar ısmarlama ayakkabı dönemidir. Bu dönemde düşük gelir seviyesi, kısıtlı talep ve üretimin tamamen el emeğine dayanması sonucu, ayakkabı üretim miktarı sınırlı kalmıştır. 1950-1975 döneminde ayakkabıcılık makineleşmeye yönelmiş, üretim önceki döneme göre birkaç katına çıkmış, fakat kitle üretimine geçiş mümkün olmamıştır. 1975 yılından sonra ayakkabı sanayi gelişme yoluna girmiştir. Makineleşmiş ve yarı makineleşmiş tesislerin artması, ihracatta görülen artışlar ve devletle ilişkilerin sıkılaşması bu döneme rastlamaktadır.

1980 sonrası hükümetlerin izlediği dışa açılma ve ihracat teşvik politikaları Ayakkabı Sanayiini de etkilemiştir. Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra bu birliği oluşturan ülkelerin vatandaşları Türkiye'den bavul ticareti yoluyla ciddi miktarda ayakkabı satın almışlardır. Diğer yandan bu talebe bağlı olarak sektörde makineleşme oranı yükselmiş, kurulu kapasite artmıştır. Yine bu dönemde düzenli fuarlar yapılmaya başlanmış, 1989 yılında lise düzeyinde ayakkabıcılık mesleki-teknik eğitimi başlamıştır (A.Büyükekeşi ile kişisel görüşme, 10 Mayıs, 2011).

2.1.3. Dünya Ayakkabı Sektörü

Bu bölümde dünya ayakkabı sektörü temel göstergeleri yer almaktadır.

2.1.3.1. Sektörün Tanımı ve Kapsamı

Ayakkabı zorunlu ve yarı dayanıklı bir tüketim malıdır. Ayakkabılar ürün tipine, kullanım sıklığına ve kalitesine bağlı olarak dayanıklılık süreleri farklılık gösterse de bu süre deri giyim ve saraciye eşyalarına oranla daha kısadır. Bu nitelikleri nedeniyle ayakkabı, deri giyim ve saraciye eşyalarına göre dünyada üretim miktarı en yüksek olan ve dış ticareti en fazla yapılan üründür. Bu özelliği ile ayakkabı sanayii, diğer deri ürünleri sanayileri arasında ülkelerin üzerinde en fazla politika geliştirmeye çaba harcadıkları, dış ticareti ile ilgili çok sayıda düzenleme yaptıkları bir alandır (Özçörekçi ve Öngüt, 2005).

Ayakkabı sektörü aynı zamanda ayrışık bir sektördür. Kauçuk, plastik, deri, metal ve tekstil gibi pek çok farklı materyalin bir araya getirilip ayakkabı gibi bir ürüne dönüştürüldüğü çok yönlü ve değişik özellikler göstermektedir. Bu sektör aynı zamanda erkek kadın çocuk ayakkabılarının farklı tiplerinden özel üretilmiş kar ve güvenlik ayakkabılarına kadar geniş bir yelpazede iş görür. Bu farklı ürünlerin bütünleştiği noktada çok büyük bir endüstri vardır. Bu endüstri süreçleri, şirketleri ve pazarı kapsamaktadır. Bu da çok sayıda uzmanlık alanı ve iş sahası demektir. Artık dünya ayakkabıya bir ihtiyaç maddesi, giysinin bir parçası olarak bakmamaktadır. Yenilikçilik, kuru rekabetin ötesinde ürünün niteliklerini iyileştirerek gelişmeye dayalı rekabet, vergi kaçaklarının önlenmesi, uygun çalışma

koşulları, tüketici ve çevre sağlığını koruma gibi pek çok açıdan bilgi ve eylem gerektiren disiplinler bütünü olarak görülmektedir (European Commission Enterprise and Industry, 2012).

Dünya ayakkabı sektörü çok büyük rakamlarla anılmaktadır. World Footwear Yearbook 2011’de yer alan verilere göre, 2010’da dünya çapında ayakkabı üretimi 20 milyar çifte ulaşmıştır (APPICAPS, 2011). Ülkelere göre farklılık göstermekle birlikte bugün kişi başına yıllık ayakkabı tüketiminin ortalama 2 çift olduğu düşünülmektedir. Avrupa ülkelerinde ise bu rakam 7 ila 9 çift arasında değişmektedir (Datamonitör, 2012).

Tablo 2.1: Dünya Ayakkabı Pazarı Değer Tahmini

Yıl	\$ Milyon	€ Milyon	% Büyüme
2012	251,856.4	189,666.6	4.4%
2013	264,434.5	199,138.8	5.0%
2014	278,216.9	209,518.0	5.2%
2015	293,690.2	221,170.6	5.6%
2016	311,132.2	234,305.7	5.9%

Kaynak: Market Line Industry Profile ,2012

2.1.3.2. Temel Göstergeler

Üretim

Ayakkabı yapımı ileri düzeyde Asya’da yoğunlaşmıştır. Dünya çapında üretilen bütün ayakkabı çiftlerinin %87’si Asya kıtasında üretilir. Çin kendi başına dünya toplamının %62’den fazlasını üretir. Ayrıca komşuları Hindistan, Vietnam, Endonezya, Pakistan ve Tayland toplam üretimin bir diğer %20’sini üreterek ilk on üreticinin arasında yer alırlar. Asya’nın dışında, Brezilya %4.4 ile en önemli bir diğer üreticidir. Ayrıca Meksika, İtalya ve Türkiye dünyanın en önemli imalatçıları arasındadır. Beraberce bu on ülke dünya ayakkabı üretiminin %90’ını gerçekleştirir.

Tablo 2.2: Dünya Ayakkabı Üretimi

Sıra	Ülke	Çift (milyon)	Dünya Payı
1	Çin	12 597	62.4%
2	Hindistan	2 060	10.2%
3	Brezilya	894	4.4%
4	Vietnam	760	3.8%
5	Endonezya	658	3.3%
6	Pakistan	292	1.4%
7	Tayland	245	1.2%
8	Meksika	244	1.2%
9	İtalya	203	1.0%
10	Türkiye	174	0.9%

Kaynak: APPICAPS, 2011.

Tüketim

Küresel ayakkabı pazarı 2010 ve 2011 yıllarında ılımlı bir büyüme yaşamıştır. Pazarın 2016 ya kadar aynı şekilde büyümeye devam edeceği tahmin edilmektedir. Küresel ayakkabı pazarında 2007 ve 2011 yılları arasında %3,6 yıllık büyüme oranı gerçekleşmiştir. 2011 yılında beklenen toplam gelir 241.300.000.000 \$'dır. Buna karşılık, Avrupa ve Asya-Pasifik pazarlarında 2011 yılında 96100000000 \$ ve 412000000000 \$ değerlerine ulaşmak için aynı dönemde sırasıyla %3,1 ve %3 ile büyüme beklentisi bulunmaktadır (Marketline, 2012). Ayakkabı tüketiminin dünya üzerindeki coğrafik dağılımı nüfus ve servet dağılımı ile doğru orantılı olduğu için üretim bölgelerinden daha az yoğunur.

ABD'li müşteriler dünya çapında satılan bütün ayakkabıların %13,4'ünü satın alırken Asya'nın payı %49 civarında olmaktadır. %20 ve %17 ile Avrupa ve Kuzey Amerika bu kıtaları takip etmektedir. Diğer kıtalar ise %10'luk düzeye ulaşamamaktadırlar (APPICAPS, 2011).

Tablo 2.3: 2010 Verilerine Göre Dünya Ayakkabı Tüketiminde İlk On Ülke

Sıra	Ülke	Çift (milyon)	Dünya Payı
1	Çin	2 700	15.2%
2	A.B.D.	2 335	13.4%
3	Hindistan	2 034	11.7%
4	Brezilya	780	4.5%
5	Japonya	693	4.0%
6	Endonezya	627	3.6%
7	İngiltere	504	2.9%
8	İspanya	427	2.4%
9	Fransa	415	2.4%
10	Almanya	385	2.2%

Kaynak: APPICAPS, 2011.

Bireysel olarak Çin, dünya çapında satılan ayakkabıların %15'ini satın alarak geleneksel olarak o konumu elinde tutan ABD'yi ikinci sıraya düşürmüştür. Böylece Çin ayakkabı tüketiminde dünyanın en büyük pazarı konumuna gelmiştir. Hindistan bir yılda 2000 milyon çiftten daha fazlasını tüketen pazarlar grubunu oluşturur. %3'le Endonezya ve İngiltere tarafından takip edilen Brezilya ve Japonya dünya toplamının yaklaşık %4'ünü temsil eder. İspanya, Fransa ve Almanya'nın her biri dünya tüketiminin %2'sine tekabül eder. Beraberce bu on ülke dünya ayakkabı tüketiminin %62'sini oluşturur.

Tablo 2.4: Küresel Ayakkabı Pazar Dağılımı

Dağıtım Kanalı	%'lik Pay Değeri
Giyim, ayakkabı, spor giyim ve aksesuarlar	67.2%
Mağazalar ve mağazalarda bölüm	16.3%
Hipermarket, süpermarket ve indirimler	8.4%
Diğer	8.1%
Toplam	100%

Kaynak: Market Line Industry Profile, 2012.

Giyim, ayakkabı, spor giyim ve aksesuarları, küresel ayakkabı pazarının önde gelen dağıtım kanalını oluşturmaktadır. Toplam piyasa değerinden %67.2 pay almaktadır. Mağaza bölümleri ise %16.3'lük bir payı oluşturmaktadır. Bunu %8.4'lük payla marketler ve indirimler, %8.1'lik payla diğer dağıtım kanalları izlemektedir.

İhracat

Üretim gibi ihracatın başlangıcı da dünya toplamının %85'i ile önemli ölçüde Asya'da yoğunlaşmıştır. Çin dünya çapında ihraç edilen 13 milyar çiftin %73'ünü satmaktadır. Yine de bu durumda Avrupa, % 11'i temsil ederek 2. sırada yer alırken, Çin sahip olduğu üretim payından daha da büyük olan ihracat payına sahiptir. Dünya çapında ihraç edilen her 4 ayakkabı çiftinin neredeyse 3'ü bu ülkeden gelmektedir. Hatta bu rakamlar %3'lük bir payla kendisi dünyanın 2.büyük ihracatçı ülkesi olan Hong-Kong'un -Çin özel idare bölgesinin- ihracatlarını içermez. Ayrıca diğer Asya ülkeleri Vietnam, Endonezya ve Tayland da hacim bakımından dünyanın en iyi on ihracatçısı arasındadır. Liste hepsi Avrupa birliği üyesi İtalya, Belçika, Almanya ve Hollanda olan dört Avrupa ülkesi ve de bir Güney Amerika ülkesi olan Brezilya tarafından tamamlanmaktadır

Tablo 2. 5: En Büyük Ayakkabı İhracatçısı Ülkeler 2010

Sıra	Ülke	Çift (milyon)	Dünya Payı
1	Çin	9 930	73.4%
2	Hong Kong	421	3.1%
3	Vietnam	268	2.0%
4	İtalya	222	1.6%
5	Endonezya	213	1.6%
6	Belçika	203	1.5%
7	Almanya	172	1.3%
8	Hollanda	148	1.1%
9	Brezilya	143	1.1%
10	Tayland	134	1.0%

Kaynak: APPICAPS, 2011.

Tablo 2.6: Kıtalara Göre 2010 İhracatları

Kıta	\$ (Milyon)	Pay	Çift (Milyon) (millions)	Pay	Ortalama Fiyat
Afrika	1 569	1.7%	442	4.6%	\$3.55
Asya	14 657	16.1%	1 917	19.9%	\$7.65
Avrupa	45 525	50.0%	4 103	42.7%	\$11.10
Kuzey Amerika	25 487	28.0%	2 714	28.2%	\$9.39
Okyanusya	1 424	1.6%	165	1.7%	\$8.63
Güney Amerika	2 329	2.6%	271	2.8%	\$8.60

Kaynak: APPICAPS, 2011.

Kuzey Amerika dünya ihracatlarının yaklaşık %30'unu ve Asya %16'sını temsil eder. Ayrıca yine Kuzey Amerika tarafından takip edilen Avrupa, ithalatlar için en yüksek ortalama fiyatlar ödeyen kıtadır. Asya ülkelerinden diğer Asya ülkelerine olan ihracatlar miktar bakımından toplam dünya ihracatlarının %26'sını değer bakımından %13'ünü temsil eder. Asya ülkelerince Avrupa ve Kuzey Amerika'ya yapılan ihracatlar sırasıyla dünya çapında ihraç edilen miktarın %20 ve %25'ine karşılık gelir. Ayrıca Afrika'ya yapılan Asya ihracatları özellikle miktar bakımından önem taşır.

Diğer kıtaların ihracatlarının neredeyse sadece kıta içi olduğu görülebilir: örneğin; Avrupalı ülkelerce diğer Avrupa ülkelerine yapılan ihracatlar dünya çapında ihraç edilen değerlerin % 36'sını ve miktarın %11'ini temsil etmektedir. Tersine, Asya'ya yapılan Avrupa ihracatları dünya ihracatlarının toplam değerinin sadece %3'ü ve miktarın %1' inden daha azdır. Kuzey Amerika'ya yapılan ihracatlar, değerlerin %2'si ve yine miktarın %1'inden daha azdır (APPICAPS, 2011).

İthalat

Ayakkabıda yapılan toplam dünya ithalatının %43'ü ile Kuzey Amerika tarafından takip edilen Avrupa, kıta olarak dünya ithalatçıları sıralamasının başını çekmektedir. İlk sırada yer alan on ithalatçının yedisi, dünya ithalatının %43'ünün varış yeri olan bu kıtada yer alır. Bireysel olarak ABD çok büyük bir oranla dünya toplamının dörtte birini temsil ederek ayakkabı ithalatında liderdir.6. ve 7. sıradaki

Hong-Kong ve Japonya en üstün on ithalatçı arasında Avrupalı olmayan diğer ülkelerdir.

Tablo 2.7: En Büyük Ayakkabı İthalatçısı Ülkeler, 2010

Sıra	Ülke	Çift (milyon)	Dünya Payı
1	A.B.D	2 384	24.8%
2	Japonya	620	6.5%
3	İngiltere	553	5.8%
4	Almanya	527	5.5%
5	Hong Kong	484	5.0%
6	Fransa	459	4.8%
7	İspanya	444	4.6%
8	İtalya	356	3.7%
9	Rusya	336	3.5%
10	Hollanda	243	2.5%

Kaynak: APPICAPS, 2011.

Birçok uluslararası ticaret aynı kıta içinde olmaktadır.İthalatlarla ilgili olarak %43'lük hacim ve %50'lik değer ile Avrupa tartışmasız liderdir.

2.1.4. Türkiye Ayakkabı Sektörü

Bu bölümde Türkiye ayakkabı sektörü temel göstergelerine ilişkin bilgiler yer almaktadır

2.1.4.1. Sektörün Tanımı ve Kapsamı

Türkiye'de ayakkabıcılığın küçük sanayi görünümü kazanmasının başlangıcı 1950'li yıllara rastlar. O zamana kadar ayakkabıcılık bir zanaattır ve babadan oğula geçmek suretiyle süregelmiştir. Küçük sanayi yapısı 1960'lı yıllarda değişmeden devam etmiş, sanayileşme çabaları 1970'li yıllarda başlamıştır. 1980'lerin ortasında

serbestlik getirilmesiyle beraber hem makine hem de ham madde temini konusunda büyük kolaylıklar sağlamıştır. 1980'li yıllarda özellikle özel sektör tarafından oldukça ciddi sayılabilecek makine parkı yatırımları yapılmış ve ayakkabı sektörünün yüzde 15'i sanayileşmeyi tamamlamıştır (Genç, 2005). Bu sektördeki üretimin yaklaşık %70'i yarı makineleşmiş üretim işlemleri tarafından yapılır ve üretimin yaklaşık %15'i el yapımıdır (İGEME, 2012).

Türk ayakkabı endüstrisi üretim yöntemlerinin modernleşmesi, kullanılan ham maddelerin kalite uygunluğu, nitelikli eleman istihdamı ve yüksek tasarım kapasitesi sayesinde hızlı bir tempoda gelişmiştir. Türk ayakkabı endüstrisi yüksek kalite moda ürünlerin ihracatçıları arasında güçlü bir konuma sahiptir. Olumlu gelişmenin bir diğer göstergesi sektörde yabancı yatırımların artışı olmuştur. Ayakkabı endüstrisinin Türkiye'nin deri endüstrisine son derece bağlı olduğu açıktır. 500 yıllık bir tarihe sahip olan Türk deri endüstrisi, dünya deri endüstrisinde lider bir merkez olma yolunda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Türk ekonomisinde önemli bir yere sahip olan Türk deri endüstrisi uzun ve köklü bir tarihi geçmişe sahip geleneksel yöntemleri ve teknolojiyi birleştirerek gelişmeye devam etmektedir. Deri endüstrisini modernleştirmenin ilk çabaları 1970'lerde başlamasına rağmen gerçek bir endüstriyel ölçekteki önemli gelişme sadece 1980'lerin ortasında gerçekleşmiştir (İGEME, 2012).

Sektörde faaliyet gösteren işletmeler kullandıkları teknolojiye göre üç grupta ele alınabilir.

1. Klasik üretim tekniğine sahip işletmeler: Bu şekilde üretim yapan işletmeler, üretimin tamamına yakın bölümünü hiçbir makine kullanılmadan basit aletlerle elde gerçekleştirmektedirler. 1950'lerden bugüne kadar olan dönem "Neo Klasik" üretim dönemi olarak adlandırılmaktadır. Kullanılan makine çeşidinin artmasına karşın, üretim faaliyetlerinin büyük çoğunluğunun elde yapılmasına devam edilmektedir (Genç, 2005)

2. Yarı makineleşmiş işletmeler: Neo-klasik üretim tekniğini aşmış fakat modern üretim tekniğine de tam olarak geçememiş olan bu imalathanelerde saya makinesinden başka makine ya da makinelerin bulunmasıdır. Yarı makineleşmiş

işletmelerin özellikleri genellikle neo-klasik üretim tekniğiyle çalışan imalathanelerin niteliklerine benzemektedir (Genç, 2005).

3. Makineleşmiş işletmeler: Ayakkabı üretimini tamamen kendi bünyesinde her aşamada çeşitli makineler kullanarak gerçekleştiren tesislerdir (Genç, 2005).

2.1.4.2. Temel Göstergeler

Üretim

Tablo 2.8: 2011 Yılı Türkiye Ayakkabı Sektörü

TÜRKİYE AYAKKABI SEKTÖRÜ	
Üretilen Ayakkabı Miktarı	212 Milyon Çift
Sektörün Hacmi	4,200 Milyar Dolar
Sektör Çalışan Sayısı	240 000
Dünya Toplam Ayakkabı İthalatı Türkiye Payı	0,37
Sektör Firma Sayısı	18 500

Kaynak: T ASD, 2012.

Türkiye’de ayakkabı üreten şirketlerin toplam sayısının yaklaşık %50’si İstanbul’da aktiftir. Sektördeki 33 lider şirketin üretim kapasitesi günlük 328,100 çifttir. Sektörde birçok küçük ve orta boyutta kuruluş vardır (T ASD, 2012). Türkiye’nin 200 milyon çiftin üzerinde olan ayakkabı üretiminin yaklaşık %26’sı deri ayakkabılardan oluşur. Ek olarak, plastik ayakkabılar ve terliklerin yapımında hızlı bir gelişme olmuştur (İGEME, 2010).

Ayakkabı sektörü, ayakkabı parçalarının yanında Türk yapımı ayakkabı üretim mekanizmasına güvenmektedir. Toplam ayakkabı endüstrisi üretiminde ayakkabı parçaları endüstrisinin payı yaklaşık %5’tir ve üretim oldukça çeşitlidir. Tabanlar, topuklar, döküm kalıpları ve ayakkabıların kösesi ihraç edilir. Ayakkabı parçaları endüstrisi İzmir ve Ege Bölgesi, Konya, Gaziantep ve özellikle İstanbul’da yer alır (İGEME, 2010).

Türkiye’de askerî botlar, iş ve koruyucu ayakkabıların üretimi son yıllarda önemli ölçüde gelişmiştir. Bu sektörler uluslararası standartlara göre üretim yaparlar ve CE işaretli ayakkabılar Avrupa ülkelerine ihraç edilir. Ayakkabı sektörü moda dünyasındaki en son eğilimleri yakından takip etmektedir. Türk ayakkabı şirketleri hem Türkiye’deki hem de dünyadaki moda eğilimlerine göre her mevsim kendi koleksiyonlarını hazırlamaktadırlar (İGEME, 2010).

İlgili literatürde Türkiye’de ayakkabı üretim bölgelerinde sektörünün durumu ile pek fazla kaynak bulunmamaktadır. Yaygın olarak ayakkabı üretimi yapılan bölgelerde sektörün durumunu yansıtmak amacıyla uzmanlarla yapılan görüşmeler aşağıda sunulmuştur.

Özellikle zenne olarak tanımlanan bayan ayakkabısında ve garson, filet, çocuk ve bebe grubunda İzmir önde gelmektedir. Ayakkabı sektörünün yerleşim alanı 20.000 m²’dir. Siteye yakın çevrede ve dışarda önemli birkaç tane ayakkabı üretim merkezi vardır. İzmir’de ayakkabı üretimi yapan 1500 işletme vardır. Buralarda 10-12 bin kişi arası istihdam edilmektedir. Çalışan bayan sayısı küçümsenmeyecek orandadır. Sektörün en önemli sorunu nitelikli iş gücünün yetişmemesi, ulaşım ve pazarlamada yaşanan güçlüklerdir. Sektör İç piyasaya, Rusya, Avrupa ülkeleri başta olmak üzere pek çok ülkeye ihracat yapmaktadır (T. Güzel ile kişisel görüşme, 26.01. 2012).

Manisa ayakkabı sektörü 70.000 m²’lik bir alana yerleşen site içinde şekillenmiştir. Mevcut 173 işyerinden yaklaşık 90 kadarı ayakkabı üretimi yapmaktadır. Bunların içinde makine parkurunu tamamlamış, günde 200 çift ayakkabı üretiminin üzerine çıkan 10 kadar fabrika vardır. Bunlardan bazıları site çevresinde ve dışında yerleşmişlerdir. Yaklaşık 1000 kişinin istihdam edildiği sektörde bayan eleman sayısı küçümsenmeyecek orandadır. Manisa ayakkabı sektörü düzenli bir yerleşime rağmen bazı sorunlar yaşamaktadır. Bunların en önemlileri arasında ham madde ve işçilik maliyetinin yüksek olması, nitelikli elemanın 2-5 senelik bir zaman diliminde yetişmesi, ailelerin çocuklarını sektöre yönlendirmemesi gibi nedenlerle sektörün eleman ihtiyacının giderek artması bu nedenle oluşan nitelikli iş gücü ihtiyacı sayılabilir. Sektör kişisel markaların yanı sıra Türkiye ve dünya markalarına fason üretim de yapmaktadır (M. Narin ile kişisel görüşme, 25. 01 2012).

Bayan ayakkabısında önemli bir sektör de Bursa'da yer almaktadır. 11.000 m²lik bir alana yayılmış olan Bursa sanayi sektöründe yaklaşık 150 işletmede ayakkabı üretimi yapılmaktadır. Bunlardan 20 kadarı tamamen makineleşmiş fabrika görünümündedirler. Sanayi sitesi çevresi ve dışında yapılanmışlardır. Tüm sektörde olduğu gibi kalifiye eleman yetersizliği temel sorundur. Büyük firmalara fason üretim yapan Bursa ayakkabı sektörünün bir diğer önemli sorunu pazarlamada yaşanan güçlüklerdir (İ. Aytekin ile kişisel görüşme, 22. 03. 2012).

Merdane olarak bilinen erkek ayakkabısında önemli bir merkez olan Konya ayakkabı sektörü 380.000 m²lik bir sanayi sitesinin içinde yer almaktadır. 1350 ayakkabı üreticisi firmanın 150 kadarı makine parkurunu tamamlamış fabrika durumundadırlar. Sektörde 12 bin civarında işçi istihdam edilmektedir. Bayan çalışan sayısı oldukça azdır. Dünya markalarına ve Türk markalarına fason üretim yapan sektör kendi markalarını da pazarlamaya çalışmaktadır. Tüm Türkiye ayakkabı sektöründe olduğu gibi nitelikli eleman ihtiyacı önemli bir sorundur. Konya'da ayakkabı yan sanayii de oldukça gelişmiş durumdadır (H. Uzman ile kişisel görüşme, 10. 03. 2012).

Merdane ayakkabının en önemli merkezlerinden bir diğeri Gaziantep'tir. Özellikle son yıllarda Suriye ve Kuzey Irak'a yapılan ihracatlarla birlikte önemli bir büyüme kaydetmiştir. Antep ayakkabı sektörü 163.000 m² lik bir yerleşim alanına sahip site içindedir. Site çevresine ve merkeze yayılmış 30 kadar firma oldukça gelişmiştir. Sitede yer alan 330 işyerinin %95'i üretim yapmaktadır. 6000 civarında kişi istihdam edilmektedir. Markalara fason üretim yapan firmaların ihracatlarında son siyasal gelişmelerle birlikte Suriye kapısı kapanmıştır. Sektörde kadın işçi yok denecek kadar azdır. En önemli sorun üretim bandının aşamaları için kalifiye eleman yetersizliği ve kalifiye elemanın yetiştirme güçlüğüdür (İ. Yılmaz ile kişisel görüşme, 04. 01. 2012).

Ankara ayakkabı sektörü ayakkabıcılar odasına kayıtlı 165 işyerinden oluşmaktadır ve bu işletmeler çeşitli yerlerde dağınık olarak yerleşmişlerdir. Çoğunlukla zenne tipi ayakkabı üretimi yapılan Ankara ayakkabı sektörü kapasite açısından küçük ancak kalite açısından yüksek üretim yapmaktadır. Sektörde yaklaşık 1000 kişi istihdam edilmektedir. Ankara'nın büyük üreticilerinden biri olan

tam bir fabrikasyon üretim yapan firma tek başına 1700 kişi istihdam etmektedir. Ankara ayakkabı sektörü 10 yıl öncesiyle kıyaslandığında geriye gitmektedir. Bu gerilemenin sebepleri arasında yan sanayinin gelişmemesi, teknolojiye ayak uyduramama, makineleşme sürecinin tamamlanamaması, nitelikli iş gücü yetersizliği, kümelenmenin sağlanamaması, yeni kuşağın çalışma koşullarından dolayı mesleğe özendirilememesi en genç ustanın 40 yaş civarında olması sorunun önemini ortaya koymaktadır (H. Uzun ile kişisel görüşme, 20. 03. 2012).

Adana ayakkabı sektörü 300 kadar üretici işletmeden oluşmaktadır. 40 -50 civarında orta ölçekli, 2-3 kadar büyük ölçekli işletmelerin yer aldığı sektör büyük firmalara fason üretimin yanında ihracat yapmakta ve kendi üretimini pazarlamaya çalışmaktadır. Bu işyerlerinde 10.000 civarında işçi istihdam edilmektedir. Ancak çalışma koşullarının kötü olması nedeniyle bayan eleman sayısı çok azdır. Yörede meslek küçük görülmekte ve özendirilmemektedir. Ayakkabı sektörünün yerleşim alanının sit alanı olması ve işletmelerin büyüyememesi, sanayi sitesinin kurulamaması, kalifiye elemanın her geçen gün azalması ve yenilerinin yetişememesi, pazarlama sorunları sektörü zorlamaktadır. Organize olamama, kümelenme çalışmalarının yapılamaması, çalışma ortamlarının çevresel koşullara bağlı olarak iyileştirilememesi sektörü tehdit eden en önemli sorunlardır (R. Arıkan ve A. Süme ile kişisel görüşme, 03.12. 2011).

Hatay ayakkabı sektörü 600 işletmeden oluşmaktadır. Dağınık bir yerleşime sahip olan sektörde 15.000 kişi civarında istihdam vardır. Bu işletmelerin 10 kadarı makine parkurunu tamamlamış büyük işletmelerdir. Hatay'da on yıl öncesi ile kıyaslandığında ayakkabı üretim sektöründe gelişmeler gözlenmektedir. Genç neslin teknolojiye yakın ve girişimci olması, kendini geliştirmeye istekli olması pazar payını artırmaktadır. Hatay'da olumlu gelişmelere rağmen kayıt dışı üretim göze çarpmaktadır. Oldukça kötü koşullarda çok düşük maliyetli kalitesiz üretim haksız rekabet ortamı oluşturmaktadır. Çalışma koşullarının bazılarının insanlık dışı şartlarda olması insan ve çevre sağlığı açısından ciddi tehlike kaynağı durumundadır. Sektöre teşvik verilmemesi, sanayi sitesinin olmaması, kalifiye eleman yetersizliği Hatay ayakkabı sektörünün sorunlarının en önemlileridir (G. Oral ile kişisel görüşme, 09. 03. 2012).

Denizli ayakkabı sektörü on yıl kadar önce kendinden söz ettirmesine karşın bugün can çekişir durumdadır. On yıl önce faal olan 250 civarında işletmeden bu gün faal durumda olan 40-50 civarında bir işletme kalmıştır. Eleman yetişmediği için pek çok işyerinde işçi çalıştırılmamaktadır. Bu işyerlerindeki toplam istihdam sayısı da mevsimlik değişmekle beraber 50-100 arasındadır. Çok kişi kendisi tek başına üretim yapmaya çalışmaktadır. En büyük iki işletmenin günlük üretim kapasitesi 50-60 çifttir. Türkiye ortalamasıyla kıyaslandığında bu rakamın çok düşük olduğu açıkça görülmektedir. Ekonomik şartlardan dolayı teknolojiye ayak uyduramama, nitelikli iş gücünün yetişmemesi, gençliğin mesleğe özendirilmemesi Denizli'de ayakkabı sektörü çıkmaza girmiş durumdadır (İ. Kacaroglu ile kişisel görüşme, 01.02. 2012).

Malatya ayakkabı sektörü 390 işletmeden oluşmaktadır dağınık yerleşimli sektörde 900 kişi istihdam edilmektedir. 30-40 civarı orta ölçekli, 7-8 kadar büyük işletme sektörde faaliyet göstermektedir. Sektörün en önemli aciliyeti site ihtiyacıdır. Fason üretim yapan işletme sayısı azdır. Kalifiye eleman yetersizliği ve pazarlama güçlükleri, ekonomik güçlüklerden dolayı gelişememe sektörün önemli sorunlarıdır (M. Bardakçı ile kişisel görüşme, 05.02.2012).

Trabzon ayakkabı sektörünün yerleşimi dağınıktır. 40 kadar işletmede 80-120 arası kişi istihdam edilmektedir. Bu işletmeler 16-80 çift günlük üretim yapmaktadırlar. Şehirde büyük çapta üretim yapan iki fabrika vardır. Çok köklü bir geçmişe sahip Trabzon ayakkabı sektörü 80'li yıllarda yakaladığı ivmeyi sürdürememiş ve geriye gitmiştir. Kalifiye eleman yetişmemesi, AVM'lerle rekabet edememe, pazara uzak olma, teknolojik gelişmeyi sağlayamama, fason üretim yapmama gibi nedenlerle sektör gelişmesini sürdürememektedir (M. Kara ile kişisel görüşme, 03.03.2012).

Kahramanmaraş bir diğer ayakkabı üretim merkezidir. 120-130 civarındaki işletmenin 10 kadarı büyük ölçekli sayılabilir. Bunlardan 1-2 tanesi makine parkurunu tamamlamıştır. Zenne üretimi yapılan sektörde yaklaşık 1000 kişi istihdam edilmektedir. Mahalle aralarında üretim yapan ve apartman altlarında 25-30 m²lik alanlara sıkışan sektörün en önemli sorunu yerleşim alanının yetersizliğidir. Çalışma ortamlarının sağlıksız olması bayan elemanları sektörden uzak tutmaktadır.

Yerleşim sorunu çözüldüğünde sektör ciddi atılımlar yapmayı ummaktadır. Bu nedenle bir kooperatif kurulmuş, site yeri belirlenmiş ve görüşmelere başlanmıştır. Tüm sektörde olduğu gibi 8 yıllık zorunlu eğitim nedeni ile çıraklıktan eleman yetişmemesi, nitelikli iş gücü ihtiyacı burada da önemli bir sorundur (Y. Duygal ile kişisel görüşme, 04. 02. 2012).

Çorum İskilip'te 1955 yılında açılan ayakkabı fabrikasında yaklaşık 350 kişi istihdam edilmektedir. Marka üretim yapan fabrika İskilipli bir girişimci tarafından kurulmuştur. Dönemsel olarak değişmekle beraber günde ortalama 1500-2000 çift ayakkabı üretmekte bayileri aracılığı ile yurt içi ve yurt dışı pazarlama yapmaktadır. Ayakkabı sektör merkezlerinin dışında büyüyüp markalaşması, tüm Türkiye pazarına girmesi, bulunduğu yörenin gelişimine katkıda bulunarak adından söz ettirmesi açısından önem taşımaktadır. Tek bir fabrika ile İskilip Türkiye ayakkabı üretim merkezleri arasında sayılmaktadır (M. Nalçacı ile kişisel görüşme, 10. 04. 2012).

Türk ayakkabı sektörünün üretimi çeşitli kategorilerde sınıflandırılabilir. Fiyat olarak en üst grubu oluşturan ancak üretiminin ve satışının en alt düzeyde olduğu 'Butik ayakkabı' grubu, mağazalar veya mağazalar zinciri olarak üretim ve satış yapan 'lüks grup', daha çok orta sınıfa hitap eden ve en büyük üretim ve tüketim payını oluşturan 'ayakkabı marketleri', her türlü ürünün satıldığı alışveriş marketleri için üretilen ve buralarda satılan ve orta ve altı gelir gruplarına hitap eden 'market ayakkabı grubu', alt gelir seviyesindeki müşterileri hedefleyen 'bedesten tarzı ayakkabı' üretimi olarak tanımlanabilir.

İstanbul başta olmak üzere çeşitli bölgelerde üretim yapıldığı görülmektedir. Özellikle İzmir'de büyük çapta olmak üzere Manisa ve Bursa'da zenne tabir edilen bayan ayakkabısı, Konya ve Gaziantep'te merdane olarak adlandırılan erkek ayakkabıları üretimi ön plana çıkmaktadır. Bu bölgelerde üretimde işletmeler kendi markaları için üretim yaparken ulusal ve uluslararası markalara da fason üretim yapmaktadırlar. Bu bölgelerde makine parkurunu tamamlamış kaliteli üretim yapan büyük çapta pek çok işletme bulunmaktadır. Bu bölgelerde ayakkabı üretimi sanayi siteleri içine yerleşmiş durumdadır. Bu tür yerleşimin ulaşım, ham madde temini, pazara erişim, sağlıklı rekabet açısından sektörün güçlenmesinde etkili olduğu görülmektedir.

Şekil 2.8: Şato Ayakkabı-Bursa

Adana ve Hatay illerinde de özellikle erkek ayakkabısında üretim yapılmaktadır. Ancak üretim yapan işletmeler sanayi sitesinde değil daha çok sokak aralarında çoğunlukla üretime elverişli olmayan alanlarda üretim yapmaktadır. Sanayi sitesinin oluşturulamaması nedeniyle hızla gelişen ayakkabı teknolojisine bölge üreticileri ayak uyduramamakta ve büyük işletmelerle rekabet edememektedirler. Özellikle Hatay'da bazı işletmeler çok sağlıksız şartlarda üretim yapmakta ve haksız rekabet ortamı oluşturmaktadırlar. Trabzon ve Denizli ayakkabı üretiminde gücünü kaybederken Malatya ve Maraş'ta yapılan üretimin payı oldukça düşük kalmaktadır.

Şekil 2.9: Hatay’da Ayakkabı Üretimi Yapan Bir İş Yeri



Türkiye’de ayakkabı sektörü 5000.000 çalışan ve 400.000 \$ ile 30 civarında ülkeye ihracat kapasitesine sahip geniş bir istihdam alanı yaratmaktadır. Kişi başına düşen yıllık ayakkabı tüketimi iki çiftten fazladır. Oldukça kaliteli ayakkabılar yapılmakta ancak uluslararası platformlarda yeterince tanınmamaktadır. Ayakkabı üretiminde dünyada ilk sıralarda iken gerilemiştir. Üretimde şu anda ilk onda olmasına rağmen olması gerektiği yerde değildir. Markalaşma çalışmaları on yıl öncesi ile kıyaslandığında umut verici gelişmeler kaydedilmiş, yeni yaklaşımlar ortaya çıkmış, teknoloji daha iyi kullanılmış e-satış başlamış ancak bunların hiç birisi istenilen durumda olmayı sağlamamıştır. Türkiye’nin üretim kapasitesi, dünya üzerindeki tüm pazarlara yakınlığı ve avantajlı durumda olması, genç, dinamik bir nüfusa sahip olduğu düşünüldüğünde olması gerekenden gerilerde olduğu görülmektedir.

Bilimselliğin ve bilimdeki gelişmelerin zanaatla birleştirilememesi, kurumsallaşma ve işbirliği eksikliği, devletin sektörü desteklememesi, kaliteli üretim yapılmasına karşın ancak dünyaya açılmaması, uluslararası tanınmış markalara sahip olmaması, firmaların sermaye alt yapısının çok güçlü olmaması, gelebilecek

olan yüksek taleplere cevap verebilecek yapısının olmayışı, kalifiye ara eleman konusunda yaşanan sıkıntıların ciddi boyutlara ulaşması, kümelenmemiş belli yerlerde odaklanmamış bir sektör olduğu için çok dağınık bir yerleşim göstermesi ve bu nedenle rekabet gücünün zayıf olması, yüksek işçi giderleri, istihdamın üzerinde vergiler ve ağır yükler, rakip ülkelerin çok üstünde enerji maliyetleri, küçük firmaların büyüme imkânı bulunamaması haksız rekabet ortamı gibi nedenler Türkiye ayakkabı sektörünün yaşadığı sorunlardan bazıları arasında sayılabilir.

İhracat

Bugün Türk ayakkabı sektörü kendi markasını ve modasını oluşturma kapasitesine sahiptir. Sektörün performansı başlıca ihracatlara dayanmaktadır. Türk ayakkabı sektörü 2009 yılında 289 milyon ABD dolarlık bir ihracat değerine sahipti. Türk yapımı ayakkabıların ana pazarları Rusya Federasyonu, Irak, Suudi Arabistan, Almanya, Bulgaristan, İngiltere, Fransa, Yunanistan, Hollanda ve Romanya'dır (İGEME, 2010).

Tablo 2. 9: Türkiye'nin Ayakkabı İhracatı (1000 ABD \$)

Yıl	Değer
2002	131.883
2003	183.788
2004	204.916
2005	215.792
2006	237.069
2007	316.739
2008	344.889
2009	289.482
2010	395.624
2011	441.300

Kaynak: İGEME, 2012

Türkiye ayakkabı ihracatı 2011 yılında önceki yıla göre dolar bazında %11,5, aynı dönemde ayakkabı ihracatı miktar bazında ise %29,5 artarak 92,6 milyon çift olarak kaydedilmiştir. Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik ve su geçirmez ayakkabılarda 2011 yılında dolar bazında %7 artışla 6,2 milyon dolar değerinde

ihracat yapılırken, miktar bazında ise %4,5 artışla 1,3 milyon çift düzeyinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Ayakkabı ihracatı içinde en büyük paya sahip olan yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii ve suni köseleden ayakkabılar grubundan 2011 yılında miktar bazında %4,7 düşüşle 21,3 milyon çift ihracat gerçekleştirilirken dolar bazında %2,5 artışla 200 milyon dolar değerinde ihracat yapılmıştır. Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. olan ayakkabılar grubundan yapılan ihracatta 2011 yılında miktar bazında %119,9 artışla 25,6 milyon çift ihracat gerçekleştirilirken, dolar bazında %58,7 artışla 55 milyon dolar değerinde ihracat yapılmıştır. Diğer ayakkabılarda 2011 yılında dolar bazında %39,4 artışla 36 milyon dolar değerinde ihracat yapılırken, aynı dönemde miktar bazında ise %46 artış meydana gelmiş ve ihracat düzeyi 5,9 milyon çift olmuştur (TASD, 2012).

Tablo 2.10: Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İhracatı (1000 ABD \$)

GTİP	Ürün Adı	2009	2010	2011
6401	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk ve Plastik, Su Geçirmez	3.540	5.841	6.249
6402	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk ve Plastik Diğer	68.579	96.910	100.938
6403	Ayakkabı; Yüzü Deri, Tabanı Kauçuk, Plastik, Tabii, Suni vb. Kösele	147.602	195.157	200.042
6404	Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik vb.	20.570	34.641	54.965
6405	Ayakkabı; Diğer	23.877	25.843	36.034
6406	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb.	25.312	37.229	43.070
	Toplam	289.482	395.624	441.300

Kaynak: İGEME, 2012

Türk ayakkabı ihracatları görülmemiş en yüksek seviyeyi oluşturarak (çift sayısında %28 ve değerinde %36) 2010'da çok güçlü bir büyüme göstermiştir. Son 5 yılda Türkiye, diğer Avrupa ülkelerinin zararına onun başlıca müşterileri olan komşu Rusya ve Irak'a yaptığı ihracatları önemli ölçüde arttırmıştır. Ayrıca ithalatlar 2010'da %20'nin üstünde güçlü bir şekilde büyümüştür (APPICAPS, 2011).

Avrupa Birliğine aday ülkelerden biri olan Türkiye birliğe tedarik sağlayan ayakkabıcılar arasında ilk on içinde yer almıştır. 2007 yılında 30 milyon çift ayakkabı ihraç etmiştir (European Commission Enterprise and Industry, 2012).

Tablo 2.11: Ayakkabı İhraç Edilen Başlıca Pazarlar (1000 ABD \$)

Ülkeler	2009	2010	2011
Rusya Federasyonu	52.258	101.531	95.443
Irak	30.912	44.598	58.985
Suudi Arabistan	21.582	25.457	28.941
Almanya	13.947	17.664	20.232
Bulgaristan	9.302	12.584	14.602
İngiltere	13.229	12.023	12.534
Fransa	10.217	16.108	10.971
İtalya	7.257	9.043	10.880
Hollanda	13.699	13.348	10.596
Romanya	9.580	10.747	10.329
Belçika	3.298	5.108	9.441
Yunanistan	11.694	8.863	8.915
Kazakistan	2.577	7.064	7.813
Kırgızistan	3.207	3.240	7.643
Azerbaycan-Nahç.	3.178	4.673	6.949
Kuzey Kıbrıs T.C.	4.552	6.699	6.897
Gürcistan	1.690	4.756	6.867
İsrail	5.715	5.974	6.839
Türkmenistan	3.597	5.817	6.718
Umman	3.563	5.175	4.551
Arnavutluk	3.356	3.725	4.352
Bir.Arap Emirlik.	2.112	3.400	3.864
A.B.D.	1.472	2.172	3.836
Cezayir	2.922	1.736	3.819
İsviçre	1.597	2.191	3.612
Ukrayna	1.349	1.586	3.344
Tunus	1.145	2.750	3.232
Macaristan	3.357	2.865	2.964
Makedonya	3.436	3.439	2.954
Libya	2.249	2.177	2.922
Toplam	289.482	395.624	441.300

Kaynak: (İGEME, 2012)

İthalat

Türkiye İstatistik Kurumunun 2012 yılı verilerine göre ayakkabı ve ayakkabı parçalarının ithalat rakamları 395.023.148 \$ (708.895.946 TL) olmuştur (TUIK, 2012). Türkiye ayakkabı ithalatı 2011 yılında geçe yıla göre dolar bazında % 32,1 aynı dönemde ayakkabı ithalatı miktar bazında ise %26,2 artarak 51,8 milyon çift olarak kaydedilmiştir (TASD, 2012).

Tablo 2.12: Türkiye'nin Ayakkabı İthalatı(1000 ABD \$)

Yıl	Değer
2002	116.478
2003	191.057
2004	303.284
2005	412.786
2006	514.969
2007	569.928
2008	672.917
2009	539.470
2010	659.673
2011	871.393

Kaynak: İGEME, 2012.

Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik ve su geçirmez ayakkabılarda 2011 yılında dolar bazında % 23,1 düşüşle 4,2 milyon dolar değerinde ithalat yapılırken, miktar bazında ise %27,9 düşüşle 223 bin çift ithalat yapılmıştır. Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik diğer ayakkabılar grubunda 2011 yılında dolar bazında % 38,4 artışla 301,9 milyon dolar değerinde ithalat yapılırken, miktar bazında ise %33,5 artış kaydedilerek 26,9 milyon çift ithalat gerçekleştirilmiştir. Ayakkabı ithalatı içinde en büyük paya sahip olan yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii ve suni köseleden ayakkabılar grubundan 2011 yılında dolar bazında % 21,7 artışla 320,3 milyon dolar değerinde ithalat yapılırken, aynı dönemde miktar bazında ise %17,4 artışla 9,8

milyon çift ithalat gerçekleştirilmiştir. Yüzü dokuma maddelerinden, tabanı kauçuk, plastik vb. olan ayakkabılar grubundan 2011 yılında yapılan ithalatta miktar bazında %23,5 artışla 12,6 milyon çift ithalat gerçekleştirilirken, dolar bazında daha yüksek oranla % 38,2 artışla 171,5 milyon dolar değerinde ithalat yapılmıştır. Diğer ayakkabılarda 2011 yılında dolar bazında % 21,2 artışla 17,9 milyon dolar değerinde ithalat yapılırken, aynı dönemde miktar bazında ise %14 artış meydana gelmiş ve 2,1 milyon çiftlik ithalat yapılmıştır. Ayakkabı aksamalarında 2011 yılında dolar bazında %63 artışla 55,6 milyon dolar değerinde ithalat yapılırken, aynı dönemde kg bazında ise %33,1 artış meydana gelmiştir (TASD,2012).

Tablo 2.13: Türkiye'nin Ürün Gruplarına Göre Ayakkabı İthalatı (1000 ABD \$)

GTİP	Ürün Adı	2009	2010	2011
6401	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk ve Plastik, Su Geçirmez	3.277	5.495	4.228
6402	Ayakkabı; Dış Tabanı, Yüzü Kauçuk ve Plastik, Diğer.	72.106	218.085	01.903
6403	Ayakkabı; Yüzü Deri, Tabanı Kauçuk, Plastik, Tabii, Suni vb. Kösele	230.190	263.086	320.270
6404	Ayakkabı; Yüzü Dokuma Maddelerinden, Tabanı Kauçuk, Plastik vb.	98.688	124.158	171.549
6405	Ayakkabı; Diğer	9.766	14.758	17.888
6406	Ayakkabı Aksamı, İç Taban, Topuk Rampası, Getr, Tozluk, Dolak vb.	25.439	34.089	55.553
	Toplam	539.470	659.673	871.39312

Kaynak: İGEME,2012.

Tablo 2.14: Ayakkabı İthal Edilen Başlıca Pazarlar (1000 ABD \$)

Ülkeler	2009	2010	2011
Çin Halk Cumhuriyeti	288.679	372.273	487.694
Vietnam	70.768	83.347	106.839
Endonezya			86.107
İtalya	53.499	62.186	81.769
Hindistan	13.731	13.827	17.472
Suriye	3.885	6.831	16.579
İspanya	7.254	8.196	12.305
Brezilya	8.045	8.080	11.127
Tayland	9.681	6.860	7.246
Portekiz	4.557	4.276	7.025
Romanya	3.211	3.588	5.429
Kamboçya	1.438	2.754	4.650
Almanya	2.437	2.498	3.934
Fas	2.093	3.613	2.144
Fransa	1.143	1.622	1.873
Toplam	539.470	659.673	871.393

Kaynak: İGEME, 2012.

Ayakkabı dünyanın hemen her bölgesinde yaş, cinsiyet, statü ayrımı olmaksızın hemen hemen bütün insanların kullanmak zorunda olduğu temel tüketim maddesidir. Bu nedenle üretimi ve tüketimi ile dünya ticaretinde önemli bir paya sahip olmanın yanısıra, paketleme ve taşıma gibi özellikleri nedeni ile dünya pazarları için oldukça hareket kolaylığına sahip bir üründür. Ayakkabı, tasarım ve modellemede farklılıklar taşısa da insan ayağının anatomisine uygun olarak yapılması zorunlu olduğu için tüm insanlar tarafından aynı nedenlerle tercih edilirler. İnsanların kullandığı diğer giyim eşyaları ile kıyaslandığında vücut ağırlığının tamamını taşıması, insan sağlığını doğrudan ilgilendirmesi, sert yüzeylerle sürekli sürtünme yaşamak zorunda olması, onu diğer giyim eşyalarından daha farklı olarak sağlamlık, dayanıklılık, ayak yapısına uyum gibi belli niteliklere sahip olmasını zorunlu hale getirir. Yapısı itibarı ile küçük olmasına rağmen yapım aşamaları ile

karmaşık bir süreci gerektirir. İnsanların var olduğu sürece var olacak ayakkabı, tarih boyunca da hiçbir zaman gündemden düşmemiş ve tüm süreçlerinde farklı özelliklerde yatırım gerektirmiştir. Bu nedenle dünyanın pek çok ülkesinde ayakkabı tasarımı ve üretimi eğitime yatırım yapılmıştır.

2.2. Dünyada Uygulanan Ayakkabı Eğitim Programları

Ayakkabı basit bir giyim malzemesi olmasının ötesinde pek çok uzmanlık alanını ve farklı materyallerin kullanımını gerektiren büyük bir sektör aynı zamanda bir eğitim alanıdır. Bu nedenle dünyanın pek çok yerinde uzun zamandır ayakkabı eğitimi verilmektedir. Bu eğitimler örgün, yaygın ve online olarak sınıflanmaktadır. Örgün olarak ayakkabı eğitimi çeşitli ülkelerde meslek lisesi düzeyinde, ön lisans düzeyinde, lisans ve yüksek lisans düzeyinde programlarla, yaygın olarak ise halk eğitim merkezleri, özel ve online kurslarla uygulanmaktadır. Ayakkabı eğitimi veren ülkeler arasında Avrupa kıtasında: İtalya, İngiltere, Çek Cumhuriyeti, İspanya, Belçika, Fransa, Almanya, Romanya, Hollanda, Finlandiya, İsveç, Macaristan; Asya kıtasında: Hindistan, İsrail, İran, Rusya, Bangladeş, Çin, Japonya, Tayvan, Amerika kıtasında, Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Kolombiya, Brezilya, Okyanusya kıtasında ise Avusturalya sayılabilir.

Lise düzeyinde eğitim veren programlara Fransa örnek verilebilir. (Lycée polyvalent d'Alembert) ortaokuldan sonra üç yıl eğitim veren meslek lisesinde ayakkabı eğitimi, deri bölümü içinde alt bölümlerden biri olarak verilmektedir. Öğrencileri el becerileri, yaratıcılık, estetik konusunda geliştirmeyi hedeflemektedir. Eğitim sonunda mezunlar modelist ya da montajcı olarak istihdam edilebilmektedir. Ayrıca, ekip çalışması ve organizasyonu ve iletişimi güçlü olan mezunlar sektörde üretim, araştırma ve yönetim kademelerinde de iş bulabilmektedir. Eğitim süresi içinde 18 hafta öğrenciler sanayide staj yapmaktadır. Stajlar yurt içi ve ya yurt dışında da yapılabilmektedir. Öğrenciler kazandıkları yeterliklerle her sınıftan ayakkabı üretimi yapabilmektedir. Dersler, ham madde olarak deri ve ayakkabı teknolojisi üzerine yoğunlaşmaktadır. İsteyen öğrenciler mezuniyetten sonra yükseköğretime devam edebilmektedir (Academie Paris, 2012).

Bir diğerk örnek, Çek Cumhuriyeti'nde lise, çıraklık okulu ve uluslararası kurslar veren Sro-Zlin İşletme ve Teknik Lisesi (Střední Škola Obchodně Technická S.R.O. Zlín) ise ayakkabıcılık endüstrisi için istihdam edilecek olan ara elemanlara gerekli becerileri kazandırmak için uzun bir geleneğe sahip bir eğitim kurumudur. 1925'te Zlin'de kurulan Bata iş okulunun doğrudan bir takipçisidir. Ana amacı teori ve pratik uygulamaları birleştiren bir prensip temelinde kalifiye işçi ve teknisyenleri eğitmektir. 1993'ten beri uluslararası modern ayakkabıcılık okulu (International School Of Modern Shoe-Making-ISMS) bünyesinde eğitim vermektedir. ISMS, yabancı ülkelerden kariyerlerini ayakkabı endüstrisinde yapmak isteyenlere eğitim sağlamayı amaçlamaktadır. Bu eğitim pratik uygulama becerilerini içeren 3 aylık yoğun bir kurs programı ile verilmektedir. Kurs, Çekçe ve İngilizce dillerinde yapılmaktadır. Okul ayrıca ayakkabı tasarımcıları için kısa dönem kurslar vermektedir (SSOT, 2012).

Tam zamanlı iki yıl ön lisans eğitim veren Almanya'da 1891 yılında ayakkabı eğitimi için kurulan Alman Ayakkabı Sanayi Koleji dünyanın en eski ayakkabı eğitimi veren kurumlarından biri olarak sayılabilir. Öğrenciler Devlet sertifikalı ayakkabı teknisyeni unvanı ile mezun olmakta ve ayakkabı sektörü için uluslararası kabul görmüş yeterliklerle donatılmaktadır (Berufsbildende Schule Pirmasens, 2012).

Avrupa'nın en büyük ve en önemli moda ve ayakkabı merkezi olan İtalya'da çeşitli düzeylerde pek çok ayakkabı eğitimi veren kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Ön lisans programları arasında bünyesinde lisans programı da bulunan, uluslararası eğitim veren ve tanınmış bir kurum olarak Politecnico Calzaturiero -Ayakkabı Tasarım ve Teknoloji Yüksekokulu- sayılabilir. 1923 yılında sektöre destek vermek ve nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla kurulmuştur. Politeknik ayakkabı tedarik zinciri boyunca şirketleri desteklemek için bir ağ oluşturmak için entegre ve işbirliği içinde çalışmaktadır. Faaliyetleri eğitim, teknolojik yenilik, kalite kontrol ve malzeme kontrol, iş yeri güvenliği ve ekipmanları alanlarında geliştirilmesi üzerine yoğunlaşmıştır. Politeknik ayakkabınının 100 yıldan fazla geçmişi olan Riviera Del Brenta, bölgesel ayakkabı sanayi geliştirmek tüm üretim sektörünü desteklemek, işyerinde kurumsal kalite ve güvenlik hizmetleri, araştırmaları, girişimleri ve teknoloji transfer sistemleri, süreçleri ve yenilikçi ürünler, teknik rehberlik ve genç

girişimcilerin ve çalışanların özel eğitimini geliştirmek hedeflerinden bazılarıdır. Ayakkabı tasarımı, üretimi ve pazarlaması alanında programları bulunmaktadır (Politecnico Calzaturiero, 2011).

Ön lisans programlarına bir diğer örnek olarak Hindistan Sikandra sanayi bölgesinde bulunan Central Footwear Training İnstitue sayılabilir. Ayakkabı Merkezi Eğitim Enstitüsü Agra, bir endüstriyel gelişme ve eğitim merkezi olarak ulusal ve uluslararası düzeyde ün yapmıştır. Bölge turizm de olduğu kadar deri, döküm ve el sanatları gibi sektörlerde de dünya genelinde tanınmaktadır.

Bu bölgede ayakkabı üretimi Hindistan'ın bağımsızlığından yüzyıllar önce başlamıştır. Deri sektörü ve ona bağlı diğer sektörler için temel ham madde yani deri bolluğu mevcut olduğu halde, sektörün gelişmesi için o yıllarda temel altyapı sağlanamamıştır. Deriyi ayakkabı ve diğer deri eşyalara dönüştürerek deriye katma değer kazandırma düşüncesi 1960'lı yıllarda başlamıştır. Ülkenin bazı bölgelerinde bol miktarda kalifiye iş gücü, mevcut olmasına rağmen, yönetimle ilgili sorunlar ve teknik niteliklere sahip denetim personelinin yetersizliği nedeniyle ülkedeki ayakkabı sektörünün gelişmesinde önemli bir engel olmuştur. Bu sorunu aşmak için, Hindistan Hükümeti Küçük Sanayi Kalkınma Örgütü, Ford Vakfı'nın mali desteği ile Sanayi Bakanlığına bağlı olarak Temmuz 1963 yılında "Orta ayakkabı Eğitim Merkezi, Agra" kurulmuştur. Merkezin öncelikli hedefi, ayakkabı endüstrisi için genç ve teknik açıdan sağlam personeli sağlamak ve mevcut personelin bilgi ve becerilerini yükseltmek olmuştur.

Zaman zaman merkezin altyapı ve yönetiminde ilaveler ve gerekli değişiklikler yapılmıştır. Ama sanayiye modern makinelerin girişi ile ülkede ayakkabı sektöründe hızlı büyüme görülmüş, merkezin altyapısını modernleştirmek için büyük ihtiyaç hissedilmiştir. Sektörün ihtiyaçlarını karşılamak için, ayakkabı imalatı tamamen modern Ulusal Deri Kalkınma Programı kapsamında Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü'nün mali desteği ile 1993 yılında merkez son sistem ithal makinalarla donatılmıştır.

Merkezde ayakkabı sektörünün her seviyesinde istihdam edilmek üzere teknik becerilerin kazandırıldığı çeşitli programlar mevcuttur. Bu programlar kısa kurslar,

bir ve iki yıllık uygulanmaktadır. İki yıllık ön lisans programı İngiltere De Montfort Üniversitesi Leicestershire Kolej ile akredite edilmiştir (MSME, 2012).

Halk eğitim merkezleri arasında Brezilya’da, Centro Nacional Del Calzado Y Manufactura Del Cuero Ayakkabı ve Deri Ulusal Üretim Merkezleri üretim zincirinde sanayilerin gelişimine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Üç aylık, altı aylık ve yıllık kursları da bulunmaktadır. Öğrenciler sanayide staj yapmaktadır. Dersler teknolojik bir ortamda uzman bir ekip ve sanayi desteği ile yürütülmektedir (Centro Nacional Del Calzado Y Manufactura Del Cuero, 2012).

Finlandiya’da halk eğitim merkezi, ayakkabı eğitim programı ayakkabı üretimi ve tamiri ile ilgilenenler için düzenlenmiştir. 280 saatlik kursta ayakkabı üretim ve tamir teknikleri öğretilmektedir. Bu program sektörle ilgilenenlerin yanı sıra işsizler için bir yeterlilik kazandırarak sektörde istihdam edilmelerini sağlamayı da hedeflemektedir (SATAEDU, 2012).

IED en büyük uluslararası ağa sahip Moda, Tasarım, Görsel İletişim ve Yönetim okulları Milano, Roma, Torino, Venedik, Floransa, Cagliari, Madrid, Barselona, SãoPaulo ve Rio de Janeiro da faaliyet gösteren IED – Istituto Europeodi Design -Avrupa Tasarım Enstitüsü, yüksek lisans programlarına örnek verilebilir. Program sürekli gelişen ve dinamik bir pazara sahip ayakkabı ve aksesuar sektöründeki eğilimleri belirlemek, yeni ve özgün tasarımlar geliştirerek modaya yön vermek, kendi kimliği ile bir marka oluşturmak için bireysel yeteneği teşvik etmeyi ve desteklemeyi hedeflemektedir. Bu nedenle ayakkabılar için farklı üretim teknikleri, süreçlerin incelenmesi, tasarım, moda ve ayakkabı markaları tarafından İnternet üzerinde uygulanan ana stratejilerinin analizi, renk psikolojisi uygulamaları, teknik ve pratik malzemeler ve en uygun kullanımlarının incelenmesi, spor ayakkabı ve büyüyen pazar bilgileri gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır (IED, 2011).

İkinci bir örnek olarak İtalya- Polimoda İnternational İnstitute Fashion Design & Marketing - Polimoda Uluslararası Moda Tasarım ve Pazarlama Enstitüsü Ayakkabı Tasarımı Yüksek Lisans Programı verilebilir. Bu program kişisel bir sunum ve koleksiyon ile farklı basamaklardaki öğrencileri almaktadır. Programın ilk bölümü öğrencilerin kültürel arka planlarını sanatın ve modanın kültürel yönlerinin

içinde eğitim ve araştırma yoluyla güçlendirmeyi hedeflemektedir. Devamında grafik tasarım gibi ayakkabı tasarımı için teknik ve yol açıcı beceriler öğretilerek el sanatları alanında kalıp hazırlama ve prototip oluşturmada uzmanlaşmaları beklenmektedir. Programın sonunda her bir öğrencinin çağdaş ayakkabı koleksiyonunu üreterek sunması gerekmektedir. Tasarımcılar son olarak disiplinler arası yaklaşımla koleksiyonlarını geliştirerek profesyonel kullanım için sunmayı öğrenmektedirler. Bu sunumlar Web sayfası, video ve el kitabını da içeren bir port folyo ile birlikte olmaktadır (POLİMODA, 2012).

Online eğitim programları özel kurslar şeklinde Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere pek çok ülkede verilmektedir. Online ayakkabı eğitimine örnek olarak VTC Virtual Training Centre ForShoe Design-Ayakkabı Tasarımı İçin Sanal Eğitim Merkezi verilebilir. Program, web üzerinden Avrupa ayakkabı sanayinin değişen ihtiyaçlarını dikkate alarak rekabet gücü ve istihdamı desteklemeyi, ulusal ayakkabı sektöründe bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını teşvik etmeyi, mesleki eğitim ve öğretim sistemlerinde kalitenin yükseltilmesi için bir yenilikçi ve nitelikli bir tasarım eğitimi vermeyi hedeflemektedir. Dersler, ayak, ayakkabı, ölçümler ve araçlar, tasarım ve modelleme üzerine yoğunlaşmaktadır (VTC-Shoe, 2012).

Programlar incelendiğinde dünyada ayakkabı eğitiminin örgün ve yaygın olarak her kademedede verildiği görülmektedir. Lise düzeyindeki programların daha çok öğrencilerin becerilerini geliştirmeye yönelik olduğu, bütün orta öğretim kurumlarında sektörün ara eleman ihtiyacına yönelik eğitim verildiği anlaşılmaktadır.

Yaygın eğitim ise çeşitli kurslarla sağlanmaktadır. Bu programlar her yaş ve her eğitim seviyesindeki kişilere eğitim vermekte, tamircilikten tasarımcılığa kadar her alanda olabilmektedir. Bu eğitimler özel kurum, kuruluş ya da kişilerce bir dizi beceri yada özel bir ürünün yapımına ilişkin olarak yüz yüze ya da online olarak verilebilmektedir. Ön lisans programlarının ayakkabı üretim becerisi ve tasarımı alanlarından birine yoğunlaştığı, bu programların da sektörün ihtiyacına yönelik olarak eğitim verdiği anlaşılmaktadır. Yüksek lisans eğitimleri ise ayakkabının bilimsel ve sanatsal altyapısını güçlendirmek bağlamında tüm alanlarda uzmanlaşmayı sağlayacak programlardan oluşmaktadır. Ayakkabı eğitiminin

İtalya'da oldukça iyi yapılandığı, dünya sıralamasında ilk sırada olduğu ve sürekli geliştiği görülmektedir. Dünyada ayakkabı eğitim tarihinin en az yüz yıllık bir geçmişi olduğu anlaşılmaktadır.

2.2.1. Dünyada Uygulanan Ayakkabı Eğitime Yönelik Lisans Programları

Dünyada yüz yılın üstünde bir süredir çeşitli ülkelerde ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin lisans programları uygulanmaktadır. Bunlardan en öne çıkanları İngiltere'de London Collage of Fashion, İtalya'da Polimoda, Çek Cumhuriyetinde Tomas Bata'dır. Bunların dışında da çeşitli programlar bulunmaktadır. Bu bölümde bu üç programın yanı sıra İngiltere, İtalya ve Amerika'da ve Hindistan'daki programlardan bazıları incelenecektir.

2.2.1.1. İngiltere

2.2.1.1.1. London College of Fashion, Universty Of The Arts London

Genel Bilgiler

Londra Moda Koleji 5000 öğrencinin eğitim ve öğretim gördüğü tasarımın ve üretimin gerektirdiği entelektüel ve özgür düşünceyi geliştirmek üzere kurulan, üç ayrı kampüste uluslararası eğitim veren Londra Sanat Üniversitesinde yer alan altı kolejden biri olarak 100 yıllık alt yapıya sahiptir. Kolej lisans düzeyinde eğitim vermektedir. Moda, ayakkabı ve aksesuar tasarımı ve üretimi bölümleri bünyesinde yer almaktadır. Ayakkabı tasarımı ve üretiminde ön lisans- lisans ve lisansüstü olarak üç ayrı program uygulanmaktadır. Ön lisans programı (FdA Degree) sanayinin ihtiyacına göre eğitim vermektedir ve süresi 2 yıldır.

Lisans programı: Ayakkabı Tasarımı ve Ürün Geliştirme adı altında (BA Hons Degree) tasarım ve üretime yönelik uluslararası eğitim vermektedir ve eğitim süresi -3+1 yıldır. Lisansüstü (MA) Uzmanlık alanları programda yer almaktadır. Program, yaratıcı ve yenilikçi esnek dersler, iş temelli öğrenme, sanayi ile güçlü işbirliği, öğrenci merkezli öğrenme ve kalite garantisi üzerine temellendirilmiştir. Öğrencilere pratik beceriler, transfer becerileri, kişisel markanın oluşturulması, tasarımdan

markalaşmaya giden bir süreçte, öğrencileri sürekli besleyen bir sistemle eğitim vermek hedeflenmektedir (L.Hammond ile kişisel görüşme, 08.07.2011).

London College of Fashion (LCF) ayakkabı zanaatçılarının oluşturduğu Cordwainers derneğini satın alarak bünyesine katmıştır. Zanaatkârlık, moda ve yaratıcılık kavramları ile birleşince zengin bir birliktelik doğmuştur.

Programa öğrenci kabulünde ön yeterliklere ve öğrencinin niteliklerine bakılmakta, mezuniyeti, niyet mektubu ve referansları ve öğrenci çalışmalarının portfolyosu istenmektedir. Öğrenciyi derinlemesine tanımaya çalışmak için mülakat yapılmakta, başarısız öğrenciye eksikliklerini tamamlaması için mutlaka geri bildirim verilmektedir. Dersler sonbahar, kış ve bahar olmak üzere 3 dönemde verilmektedir. Her dönem 10 hafta sürmekte ve 60 kredilik derslerden oluşmaktadır. Her derste 3 ünite yer almaktadır.

Derslerin 1/3'ü yönetim derslerinden oluşmaktadır. Bu derslerde bir markanın içini dolduran elemanlar tanıtılmaktadır. Öğrenci kendi markasını oluşturma, pazarlama ve yönetmeye ilişkin temel kavram ve disiplinleri öğrenmektedir. Dersin sonunda öğrenciden bir markayı incelediği bir sanayi raporu projesi hazırlaması beklenmektedir.

Derslerin 1/3'ü yaratıcılığın geliştirilmesine yöneliktir. Bu dersler aracılığı ile öğrenci bir fikri işleyerek onu ürüne dönüştürme aşamalarını öğrenmektedir. Süreç boyunca sketchbook adı verilen çalışma/kroki defterleri hazırlamak durumundadır.

Derslerin diğer 1/3'lük kısmı ise kültür ve tarih derslerinden oluşmaktadır. İlk yıl lisans eğitimine giriş dersleri verilmektedir. Bu derslerin kapsamında akademik yapı, proje yönetme ipuçları, öz motivasyon, öz denetim, araştırma yöntemleri gibi disiplinler yer almaktadır. İkinci yıl ise bu konularda verilen bilgiler genişletilmektedir. Aynı zamanda Değerlendirme yapmaya yönelik alıştırmalar yaptırılmaktadır (S. Sanders ile kişisel görüşme, 09. 07. 2011).

Tüm lisans dersleri, kişisel ve mesleki becerilerin geliştirilmesi ile ilgilidir. Öğrencilerin Moda endüstrisinin ilgili sektör için etkili bir katkı yapabilecek, yaratıcı ve özgür düşünen, bir konuma gelebilmesi için temel beceriler ve disiplinler kazandırılması hedeflenmektedir. Sektörle ilgili işe yerleşme, kariyer fırsatları gibi

konularda, mezunların, sanayi üyeleri ve sanayiden pek çok kişinin katkılarıyla, konferanslar, seminerler paneller birçok dersin bir parçasıdır. Uygun durumlarda, öğrenciler, fuarlara, sanayi yarışmalara, sergilere ve gezilere katılmaktadır (LCF, 2012).

Dersler

1.Yılın ilk döneminde öğrenciler iki ders almaktadırlar.

Yükseköğretim Çalışmalarına Giriş: Kişisel ve mesleki gelişim alanında bir anlayış kazandırmak amacıyla verilmektedir. Bu derste lisans eğitimi için gerekli öğrenme becerilerinin tanıtılması, kolejın ve üniversitenin yerleşim planının öğrenilmesi kaynaklardan etkili ve verimli yararlanma yolunda bir anlayış kazandırılması hedeflenmektedir.

Ürün Teknolojileri: Amaca ve modaya uygun ayakkabı tasarımı ve üretimin geliştirilmesi için kalıp ve model hazırlama yöntemleri, kesim dikim ve üretim teknikleri, prototip oluşturma temel becerilerinin kazandırılması hedeflenmektedir.

İkinci dönemde yine iki ders vardır:

Kültür ve Tarih Araştırmalarına Giriş: Öğrencileri moda, toplum ve kültür bağlamında temel kavramlar ve hakkında düşünme yolları ile tanıştırmayı hedeflemektedir. Bu dersin değerlendirilmesi için öğrencilerin akademik bir makale hazırlamaları gerekmektedir. Makaleyi hazırlayabilmek için akademik metinleri okumak, önemli miktarda konferanslara, seminerlere ve çalıştaylara katılmak ders kapsamında ve zorunludur. Bu ders ikinci yılda yer alan Kültür ve Tarih Araştırmaları dersinde yapılacak olan çalışmalar için konunun bilinçli olarak seçilmesine zemin hazırlamaktadır.

Ürün Tasarımı ve İletişim: Bu derste yaratıcı tasarım sürecinin araştırılması ve araştırma dahil olmak üzere ilham, moda ayakkabı, tasarım geliştirme, tasarım sonuçlandırılması, çizim ve sunum becerileri için gerekli alt yapıyı oluşturmak ve bir dizi pratik becerinin kazandırılması hedeflenmektedir. İş ile ilgili olarak temel iletişim becerilerinin kazandırılması yine bu dersin kapsamı içindedir.

Üçüncü dönem ise öğrencilerin aldıkları tüm eğitim ve geliştirdikleri becerilerini göstermeleri için bir fırsat niteliğindedir. Burada tam bir araştırma ile moda uygun bir ayakkabıyı tasarlayabilmesi, geliştirmesi, gerçekleştirmesi hedeflenmektedir.

Ürün Tasarımı ve Geliştirme: Bu ders sektör ve sanayi, moda trendleri, moda ayakkabı malzemeleri, piyasa seviyesinde tüketici davranışları, rakipler, etik ve sürdürülebilir moda konularında anlayış kazandırmayı hedeflemektedir. Sektörde çalışmak için gerekli olan takım çalışma becerilerinin kazandırılması için küçük gruplar halinde araştırmalar yaptırılmaktadır. Araştırma sonunda öğrencinin değerlendirilmesi için tasarımını kendisinin geliştirdiği 2D olarak çizimini yaptığı ve prototipini ürettiği ürününe ilişkin araştırmasını planlayıp sunması gerekmektedir.

2. Yıl öğrenciler ilk dönemde iki ders almaktadırlar. Bunlar:

Kültür ve Tarih Araştırmaları: Öğrencinin kültür ve tarih araştırmalarına ilişkin alanlarda konu seçiminde bilinçli tercih yapabilmesi, anlayış, görüş ve bilgilerinin genişletilmesi ve derinleştirilmesi hedeflenmektedir. Bu derste öğrencinin akademik bir makaleyi tamamlaması gerekmektedir. Bunun için araştırma yapması, akademik metinleri okuması, okul içinde diğer öğrencilerle birlikte seminer ve workshoplara katılması beklenmektedir.

Mesleki Becerilerin Geliştirilmesi: Küresel bağlamda moda endüstrisi veya belirli bir pazar için tasarım ve ürün geliştirme çalışmalarının yapılması, bir ürünün gelişimini etkileyecek, sürdürülebilir ve etik kaynakların, ürünün tüketileceği ortamlar gibi alanların araştırılarak tasarım ve teknoloji etrafında eleştirel düşüncüyü geliştirmek hedeflenmektedir. Öğrencilerin bu süreçte endüstri ilgili yazışmalar yürütmelerine imkân tanınmaktadır.

İkinci dönemde iki ders yer almaktadır:

Ürün Geliştirme Araştırma Yöntemleri: Bu derste araştırma metodları, felsefesi ve pratiğinin incelenerek mevcut becerilerin geliştirilmesi, ilgili pazarlama araçları, müşteri pazarları ve iş analizi hakkında bilgi edinilmesi ve belirli bir proje için en

uygun araştırma yönteminin seçilmesi hedeflenmektedir. Araştırma becerileri kazandırılması, bir araştırmanın nasıl yapıldığının keşfedilmesi ve sürecinin yönetilmesi ve değerlendirme için öğrencinin bir araştırma projesi hazırlaması gerekmektedir.

Sanayi Fırsatı: Öğrencilerin geleneksel ve bilişime dayalı görsel ve yazılı uygulamalarla yaratıcı, stratejik ve pratik becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Sanayide belli bir şirket için kritik durumlarda doğru değerlendirmeler yaparak uygun çözümler bulması beklenmektedir

Üçüncü dönemde:

Sanayi Projesi: Sanayi içinde zorluklar karşısında öğrenilmiş olan birincil ve ikincil araştırma becerilerini pekiştirmek için fırsat vermektedir. Sanayideki kısa süreli staj yoluyla yaratıcı, pratik ve stratejik becerileri geliştirilmesi ve kişisel güçlü yönlerin ve ilgi alanlarının belirlenmesi hedeflenmektedir.

İkinci yıl boyunca çalışmalar ulusal ve uluslararası şirket ve markaları ile gerçek projeler üzerine odaklanmaktadır. Yeni sanayi projeleri ve işbirlikleri ve V & A, ve Camper, Berghaus, Boudicca ve Hugo Boss gibi firmalar ile çeşitli özel projeler ile kolejdaki dersler arasında öğrenciler açısından motivasyon gücü yüksek bir projeyi de içermektedir.

Üçüncü yıl

Profesyonel stajı içeren bu yıl isteğe bağlıdır. Öğrencinin bu fırsatı değerlendirerek moda endüstrisi içinde yer alan bir şirketin çalışma atmosferi, tempo ve disiplin ortamını deneyimlemek için günlük faaliyetlerine katılarak 30 haftalık endüstriyel staj yapmaları hedeflenmektedir. Bu şekilde öğrencilerin çalışma becerilerinin geliştirilmesi, araştırma, analitik ve değerlendirme becerileri kazandırılması beklenmektedir. Staj süresinin sonunda öğrencilerin bir rapor yazması gerekmektedir. Yılın başarıyla tamamlanması durumunda profesyonel çalışmalar diploması ile ek yeterlilik verilmektedir. Yeni yerleşimler Stella McCartney, Alexander McQueen, Rupert Sanderson, Nicholas Kirkwood ve Londra'da Boudicca, American Eagle ve New York'ta DKNY, Hollanda ve Almanya'da Adidas, Mexx gibi ünlü markaları da kapsamaktadır.

Final Yılı

Konsept Geliştirme: Öğrencilerin kendi yenilikçi, girişimci stratejiler kullanarak modaaya uygun ayakkabı tasarımı ve geliştirme çalışmalarının önemli bir parçası olarak bir final projesi hazırlamaları hedeflenmektedir. Bu çalışma sonunda öğrencilerin endüstri ile ilgili olarak bilgi kazanması ve potansiyel kariyer beklentileri ve seçimleri konusunda fırsatları görüp değerlendirebilmesi beklenmektedir

Ürün Tasarımı ve Yapımı: Tasarım ve teknoloji okulunda yer alır ve moda ayakkabı endüstrisi için moda ayakkabı ürünlerinin tasarımı, geliştirme ve gerçekleştirilmesi ile ilgilidir. Araştırma becerileri, ilk tasarım fikirlerinin nasıl geliştirildiği ve tasarımların bitmiş bir 3D prototipe nasıl dönüştürülmesi gerektiği ve moda ayakkabı endüstrisinin, pazarların ve endüstrideki moda ayakkabı ürününün tasarımcısı ve üreticisinin özel rolünün kapsamlı bir anlayışının kazandırılması hedeflenmektedir. Ayakkabı ve deri sektöründeki büyük şirketler ödüller, burslar ve endüstriyel ziyaretler aracılığıyla dersleri desteklemektedir. Öğrencilerin profesyonel, iletişim ve iş becerileri ile donatacak çeşitli birimlerde çalışmayı gerektiren ve ilgili firmalardan ya da firmalara sunumların olacağı endüstri tarafından hazırlanmış güncel projeleri üstlenmeleri gerekmektedir. Dersin ikinci ve son yılı arasında yerleştirme yılı seçeneğine sunulmaktadır. Bu yılın başarıyla tamamlanması öğrencilere ek bir nitelik vermektedir ve çalışmalar tamamlanmadan endüstri içerisinde ilişkiler ve temas kurma fırsatlarına sahip olmaktadır. Bu ders moda endüstrisindeki ayakkabı modelleri geliştirmeye yenilikçi ve önsüzili bir katkı yapmaya cesaretlendirilmiş mezunlar vermeye odaklanmaktadır (LCF, 2012).

Değerlendirme

Dersler seminerler ve workshoplarla işlenmektedir. Her dersin başında öğrencilere dersle ilgili süreçlerin yer aldığı bir el kitapçığı verilmekte dersin sonunda öğrencilerden öz değerlendirme raporu ve proje istenmektedir. Bu raporlar ve projeler üniversite içinden 2, üniversite dışından 1 uzmandan oluşan 3 kişilik bir grupla değerlendirilmektedir (S.Sandersile kişisel görüşme, 09. 07. 2011).

E-Learning–Uzaktan Öğrenme: Araç kaynak ve teknikleri öğrencilerin ve çalışanların erişebildiği, sürekli destek alabilecekleri bilgi teknolojisinde uzman bir ekibin bulunduğu, ders notlarının paylaşıldığı, online sınıflarda dersler işlenmektedir. Her yerden erişilebilir, sürdürülebilir kaynak kullanımı sağlayan, karşılıklı etkileşime dayalı öğrenci/öğrenci desteği ve geribildirimini sağlayan esnek öğrenme ortamları sağlayan web temelli öğretim ortamı sağlanmaktadır. Kaynaklar yeniden kullanılabilir ve yöntemler aktiviteye dayalıdır. Çin ve Japonya ile ortak projeler sistem üzerinden gerçekleştirilmektedir. Görsel öğrenme çevresi olarak 3D sanal ortamlar kullanılmaktadır. Öğrenciler sınıfa girmeden proje yapabilmektedir. Öğrenme yaklaşımı yapılandırmacı ve işbirliğine dayalıdır. Öğrenciler kendi hızında çalışabilmektedir. Moda portalı öğrencilere kolay erişilebilir kaynaklar sunarken aynı zamanda moda stil ve tarzları ile ilgili canlı bağlantılar da sağlamaktadır. Öğrenciler pek çok veri tabanına, kitap, yayın ve haberlere erişebilmektedir. Sosyal paylaşım siteleri yoluyla öğrenciler birbirleriyle haberleşebilmektedir. Web üzerinden konferanslar düzenlenebilmekte, ders verilebilmekte ve yoklama alınabilmektedir. Öğrenciler öğretim elemanlarıyla anında mesajlaşabilmekte, sorular yöneltebilmektedirler. Portalda tekstil kaynak rehberi de yer almaktadır. Sınıfta öğrenmeyi desteklemek amacıyla işlemler web üzerinden de öğrenilebilmektedir. Bilgi teknolojilerini sürekli güncelleyen uzman bir ekip bulunmaktadır. Gelecekle ilgili çalışmalarda yine bu uygulamada yer almaktadır. 3D programların kullanılması da yine uygulanabilir biçimde sistemde yer almakta, öğrenciler tasarım çalışmalarını yapabilmektedir (J. Gaimster ile kişisel görüşme, 18. 07. 2012).

Okulun Yerleşimi ve Yapısı

John Prince Caddesi'nde sitenin merkezi konumu, öğrencilerin moda perakende pazarının tüm sektörlerinde kolay erişim imkânı sağlamaktadır. Kolejin merkez binasında toplantı odaları, sergi salonları, dijital stüdyolar, çalışma ofisleri, malzeme odaları, kütüphane bulunmaktadır. Malzeme odalarında sektörden her tür firmanın gönderdiği numuneler yer almaktadır. Bir kısmı bağış olarak bir kısmı ise üniversite tarafından finanse edilmektedir. Öğrenciler tasarımlarında kullanacakları

malzemeleri buradan seçmektedir. Bunların dışında farklı malzeme istiyorlarsa kendileri tedarik etmektedirler. Malzeme odalarında bulundurulan her bir ürünün, etiketi üzerinde kimden geldiği ve iletişim bilgileri yer almaktadır (L. Hammond ile kişisel görüşme, 08. 07. 2011). Golden Line’de yer alan ikinci binada uygulamalı dersler yapılmaktadır. Burada ayakkabı üretiminde kullanılan makinelerin bulunduğu atölyeler ve tasarım atölyeleri yer almaktadır.

Üniversite Sanayi İşbirliği

Üniversite ve sanayi işbirliğini sağlamak üzere Moda -iş dünyası kaynak ofisi kurulmuştur. Burada dört ayrı birim görev yapmaktadır (G. Robertson ile kişisel görüşme, 18. 07. 2011).

Staj Ayarlama Birimi

Birinci sınıfı tamamlamış öğrencilerle 10 ay süresince ortak çalışma yapılmaktadır. Öğrenciye insan kaynakları çalışanı gibi yaklaşım gösterilmekte CV hazırlama, mülakat teknikleri, yaratıcı olmak için ipuçları verilmekte ve iş arama teknikleri öğretilmektedir. Networking/online erişim ağı konularında bilgilendirici workshoplar ve seminerler düzenlenmekte, öğrenciler ikinci sınıfın sonunda staja yerleşinceye kadar onlarla birebir ilgilenilmektedir.

Mezunların İş Eğitimi Birimi

Son sınıf öğrencilerini, hayata ve iş başvuru sürecine hazırlayan profesyonel danışmanlık hizmeti verilmektedir. Kendi markalarını nasıl pazarlayacakları, networking aktiviteleri, kendilerini işverenlere nasıl gösterebilecekleri konusunda profesyonel danışmanlık, okul sonrası serbest çalışmak isteyenlere rehberlik, portfolyolarını düzenleme ve sunma yöntemleri öğretilmektedir.

Sanayi Projeleri Birimi

Tablo 2.15: LCF Staj Programı

(YEAR LONG PLACEMENT) – BİR YIL SÜRELİ İSTEĞE BAĞLI STAJ PROGRAMI	(SHORT-TERM PLACEMENT) – ZORUNLU 5-10 HAFTALIK STAJ PROGRAMI
Öğrenci staj yaptığı süre boyunca para kazanıyor. (Maaşlı çalışan konumunda)	Öğrenci staj boyunca para kazanmıyor. (Maaş yok)
Uzun süreli staj – 1 yıl	Kısa süreli – 5-10 Hafta
Gayet ciddi, kurallara uygun bir staj programı (formal)	300/400 öğrenci
100/200 öğrenci	Stüdyo ya da atölye bazlı çalışma gerektiriyor
Staj boyunca öğrenci birden farklı alanda görev alabiliyor.	
Öğrenci staj yaptığı yıl için okul ücretinin yarısını ödemek zorunda.	
Staj bitiminde 5000 kelimelik rapor yazmaları gerekiyor ve öğrenciler bu rapora göre değerlendiriliyor.	

Kaynak: G. Robertson ile kişisel görüşme, 18.07.2011-Tablo araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

İkinci yılın her döneminde sanayinin desteklediği bir proje üzerinde çalışılmaktadır. Öğrenciler firmanın istediği özelliklere uygun ayakkabıyı tasarlama ve geliştirme çalışmaları yapmaktadırlar.

Sanayiye Danışmanlık Panelleri Düzenleme Birimi

Her gün akşam sanayicilerle toplantı yapılmaktadır. Sektördeki boşluklar, yetenek alanındaki eksikliklerin sektördeki yetkililerden öğrenilmesi, sanayiden geri bildirim alınması yoluyla, ders programlarının sanayinin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirilmesi ve bu özelliklere dikkat ederek öğrencileri yetiştirilmesi hedeflenmektedir.

Gelecek Kariyer ve Lisansüstü Beklentiler

Lisansüstü düzeyde eğitimlerine devam etmek isteyen mezunlar koleji bünyesinde uygun programlarda, üniversite veya başka bir bölümde ilerlemek için teşvik

edilmektedirler. Lisans eğitimini tamamlamış birçok mezun sektörde çalışmayı tercih etmektedir. Mezunlardan bazıları Nicholas Kirkwood, Adele Clarke ve Georgina Goodman'da asistan tasarımcı, Topshop ve Bloch Uluslararası tasarımcı, Clarks ayakkabı'da pazarlama ve finans yöneticisi gibi pozisyonlara yerleşmişlerdir.

2.2.1.1.2. De Montfort University, Leicester College

Genel Bilgiler

Moda ve tekstil bölümünün (School Of Fashion And Textiles) kurulması 1870'lerde sanat bölümünün kurulmasına kadar eskiye dayanmaktadır. Bu bölüm dönemin önde gelen tekstil devlerinin de katkılarıyla o dönem içinde işlerliğini sürdürmüştür. Tekstil bölümü (School Of Textiles) resmî olarak 1885'de kurulmuş olsa da kumaş ve giysi üretimi 1930'larda gelişmeye başlamıştır. Sonrasında moda tasarımı olarak gelişen ve yaygın olarak tüm dünyada tanınan moda programı da 1947'de öğrenci almıştır. Bunu 1950'li yıllarda ayakkabı tasarımı programının kurulması izlemiştir.

Leicester Kolej, ayakkabı eğitimi alan öğrencilerini İngiltere içinde ve deniz aşırı ülkelerde ayakkabı üretimi ve satışı işinde yükseltmeyi hedeflemektedir. Okul ulusal ve uluslararası marka olmuş ayakkabı sektörünün devleri ile birlikte çalışmaktadır. Ayrıca öğrencilerine kendi işlerini kurmaları konusunda fırsatlar sunmaktadır. Alternatif olarak başarılı öğrencilere üniversite içinde kariyer olanakları sağlanmaktadır. Kolejin dünya ayakkabı sektöründe kariyer için önemli bir yeri vardır ve ayakkabı teknolojisinin mükemmel merkezi olarak bilinmektedir. Bölüm tasarım ve teknolojinin en son sistemlerine sahiptir ve dünyanın önde gelen bilgisayar destekli tasarımı CAD sistemleri özel amaçlı ayakkabı tasarımlarını da içermektedir. Mezunlar kariyerlerine başladıklarında tamamen nitelikli ve deneyimli olmaları için tasarlamaya ve üretmeye teşvik edilmektedirler. Ayakkabı eğitimi alan her bir öğrenci Paris, Londra, Dusseldorf, Floransa ve Bologna'nın da yer aldığı pek çok merkezde sergilere katılmaktadır. Okul Türkiye, Japonya ve Hindistan'da uluslararası okullarla işbirliği yapmaktadır.

Ayakkabı ile ilgili olarak kolejde aşağıdaki programlar mevcuttur

Ön Lisans Programı (2 Yıl): Ayakkabı

Avrupa Ayakkabı Endüstrisi tarafından desteklenen eğitim dünya çapında ayakkabı endüstrisinin gerektirdiği ayakkabı teknolojisi uzmanlığını kapsamaktadır. Bu bağlamda program, ayakkabı tasarımının gerektirdiği özel beceriler, ayakkabı yapımı, üretim ortamı, tedarik yönetim zinciri, kalite kontrol, ayakkabı iş araştırmalarını içermektedir.

Bu modülde; Ayakkabı üretim teknolojisi, Ayakkabı modası ve tasarımı, kalite testi, Toplum ve moda teorileri, Ürün geliştirme, Materyal test, montaj ve sınıflandırması, stil ve renk tahmini, marka ve yapım aşamaları Moda ve ayakkabı için CAD / Photoshop, Ayakkabı işletme, depolama ve dağıtım, tedarik zinciri yönetimi, maliyet hesapları ve üretim akışı gibi temel yeterlikler yer almaktadır.

Bu program Avrupa Birliği ayakkabı sektörü ve bağlı alanlarda proje ve değerlendirmeler sonucunda işe yerleştirmeyi de içermektedir (dmuweb, 2011).

Lisans Programı: Ayakkabı Tasarımı

Dersler

İlk yıl: Bu yıl boyunca yüksek profesyonel standartların geliştirilmesi için Tasarım araştırmaları, Çizim ve illüstrasyon becerileri, Etkili iletişim ve sunum becerileri üzerine odaklanılmaktadır. Öğrenciler bir dizi ayakkabı tasarım projesi geliştirmeye çalışmaktadırlar. Öğrencilerin en modern ayakkabı yapım tekniklerini öğrenerek, prototip bir ayakkabı yapmaları hedeflenmektedir. Oldukça geniş olan ayakkabı tarzları alanında bu yıl dersleri farklı modüller içermektedir. Komple ayakkabı çalışmaları ve bütünleştirilmiş ayakkabı çalışmalarıdır.

İkinci Yıl: Bu yıl ilk yıl kazanılmış olan bilgi beceri ve deneyimler için derinleşme yılıdır. Öğrenciler çeşitli proje çalışmaları yapmaktadırlar ve bu projelere ünlü markalar destek sağlamaktadır. Bu yıl moda aksesuarları modülünden seçmeli iki ders alınabilmektedir.

Modüllerin içeriği, renk ve tarz tahmini, teknik ayakkabı seçeneği, Moda aksesuarlarıdır. Bu modüller ölçülerek yapılan ayakkabının tüm yönlerini kapsayan sipariş projelerini içermektedir.

Üçüncü Yıl: Bu yıl öğrenciler Lineapelle, Drapers ve Bata'yı da içeren ünlü ayakkabı tasarım yarışmalarına katılmaktadırlar. Bu prestijli yarışmalarda kazanılan ödüllerin öğrencilerin grafik ve iletişim becerilerinin gelişmesini teşvik ve önderlik etmesi beklenmektedir. Ayrıca yabancı şirketlerle çalışma, yaratıcılığın keşfedilmesi ve geliştirilmesi konusunda da fırsat olduğu düşünülmektedir. Bu yıl alınacak olan modüllerin içeriği, Geliştirilmiş ayakkabı çalışmaları, moda aksesuarları ve uzmanlık projesidir.

Okul öğrencilerine iyi aydınlatılmış açık plan stüdyo, bireysel çalışma masaları, depolama ve saklama imkânları, çalışma ofisi ve buna bağlı ayakkabı yapım atölyesi, teknik destek, üretim için daha fazla çalışma alanı, her türlü materyale ulaşma imkânı sunmaktadır.

Öğretim ve Değerlendirme

Öğretim resmî konferanslar, grup seminerleri, yüz yüze dersler, sunumlar, uygulamalı atölye ve stüdyo tabanlı faaliyetleri kapsamaktadır. Çalışmalar özel kriterlere dayalı olarak değerlendirilmektedir. Bunlar iki boyutlu araştırma raporlarını, tasarım defterlerini, sunum panolarını kapsamaktadır. Üç boyutlu çalışmalar ise ayakkabı prototipleri, pazarlama materyalleri, akranlarına ve personele ve yabancı müşterilere resmî sunumları içermektedir (dmuweb, 2011).

2.2.1.1.3. University Of Northampton

Northampton Üniversitesi'ne her yıl 50 öğrenci alınmaktadır. Buradaki lisans programının adı Ayakkabı, moda, tekstil (Footwear, Fashion, Textiles) olarak geçmektedir. İlk sene tüm öğrenciler aynı dersleri almaktadırlar. İkinci sınıfta ayakkabı, tekstil ve moda eğitimi almak isteyen öğrenciler branşlara ayrılmaktadırlar.

Tablo 2.16: Northampton Üniversitesi Ayakkabı Tekstil ve Moda Bölümü Öğrenci Sayıları

1. YIL	2. YIL		
Footwear, Textiles, Fashion	Footwear (Ayakkabı)	Textiles (Tekstil)	Fashion (Moda)
50 öğrenci	13 öğrenci	17 öğrenci	20 öğrenci

Kaynak: R. Kerr ile kişisel görüşme, 15. 07. 2011.

Bu program boyunca öğrenciler; fotoğraf, moda, tekstil, güzel sanatlar, grafik tasarım, 3 boyutlu ürün tasarımı alanında eğitim almaktadırlar. Bir öğrenci haftada 15-18 saat hocası ve eğitmeni ile görüşmüş olmaktadır. Haftada 60 saati tamamlamak için atölyeler öğrencilerin kullanımına açık bırakılmaktadır. Öğrenciler haftanın 2 günü ürün tasarımı üzerine çalışırken, geri kalan 3 günde ise akademik konularda çalışma yapmaktadırlar (R. Kerr ile kişisel görüşme, 15. 07. 2011).

Program, genel giriş koşullarını uygulamaktadır. Ancak standart giriş koşullarını karşılamayan fakat uygun bir beceri seviyesi gösterebilen adaylara şans verilmektedir. Portfolyo sunumu ve mülakatla öğrenci alınmaktadır.

Dersler

İlk yıl: Teorik altyapı ile desteklenen, moda, tekstil ve ayakkabı ve aksesuarda atölye uygulamaları ve stüdyo tasarımına giriş dersleri verilmektedir. Yıl boyunca öğrencilere endüstriyle birlikte güncel projeler üzerinde çalışma fırsatı sunulmaktadır. Öğrencilerin bu yıl bir ayakkabı ve bir çanta yapmaları gerekmektedir.

İkinci Yıl: Bu yıl öğrencilerin yaratıcılık potansiyelinin ve bireyselliğinin vurgulandığı bir yıldır. Düzenli iş deneyimi fırsatları sunulmaktadır. Projeler genelde dış temaslar ve sponsorlarca desteklenmektedir. Tasarım yönetimi ve pazarlama programı, uluslararası işler için öğrencileri hazırlamayı hedeflemektedir. Bu nedenle derslerin bir kısmı çeşitli alanlarda uzmanlaşmış kişilerin konferans ve seminerleri ile yürütülmektedir. Öğrenciler ikinci yıl iki ayakkabı ve iki çanta yapmak durumundadır.

Üçüncü yıl: Bu yıl akademik araştırmalar tarafından desteklenen bir ayakkabı ve aksesuar koleksiyonunun üretimi ve tasarımı olan son ana projeyi kapsamaktadır. Proje, endüstriyle birlikte mümkün olan her yerde üretilmektedir. Öğrenciler, altı üründen oluşan kişisel hedeflerinin ve isteklerinin de yer aldığı projelerini yazılı olarak sunmak durumundadırlar. Bu yıl konular kalıp kesme, üretim, baskılı tekstil, tasarım araştırması, portfolyo sunumu, tasarım yönetimi ve pazarlama, fotoğraf tasarımı yapma tekstil/kumaş/renk tahmini ve bilgisayar destekli tasarımı kapsamaktadır. Öğrenciler ayrıca Londra ve Northampton Mezunları moda gösterileri için iş üretmeye başlayabilmektedir.

Değerlendirme

Bütün projeler değerlendirilmektedir. Program boyunca biçimlendirici değerlendirmeler yapılmaktadır. Öğreticilerin değerlendirmesiyle birlikte öz değerlendirme ve akran değerlendirmesi de sürecin parçasıdır.

Kariyer fırsatları

Mezunlar tasarım endüstrisinde istihdam sağlamada oldukça başarılı olmaktadır ve birçok öğrenci kendi ayakkabı ve aksesuar tasarım markasını oluşturmaktadır. İngiltere genelinde moda alanında eğitim veren 100 Kolej bulunmaktadır. Bunlardan sadece üç tanesinde ayakkabı eğitimi verilmektedir. İngiltere genelinde, her yıl moda bölümünden 7000 öğrenci mezun olurken, ayakkabı bölümünden ise 200 öğrenci mezun olmaktadır. Bu nedenle ayakkabı bölümü mezunları sektörde rahatlıkla iş bulabilmektedir (R. Kerr ile kişisel görüşme, 15 Temmuz, 2011)

2.2.2. İtalya

2.2.2.1. Polimoda International Institute Fashion Design & Marketing

Polimoda

Lisans ve lisansüstü eğitim veren uluslararası bir moda ve pazarlama enstitüsüdür. 10 haftalık kısa kursları ve yaz kursları da verilmektedir. İtalya'nın Floransa şehrinde 1986 yılında girişimci dernekleri ve Uluslararası Moda Teknoloji

Enstitüleri Vakfı işbirliği ile New York Eyalet Üniversitesi Teknoloji Moda Enstitüsü ile birlikte eş-finanse edilen ortak bir proje olarak Floransa ve Prato kentlerinde kurulmuştur.

Polimoda Uluslararası Moda Tasarım ve Pazarlama Enstitüsü İtalyan moda sanayi ve şirketlerinin ihtiyacı doğrultusunda öğrencilere mükemmel bir mesleki eğitim sağlayan, moda odaklı, tasarım, pazarlama yönetimi ve iletişimine kadar kalitesi yüksek, eğitici programlar için dünya çapında tanınan bir merkezdir.

Aykkabı ve Saraciye (Aksesuar) sektörüne tasarımcı yetiştirmeyi hedefleyen program, lise sonrası portfolyo, özgeçmiş ve niyet mektubuna göre öğrenci kabul etmektedir ve başvurular arasından ve iyi bir genel eğitim almış, moda ve ayakkabı dünyasına ilişkin bilgi sahibi ve alana ilgi duyan, yaratıcılığa zaman harcayan ve yatırım yapabilen, kişisel ve mesleki gelişim arayan, güçlü motivasyona sahip coşkulu, güçlü ve özgün kişilikli, açık fikirli, eleştirel ve yaratıcı yeteneklere sahip adaylar mülakatla seçilmektedir.

Eğitim süresi 3 yıl + 1 yıl master sınıfı+3 ay zorunlu staj şeklindedir.

Mezunların iş seçenekleri: Ayakkabı / aksesuar tasarımcısı, ayakkabı ve aksesuarları sanat yönetmeni, koleksiyonu koordinatör, moda yaratma bölümlerinde asistanlık, ürün geliştirme, ürün araştırmacı, trend araştırmacı olarak sayılmaktadır.

Aykkabı ve aksesuar tasarımı bölümü İtalyan moda tasarımı içinde çok önemli bir yeri olan ayakkabı ve aksesuar (saraciye) sektörüne tasarımcılar yetiştirmeyi hedeflemektedir. Bunun için, öğrencilere geleneksel ve yerel el sanatları becerilerini kavramsal araştırmalarla ve üst düzey yaratıcı bir kimlikle birleştirerek materyalleri tanımada ve keşfetmede zengin deneyimler sunulmakta el becerileri geliştirilerek ve üç yıl sonunda sektör için çalışmaya hazır hale getirilmektedir.

Öğrencilerin mesleki gelişimleri devam ederken stajlarını takip eden periyotta donatılmış olarak kariyerleri başlamaktadır. Üçüncü yılın sonunda seçmeli olan bir yıllık master sınıfı özel sektörde veya Polimoda öğretim elemanları rehberliğinde yaratıcı, yönetim ve/veya iletişimle ilgili bireysel ve/veya takım çalışması ile yapacakları proje ile yaratıcı kimliklerini güçlendirmeye ve daha ileriye taşımalarına imkân vermeyi hedeflemektedir.

Öğrenciler, tarihi ve kültürel gelişimleri konusunda teşvik edilmektedirler. Bu kaynaklardan esinlenerek özgün ve yaratıcı kimliklerini kazanmaları ve ayakkabı ve aksesuar tasarımının geleceğine nasıl katkıda bulunabileceklerini düşünmeleri beklenmektedir.

Dersler

İlk yıl boyunca öğrenciler model tasarımında beceri geliştirme çalışmaları, dikiş teknikleri ve elde ayakkabı yapımını öğrenmektedirler. Ayakkabı tasarım ve üretimini 3 boyutlu bir prototip üzerinde deneme yanılma ve yeniden yapılandırma üzerine temellenmektedir.

Grafik tasarımı sınıflarında ayakkabılar ve aksesuarlar oluşturulmakta, öğrencilerin bireysel yaratıcı fikirleri ve iletişim tasarımındaki yetenekleri çok önemsenmektedir.

İkinci yıl araştırma ve beceri kavramları üzerine yoğunlaşmaktadır. Öğrencilerin etnik kültürler, moda ve çağdaş sanatlarla ilgili farklı araştırmalarla ilgili analiz, sentez ve değerlendirme yapmaları ve bunun sonucunda yaratıcı bir koleksiyon oluşturmaları istenmektedir. Bu yıl bilgisayarda 2D ve 3D grafik ve form oluşturma çalışmaları ile bireysel tasarımlarını geliştirmektedirler. Geliştirdikleri ve kazandıkları becerilerini bir portfolyo ve koleksiyonları ile sunmaları gerekmektedir.

Üçüncü yıl belli başlı yenilikçi kavramların yönetim ve tasarımına ayrılmaktadır. Final projeleri detaylı araştırmalar üzerine temellendirilmektedir. Öğrenciler endüstrinin desteğini kazanmaya teşvik edilmektedir. Bu yılın sonunda öğrencilerin bir final vitrini ve portfolyo hazırlamaları gerekmektedir. Bu çalışmalarında markalarını tanıtmaları, ambalajlarını sunmaları ve görsel mağazacılık yeteneklerini sergilemeleri gerekmektedir. Bu yılın sonunda gelecek vadeden öğrenci çalışmalarının her biri halka açık etkinliklerde, sergilerde ve Polimoda Moda Haftasında ve ayrıca web üzerinde ve medyada sergilenmektedir. Süreç tamamlandığında öğrenciler aynı zamanda kendi marka ve koleksiyonlarının tanıtım yazarı ve sanat yönetmeni olmaktadır. Üç yılın sonunda master yılına devam etmek isteyen öğrenciler bu yılda uzmanlıklarını farklı ortamlarda geliştirmek ve ileriye taşımak için fırsatlar bulmaktadırlar.

2.2.3. Çek Cumhuriyeti

2.2.3.1. Tomas Bata University In Zlin

Çek Cumhuriyeti'nin 590.000 nüfuslu Zlin ilinde, 1876-1932 yılları arasında yaşamış ve 20.yüzyılın ilk yarısında büyük ayakkabı imparatorluğunu kurarak geliştirmiş ve dünyaca ünlü Tomas Bata'da adını alan Tomas Bata üniversitesi öğrencilerine teknoloji, ekonomi, beşerî bilimler, sanat ve sağlık bakımı çalışma imkânı sunan 6 fakülteden oluşan ve gelişen bir üniversitedir. Kuruluşundan beri yüzlerce yüksek kalitede profesyonel, üniversitede eğitim almıştır.

Üniversite Ayakkabı eğitimi lisans düzeyinde iki farklı fakültede verilmektedir. Moda ve Ayakkabı Tasarımı bölümü -Faculty of Multimedia Comuncations- çoklu ortam İletişim Fakültesinde yer almaktadır

Program, öğrencileri alan bilgisi ve artistik yönden güçlendirmek için yaratıcı tasarım çalışmalarına yoğunlaştırılmıştır. Bu çalışmalar profesyonel üreticilerle yakın işbirliği ile yürütülmektedir. Bireysel özgün projeler bütün aşamaları öğretim elemanlarının gözetimi altında gerçekleştirilmektedir. Güvenli ve rahat olduğu kadar yüksek standartlara sahip konforlu iş ayakkabıları ve botlarının tasarımı, çizgi, grafik marka dahil olmak üzere, gençler için yenilikçi erkek saracıye ürünleri tasarımı, kadın ve erkekler için yüksek standartlarda sanatsal diyabetik ayakkabı tasarımı, prestijli spor ayakkabıları için yeni taban tasarımı, öğrenciler için pazar araştırmalarında işbirliği gibi alanlarda derinleşmektedir (Tomas Bata, 2012)

Teknoloji Fakültesi (Faculty of Technology) bünyesinde yer alan 'Ayakkabı ve Deri Teknolojileri ve Ayakkabı Hijyeni' ayakkabı eğitimi ile ilgili diğer lisans programı uygulayan bölümdür. Bu program ayakkabı üretim mühendisi yetiştirmeyi hedeflemektedir. Programda yer alan dersler tablo 2.17'de listelenmiştir.

Tablo 2.17. Tomas Bata ‘Ayakkabı ve Deri Teknolojileri ve Ayakkabı Hijyeni Bölümü’ Lisans Programında Yer Alan Dersler

1.Yıl	2.Yıl	3.Yıl
Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Araçlama ve Ölçüm Teknik Çizim 1, Matematik 1, Genel ve İnorganik Kimya Malzeme Mühendisliğine Giriş Toksik Temelleri, İşyerindeki Ekoloji Ve Güvenlik, Organik Kimya 1 Laboratuvar İnorganik Kimya, Matematik 2 Fizik 1 Disiplin ve İlgili Seminerler İşleme Deneyleri, Ürün Bilgisi Temelleri 1, Cad’ A Giriş	Analitik Kimya, Laboratuvar Fiziksel Kimya I, Organik Kimya Laboratuvar Analitik Kimya, Fizik II Ürün Bilgisi Temelleri II, Spor Aktiviteleri, Fiziksel Kimya II, Makro Moleküler Kimya, İşlem Mühendisliği, Ayakkabı ve Giyim Endüstrileri Üzerine Gelişim Analizi Yönetme /Kontrol Etme Teknolojik İşlemleri, Yabancı dil I-II İngilizce, Almanca	Makro moleküler Kimya II, İşlem Mühendisliği II, Çevresel Koruma, Biyomekanik Protez ve Pedikürcülük Temelleri Ayakkabı ve Deri Üretimi Demir Dışı Malzemeler Sağlığa Zararsız Ayakkabı, Laboratuvar-Disiplin-İlgili-1 Lisans Tezi
Seçmeli Dersler		
Genel ve İnorganik Kimya Üzerine Revizyon Kurs, Matematik Üzerine Revizyon Kurs Teknik Çizim I, Organik Kimya Üzerine Revizyon Kurs	Matematik III, Kimyasal Hesaplamalar, Elektroteknik ve Endüstriyel Elektronik Kimya ve Malzeme Teknolojileri, Ayakkabı ve Deri Teknolojileri Ve Ayakkabı Hijyeni	Kalıp Yapımı Katı ve Sert Malzemelerin Yapısı Ve Özelliği I,II, Elektroteknik ve Endüstriyel Elektronik

Kaynak: Tomas Bata ,2012.

Üniversitenin bünyesinde yer alan Ayakkabı Mühendisliği ve Hijyeni Enstitüsünde yüksek lisans ve doktora programları uygulanmaktadır. Ayakkabı sağlığı ve mühendisliği alanlarında uzmanlık eğitime veren programlarda, ham

madde, yarı mamül ve mamül maddeler, özellikleri ve kullanımı hakkındaki çalışmalarda yoğunlaşmaktadır. Öğrenciler, deri üretimi, uygulamalı bilgisayar sistemlerini içeren ürünlerin yapımı ve tasarımı, üretim yönetimi, kalite yönetimi, ham maddeler ve ürünlerin kalitesinin değerlendirilmesi, belgelenmeleri ve pazardaki başarının temellerini öğrenmektedirler. Kullanımdaki ürünlerin sağlık ve hijyen yönlerine geri dönüşüm ve atık yok edilmesine özel önem verilmektedir (R. Kocourek ile kişisel görüşme, 13.07.2012).

2.2.4. Amerika Birleşik Devletleri

2.2.4.1 . State Universty of Newyork –Fashion Institue Of Technology

Newyork Devlet Üniversitesi bünyesinde yer alan Moda ve Teknoloji Enstitüsü, Aksesuar tasarımı bölümünde ayakkabı eğitimine ilişkin dersler yer almaktadır.

Bu program Amerika Birleşik Devletleri'nde kendi türünün ilkidir. Lisans ve lisansüstü eğitimlerinin yanı sıra şapkacılık ve performans atletik ayakkabı alanlarında sertifika programları da sunmaktadır. Program Endüstrinin liderleri ile geniş ağ fırsatları sağlamaktadır. Yurt dışında London College of Fashion'a yaz programlarına öğrenci göndermektedir. Mezunlar, sektörün önde gelen şirketlerinde tam zamanlı ya da yarı zamanlı istihdam edilebilmektedir.

Bu programda öğrenciler; endüstride yer alan büyük şirketler aracılığı ile gerçek dünyada iş deneyimi, endüstri sponsorluğunda yarışmalara katılma ve aksesuar ve şapkacılık kulübü grup projeleri üzerinde çalışma, showroom, tasarım stüdyoları ve New York sanayisinin kalbinde üretim tesisleri ziyaret etme fırsatı bulmaktadırlar.

Tablo 2.18: Newyork Devlet Üniversitesi Moda ve Teknoloji Enstitüsü Aksesuar Tasarımı Bölümünde Yer Alan Dersler

1.Yarıyıl	2.Yarıyıl
Deri ve Malzeme Teknolojisi, Aksesuarlar İçin Anatomi, Ayakkabı Tasarımı ve Yapımı I, Çanta Tasarımı ve Yapımı I, Seçmeli: Tasarım I, 2D ve renk, serbest sanatlar	Deri Manipülasyonu, Ayakkabı Tasarımı ve Yapımı II, Çanta Tasarımı ve Yapımı II, Seçmeli: 3D Form ve Yapı, Photoshop ve Fotoğrafçılık,
3.Yarıyıl	4.Yarıyıl
Bot Tasarımı ve Yapımı, Masa/Büro Aksesuarları Tasarımı, Kara Kalem Teknik Çizim Seçmeli: Dijital Çizim ve Kompozisyon, Serbest Sanatlar	İleri Düzey Çanta Yapım Teknikleri, Kemer Tasarımı ve Yapımı, Aksesuarlar için Marker Rendering Seçmeli: Serbest Sanatlar ve genel dersler
5.Yarıyıl	6.Yarıyıl
Bilgisayarla Aksesuar Tasarımı Gösteri ve Özel Amaçlı Ayakkabı Fermuarlı Çantalar, Aksesuarlar İçin Çizim, Batı Kostümleri Tarihi, Giysi ve Toplum	Spor Ayakkabı Tasarımı, Deneysel Çanta Teknikleri, Bilgisayar Destekli Tasarım, 1860'tan Günümüze Moda Kumaşlar, Serigrafi Seçmeli: Serbest Sanatlar
7.Yarıyıl	8. Yarıyıl
Geleneksel Olmayan Ayakkabılar, Spor Çantaları ve Taşıma Takımları, Endüstriyel Aksesuarlar, Objelerin Tasarımı ve Yorumu, Aksesuarlar İçin Ambalaj Tasarımı, Sanat ve Tasarım ile İlgili Yayınlar	Son proje: Aksesuar Tasarımı, Portfolyo Geliştirme, Son staj: Kariyer Planlama, Seçmeli: Amerikan Tarihi, Yabancı Dil

Kaynak: Fashion Institute Technology, 2012.

4. Yarıyılın sonunda isteyen öğrenciler 2 yıllık ön lisans diploması alabilmektedir. Bunun için, Genel iletişim, Matematik, bilim, sosyal bilimler, batı uygarlığı, sanatlar, beşeri bilimler, yabancı dil, diğer dünya uygarlıkları ve Amerikan tarihi derslerini almaları gerekmektedir (Fashion Institute Technology, 2012).

2.2.5. Hindistan

2.2.5.1. Footwear Design & Development Institute

Footwear Design & Development Institute - Ayakkabı Tasarım ve Geliştirme Enstitüsü Ayakkabı Teknoloji ve Yönetim Bölümü

Genel Bilgiler

Ayakkabı Tasarım ve Geliştirme Enstitüsü bünyesinde yer alan dört bölümden biri olan Ayakkabı Teknoloji ve Yönetimi bölümünde lisans ve yüksek lisans programları bulunmaktadır. Merkez, sektörün uluslararası standartlara ulaşması için üretim, kalite ve verimlilik standartlarını geliştirme çalışmalarının yanı sıra moda tahmin, tasarım geliştirme gibi alanlarda da eğitim vererek dünya çapında sektöre hizmet vermeyi hedeflemektedir.

Bölüm öğretim elemanları sanayiye danışmanlık, araştırma ve geliştirme alanlarında aktif olarak çalışmaktadır. Ders programları, eğitim yazılımları ve öğretim materyalleri için müfredat Avustralya ve Southfield Koleji, yönetim programı için Birleşik Krallık ve Melbourne College'den gelen uzmanlar tarafından hazırlanmıştır. Endüstrinin çok yönlü ihtiyacını karşılamak için eğitim programlarında sürekli düzenlemeler yapılmaktadır.

Teorik eğitimin yanı sıra yoğun pratik uygulamalar yapılmaktadır. Gösteri, uygulama yöntemleri öğretim metodolojisinin temel unsurları olarak kullanılmaktadır. Programlar her öğrencinin ilerlemesini sağlamak üzere tasarlanmıştır. Eğitim, endüstri tecrübesi olan uzmanlar tarafından verilmektedir.

Programın amacı ayakkabı üretim, tasarım ve hızla büyüyen yerli ve uluslararası iş talebini yerine getirmek için ayakkabı sektörü için nitelikli iş gücü oluşturmaktır. Program, öğrencilere uluslararası pazarda sektörde rekabet edebilecek düzeyde en son teknoloji ve modern uygulamalarla birlikte alana yönelik bilgi ve becerilerin kazandırılmasını hedeflemektedir.

Dersler

Ürün Bilgisi, Malzeme Bilgisi, Temel Tasarım, Üretim Mühendisliğine Giriş, / CAD, Ayakkabı Teknolojisine Giriş, Laboratuvar Testleri, Spor Ayakkabı Teknolojisi, Kişilik Gelişimi, İletişim, Toplumsal Gelişim, Bilgisayar Bilimi, Üretim Planlama ve Kontrol, Malzeme Yönetimi, Üretim Yönetimi, Yurtiçi ve Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Muhasebe ve Apre, Dayanıklı Ayakkabı Yapımı, Maliye, İnsan kaynakları ve Personel Yönetimi, İşletme Yönetimi, İşletme Politikası, Satın alma ve Mağazacılık, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Satış Yönetimi, endüstriyel eğitim projeleri eğitim programının içeriğinde yer almaktadır.

Kariyer Geliştirme

Ayakkabı – Teknoloji ve Yönetimi bölümü Hindistan ve uluslararası ayakkabı ticaret sektörü içinde Teknik, tasarım ve yönetim alanlarında Mağazacılık, Tasarımcılık, Stilistik, Ürün geliştiriciliği, Kalite kontrol ve Ayakkabı teknikerliği, satıcılık, Pazarlama yöneticiliği, Üretim denetçiliği, İş geliştirme yöneticiliği, planlama yöneticiliği gibi ayakkabı sektörü içinde farklı alanlarda kariyer fırsatı sağlamaktadır. Bu sektörde çok uluslu kurumsal işletmelerde ilerleme imkânları bulunmaktadır (FDDI, 2012).

Tablo 2.19: Dünyada Uygulanan Ayakkabı Tasarımı ve Üretimine Yönelik Lisans Programları

	Programın Bulunduğu Okullar	Programın Adı	Eğitim Seviyesi	Okula Kabul Koşulları	Eğitim Süresi	Dersler	Staj
İngiltere	London College Of Fashion (Universty Of The Arts London)	Ayakkabı Tasarımı ve Ürün Geliştirme	Önlisans - Lisans Lisansüstü (Uluslararası)	Öğrenci nitelikleri, Mezuniyet, Niyet mektubu, Referanslar Portfolyo, Mülakat	3+1	Kültür ve Tarih Yaratıcılığın Geliştirilmesi Yönetim	Zorunlu: 5-10 Hafta İsteğe Bağlı: 1 yıl
	Leicester College (De Montfort Universty)	Ayakkabı Tasarımı teknolojisi ve Üretimi	Önlisans - Lisans Lisansüstü (Uluslararası)	İngilizce yeterlik, Mezuniyet, Portfolyo Telefonla veya yüz yüze görüşme	3 Yıl	Tasarım Ayakkabı Teknolojisi Yönetim ve Ürün geliştirme	Zorunlu :1 yıl (32 Hafta)
	Northampton University	Ayakkabı, Tekstil , Moda	Önlisans - Lisans Lisansüstü (Uluslararası)	Öğrenci nitelikleri, Mezuniyet, Niyet mektubu, Portfolyo Mülakat	3 yıl	İki yıl ortak Tasarım Ürün geliştirme	Giriş, Orta düzey Gelişmiş olarak 3 seviyede uygulanıyor
İtalya	Polimoda	Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımı	Önlisans - Lisans Lisansüstü (Uluslararası)	Öğrenci nitelikleri, Mezuniyet, Niyet mektubu, Portfolyo Mülakat	3+1 yıl	Tasarım, yaratıcılığın geliştirilmesi Kültür ve tarih Yönetim	Zorunlu :3 ay İsteğe bağlı: 1 yıl
Çek Cumhuriyeti	Tomas Bata	Moda ve Ayakkabı Tasarımı	Önlisans Lisans Lisansüstü	Genel Kabul koşulları	3 yıl	Tasarım Ayakkabı teknolojisi Pazarlama Ürün geliştirme	Zorunlu
		Ayakkabı-Deri Teknolojileri ve Ayakkabı Hijyeni	Lisans Lisansüstü	Genel Kabul Koşulları	3 yıl	Ayakkabı üretim mühendisliği kapsamında dersler	
ABD	Fashion İnstitue Of Technology (State Universty Of Newyork)	Aksesuar Tasarımı	Önlisans Lisans Lisansüstü	Genel Kabul koşulları	4 yıl	Ayakkabı ve aksesuar tasarımı Ayakkabı ve aksesuar teknolojisi	Zorunlu
Hindistan	Footwear Design And Development İnstitue	Ayakkabı Teknoloji ve Yönetimi Bölümü	Ön lisans Lisans Lisans üstü	Genel Kabul Koşulları	4 yıl	Tasarım Üretim Kalite ve verimlilik standartları geliştirme	Zorunlu

Kaynak : Tablo araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

2.3. Türkiye’de Uygulanan Ayakkabı Eğitim Programları

2.3.1. Lise Düzeyinde Ayakkabı Eğitim Programları

Türkiye’de ayakkabı eğitimi meslek lisesi ve ön lisans düzeyinde verilmektedir. Tarihi ise oldukça yenidir. Ayakkabı eğitimi veren ilk kurum Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı TASEV tarafından, İstanbul Küçükçekmece Halkalı’da, 10.000 metre kare arazi üzerine; 24 derslik, 530 öğrenci kapasitesi ile inşa edilerek 15 Eylül 2002 tarihinde Milli Eğitim Bakanlığına devredilen TASEV Ayakkabı Anadolu Meslek Lisesidir.

Okul Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi alanında faaliyet göstermektedir. Bünyesinde Anadolu Teknik Lisesi, Anadolu Meslek Lisesi ve Endüstri Meslek Lisesi bulunan okul, Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi alanı Çerçeve Öğretim Programı kapsamında, Ayakkabı Meslek Eğitimi yanında genel bilgi dersleri ile hem üniversiteye hem de sektöre yönelik eğitim verilmektedir. Dersler 9. sınıfta genel ve dil ağırlıklı (İngilizce) eğitim, 10. sınıfta alan ortak dersleri olarak genel ayakkabıcılık eğitimi, 11. ve 12. sınıflarda ise seçilen alana göre Ayakkabı Modelistliği ve Ayakkabı Üretimi dallarında yoğunlaşmaktadır. Okul bugüne kadar 500 civarında mezun vermiştir. Mezunlardan bir kısmı yükseköğretime devam etmiş, büyük bir kısmı da ayakkabı sektöründe ara eleman olarak istihdam edilmişlerdir.

Okul bünyesinde mesleki eğitimin verildiği temel bilgisayar ve bilgisayar derslerinin uygulamalı olarak verildiği bilgisayar atölyeleri yapılan ayakkabı tasarımlarının ve modellerinin dijital ortama aktarıldığı ve bu ortamda serilendirildiği cad-cam laboratuvarı, ayakkabı üretilmeden önce günün modasına uygun tasarlandığı ve bu modellerin ıstampaya (şablona) dönüştürüldüğü Tasarım, Model ve İstampa Atölyesi, hazırlanan ıstampalardan ve kesim bıçaklarından yararlanılarak elde veya makinede saya parçalarının kesildiği Saya Kesim Atölyesi, kesilen saya parçalarının değişik ara işlemleri yapıldıktan sonra dikildiği ve kalite kontrolünün yapıldığı Saya Dikim Atölyesi, dikilen sayanın uygun ayakkabı kalıplarıyla elde veya makinede değişik işlemlerden geçirilerek tabanla birleştirme yapıldığı, ardından ayakkabı bitim

- finisaj işlemlerinin ve kalite kontrolün yapıldığı Monte ve Finisaj Atölyesi ayakkabı malzemelerinin fiziksel ve mekaniksel testlerinin yapılabildiği Malzeme Test Laboratuvarı yer almaktadır. Daha sonraki yıllarda çeşitli düzeylerde eğitim veren meslek liselerinde ayakkabı ve saraciye teknolojisi alanında programlar açılmıştır. Bu okullarda Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi alanı Çerçeve Öğretim Programı uygulanmaktadır.

Tablo 2.20: Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi Programı Bulunan Meslek Liseleri

Ayakkabı ve Saraciye Teknolojisi Bulunan Okullar				
Sıra	İl	İlçe	Kurum Adı	Öğrenci Sayıları
1	ADANA	Seyhan	Sabancı KTML	38
2	ANKARA	Altındağ	Atatürk KTML	44
3	ÇORUM	İskilip	KTML	-
4	DENİZLİ	Acıpayam	Yeşilyuva Osman Çemen ÇPL	-
5	GAZİANTEP	Şehitkamil	Mehmet Akif Ersoy TEML	-
6	HATAY	Merkez	Hatay Erol Bilecik TEML	24
7	İSTANBUL	Bahçelievler	Siyavuşpaşa KTML	18
8	İSTANBUL	Büyükçekmece	Büyükçekmece TEML	14
9	İSTANBUL	Fatih	Selçuk KTML	19
10	İSTANBUL	Gaziosmanpaşa	Küçükköy KTML	27
11	İSTANBUL	Küçükçekmece	TASEV TEML	303
12	İSTANBUL	Şişli	Nişantaşı Rüştü Uzel KTML	26
13	İSTANBUL	Zeytinburnu	Zeytinburnu İDMİB KTML	16
14	İZMİR	Bornova	Atatürk KTML	84
15	İZMİR	Gaziemir	Gaziemir Mimar Kemalettin KTML	-
16	KONYA	Karatay	Karatay İMKB TEML	-
17	KONYA	Karatay	Aykent MTEM	22
18	MANİSA	Merkez	İsmet İnönü KTML	54
19	SAKARYA	Erenler	Erenler Yunus Çiloğlu KTML	42
20	TRABZON	Merkez	80.Yıl TEML	52

Kaynak: MEB Bilgi Sistemi

2.3.2. Önlisans Düzeyinde Ayakkabı Eğitim Programları

Bu bölümde Türkiye’de ‘Ayakkabı Tasarımı ve Üretimine’ yönelik ön lisans düzeyinde eğitim veren programlar yer almaktadır. Bu programlar İstanbul, Özel İstanbul Aydın, Konya’da Selçuk, Bolu’da Abant İzzet Baysal, Gaziantep ve Hatay’ da Mustafa Kemal Üniversiteleri bünyelerinde yer alan Meslek Yüksek Okullarında bulunmaktadır. Aşağıda programların genel hedefleri, ders programları ve kariyer fırsatları özetlenmektedir.

2.3.2.1. İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü

İstanbul Üniversitesi TBMYO Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programı 2009-2010 öğretim yılında açılmıştır. Program, Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV) tarafından desteklenmektedir.

Program mezunlarına ön lisans diploması ve “Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Teknikeri” unvanı vermektedir. Meslek liselerinin Ayakkabı Teknolojisi, Ayakkabıcılık, Deri, Kimya bölümlerinden mezun olan öğrenciler programa sınavsız geçiş için başvurabilmektedirler. Meslek liselerinin sınavsız geçiş için belirlenen bölümleri dışındaki bölümlerden veya liselerden mezun olan öğrencilerin ise ÖSYM Başkanlığınca yapılan Öğrenci Seçme Sınavına (ÖSS) girmeleri ve yeterli puanı almaları gerekmektedir. Eğitim süresi iki yıldır.

Mezunların, ayakkabı tasarımı ve üretiminin gerektirdiği temel konulara bilgi ve beceri sahibi olmaları ve gerekli tutum ve davranışları kazanmaları hedeflenmektedir. Programda bulunması zorunlu olan ortak dersler ve genel kültür derslerinin dışında ayakkabı eğitimiyle ilgili olarak yer alan dersler aşağıdaki gibidir. Bunların dışında öğrenci İşyeri Uygulamalı Eğitim I ve II.'yi başarıyla tamamlamak durumundadır.

Tablo 2.21: İstanbul Üniversitesi TBMYO, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümünde Yer Alan Dersler

1.Yarıyıl	2.Yarıyıl
Beden Eğitimi I Güzel Sanatlar I Ayak Sağlığı ve Biyomekaniği Ayakkabı Teknikerliğine Giriş Bilgisayar Etkili İletişim Becerileri Genel Kimya Malzeme Bilgisi Matematik Saya Kesim ve Dikime Giriş Stampaya Giriş Tasarım Teknolojisinin Bilimsel İlkeleri	Beden Eğitimi II Afet Kültürü Şehir ve Kültür-İstanbul Güzel Sanatlar II Ayakkabı Tasarımı I Stampa Çıkarma Kalıp Üretimi Saya Kesim Ve Dikimi Ayakkabı Montajı Deri Üretim Teknolojisi Taban Malzemeleri
3.Yarıyıl	4.Yarıyıl
Stampa Çıkarma Uygulamaları I Bilgisayar Destekli Stampa Çıkarma I Ayakkabı Üretim Teknolojisi Ayakkabı Standartları Ayakkabı Tasarımı II İş ve Çevre Güvenliği Kalite Güvence Ve Standartlar Taban ve Ara Malzemeleri Üretimi Ayakkabı Hataları ve İmalat Kontrolü Üretim Yönetimi ve Verimlilik	Stampa Çıkarma Uygulamaları II Bilgisayar Destekli Kesim Ayakkabı Üretimi Ayakkabı Finisajı Ayakkabı Saraç Uygulamaları Bitirme Projesi İşletme Yönetimi ve Ayakkabı Maliyeti Ortopedik Ayakkabı Teknolojisi Taban Tasarımı

Kaynak: İstanbul Üniversitesi Bilgi Sistemi, 2012.

2.3.2.2. Özel İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Bölümü

Program ‘Ayakkabı ve Saraciye Tasarımı’ adı altında 2008-2009 öğretim yılında açılmıştır. Daha sonra ise ‘Ayakkabı Tasarım ve Üretimi’ adını almıştır. Program, Ayakkabı ve Saraciye sektörleri yurtiçi ve yurt dışı pazarlarda rekabet üstünlüğüne sahip, moda yönelimlerine uygun ayakkabılar, çantalar tasarlayabilen,

stampasını- kalıbını çıkarabilen, üç boyutlu tasarım programlarını kullanabilen, prototipini üretimini yapan ve yaptrabilen, üretici ve satıcı firmalara koleksiyon hazırlayabilen, model hazırlama ve koleksiyon oluşturma sürecini yönetebilen bilgili ve deneyimli başarılı tasarımcılar ve moda koordinatörleri yetiştirmeyi hedeflemektedir.

Programı tamamlayanlar ayakkabı, saraciye ürünleri ticareti yapan firmalarda moda koordinatörü, satın- alma bölümlerinde yetkili, ayakkabı ve saraciye üreten işletmelerde tasarım bölümü yöneticisi, model bölümü sorumlusu, tasarımcı, modelci, stampacı olarak istihdam edilebilmektedir. İstedikleri takdirde mezunlar ayrıca kendi tasarım ve / veya model stüdyolarını kurabilmektedir. Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programı öğrencileri 4. yarıyılın sonunda Dikey Geçiş Sınavı (DGS) ile Deri Mühendisliği, Tekstil ve Endüstri Mühendisliği, El Sanatları, Moda tasarımı ve Tekstil Konfeksiyon bölümlerinde lisans programlarına geçiş yapabilmektedirler.

İstanbul Aydın Üniversitesi, belirlemiş olduğu ulusal ve uluslararası eğitim ve öğretim süreçleri ile ilgili stratejik hedeflerine ulaşmada, AKTS yaklaşım ve uygulamalarını, Türkiye Yükseköğretim Yeterlikler Çerçevesi'nin Düzey ve Alan Yeterlikleri ile ilişkili olarak eğitim ve öğretim programlarının ders ve içeriklerinin tanımlanması, iş yüküne bağlı olarak kredilendirilmesi, öğretme, öğrenme, ölçme ve değerlendirme yöntemlerini içeren eğitim ve öğretim süreçlerinin tasarlanması, uygulanması, gözden geçirilmesi iyileştirmesi ve ulusal ve uluslar arası şeffaflığın sağlanmasında bir kalite güvencesi aracı olarak benimsemiştir.

Tablo 2.22: Özel İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu BİL MYO, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümünde Yer alan Dersler

1.Yarıyıl	2.Yarıyıl
Bilgisayar-I Temel Sanat Eğitimi-I Ayakkabı Malzeme Bilgisi Ayakkabı Teknolojisine Giriş Tasarım Süreci ve Koleksiyon Hazırlama-I Ayakkabı ve Saraciyenin Tarihsel Gelişimi	Bilgisayar-II Temel Sanat Eğitimi-II Bilgisayarda Çizim Teknikleri-I Ayakkabı Moda Resmi Tasarım Süreci Ve Koleksiyon Hazırlama-II Temel Stampa Çıkarma
3. Yarıyıl	4.Yarıyıl
Mesleki İngilizce-I Bilgisayarda Stampa Yapımı-I Bilgisayarda Yan Sanayi Ürünleri Tasarımı-I Bilgisayarda Ürün Tasarımı-I Bilgisayarda Çizim Teknikleri-II Sunum Teknikleri Ayakkabı Teknolojisi Moda Araştırma Yöntemleri Ve Koleksiyon Hazırlama Yerinde Uygulama-I Seçmeli Ders Modülü	Mesleki İngilizce-II Bilgisayarda Stampa Yapımı-II Bilgisayarda Yan Sanayi Ürünleri Tasarımı-II Bilgisayarda Ürün Tasarımı-II Kalite Kontrol Yöntemleri Mezuniyet Projesi Model Hazırlama Süreci Yönetimi Ayakkabı Pazarlama Yönetimi Yerinde Uygulama-II Seçmeli Ders Modülü

Kaynak: Özel İstanbul Aydın Üniversitesi Bilgi Sistemi, 2012.

2.3.2.3. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı

Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı 2008 yılında kurulmuş ve 2011 yılında ilk mezunlarını vermiştir. Programın amacı, ayakkabı sektörüne, araştıran, teknolojik ve sanatsal yenilikleri takip eden, tasarlayan, üreten, ürettiğini pazarlayabilen, başarılı, işletmeler tarafından aranılan ve istenilen eğitilmiş nitelikli iş gücünü yetiştirmektir. Program ayrıca ara eleman açığını kapatmayı de hedeflemektedir. Bu elemanları bir yandan rekabet üstünlüğüne sahip, moda eğilimlerine uygun elde ve iki ve üç boyutlu bilgisayar programlarını kullanarak ayakkabılar tasarlayabilen, koleksiyon hazırlayabilen, ayakkabının modelini çizebilen, süsleme ve aksesuarlarını hazırlayabilen, ıstampasını çıkarabilen, sayasını dikebilen ve montesini yaparak prototipini üretebilen bilgi ve deneyime sahip olarak

yetişmesini isterken, diğer yandan, iş ve işçi sağlığı, güvenliği, işyeri organizasyonu, malzeme ve makine, üretim planlama ve yönetimi, iş hukuku, maliyet, satın alma, reklam ve pazarlama, deri teknolojisi, mesleki yabancı dil ve kalite kontrol gibi konularda da öğrencilerini geliştirmeyi öngörmektedir.

Mezunların büyük bir kısmı sektörde alanlarıyla ilgili birimlerde istihdam edilmekte, bir kısmı ise dikey geçiş sınavları (DGS) ile Deri Mühendisliği, Tekstil ve Endüstri Mühendisliği, El Sanatları, Moda Tasarımı ve Tekstil Konfeksiyon bölümlerinde lisans programlarına geçiş yapmaktadırlar.

Tablo 2.23: Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede MYO Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programında Yer Alan Dersler

1.Yarıyıl	2.Yarıyıl
Bilgi Ve İletişim Teknolojisi I Genel Malzeme Bilgisi Genel Makine Bilgisi Saya Dikim İşlemlerine Giriş Saya Hazırlık İşlemleri Saya Kesim İşlemleri I Üretim Öncesi Teknolojisi	Stampa Çıkarma I Monte Teknikleri I Saya Teknolojisi I Güzel Sanatlar I Temel Sanat Eğitimi
3.Yarıyıl	4.Yarıyıl
Stampa Çıkarma II Bilgisayar Destekli Stampa Çıkarma I Monte Teknikleri II Saya Teknolojisi II İşletme Yönetimi I Deri Süsleme Teknikleri İş Güvenliği Mesleki Yabancı Dil Fabrika Organizasyonu Temel Deri Teknolojisi Taban Malzemeleri	Stampa Çıkarma III Bilgisayar Destekli Stampa Çıkarma II Monte Ve Finisaj Saya Teknolojisi III İşletme Yönetimi II Ayakkabı Tasarımı Araştırma Yöntem ve Teknikleri Ayakkabı Kalite Kontrolü İletişim Ayakkabı Malzeme Test Yöntemleri Meslek Etiği Çevre Koruma Kalite Güvencesi Ve Standartları Staj 30 İlgünü

Kaynak: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bilgi Sistemi

**2.3.2.4. Selçuk Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu,
Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programı**

Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı 2006 yılında kurulmuş ve 2008 yılında ilk mezunlarını vermiştir. Programın amacı, mezunlarını ayakkabı sektörünün ihtiyaçları doğrultusunda nitelikli iş gücü olarak yetiştirmektir. Mezunlarının büyük bir kısmı sektörde ara eleman olarak istihdam edilmektedir. Bir kısmı ise Deri Mühendisliği, Tekstil ve Endüstri Mühendisliği, El Sanatları, Moda Tasarımı ve Tekstil Konfeksiyon bölümlerinde lisans programlarına geçiş yapabilmektedirler (C. Karakız ile kişisel görüşme, 14 Ağustos, 2012).

Tablo 2.24: Selçuk Üniversitesi, TBMYO Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programında yer alan dersler

1.Yarıyıl	2.Yarıyıl
Matematik 1, Bilgisayar1, Ayakkabı Makineleri Bilgisi, Teknik Resim, Sanat Tarihi ve Moda,	Matematik 2, Bilgisayar 2(CAD), Malzeme Bilgisi, Ayakkabı Tasarımı 1, Kesim ve Saya Dikim Teknolojisi, Staj-1 (30 İş Günü)
3.Yarıyıl	4.Yarıyıl
Ayakkabı Tasarımı 2, Bilgisayar Destekli Tasarım 1, Stampa Çıkarma 1, Ayakkabı Montaj ve Finisaj Teknolojisi, Ayak Anatomisi ve Biyomekanik, Ayakkabı Üretim Yönetimi ve Kalite Kontrolü	Bilgisayar Destekli Tasarım 2, Ayakkabı Tasarımı 3, Bilgisayar Destekli Stampa Çıkarma Ayakkabı Pazarlama ve İşletme Yönetimi, Stampa Çıkarma 2, Kalite Kontrol ve Standartları, İnsan Kaynakları ve Maliyet Analizi, Staj-2 (30 İş günü)

Kaynak: Selçuk Üniversitesi Bilgi Sistemi, 2012.

2.3.2.5. Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretim Programı

Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Programı; Tekstil, Giyim, Ayakkabı ve Deri Bölümü altında 2010 yılında kurulmuştur. Programın 350 m² alana sahip uygulama atölyesi bulunmaktadır. Ayrıca öğrencilerin her sene 75'er iş günü toplamda ise 150 iş günü sektörde kendi alanlarında uygulamalı olarak iş yeri eğitimi görmeleri planlanmaktadır. Gerekli şartlar sağlanmadığı için 2012 ÖSYS Tercih kılavuzunda bölüm yer almamaktadır. Ancak Ek kontenjan ile 2012-2013 öğretim yılı için az sayıda öğrenci alınmıştır (Ö.Uçtu ile kişisel görüşme, 12 Ağustos, 2012).

Programın Amacı yurt içi ve yurt dışı pazarlarda rekabet üstünlüğüne sahip, moda yönelimlerine uygun, ayak sağlığını ve ayağın anatomik özelliklerini göz önünde bulundurarak özgün ve modern ayakkabı tasarımını yapan, çizen, gerektiğinde çizdiği modeli ilk deneme ürüne dönüştürebilen, üretici ve satıcı firmalara koleksiyon hazırlayabilen ve model hazırlama ve koleksiyon oluşturma sürecini yönetebilen bilgi ve deneyime sahip Ayakkabı Tasarım ve Üretim Teknikerleri yetiştirmektir.

Ayrıca Gaziantep Üniversitesi Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu Ayakkabı Tasarım ve Üretim Programı ayakkabıcılık alanında eğitim veren kurumlar arasında lider olmayı amaçlamaktadır.

Mezunlar, Ayakkabı Üretimi ve Tasarımı Teknikerleri ayakkabı ve yan sanayi işletmelerin AR-GE, Planlama, Tasarım, Üretim, Kesim, Montaj, Satın Alma, Satış ve Pazarlama departmanlarında bölüm sorumlusu ve yöneticisi olarak istihdam edilmektedirler. Ayrıca ayakkabı sektöründe büyük işletmelere saya, taban, aksesuar ile ilgili fason işler yapabilir, kesim, saya ve ayakkabı üretimi konusunda kendi iş yerlerini de açabilirler.

Tablo 2.25: Gaziantep Üniversitesi, Naci Topçuoğlu Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarım ve Üretim Programında Yer Alan Dersler

1. Yarıyıl	2. Yarıyıl
Temel Sanat Eğitimi I, Toplumsal Duyarlılık Projesi I, Malzeme Bilgisi I, Sanat Tarihi, Ayakkabı Makineleri Bilgisi, Ayakkabı Moda Tarihi, Matematik, Teknik Resim, Genel İşletme	Temel Sanat Eğitimi II Toplumsal Duyarlılık Projesi II, Malzeme Bilgisi II, İstatistik Ayakkabı Kesim ve Saya Dikim Teknolojisi I, Ticari Matematik, Bilgisayar Destekli Teknik Resim, İşçi Sağlığı ve Güvenliği Bilgisayar Destekli Tasarım I, Ayakkabı Kesim ve Saya Dikim Teknolojisi, Moda Araştırma Yöntemleri ve Koleksiyon Hazırlama, Ayakkabı Malzeme Muayene Yöntemleri İş Yeri Eğitimi 1
3.Yarıyıl	4.Yarıyıl
Bilgisayar Destekli Yan Sanayi Ürünleri Tasarımı Stampa Çıkarma I, Ayakkabı Montaj ve Finisaj Teknolojisi, Ayakkabı Üretim Yönetimi ve Kalite Kontrolü, Mesleki İngilizce	Bilgisayar Destekli Yan Sanayi Ürünleri Tasarımı I, Bilgisayar Destekli Stampa Çıkarma, Stampa Çıkarma II, Ayakkabı Pazarlama Yönetimi Seminer, Bilgisayar Destekli Tasarım II, Ayak Anatomisi ve Biyomekanik, İş Analizi ve Maliyet Hesabı, Mezuniyet Projesi İş Yeri Eğitimi II

Kaynak: Gaziantep Üniversitesi Bilgi Sistemi, 2012

Program 4 yarıyıllık olmasına rağmen grupların dönüşümlü olarak staj yapmasının planlanması nedeniyle 6 yarıyıda uygulanması öngörülmüştür.

2.3.2.6. Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı

Yüksekokul bünyesinde Tekstil, Giyim, Ayakkabı ve Deri Bölümü Başkanlığına bağlı olarak 23/09/2009 tarihinde Ayakkabı Tasarım ve Üretimi

Programı açılmıştır. Ayakkabıcılık mesleği bölgede yüzyıllık geçmişe sahip olmasına rağmen tasarım ve üretim üzerine çalışabilecek nitelikli ara eleman sıkıntısı çekilmektedir. Bölümde bilgisayar programı kullanarak ayakkabı tasarımı yapabilen, teknolojiyi etkili kullanabilen ve yaptığı tasarımın imalatını yapabilen nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Program kadrosunda bir adet öğretim görevlisi bulunmaktadır. Henüz öğrenci alımı yapılmamıştır (MKU, 2012).

Ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik eğitim veren ön lisans programlarının hepsinin genel hedeflerinin benzer olmasına karşın uygulanan programlarda farklılık olduğu görülmektedir. Bazı programlarda tasarıma bazı programlarda üretime yönelik dersler ağırlık kazanmaktadır. Örneğin Özel İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu BİL MYO.' da uygulanan programda tasarım ağırlıklı dersler yoğunlukta, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gerede MYO' da uygulanan programda ise üretim ağırlıklı dersler yoğunlukta.

Gaziantep üniversitesi ön lisans programını 6 yarıyıda, diğer üniversiteler 4 yarıyıda tamamlamaktadır. Tüm programlarda Türk Dili, yabancı dil ve Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi dersleri ortak olarak yer almaktadır. Dersler genel başlıklar altında Genel kültür, tasarım, üretim, yönetim olarak toplanabilir. Tüm programlarda İşyerinde yapılan uygulamalar zorunludur.

2.3.3. Lisans Düzeyinde Ayakkabı Eğitim Programları

Türkiye'de ayakkabı eğitimi veren lisans programı yoktur. Selçuk Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü Lisans Programı 2011 Yılında YÖK tarafından kabul edilmiştir. Ancak program ihtiyaç analizi çalışması yapılmadan ve program geliştirme süreçleri tamamlanmadan hazırlanmıştır. Yurt dışındaki benzer programlardan yararlanarak ayakkabı uzmanları, ayakkabı üreticileri, Konya Ayakkabıcılar Odası ve derneği temsilcileri, Selçuk Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi öğretim elemanları ve bir program geliştirme uzmanının da yer aldığı bir ekip tarafından hazırlanan bu program gerekli fiziksel, akademik ve teknolojik şartları sağlayamadığı için öğrenci alımı yapamamıştır.

Doğrudan ayakkabı eğitimi vermemekle birlikte programları içinde ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik dersleri olan çeşitli üniversiteler vardır. Dokuz Eylül Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü, Moda Aksesuarları Tasarımı Ana Sanat Dalı, moda deri ve takı ürünlerinin fonksiyonel ve estetik tasarımını ve üretimini kapsamaktadır. Ayakkabılar, çantalar, kemer, güneş gözlükleri ve saatler gibi deri ve metal dersleri ve kavramsal projeler programda yer almaktadır. Öğrencilere temel kuyumculuk ve deri ürün üretim tekniklerini ve hem de kendi tasarımlarını yaratmak üzere malzemeleri öğretilmektedir. El ile çizim, üç boyutlu çizim, bilgisayarlı tasarım-3D Studio Max, Rhinoceros vd. program kapsamında mevcuttur. Teknik çizim I,II, moda aksesuar tasarımı I, II, III, CAD Aksesuar tasarımı, üç boyutlu modelleme, takı tasarımı, kuyumculuk teknikleri, moda grafiği, aksesuar tarihi, takı tarihi, deri işleme teknikleri, ayakkabı yapım teknikleri, koleksiyon hazırlama, prezentasyon derslerden bazılarıdır (DEU, 2012).

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü; Dokuma Tasarımı, Baskı Tasarımı ve Giysi Tasarımı sanat dallarından oluşmaktadır. Programın hedefi tekstil, hazır giyim ve moda sektörüne çağdaş, yaratıcı ve özgün tasarımlar üretebilen, modayı oluşturabilecek öncü fikirleri değerlendirebilen, malzemeyi ve üretim tekniklerini bilen tasarımcılar yetiştirmektir. Eğitim programları; öğrencilerin kişisel özelliklerini ve yeteneklerini geliştirebilmelerini, biçim, renk, malzeme, yapı, işlev ilişkilerini kurarak kişiliklerine uygun sentezlerle yaratıcı ve özgün öneriler sunabilmelerini amaçlayan bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Giysi tasarımı sanat dalı programında ayakkabı tasarımı dersi 3 kredilik seçmeli bir ders olarak yer almaktadır. Öğrenciler bu dersi 3. ya da 4. sınıfta seçebilmektedir. Dersin içeriğinde ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin bilgi ve beceriler kazandırılmasının yanı sıra ayakkabı malzemeleri bilgisi de verilmektedir. Ders öğrencinin tasarladığı, modellediği, stompasını çıkardığı ve portfolyo olarak sunduğu bir bitirme projesi ile sonuçlandırılmaktadır. Öğrencilerin tasarladıkları ayakkabının prototipini ürettiği dönemler olmuştur (N. Çelik ile kişisel görüşme, 12 Mayıs, 2012).

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü (EÜTB) 1993 yılında, teknolojik altyapı, yönetim becerileri, yaratıcılık ve girişimcilik açısından güçlü tasarımcılara duyulan gereksinimi karşılamak amacıyla

kurulmuştur. Türk endüstrisinin ağırlıklı olarak yer aldığı İstanbul'da lisans düzeyinde İngilizce, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde İngilizce ve Türkçe olarak tasarım eğitimi vermektedir. Öğrenciler öğrenim süreleri boyunca 8 adet proje yapmaktadırlar. Bugüne kadar birkaç projede ayakkabı teması işlenmiştir. Ayakkabı tasarımına ilişkin bir ders program bünyesinde bulunmamaktadır (D. Leblebici ile kişisel görüşme, 17.08.2012). İTÜ'de ayakkabı tasarımı bölümünün kurulması çalışmaları devam etmektedir.

Dünyada ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin lisans programlarının 100 yılın üzerinde bir geçmişe sahip olmasına karşın Türkiye'de henüz lisans programının işlevsel olmaması Türk ayakkabı sektörünün gelişimi açısından büyük bir zaman kaybıdır. Güçlü lisans programları olan ülkelerde hem sektörün güçlü olduğu hem de bu ülkelerin pek çok uluslararası markaya sahip olduğu görülmektedir. Bu ülkelerde iş gücünün niteliğinin artması ve ürün kalitesinin yükselmesi tesadüf değildir. Lisans programları bilimsel ve teknolojik gelişmelere zemin hazırlayarak imkân sağlarlar. Ancak lisans programları bireyin, toplumun, sektörün ve konu alanının ihtiyaçları dikkate alınarak geliştirildiğinde üst düzeyde fayda sağlanabilir.

Eğitimin verimliliğini sağlanması pek çok faktörün birlikte iş görsüne bağlıdır. Öncelikle bireylere kazandırılması istenen davranışlar gerçekçi bir biçimde tespit edilmeli, hedeflenen değişimin gerçekleşmesi için en uygun eğitim ortamı hazırlanmalı, süreçte öğrencinin ihtiyaç duyacağı rehberlik sistematik biçimde yapılmalı, istenen davranış değişikliklerinin hangi düzeylerde gerçekleştiğinin güvenilir biçimde değerlendirilmelidir (Çeliköz, 2004).

Ancak ayrıntılı bir planlama yapıldığında ve yapılan plan etkili bir şekilde uygulanabildiğinde istenilen sonuca ulaşılabilir. Ayakkabı sektörü pek çok potansiyel fırsatları bünyesinde barındırırken pek çok sorunla da karşı karşıyadır. Sektörün güçlenmesinin, problemlerini bilimsel kurallara dayalı olarak işbirliği içinde çözmesinin yanı sıra Türkiye'de nitelikli iş gücünün geliştirilmesinde eğitimin, özellikle mesleki eğitimin rolü yadsınamaz. Ülke kalkınmasında çok büyük bir görevi olmasına karşın Türkiye'de mesleki eğitimden beklenen yararlar sağlanamamaktadır. Bunun sebeplerinden biri sektörden kopuk yapılanmış olmasıdır. Mesleki eğitimde yapılacak program geliştirme çalışmaları ülke ekonomisi, insan

kaynakları, nitelikli iş gücü ve istihdam alanlarında önemli katkılar sağlayacaktır. Ayakkabı sektörü her aşamada nitelikli iş gücüne ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyaç sadece elemanla sınırlı değildir. Sektörün markalaşmaya, uluslararası pazarlarda söz sahibi olmaya, dünya standartlarında kaliteli üretime bilimsel ve sanatsal altyapısının güçlendirilerek sağlam altyapı oluşturmaya ihtiyacı vardır. Mesleki eğitimin çok yönlü ihtiyaçlara cevap vereceği beklentisinden hareketle ayakkabı tasarımı ve üretimi alanında yapılacak program geliştirme çalışmalarında eğitim ihtiyacının belirlenmesi süreci büyük önem taşımaktadır.

2.4. Eğitimde Program Geliştirme Süreci

Uygulamalı bir bilim alanı olan eğitimde istenilen sonuçlara ulaşmanın en etkili yollarından birisi, bilim ve teknolojiye meydana gelen değişme ve gelişmelere paralel olarak eğitim programlarının da sürekli olarak geliştirilmesi sağlamaktır (Erişen,1998a). Program geliştirme, eğitim programının hedef, içerik, öğrenme-öğretme süreci ve değerlendirme öğeleri arasındaki dinamik ilişkiler bütünü olarak tanımlanmakta (Demirel, 2008) ve belirlenen her yeni ihtiyacın karşılanması, mevcut uygulamaların yetersiz kaldığı noktaların belirlenerek yeni seçeneklerin ortaya konabilmesi amacıyla yapılmaktadır. Program geliştirme pek çok disiplinin birlikte işe koşulduğu hareketli, canlı ve dinamik bir süreçtir. Bu süreç eğitim programlarının tasarlanması uygulanması, değerlendirmesi ve değerlendirme sonucunda elde edilen veriler sonucunda yeniden düzenlenmesini gerektirir.

Program geliştirme faaliyetleri, ya ortaya çıkan yeni bir ihtiyacı karşılamak ya da mevcut uygulamaların yetersiz görülmesi ve yeni bir seçenek sunulması amacıyla yürütülür (Erişen,1998a). Bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarına bağlı olarak geliştirilen eğitim programlarında bilim, sanat, teknoloji, küreselleşme ve insan hakları, hukuk, bilişim gibi dünyadaki tüm gelişmeler dikkate alınarak sürekli değişiklikler yapılır.

En genel anlamıyla Program geliştirme eğitim programlarının tasarlanması, uygulanması, değerlendirilmesi ve değerlendirme sonucu elde edilen veriler doğrultusunda yeniden geliştirilmesi sürecidir (Sünbül, 2007). Türkiye’de program geliştirmenin öncülerinden biri olan Varış (1981) program geliştirmeyi Eğitimin

amaçlarını etkinlikle gerçekleştirmek üzere düzenlenen içerik ve etkinliklerin uygun yöntem ve tekniklerle geliştirilmesine yönelik eşgüdümlü çabaların tümü olarak tanımlamaktadır.

Program geliştirme taslak ya da kılavuz olarak hazırlanan programın uygulamada ve uygulama sonunda sürekli değerlendirme ve araştırma faaliyetleri ile daha etkili duruma getirilmesi işidir (Fidan,1982).

Program geliştirmede üzerinde önemle durulması gereken ve kaçınılmaz olan ana unsurları Ertürk (1998: 30-35) şu şekilde sıralamaktadır:

- Öğrencide geliştirilecek davranışların önceden kararlaştırılması ve sıraya konması,
- Bu davranışları geliştirici öğrenme yaşantılarını gerçekleştirecek eğitim durumlarının diğer bir deyişle öğrenme yaşantılarının istendik ve beklendik davranışları geliştirmedeki etkililik derecesinin araştırılması yani değerlendirme,
- Bu işlerin yapılmasındaki uygunluk derecesinin sürekli olarak kontrolünün sağlanması

Gagne, Glaser, Stolurow ve Mager gibi eğitim psikologları program geliştirmede hedeflerin belirlenmesi, yaşantıların seçilip aşamalar düzeni içinde yerleştirilmesi ve programın değerlendirilmesi sırasında ağırlığın sonuca değil, belirli sonucu doğuran sebeplerin incelenmesine verilmesi gerektiğine inanmaktadır. Neden ve niçinler bu görüşte değer kazanmaktadır. Burada program her basamakta önceden hazırlanmış bulunan ölçütlere uygunluğu yönünden değerlendirilmektedir (Bilen, 1996).

Eğitim faaliyetleri sonunda hedeflenen sonuçların gerçekleşebilmesi tutarlı ve ayrıntılı bir planlamanın yapılmasını ve bu planın etkili biçimde uygulanması program geliştirmenin konusudur. Programların aksaklık ve eksiklikleri belirlenip, değişme ve gelişmelere göre yeniden düzenlendikçe, eğitimin niteliğinin de artması beklenir (Erişen, 1998a).

2.4.1. Eğitim Programlarının Geliştirilmesinde Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi Süreci

Programların geliştirilme amacı, çağın gerektirdiği insan niteliklerinin tanımlanmasıdır. Bu nitelikler bir çerçeve içinde düzenlenir ve sistemli hale getirilir. Programlar, nitelik olarak daha iyi olacak şekilde geliştirilir ve bu gelişmeye paralel olarak eğitimin niteliğinin de artması beklenir. Eğitimde program geliştirmenin temelinde sosyo-kültürel ve bilimsel- teknolojik dinamizmin, her geçen gün daha nitelikli insan gücü gerektirmesi yatmaktadır (Varış, 1981). Türkiye’de geliştirilen programlara genel olarak bakıldığında, program geliştirme çalışmalarının hemen hepsinde plânlama, uygulama, değerlendirme aşamalarının her birinde veya bütününde birtakım eksikliklerin olduğu görülmektedir. Ayrıntılı bir ihtiyaç analizinin yeterli düzeyde yapılmaması planlama aşamasında yapılan en büyük eksikliklerdir. Bu bağlamda, yeni bir programın geliştirilmesi aşamasında; önceki programlarda var olan eksiklikler ile uygulamada olan programlarda aksayan yönlerin neler olduğunun tespiti yapılmamıştır. Ayrıca mevcut program üzerinde hangi yeniliklerin yapılması gerektiği ve hangi düzenlemelere ve yeniliklere ihtiyaç duyduğu geliştirilecek programın hangi eğitim felsefesi ile temellendirildiği gibi nitelikler ortaya konulamamıştır. Bu duruma yurt dışında geliştirilen programların ülkenin şartları dikkate alınmadan 1960’lı yıllarda Türkiye’de uygulamaya konması önemli bir örnek olarak verilebilir. Modern programların Türkiye’de başarıya ulaşmaması sebepleri arasında ülkenin mevcut koşulları, ihtiyaçları, okulların fiziksel ve akademik yapılarının belirlenmeden uygulamaya geçirilmesi sayılabilir. Oysa yeni bir program geliştirilmesinin ilk aşamasında programa bir ihtiyacın ortaya çıkması ve bu ihtiyacın geliştirilen programla karşılanabilmesi için de gerçek ihtiyaçların ve mevcut durumun ne olduğunun ayrıntılı olarak belirlenmesi gerekir. Yeni programların plânlanması aşamasında, belirlenen ihtiyaçların ve mevcut şartların dikkate alınması daha gerçekçi olacak ve daha verimli sonuçlar elde edilecektir (Ünal Çoştur ve Karataş, 2004).

Program geliştirme modelleri incelendiğinde hedefler belirlenmeden önce yapılan çalışmalar ihtiyaçların belirlenmesine yöneliktir. Taba’nın yedi aşamalı program geliştirme modeli örnek olarak incelendiğinde ilk basamağın ‘‘ihtiyaçların

belirlenmesi’’ aşaması olduğu görülecektir. Bu aşamada Taba, programın hazırlandığı kitleye yönelik ihtiyaç belirleme çalışmalarının gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir (Ornstein & Hunkins, 1988).

Birey toplum ve konu alanlarının incelenmesiyle geliştirilecek programların süreçlerinin şekilleneceği tüm program geliştirme uzmanlarının dikkat çektiği bir konudur. Birey toplum ve konu alanının ihtiyaçları tüm programların hedefleri, içeriği, yöntemleri ve değerlendirme aşamalarına kaynaklık ederler. Toplumun ihtiyaçları göz ardı edildiğinde programlar toplumsal ihtiyaçlara cevap veremez. Aynı şekilde bireyin ihtiyaçları gözlemlenmediğinde programlardan bireyler fayda sağlayamazlar. Konu alanlarının teknolojik gelişmeler dikkate alındığında sürekli yenilenen dinamik yapılar olduğu dikkate alınmadan ve ihtiyaçları gözlemlenmeden program geliştirme çalışmaları yapılırsa bu programlar gerçeği yansıtmayacağı için uygulamada da başarı sağlayamazlar. Bu nedenle ihtiyaç belirleme program geliştirmenin ilk basamağı olmasının ötesinde tüm süreci yönlendiren kilit rolü de üstlenmektedir.

2.4.1.1. Eğitim İhtiyacı Belirleme İle İlgili Kavramlar

Eğitim ihtiyacı en genel anlamı ile işin gerektirdiği yeterlikler ile bireyin mevcut yeterlikleri arasındaki fark olarak tanımlanabilir.

İhtiyaç ilk olarak Ralph Tyler (1949) tarafından istenilen bir şekil ya da standart ile gerçek durum arasındaki boşluk olarak tanımlanmıştır. İhtiyaç bazen ‘gerekli olduğu düşünülen şeyi isteme veya arzulama’ veya ‘şimdiki (mevcut durum) ve istenilen sonuçlar arasındaki boşluk ya da uyumsuzluk’ olarak tanımlanmasına rağmen, Kauffman (1999) ihtiyacın bir isim olarak tanımlanması gerektiğinde ısrar etmektedir. İhtiyaçlar, bireyin veya organizasyonun ihtiyaçları karşılaştırmak için tercih edilmiş çözüm olan isteklerden ayrılmaktadır (Lubke, 2001) ihtiyaç, insanın çevresiyle uyumlu bir ilişki kurabilmesi için gereken önemli koşulların eksikliğidir.

En basit anlamında ihtiyaç analizi bir formül olarak sunulabilir: İstenilen şey eksi olan şey ihtiyaca eşittir. Mevcut durum ile olması gereken durum arasındaki farklılık ihtiyaçtır.

Olması gereken –var olan = Fark

Olması gereken: Performans hedeflerinden, bu hedefleri ölçmek için kullanılan işlemsel göstergelerden, ve bu amaçları elde etmek için gerekli performansın detaylı tanımlamasından oluşan istenilen bir durumdur (Robinson&Robinson,1996, Akt, Lubke, 2001).

Hükümet ya da kar amacı gütmeyen kuruluşlarda ihtiyaç, halka hizmetin artırılması ile ilgili olmakta iken özel sektörün içerisinde ihtiyaç çoğunlukla kazançları artırma ile ilgili olmaktadır. Yeni teknolojilerin, kuralların, müşteri taleplerinin tanıtılması ile yeni ihtiyaçlar oluşturulabilir. İş ihtiyaçları problemlerden veya fırsatlardan doğabilir (Robinson & Robinson,1996, Akt, Lubke, 2001).

Var olan: Bireyin, grubun ya da organizasyonun mevcut performans düzeyleri ile ilgilidir. Olması gereken fırsat ve istenilen performans ile ilgilidir. Eşitlikteki farklılık olan boşluk olan şey ile olması gereken şey arasındaki alandır. Bu alan mevcut performans güçlerinin ve istenilen performans eksikliklerinin karşılaştırması, Boşluk ihtiyaç olarak da anılmaktadır.

İhtiyacın nasıl tanımlandığı hedeflerin nasıl seçildiğini belirlemede çok önemlidir. Bir ihtiyaç analizi planlarken düşünülmesi gerekenler Burton ve Merrill tarafından beş ihtiyaç çeşidi olarak tanımlanmıştır:

1) *Normal ihtiyaç:* (NormativeNeeds) Norm, anlam olarak genel kabul görmüş kural ve davranışlar olarak tanımlanabilir. Hedef kitlenin ihtiyacının ulusal bir standartla karşılaştırılmasıyla belirlenir (Akkoyunlu, Altun, Soylu, ,2008, Lubke, 2001) Hedef kitlenin performansı, var olan normdan daha düşük olduğunda normatif ihtiyaç bulunmaktadır.

Örnek olarak ALES gibi ya da Milli Eğitim Bakanlığı tarafından ilköğretim öğrencileri için yapılan seviye tespit sınavları gibi ulusal başarı test normlarını kapsamaktadır. Hedef kitlenin performansı, var olan normdan daha düşük olduğunda normatif ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır (Orhan, Tarihsiz).

2) *Hissedilen ihtiyaç*: İnsanların problem çözmek için ihtiyaç duyduklarını düşündükleri şey olarak ifade edilebilir. Bu tür ihtiyaçlar kişisel ihtiyaç olarak değerlendirilebilir. Yani hissedilen ihtiyaçlar, kişide var olan beceri düzeyi ya da başarı ile kişiden beklenen beceri düzeyi ya da başarı arasındaki farktır. Örnek olarak sınavdan düşük alan bir öğrencinin hangi konulara çalışması gerektiğini tespit etmesi kişinin hissettiği bir ihtiyaçtır (Akkoyunlu vd. 2008, Lubke, 2001).

3) *İfade edilen veya talep ihtiyacı*: Yönetim, çalışanların daha etkili ve verimli çalışması için belli gelişmeye ihtiyaç duyulduğunu belirlediğinde bir başka deyişle yöneticilerin elemanlarının niteliklerinin yükseltilmesine ihtiyaç hissettiğinde ortaya çıkan ihtiyaçtır. Bu bir okulda öğrenci başarısı ile, bir fabrikada işçilerin verimliliği ile bir eğitim programının etkililiği ile ilgili olabilir.

İfade edilen ihtiyaca örnek olarak bir kursa kaydolun ve dersin açılmasını bekleyen öğrenciler verilebilir. Bu öğrenciler bir ihtiyaçlarını belirlemiş ve kursa kaydolmuşlardır (Orhan, Tarihsiz).

4) *Karşılaştırmalı ihtiyaç*: Bir organizasyondaki bir bölüm aynı görevleri gerçekleştiren diğer bölümlerden daha düşük seviyede görev yaparken ve bu bazı insanların diğerlerinin sahip olmadığı özel bir özelliğe sahip olduklarını gösterir. Yani aynı pozisyondaki iki kişiden birinin diğerine göre daha verimli, etkili ya da başarılı olduğu görüldüğünde yapılan kıyaslama sonucu ortaya çıkan ihtiyaçtır. Ders çalışma yöntemleri açısından öğrenci ile diğer bir öğrenciyi, etkili öğretim yöntemi açısından iki öğretmeni ya da aynı görevi üstlenen iki işçi ile ilgili olabileceği gibi pek çok alanla ilgili olarak gözlemek mümkündür.

5) *Beklenen veya gelecek ihtiyaçları*: Maksimum performansı elde etmek için bir kurumun bölümü için kaynaklar yansıtıldığında; yansıtılmış istekler (Lubke, 2001: 14). Bir başka deyişle gelecekte ortaya çıkması muhtemel ihtiyaçlarla, yani gelecekte oluşabilecek değişikliklerin belirlenmesi ile ilgilidir. Teknolojik gelişmelerin gelecekte pek çok kurumun çeşitli değişiklikler yapmasını gerektirebilecek olması bu ihtiyaç türüne örnek olarak verilebilir.

İhtiyaç, belirlenmesinden değerlendirmesine kadar bir süreç olarak ele alınabilir. Bu süreçte öncelikle birey ihtiyaçlarını belirlemeli ve analizini yapmalıdır.

Bunun için ihtiyaç türlerinin ve veri kaynaklarının neler olduğunun bilinmesi gerekir (Burton, & Merrill,1991).

Bunların dışında çeşitli kaynaklarda acil ihtiyaçlardan söz edilmektedir. Acil ihtiyaçlar Mager (1984) tarafından nadiren oluşan fakat önemli sonuçları olan başarısızlıklar olarak tanımlanmaktadır (Akt: Orhan, Tarihsiz). Çeşitli kazalar ve doğal afetler sonucu ortaya çıkan planlama, eğitim, önlem alma gibi ihtiyaçlar örnek verilebilir.

2.4.1.2. İhtiyaç Belirlemenin Önemi

Yaklaşık 50 yıldır dünyada kamu ve özel sektör kuruluşları sahip oldukları problemleri tanımlamak ve gelişimleri için engel olan bu durumlar için geliştirici çözümler tasarlamak için değişik yaklaşımlar denemektedirler (Lubke, 2001). Bu yaklaşımlar süreci bireyin, toplumun ve üzerinde çalışılan alanın ihtiyaçlarının bilinmesi gereğine yönlendirmiştir.

İhtiyaç analizi süreci herhangi bir ortamda mevcut basit ve karmaşık problemleri tanımlamak ve eğitimin uygun bir cevap olup olmadığını belirlemek için yapılan bir seri aktivitedir. İhtiyaç analizi etkili değişimi cesaretlendirmek için uygulanan bir dizi adımın genellikle ilkidir. Esas olarak mevcut ve ulaşılmak istenen durum ile bireysel performans arasındaki boşlukları belirlemektir (Geri,1998). Her alanda ulaşılmaması gereken bir ideal durum olduğu varsayımından hareketle mevcut durumun ortaya konarak her iki durum arasındaki farkı bulmayı amaçlayan İhtiyaç belirleme süreci program geliştirme çalışmasının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Programın hazırlanması için bir program ihtiyacının ortaya çıkması ve bu ihtiyacın en iyi şekilde karşılanması içinde gerçek ihtiyacın ne olduğunun belirlenmesi gereklidir. Yapılacak eğitim etkinliklerinin programlanması için gerekli bilgileri elde etmede ihtiyacın belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. İhtiyaç belirleme çalışmaları, program hedeflerinin gerçek ihtiyaçları karşılayıp karşılayamadığını, program hedeflerinin yerinde olup olmadığını da ortaya koymada etkilidir (Demirel, 2008). İhtiyaçları belirleme, performansın iyileştirilmesi ve

istenilen başarılı sonuçlara ulaşmayı sağlamada alınacak kararların kalitesini artırmaya da yardımcı olmaktadır (Watkins, Meiers, Visser, 2012).Tüm bu yönler dikkate alındığında program geliştirme sürecinin etkili ve önemli olan ihtiyaç belirleme süreci hem kişisel hem de toplumsal performansın iyileştirilmesinde de kritik bir rol üstlenmektedir.

İhtiyaç analizi terimi yaklaşım ve model süreçleri ile ilgili olarak birkaç şekilde tanımlanabilir. Fark analizi, ihtiyaç analizi performans analizi ihtiyaç değerlendirme ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Bu ifadelerin ihtiyaç değerlendirmenin araçları olarak tanımlanması daha sık kullanılmaktadır ve daha doğrudur (Watkins vd. 2012).

İhtiyaç analizi alanında çalışan uzmanlardan bazıları ihtiyaç değerlendirmesini ihtiyaç analizinden ayırmıştır, ihtiyaç analizi birkaç bütünü oluşturan parçaları inceleyerek çözüm gerekliliklerini belirlerken ihtiyaç değerlendirmesi ihtiyaçların öncelik sırasını belirlemekte ve tanımlamaktadır (Lubke, 2001).

Bir ihtiyaç analizi çoğu kez iyi hedeflenmiş eğitime olan ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır. Fakat bir kurumun amaçları ve onun asıl performansının arasındaki belli boşluğu kapatmak için eğitim her zaman en iyi yol olmayabilir. Farklı çözümler gerekebilir. Analizi yapanlar problemi net olarak ortaya koymalı, muhtemel çözümlere bakmalı ve en iyi çözüme karar vermeden önce bulgularını rapor etmeleri gerekmektedir (Geri, 1998).

Düzgün yapıldığında bir ihtiyaç analizi organizasyon için akıllıca bir yatırımdır. Doğru problemler üzerinde çalışıldığında zaman, emek ve maddi kaynaklardan önemli ölçüde tasarruf sağlanır. İhtiyaç analizlerine gereken önemi vermeyen organizasyonlar maliyetli yanlışlar yapmaktadırlar. Farklı bir yöntemin sonuca ulaşmada daha etkili olması söz konusuysen bu çözümü görmekten mahrum kalıp mevcut yöntemleri sürdürmektedirler. İyi yapılmış bir analiz en etkili çözümlere ulaştırır bilgiyi sağlamaktadır (Geri, 1998).

Bir ihtiyaç analizi yapmak özel bilgi toplama tekniklerine dayalı ve sistematik bir süreci ifade etmektedir. İhtiyaç analizi, diğerinin şekillenmesine yardım edip etkileyen bir aşamanın bulguları ile kademeli ilerlemektedir. Bu süreci uygulamanın kolay bir formülü yoktur. Her bir özel durum gözleme, inceleme, analiz etme ve

çıkarmayı yapmanın kendi karışımını gerektirir. Birçok yönden ihtiyaç analizi dedektif işi gibidir. Her yolun izini sürülmekte, her parça bilgi kontrol edilmekte ve bir sonuç çıkarmadan önce her alternatifi incelenmektedir. Ondan sonra ancak problem çözmek için sağlam bir stratejinin temellendirileceği bir kanıtla sahip olduğundan emin olunabilmektedir (Geri, 1998).

Toplumun ihtiyaçları ile bireyin ihtiyaçları ve özelliklerini göz önünde bulunduran bir program anlayışında genç kuşakların başarıya dayalı bir fırsat eşitliğinden yararlanması ile en uygun statü ve rollere hazırlanmaları esastır. Çağdaş eğitim, programların çocukları ve gençleri belli statü ve rollere hazırlama yanında bu rolleri yapıcı ve yaratıcı bir yaklaşımla uygulamaları üzerinde durmaktadır (Varış, 1981). İhtiyaç analizi, üç konudan herhangi biri ile ilgili bilgi toplamak ve belgelendirmek için alan uzmanları, eğitimciler, programcılar tarafından yapılır.

- Performans problemleri
- Yeni bir sistem, görev veya teknolojinin beklenen tanıtımı
- Organizasyonun algılanmış bir fırsattan yararlanma arzusu

Her üç koşulda da başlangıç noktası değişim yapma arzusudur. Bu nedenle değişimi yaşayacak insanların bunu nasıl algıladıkları bilinmelidir. İhtiyaç analizi yapıldığında değişime ve eğitime karşı direnç azalmaktadır (Geri, 1998).

Nitelikli bir eğitim programının nitelikli insan yetiştirmenin önemli bir koşulu olduğu tüm eğitimciler tarafından kabul edilen bir gerçek olduğu tüm kaynaklardaki ortak görüştür. Nitelikli bir eğitim programı ise ancak program geliştirmenin aşamaları dikkatli ve özenli olarak gerçekleştirildiğinde ancak oluşabilmektedir. Bu sürecin ilk aşaması ise ihtiyaçların doğru tespit edilmesidir. Eğitim ihtiyacının doğru olarak belirlenmesi bir dizi sorunun çözülmesinde etkili bir rol oynaması kadar toplumların gelişmesinde temel kaynağı oluşturan insanın yeterliklerinin belirlenmesi ve geliştirilmesi yoluyla toplum kalkınmasında da önem taşıyacaktır.

2.4.1.3. İhtiyaç Analizi Türleri

İhtiyaç analizinin amacı neden, kim, nasıl, ne ve ne zaman gibi soruları yanıtlamaktır. Bu nedenle ihtiyaç analizini yaparken doğru analiz türünü tespit etmekte büyük önem taşımaktadır.

1- İhtiyaç -İstek analizi ve elverişlilik analizi: Neden? Bu eğitim neden verilmelidir?

2- Hedef kitle analizi: Kim? “eğitim kimleri ilgilendiriyor?”

3- Performans analizi: Nasıl? “performans yetersizliği nasıl giderilebilir?”

4- Hedef analizi: Ne?

5- İçerik analizi: Ne zaman? ile cevaplanabilir

Tablo 2.26: Doğru İhtiyaç Analizi Türünü Belirleme

İhtiyaç Analizi Türü	Analizin Cevapladığı Soru
Performans Analizi ya da Fark Analizi	Sorun bir beceri eksikliği mi? Bu eksikliğe nasıl hitap edilir? Eğitim bu eksikliği gidermek için uygun yol mudur?
Elverişlilik analizi	Bu eğitim neden verilmelidir? Eğitimin sağlayacağı fayda eksikliğin neden olduğu zarardan daha büyük müdür?
İhtiyaç- İstek analizi	Bu eğitim neden verilmelidir? Eksiklik bir işletme ihtiyacına mı bağlı?
Hedef analizi	Karmaşık/belirsiz/Muğlak bir isteğin ardındaki belirli davranıştaki iyileşme nedir?
İş/Meslek/Görev analizi	Bu görevi yerine getirmenin en iyi ve en doğru yolu nedir? Bu hizmet ve görev öğretiler parçalara nasıl ayrılabilir?
Hedef kitle analizi	Bu eğitimin hedef aldığı kişiler kim? Hedef kitle hakkında bu eğitimi tasarlamaya ve özelleştirmeye yardımcı olacak neler biliniyor? Eğitimin başka kimlere faydası dokunur?
İçerik analizi	Eğitim ne zaman sunulacak? Eğitimin başarıyla verilmesi için başka neler gerekmektedir?

Kaynak: Barbazette, 2006.

2.4.1.4. İhtiyaç Analizinde Yaklaşımlar

İhtiyaçların analiz edilmesinde çeşitli yaklaşımlardan yararlanılmaktadır. Bunlar:

Farklar Yaklaşımı: Bu yaklaşım gözlenen başarı düzeyi ile beklenen başarı düzeyi arasındaki farkı ortaya çıkarır. Bu yaklaşıma göre ihtiyaç, beklenen davranış düzeyi ile var olan/gerçek davranışlar arasındaki farkın belirlenmesi ile ortaya çıkar. Bu farkın ne olduğunun belirlenmesi mevcut bir problemin varlığını, yokluğunu ve problemin boyutlarının da ortaya çıkmasına imkân verir (Doğan, 2009). Farkın boyutunun belirlenmesi, ihtiyacın ne olduğunun yanı sıra şiddeti ve miktarının da ne kadar olduğunun ve ne kadar tanımlanması gerektiğini gösterir. Yani, fark ne kadar çoksa, ihtiyaç o kadar fazla ve şiddetli demektir. Beklenen, yani olması istenen durum ideal normlar ve standartlardır. Bu yaklaşımla normlar ve standartlarla mevcut durum arasındaki farkın ortaya çıkarılması ile tanımlanan ihtiyaçtan doğan problemin ortadan kaldırılması yolları aranır. Okul ortamı ve eğitim birimleri genellikle bu yöntemle ihtiyaç değerlendirmesi yoluna gider. Bireyin sahip olduğu yeterlikler ile biyolojik, psikolojik, sosyolojik olarak ihtiyaç hissettiği yeterlikler arasındaki farkı bir başka deyişle olması gereken ile var olan arasındaki farkı belirlemeye yarar. Bu yaklaşımla problemler belirlenir ve uygun çözüm yolları aranır. Bu durum gözlenen ile beklenen durum arasındaki fark olarak ifade edilebilir (Demirel, 2008). Bir çalışma grubunda yapılan işin gerektirdiği ideal norm, standart veya bulunması istenen nitelikler belirlenerek o çalışma grubunun bu özelliklere sahip olup olmadığını gösterebilecek bir testten geçirilmesi sonucunda aradaki farkın ortaya konması amacıyla yapılacak bir uygulama bu yaklaşıma örnek olarak verilebilir.

Demokratik Yaklaşım: Toplumlarda zaman içinde çeşitli şartlara bağlı olarak yaşanan değişim, sanayi toplumlarını yaratmış ve bu toplumlarda bireyin yalnız başına etkin olamaması nedeniyle ekonomik, siyasal, mesleki ve dinsel ve eğitsel nitelikte birtakım güçlü grupların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Toplumsal güçler de denilen bu gruplar yoluyla üyelerin yararları savunulmakta, iktidarlar denetlenmekte, kamuoyu oluşturulmaktadır. Bu insan grupları işbirliği içinde hareket ettiğinde ya da görüş bildirdiğinde diğer halk gruplarının eylem ve düşüncelerini ya da hükümetin eylemlerini etkileyebilmektedir.

Toplumda birbirini etkileyen genellikle organize olmuş beşerî güçleri Ottavuay, “Bir toplumsal güç, bir toplumun birtakım üyelerince toplumsal eylemi ya da toplumsal değişmeyi gerçekleştirme çabasıdır” şeklinde tanımlamaktadır. Örneğin bir iş adamları birliği, sendika, siyasi parti, dinsel bir kuruluş, dernek, federasyon, vakıflar, odalar ve çeşitli sivil toplum kuruluşlarından oluşan bu gruplar eğitimi de etkileyebilmektedir. Bu gruplar baskı grupları olarak tanımlanabilirler. Baskı grupları Türkiye’de özellikle özel eğitime muhtaç çocukların eğitilmesi, kadın eğitimi, kimsesiz çocukların eğitimi, okul öncesi eğitimi düşüncesi ve uygulaması gibi alanlarda eğitime katkıda bulunmuşlardır. Son yıllarda işçilerden oluşan gruplar yurt dışındaki işçi çocuklarının eğitimi konusuna da yönelmişler ve bu konuya ilgiyi arttırmışlardır. Baskı grupları Türkiye’nin eğitim politikasına sınırlı da olsa katkıda bulunmuş, kamuoyu oluşturmuşlardır. İngiliz eğitim sosyologlarından Ottaivay demokratik bir ortamda böyle kuruluşlardan eğitim alanında yararlanmanın mümkün olduğunu ifade ederken baskı gruplarının eğitimi etkileyerek toplumsal değişmedeki rollerine örnek olarak İngiltere’deki çok amaçlı okullar düşünce ve uygulamasını, her türlü teknik eğitimin gelişmesini ve okullarda dinsel eğitimin sağlanmasını göstermektedir (Tezcan,1985).

Demokrasinin gelişmesi, yayılması da eğitim sürecini etkilemektedir. Demokratik yaklaşım bu baskı gruplarının istek ve ihtiyaçlarını baz almaktadır (Demirel,2008). Bu yaklaşımda sonuçlardan etkilenecek olan öğretmen, öğrenci, okul müdürü, veli, müfettiş gibi çok sayıda insan grubu ihtiyaç belirleme sürecinin içinde yer almaktadır. Başta öğretmenler olmak üzere, ilgili olan herkes ihtiyaç belirleme çalışmasına planlamadan başlayarak, çalışmanın sonuçlarının alınmasına kadar bütün aşamalarına katılabilmektedirler (Erişen, 1997).

Analitik Yaklaşım: Zaman, teknoloji, küreselleşme, ülkelerin birleşme çalışmaları gibi pek çok etken ulusal ve uluslararası koşulları değiştirmektedir. Bu değişim toplumun her kesimini her alanda etkilemekte hem bireylerin hem de toplumların eğilimlerini yönlendirmektedir. Geçmişte hiç bilinmeyen bir alan hızla önem kazanabilmekte ve gündemde yer alabilmektedir.

Analitik yaklaşım bu değişikliklerin ön görülmesi ve dikkate alınarak ihtiyaç belirlemeyi esas alır. Bu yaklaşım ulusal ve uluslararası şartlara bağlı değişmelerle

ilgili yönelimlerin incelenmesini ve gelecekte karşılaşılabilecek olası durumlardan yola çıkarak ihtiyacın belirlenmesine dayanmaktadır (Erişen, 1997). Bir durumla ilgili mevcut duruma ait bilgilerden yararlanılarak geleceğe yönelik varsayımlar/ durumlar ortaya çıkarılmaya çalışılır. Gelecekte ders işleme yöntemlerinin değişebileceği ve sanal okullar kanalıyla eğitim verileceği öngörüsünden veya varsayımından yola çıkılarak internet kullanımına yönelik davranışların tespit edilmesi ve bu niteliklerin kazandırılmaya çalışılması analitik yaklaşıma örnek verilebilir.

Betimsel Yaklaşım: Belirli olgu ya da eğitim yaşantılarından ortaya çıkan durumla ilgilenen ihtiyaç analizi yaklaşımı olarak tanımlanabilir. İhtiyaçları karşılayan imkân ve şartlar veya eğitim yaşantılarından yoksunluk yaşandığında ortaya çıkan durum incelenerek ihtiyaçlar belirlenmeye çalışılır (Gözütok, 1994). Bu yaklaşım bir nesnenin yokluğu, eksikliği ile ortaya çıkan zararlı o nesnenin varlığının ortaya koyacağı, sağlayacağı yarardan hareketle ihtiyaç belirlenmesi sürecidir.

Bir okulda bilgisayar laboratuvarının kurulması planlanmaktadır. Bu laboratuvarın kurulmasının öğrencilerin gelişimine katkısının sağlayacağı yarar ile laboratuvarın maliyetinin hesaplanarak yapılacak durum değerlendirilmesi bir başka deyişle kurulmaması durumunda ortaya çıkacak eksikliğin belirlenmesi bu yaklaşıma örnek olarak verilebilir.

Eğitim ihtiyaçlarını belirlemek için hangi yaklaşım, yöntem ya da tekniklerin kullanılarak bilginin toplanacağına karar vermek için; ihtiyaç belirlemenin amacı, ihtiyaç duyulan bilginin miktarı, türü, aciliyeti, bu bilgilerin kim ya da kimlerden sağlanacağı gibi sorular cevaplanmalıdır.

2.4.1.5. İhtiyaç Analizi Süreci

İhtiyaçların belirlenmesi bir dizi işlem gerektiren bir süreçtir. Bu süreçte olması gereken ile olan arasındaki farkın kurumlar ve kişiler açısından ortaya konulması ve bu farkın nasıl kapatılacağına ilişkin önceliklerin belirlenmesini hedeflemektedir. Bu süreç çeşitli hazırlıkların yapıldığı Planlama aşaması ile başlamakta, bilgilerin toplanması, analiz edilmesi ve rapor edilmesi olarak ifade edilebilir (Demirel, 2008).

2.4.1.5.1. Planlama

İhtiyaç analizi yaparken birinci adım bir plan geliştirmektir. İhtiyaç planı, bir projenin ne, ne zaman, kimi nasıl ve ne şekilde yapılacağını tarifler ve ihtiyaç analizinin tasarlanması, planlanması ve değerlendirilmesi için bir plan haline dönüşür. Bu plan çeşitli bölümlerden oluşur.

1. Hedeflerin belirlenmesi: İş hedeflerinin ve stratejilerinin tanımlanmasıdır. İhtiyaç analizinden ne öğrenilmek istendiğinin ortaya konduğu süreçtir. Hangi insanların neyi bilmeye ihtiyaçları vardır? sorusuna cevap arar. Hedefler ulaşılacak istenen noktadan hareketle ihtiyaç analizinin nasıl tasarlanması ve planlanması gerektiğine odaklanır.

2. Hedef kitlenin belirlenmesi: Hedef kitlenin kimlerden oluşması gerektiğinin yani kimlerin ihtiyaçlarının ölçüleceğinin belirlendiği aşamadır. Toplanan bilgiler kimlere iletilecektir? Bütün paydaşların belirlenip tanımlanması ve sürece dahil edilmesi aşamasıdır.

3. Verilerin toplanması: İş hedeflerini başarmak için gerekli iş süreçlerini ve fonksiyonlarını tanımlanarak ulaşılacak istenen bilgileri elde etmeye yönelik ne tür veri toplama yöntemlerinin kullanılacağına belirlendiği bölümdür. Hedef kitleden verilerin doğrudan ya da dolaylı olarak toplanacağına karar verilir.

4. Örneklem grubunun seçilmesi: Hedef kitleyi temsil edecek katılımcılar arasından örneklem grubunun nasıl seçileceğine bu aşamada karar verilir.

5. Bir araç geliştirme: İş hedeflerini başarmak için gerekli yeterliklerin, becerilerin ve bilgilerin tanımlanarak belirlenmesi aşamasıdır. Bu aşamada verileri toplamak için hangi araçlar kullanılacağına karar verilir.

6. Verilerin Analizi: toplanılan veriler nasıl analiz edilecektir sorusuna cevap aranan aşamadır. Olmalı ve olan durumları arasındaki farklar yani ihtiyaçlar ortaya çıkar.

7. Takip: Elde edilen verilerin ne yapılacağı belirlenir. Sadece verileri bir araya getirmek ihtiyaç analizi değildir. Sürecin tamamlanması için mutlaka ihtiyaç analizi karar alma mekanizmasında devreye girmelidir (Lubke, 2001).

2.4.1.5.2. Verilerin Toplanması

İhtiyaç analizinde verilerin toplanması için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Ancak verilerin toplanmasına geçilmeden önce verilerin toplanacağı örneklem grubunun belirlenmiş olması gereklidir. Bilgilerin toplanması, düzenlenmesi ve saklanması bu aşamada gerçekleştirilir.

İhtiyaç analizinde kullanılan yöntemler anket, görüşme, gözlem, odak grupları gibi pek çok disiplinden yararlanarak kullanılan tüm araçlar, bilinçli karar verme yeteneğini geliştirmeye de yardımcı olmaktadır. Bu ve diğer araçlar kullanılarak yapılan ihtiyaç analizi bilim ve sanat alanlarında yapılan pek çok çalışmada karar alma sürecinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Watkins vd. 2012).

İhtiyaç analizinde veriler Delphi-anket, görüşme, gözlem, doküman incelemesi, odak grup görüşmesi, performans analizi, gözlem, testler, tavsiye komisyonları, değerlendirme merkezleri yoluyla elde edilebilir. Her bir yöntemin kendine has karakteristikleri vardır. Yöntemlerin kendine has özellikleri elde edilen verilerin tipini ve kalitesini etkiler. Görüşme yapan kişinin önyargılarını yansıtabilir, bir anket anketin uygulandığı grubun önyargılarını yansıtabilir. Bu yüzden elde edilen verilerin geçerliliğini sağlamak için birden çok yöntem kullanılması daha yerinde olacaktır. Anketler veri toplamak için etkili olsa da kendi başına kullanıldığında yeterli olmayabilir. Çünkü katılımcıyı yönlendirebilir ve sınırlandırabilir. Devamında yapılacak görüşme katılımcının sorulara verdiği cevapların nedenlerine derinlemesine inmeye imkân verir. Dolayısıyla bir yöntemin diğerine üstünlüğünden ziyade birbirini tamamlar.

İhtiyaçlar analiz edildikten ve belirlendikten sonra bir sonraki aşama eğitim tasarısının geliştirilmesidir. Eğitim tasarısında beklenen sonuçlar belirtilmeli, kimlerin eğitim alacağı planlanmalı, eğitim verilmezse olası sonuçlar açıklanmalı. Var olan eğitim programının kullanılması mı yoksa yeni bir eğitim programının tasarlanması mı bu sürecin sonunda verilen kilit karar olacaktır (Brown, 2002). Aşağıdaki tabloda ihtiyaç analizinde kullanılan yöntemler özellikleri, avantajları ve dezavantajları bağlamında ele alınmaktadır.

Tablo 2.27: İhtiyaç Analizinde Kullanılan Teknikler, Avantajları, Dezavantajları

	Özellikleri	Avantajları	Dezavantajları
Anket	<p>Mevcut nüfusun rastgele veya belirlenmiş bir bölümüne uygulanacak olan anket veya oylama olarak tanımlanabilir.</p> <p>Çeşitli sorgulama teknikleri kullanılabilir. Örnek, Açık uçlu sorular, örnekleme, çoktan seçmeli, önem sırası belirleme gibi</p>	<p>Kısa süre zarfında daha fazla bireye ulaşılabilir.</p> <p>Masraflı değildir.</p> <p>Anket uygulanan kişilere korkmadan ve utanmadan cevaplama olanağı sağlar.</p>	<p>Özgür cevaplama az da olsa sınırlandırabilir.</p> <p>Verimli bir anket veya sorgulama geliştirmek tatmin edici zaman harcamayı gerektirebilir.</p> <p>Problemlerin nedenlerine veya muhtemel çözümlere etkileşimli ya da verimli olarak ulaşmayı güçleştirebilir.</p>
Görüşme	<p>Resmî veya alelade, belirli bir taslakta veya bir taslağa bağlı kalımsız yapılabılır.</p> <p>Tüm bir grup içerisinde seçilmiş bir örneklem veya tüm grup üzerinde uygulanabilir.</p> <p>Yüz yüze, telefonla, işyerinde veya herhangi bir yerde yapılabilir.</p>	<p>Mülakatın yapıldığı kişiler davranışlarını ve tepkilerini saklayamazlar.</p> <p>Problemlerin nedenleri ve muhtemel sonuçlarını verir.</p> <p>Geribildirim sağlar çünkü veri tabanı alanı zengindir.</p>	<p>Genellikle çok zaman kaybettirir.</p> <p>Ölçmek, sonuçları analiz etmek hesaplamak zor olabilir.</p> <p>Mülakatı yapan kişinin becerisi önemlidir, kişisel önyargı ve şüphecilikte dikkatli olması gerekir.</p>
Performans analizi	<p>Teklifsiz bir şekilde veya sistematik olarak kullanılabilir.</p> <p>Müdür/yönetici tarafından yönetilir: insan kaynakları tarafından geliştirilir/değerlendirilir.</p> <p>Düzenli bir temelle yönetilmesi ve yürütülmesinin tartışmadan uzak olması gerekir.</p>	<p>Yeteneklerdeki güçlü ve zayıf noktaların altını çizer. Uygulama ve geliştirme ihtiyaçlarını belirler.</p> <p>Ödül veya terfi ya da bunun gibi kazançları edinmesi gereken kişileri (üzerinde uygulamanın yapıldığı kişileri) gösterir.</p>	<p>Sistemi oluşturması, değerlendirmelerin uygulanması ve sonuçların alınması maliyetlidir.</p> <p>Maaş artışlarına yönelik uygunsuzluk yapılması konusunda yöneticilere imkân sağlar.</p> <p>Şef veya ara müdür önyargıları yapılan değerlendirmeleri boşa götürebilir/yanlış veri sağlar.</p>
Gözlem	<p>Teknik, fonksiyonel veya davranışsal olabilir.</p> <p>Nitel veya nicel geribildirimle alakalıdır.</p> <p>Plansız olabilir</p>	<p>Grup aktivitelerini veya günlük iş akışını minimum düzeyde aksatır.</p> <p>Gerçek yaşamdan alınmış/ gerçek verilerdir.</p>	<p>İzlenimi yapan kişinin o iş süreci ve konu bilgisi bakımından çok üst yetenekli olması gerekir.</p> <p>Sadece iş sırasında veya sahasında uygulanabilir.</p> <p>Gözetlenme veya ispiyonlanma hissi yaratabilir.</p>

(Tablo 2.27 devam)

Testler	İşlevsel olarak yöneticilere, çalışanlara veya grup üyelerinin anlayabilirliklerine uygulanır/test eder. Bilgisayar gibi izlenebilir şekilde veya evde yapılacak şekilde kullanılabilir.	Bilgi, davranış ve yetenekle alakalı eksikliklerin belirlenmesinde yardımcıdır. Kolayca ölçülebilir ve karşılaştırma yapılabilir	Hazır bulunanlar yani uygulanacak kişiler için oluşturulması, inşa edilmesi gerekir ve geçerliliği sürüncemlidir. Ölçülen bilgi veya yetenekler iş için veya yapılan iş üzerinde kullanışlı olmayabilir.
Değerlendirme merkezleri	Yönetim/idare/işletme gelişimi içindir. Katılımcıların birtakım uygulamaları, gelişime ihtiyacı olan üstünlüklerinin ortaya belirlenmesi için tamamlanmasını gerektirir. Hayali bir durum karşısında (yöneticilik) bireylerin potansiyelleri değerlendirilir.	Bireylerin potansiyellerinin erken belirlenmesini sağlar, bu potansiyel gelişimi için önemlidir. Hissellikten daha belirleyicidir. Seçim sürecinde veya seçicilikte önyargıyı düşürür, objektifliği artırır.	Yüksek potansiyele ve istenilen kriterlere sahip olan kişilere ulaşmanın ve seçmenin zor olması Yönetilmesi/uygulanması bakımından masraflıdır ve zaman harcayıcıdır. Yüksek potansiyelden çok, gelişimsel ihtiyaçlara yönelik kullanılır.
Odak grup görüşmeleri	Resmî veya gayri resmî olabilir Geniş metot kullanımı Belirli bir problem, hedef, amaç veya duruma yoğunlaşılabilir.	Bakış açılarının etkileşimini sağlar Stok artırma; oybirliğine yoğunlaşma İyi bir dinleyici, analizci ve problem çözücü olmadan grup üyelerine yardımcı olur.	Grup üyeleri içinde uygulamayı yürütenler içinde zaman alıcıdır. Sağladığı verilerin ölçülmesi verilerin ölçülmesi zordur.
Doküman incelemesi	Organizasyon şeması, planlama belgeleri, politika kılavuzları, denetimler ve bütçe raporları Tutanaklar (kazalar, şikayetler, katılım vb.) içerir Ayrıca toplantı tutanakları program raporları ve çeşitli veriler içermektedir..	Sorun olan noktalar için ipuçları sağlayabilir Nesnel kanıt veya sonuçlar Sistemli olarak toplanıp düzenlenebilir.	Her zaman çözümleri ve problemlerin nedenlerini göstermez. Mevcut durumu değil daha çok geçmişini yansıtır. Yetenekli veri analistleri tarafından yorumlanması gerekir.
Tavsiye komisyonları	Belirli grupların uygulama ihtiyaçlarına Mülakat, grup tartışmaları ve sorular yönelik uygun bilgi sahibi olma imkânı olan bireylerden elde edilen güvenilir bilgidir gibi teknikleri kullanan danışmanlardan elde edilen bilgi sağlar.	Basit/zahmetsiz ve pahalı değildir Grupsal ihtiyaçlardan doğan bireysel bakış açıları ile bireylerin kendilerinden bir şeyler katmasına ve birbirleri ile etkileşimine izin verir. İletişim sınırları (hatları anlamında) oluşturur ve geliştirir.	Kurumsal bakış açısına önyargı getirir Hedef kitleyi temsil etmeyen bir gruptan alınan bilgi resmî tamamının görülmesini engelleyebilir.

Kaynak: Learning System (2000) Module Four:Human Resource Development, (Akt:Brown, 2002:576)

İhtiyaç analizi çalışmalarında yukarıda belirtilen tekniklerin dışında da çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar içinde en yaygın olarak kullanılanları Delphi, DACUM (Progel) ve meslek/İş analizi teknikeridir.

Delphi Tekniği: Antik Yunanistan'da ki bir kahinden adını alan Delphi anket tekniği 1960'lı yılların ilk zamanlarında RAND birliğindeki bilim adamlarınca bireylerin yüz yüze iletişim problemlerinden kaçınmak ve grup toplantısı olmadan anlaşmaya varılmasını sağlamak amacıyla geliştirilmiştir. Birlik Delphi tekniğini kullanarak sayısız çalışma yapmıştır. Bilimsel büyük buluşlar, nüfus büyümesi, otomasyon, olasılık, savaşların önlenmesi ve geleceğin silah sistemi gibi alanlarda yaklaşık 50 yıl önceden olası gelişmeleri öngören kapsamlı araştırmalarda kullanılmıştır (Asher, 1991).

Anket yöntemi olarak bilinmesine rağmen farklı bir veri toplama yöntemi olan Delphi tekniği uygulamaları, ilgili literatürde sıkça yer almaktadır. “Belli bir konuda birçok görüş ve düşünce tek bir görüşten daha anlamlıdır” ilkesine dayandırılmaktadır. Bu nedenle program geliştirirken ihtiyaçların belirlenmesinden, öncelik verilecek alanları ve hedefleri belirlemeye ve daha geniş bir kapsamda eğitim politikalarının hazırlanmasına kadar birçok alanda kullanılabilir (Semerci ve Semerci, 2001). Özellikle geleceğe ilişkin tahminler yapmada yararlanılır. Konu alanı uzmanlarının yüz yüze görüşmeden ve bir araya gelmeden bir konu hakkında karar vermelerine ve uzlaşmalarına imkân sağlayan bir yöntemdir. Yöntemin uygulanmasında ilk adım, alan uzmanlarına bakış açıları ve çözüm önerileri hakkında yazılı bir form gönderilmesidir. Daha sonra bu formlar uzmanlar tarafından doldurularak geri gönderilir. Tüm grup üyelerinin veya uzmanların görüş ve önerileri sınıflandırılarak kendilerinden ikinci kez görüş istenir. Bu işlem karar alıcıya ve uzlaşma gerçekleşinceye kadar süreç devam eder (Aktan, Tarihsiz).

Delphi tekniği, baskıcı bir kişiliğin grubun düşünmesini etkileyebilme ihtimalini yok etmesi, Birlikte çalışmayan insanların karşılıklı katılımına ve bütün katılımcıların üretici müdahalesine izin vermesi, görüş birliği sağlansın ya da sağlanmasın bütün cevapların kaydedilmesini sağlaması gibi özellikler taşımaktadır. Teknik bir dizi anket formu ile çalışır. Birincinin haricinde her biri katılımcıların önce gelene verdiği cevaplara dayalıdır. Genellikle katılımcılar bir fikir birliğine

vardıklarında veya herhangi bir fikir birliğine varılamaz olduğunu kabul ettiklerinde süreç yok olur. Çoğu birlik 1. ve 2.seferler arasında gerçekleşir. Sonraki seferler tüm fikir birliğine küçük şeyler ekler (Asher, 1991).

Delphi tekniği 4 ayrı aşamaya sahiptir. İlk aşama tartışılan konunun keşfi ile nitelendirilir. Bu süreç boyunca her bir birey konuyla ilgisi olduğunu hissettiği ek bilgiyi sağlar. İkinci aşama grubun konuyu nasıl algıladığının anlayışına ulaşma sürecini içerir. Grup görüşlerinin uyuşmazlığı, farklılıkların altında yatan nedenleri ortaya çıkarmak için üçüncü safhada inceleme yapılır. Son safha, önceden toplanılmış bütün bilgi başlangıçta analiz edildiğinde ve değerlendirmeler düşünceleri için katılımcılara geri bildirildiğinde gerçekleşir (Asher,1991).

Delphi tekniğinde bireyler sorunların çözümüne farklı bakış açılarıyla katkı sağlayabilirler, düşüncelerini ifade ederken başkalarından etkilemezler, ilk turdan sonraki turlarda uzmanlara düşüncelerini yeniden değerlendirme fırsatı sunar, yüz yüze aşılamayan sorunlar için avantaj sağlayabilir, bireylerin bir araya gelemediği durumlarda kullanılabilir. Bu yönleri tekniğin üstünlükleri olarak görmek mümkündür. Ancak birkaç yönüyle sınırlayıcı olabilir. Bunlar, gizlilik esasına rağmen tekniğin kullanımı nedeniyle bireyler tanımlanabilir, süreç tekrarlar dayandığı ve zaman alıcı olduğu için katılımcıların bir ya da birkaçı bu süreci tamamlayamayabilir. Çeşitli önlemler alınarak sınırlı yönlerini azaltmak mümkün olabilir.

Dacum-Progel Tekniği: Ders programlarının geliştirilmesinde ve değerlendirmesinde kilit bir rol oynayan Dacum tekniği derslere ilişkin görev ve sorumlulukların belirlenmesini ve öğrenim çıktılarına dönüşmesini sağlayan, öğrencinin mevcut durumu ile olması gereken duruma gidişi arasındaki aldıkları derslerle kendine neler kattığını değerlendiren bir araçtır. Dacum ilk kez Kanada Halk Koleji tarafından geliştirilmiş, 1970 yılında ilk eğitimi verilmiş daha sonra tüm fakültelerin akademik programlarının geliştirilmesinde kullanılır hale gelmiştir. Ders programlarının geliştirilmesinde çok detaylı bir analiz sürecini gerektiren Dacum tekniği özellikle Bir iş kolundaki işçilerin yeterlikleri, görev bilgi ve sorumluluklarının panel şeklinde düzenlenen bir oturumla alan uzmanlarının çok detaylı görüşleri ve tecrübelerinin analiz edilmesiyle uygulanır. Bir işi tanımlarken

uzmanlar kendi yaptıkları işi en iyi şekliyle tanımlayacak olanlardır yaklaşımından hareket etmektedir. Bir meslek o işi en iyi şekilde yapanların tüm bilgi, beceri, alışkanlık, görev ve sorumluluklarının iyi bir dökümünün yapılmasıyla tanımlanır. O iş grubu için hangi yeterliklerin gerektiğinin analizi olarak ifade edilebilir. Süreç, kapsamında yeni programların geliştirilmesi için sisteme yüklenen girdiler, alan hakkında bilgi sahibi insanlar ve sivil toplum kuruluşlarının görüşleriyle beslenmektedir (Ciocci, 2003).

İngilizce Developing a Curriculum kelimelerinin kısaltılmasıyla oluşan DACUM tekniği, Türkçede aynı anlama gelen program geliştirme kelimelerinin kısaltılmasıyla oluşan Progel olarak kullanılmaktadır. Bu tekniğin felsefi dayanakları göz önüne alınarak kullanıldığı alanlar şu şekilde açıklanabilir (Demirel, 2008, Semerci ve Semerci, 2001).

1. Eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi ve değerlendirilmesi,
2. Program geliştirme,
3. İş tanımlarının yapılması,
4. Öğrenci değerlendirme,
5. Beceri testleri geliştirme,
6. Öğrenci eğitim ve rehberlik çalışmaları,
7. Meslek standartları ve akreditasyonların belirlenmesi

Dakum tekniği üç aşamada gerçekleştirilmektedir.

Birinci aşamada uzmanların detaylı görüşleri alınır. Sonunda bir Dacum şeması ortaya çıkar bu şema matriks şeklinde düzenlenir. Görev ve sorumlulukların incelenmesi bilgi ve yeteneklerin listelenmesi, iş grubuna özel yeterliklerin ne olduğu, kimlerin katıldığı uzmanlık alanlarının neler olduğu çıkartılır.

İkinci aşamada bu alanda eğitim almış ve programda tam zamanlı çalışan akademisyenler yer almaktadır. İş için gerekli olan görev ve sorumluluğun öğrenciye kazandıracak olan derslerin programa nasıl yerleştirilmesi gerektiği belirlenir. Bir başka deyişle program analiz edildiğinde hangi yeterliğin hangi derste

kazandırılacağı biliniyor olması gerekmektedir. Bu aşamada belirlenen bilgi ve beceriler aynı şekilde derslerin içine yerleştirilir. İlk aşamada elde edilen görev tanımları ilgili ders programlarına göre gruplandıkça bunların konulara göre ayrışımı sağlanır. Dersin nasıl öğretileceği, süresi öğretim elemanına bırakılır. Görev sorumluluklar derslerle eşleştirilir.

Üçüncü aşamada var olan programlardaki konular gündeme getirilir ve yeni oluşturulacak programlarda hangi ihtiyaçların karşılanması gerektiği belirlenir. Bu aşama akademik hazırlanma süreci olarak ifade edilebilir. Ders programlarının hazırlanması, dokümantasyon işi bu bölümde yapılmaktadır (Ciocci, 2003).

DACUM tekniğinin avantajları arasında çok etkili olması, kısa sürede gerçekleşmesi ve maliyetinin az olması sayılabilir. Amerika ve Kanada başta olmak üzere pek çok ülkede kullanılmaktadır. Nitelikli iş gücünün sağlanabilmesi için gerekli niteliklerin belirlenmesi, üretilmesi ve geliştirilmesinde oldukça etkili olan ve sık kullanılan bir tekniktir. Diğer yöntemlerle kıyaslandığında oldukça yenidir.

Meslek/İş analizi: Bir mesleğin içinde yer alan bilgi, beceri, tutum ve davranışların tam bir dökümünün çıkarılması meslek analizi olarak tanımlanabilir. Bir mesleğin içinde yer alan işlerin, ya da gerçekleştirilecek olan görevlerin her birisi işlemlere ve her işlem de o işlemi gerçekleştirecek olan işlem basamaklarına ayrılır. Meslek analizi süreci bu işte çalışan, alanında uzman olan kişilerle yürütülür. Bir mesleğin içinde yer alan tüm disiplinlerin belirlenmesine, iş tanımlarının doğru ve gerçekçi olarak yapılmasına, bu işte çalışmak için başvuracak olanlar arasından doğru seçim yapmakta işe yarar. Aynı zamanda mesleğin içinde yer alan iş, işlem basamaklarının belirlenmesi ile programların sürekli güncellenmesine, geliştirilmesine, gereksiz uygulama ve tekrarların çıkarılmasına imkân sağlar.

Meslek analizinde amaç, bir mesleği/işi bilişsel, duyuşsal ve psiko-motor davranış alanlarında en küçük parçalara kadar ayrıştırarak, anlamlı bütünler ortaya koymaktır (Semerci ve Semerci, 2001). Meslek analizi iyi yapıldığında eğitim ve öğretim programlarının içeriklerinin düzenlenmesinde, programda kullanılacak yazılı, görsel ve diğer kaynakların belirlenmesinde, değerlendirme ölçütlerinin geliştirilmesinde, işlerin gerçekleştirilmesinde kullanılacak olan makine ve teçhizatın

kullanım kılavuzlarının yazılmasında yararı olur (Demirel, 2008). Meslek analizi Progel-Dacum tekniğine benzemekle birlikte daha uzun sürede tamamlanabilecek bir uygulamadır.

Meslek analizi dokuz işlem basamağı takip edilerek gerçekleştirilir. Bunlar mesleğin (işin) tanımlanması, ilgili kaynakların gözden geçirilmesi ile başlayarak iş ve işlem basamaklarıyla ilgili taslak listenin hazırlanması, bunların gözden geçirilmesi ile devam eder. Daha sonra araştırmaya uygun araç geliştirilir, mesleğin gerektirdiği çalışmaların belirlenerek, örnek plan ve tasarımının geliştirilip analizleri yapılarak uygulama sürdürülür. Aracı uygulayarak bilgilerin değerlendirilmesi, bu değerlendirmeye göre iş envanterlerinin çıkarılması ve düzenlenmesi, sonuç olarak da rapor edilmesi, program geliştirmede kullanılması ise son olarak gerçekleştirilecek aşamalardır. Meslek analizinin tekrar başa dönerek işler. Özellikle mesleki ve teknik eğitim alanlarında kullanılmaktadır (Semerci ve Semerci, 2001).

2.4.1.5.3. Verilerin Analizi

Veriler toplandıktan sonraki aşama verilerin analiz edilmesidir. Analiz sonuçlarının belirlenmesinden sonra sonuçların özelliğine göre ihtiyaçların öncelik sırası belirlenir. Bu öncelik sırasının belirlenmesinde Delphi tekniğinden yararlanılabilir (Akkoyunlu vd., 2008).

Verilerin analizi aşaması ayrıştırma, tanımlama, sınıflama, sıralama, bulguların yorumlanması, ihtiyaçları belirleyici ve sonuca ulaşıncaya kadar bir dizi işlem gerektirir. Toplanan verilerin tekrar gözden geçirilmesi ve güncelleştirilmesi de bu süreçte gerçekleştirilir. Analizler tamamlandığında eğitim beklentilerinin neler olduğu, beklenen hedeflerin gerçekleşme düzeyi, davranışların kazanılıp kazanılmadığında hangi faktörlerin etkili olduğu, istenen davranışlara ulaşmada başka neler yapılabileceği soruları da cevaplanmış olur.

Bulguların analizinde çeşitli teknikler önerilebilir. Bunlar kapsam analizi, sistem analizi, betimlemeli istatistik, varyans analizi, normlara dayalı analiz, fonksiyonlara dayalı analiz, farklar analizi, maliyet analizidir (Demirel, 2008).

Evreni temsil eden örneklemeden alınan verilerin analizinde uygulanan yöntemler örneklem seçimi ve bulguların sahip olduğu güven düzeyinden etkilenir. Kısa cevaplı sorular için, istatistiksel analizler cevapların çeşitli yönleri ile derecelendirilmesine yardımcı olur ve iki veya daha fazla cevap arasındaki muhtemel farklılık olup olmadığını belirler. Açık uçlu sorular için, analizler öncelikle cevapların sınıflandırılmasını ve gruplandırılmasını içerir, Ancak, istatistiksel analiz konusunda şüphe duyulan durumlarda bu sürecin erken aşamalarında bir uzman görüşü almak önemlidir (McCawley, 2012).

2.4.1.5.4. Sonuç ve Rapor Hazırlama

Son aşama sonuç raporunun yazılmasıdır. Bu aşamada Çalışma amacının özetlenmesi Sürecin nasıl yapıldığı ve süreçte kimlerin yer aldığı tanımlanır. Bir ya da daha çok tablo kullanarak ve anlatımla sonuçları özetlenir. Verilere dayalı olarak gerekli önerilerde bulunulur (Akkoyunlu vd. 2008).

Raporda mutlaka katılan personel, kullanılan kaynaklar, toplanan bilgi özetleri, analiz sonucunda belirlenen durum ve önceliklerin belirlenmesi için hangi işlemlerin yapıldığı gibi hususlar yer almalıdır. Sonuçta rapor yetkililere açık ve doğru bir biçimde sunulmalıdır (Demirel, 2008).

Kalkınma ve gelişmede önemli rol oynayan eğitim kurumlarının toplumun ihtiyacı olan nitelik ve nicelikte insan gücünü yetiştirebilmesi, eğitimde verimliliğin artırılmasını gerektirmektedir (Erişen, 1998b). Eğitimde verimliliğin artırılması ise eğitim ihtiyaçlarının doğru tespit edilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Eğitim ihtiyaçlarının doğru ve açık olarak belirlenmesi bireyi, kurumu ve toplumu zaman enerji ve kaynak israfından koruyacaktır. İhtiyaç analizi yapılmadan hazırlanacak bir öğretim programının verimliliği tartışmaya açık olacaktır. Özellikle mesleki eğitim programları hazırlanmadan önce ihtiyaç belirleme çalışmalarının yapılması mesleki eğitimden beklenen faydanın en üst düzeyde sağlanmasının ön koşuludur. Çünkü mesleki eğitim almış bireyler doğrudan sektörle bağlantılı işkollarında istihdam edilirler. Sektörün ihtiyaç duyduğu bireylerin sahip olması gereken yeterliklerin belirlenerek bu yeterliklerin kazandırılmasına yönelik programların hazırlanmasının toplum kalkınmasındaki rolü göz ardı edilmemelidir.

2.5. İlgili Araştırmalar

Ayakkabı, sağlık, moda, endüstri, sanat, ticaret, ekonomi, tarih, kültür, eğitim gibi pek çok disiplinle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkilidir. Bu nedenle ayakkabı konusunda yurt içinde ve yurt dışında pek çok araştırma yapılmıştır. İhtiyaç analizi ve mesleki eğitimin geliştirilmesi de bu araştırmanın kapsamı dâhilinde olduğu için bu alanlarda da çeşitli araştırmalar bulunmaktadır.

Araştırmalar ‘‘uluslararası’’ ve ‘‘ulusal’’ başlıkları altında verilmiştir. Her başlıkta ayakkabının çeşitli yönlerini ilgilendiren araştırma örnekleri yer almaktadır.

2.5.1. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Dünyada ayakkabı eğitiminin çeşitli boyutlarıyla ilgili yapılan araştırma örnekleri arasında Fozdar ve Garhi (2008) tarafından yapılan araştırma sayılabilir. Bu araştırma, Hindistan’da açık ve uzaktan öğretimin mesleki eğitim ve öğretim üzerindeki rolünü incelemektedir. Ülkede daha etkili mesleki eğitim ve öğretim verilmesi hedeflenerek yapılan çalışma, aynı zamanda Indira Gandhi Ulusal Açık Üniversitesi (IGNOU) tecrübesini de içermektedir. Açık ve Uzaktan eğitim, ayakkabı sektöründeki iş gücünün becerilerini iyileştirmek amacıyla geliştirilen daha etkili eğitim uygulama programıdır. Açık ve uzaktan öğretim tabanlı, modele dayalı mesleki eğitim ve uygulama programları Hindistan gibi ülkeler için çok önemli görülmektedir. Çünkü genel ölçekte sayıları hızla artan farklı aşamalarda eğitimsiz iş gücünün, ihtiyacı olan eğitimin sağlanarak ve çalışanların becerilerini iyileştirerek Hindistan ekonomisinde verimli bir güç olmalarının sağlanması istenmektedir. Araştırmada son on yılda uzaktan eğitimde dünya genelinde dikkate alınması gereken bir artış olduğu vurgulanmaktadır. İncelenen uzaktan ve açık öğretim programının ODL (Open Learning Institution) sadece kurs ve programlar gibi normal resmi sistemin bir parçası olarak belirlenmediği, daha üst düzeyde mesleki ve teknik eğitim, eğitmen eğitimi ve hatta ileri teknoloji eğitimini de sağlamaya yönelik olduğu, Hindistan’da uzun zamandır mesleki ve teknik eğitime katkıda bulunduğu, uzaktan eğitimin ulaşamamış hatta marjinal veya dışlanmış gruplara ulaşma potansiyeline sahip olduğu araştırmada belirtilmektedir. Araştırma sonunda gelişimi günümüze kadar devam eden bu mesleki uygulama sağlayan enstitülerin hızla

büyüyen küresel ekonominin getirdiği zorluklara karşı yeteri kadar donanımlı olmadığı ve endüstriyel ihtiyaçlarla aynı ölçüde olmadığı görülmüştür. Bu mesleki eğitim sisteminin karşılaştığı kısıtlamalar nedeniyle elde edilen fayda azaldığı, iş gücü piyasasındaki güven ve duyarlılık eksikliğinin de oldukça etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca özel sektörün uygulama programlarına katılımı ve enstitülerin esnekliği sınırlı bulunmuştur. Tüm bu problemler devlet tarafından bilinmektedir. Sonuç olarak Hindistan’da mesleki eğitim programlarının geliştirilmesine acil ihtiyaç olduğu ifade edilmektedir.

Ayakkabı eğitimi ile doğrudan ilgili olarak çeşitli projeler yapılmıştır. Bu projelere bir örnek olarak Slovenya verilebilir. Slovenya, Çek cumhuriyeti ve Portekiz ortaklığıyla “Yeni Nesil Ayakkabı ve Deri Uzmanlarının Eğitimi” isimli bir Leonardo Da Vinci Projesi yapılmıştır. Projenin amacı ve çözmeye çalıştığı ana problem Slovenya’daki ayak giyimi ve deri üzerine olan eğitimin eksikliğidir. Ürün geliştirme ve üretim sürecine ilişkin ek bilgi sağlamayı da kapsayan belirli uzman profillerindeki rekabeti artırmak proje tarafından hedeflenmiştir. Slovenya’da ayakkabı ve deri alanında formal eğitim yoktur. Talep olmadığı için bu eğitim programları kapatılmıştır. Deri ve ayakkabı sektörü Slovenya’daki en önemli sektörlerden biridir. Bugün ise Slovenya’da eski nesil tamamen işi bırakmakta onun yerine yeni nesil yerini almaktadır. Bilgi ve rekabeti artırmak için altı hedef kitlenin kalitesinin yükseltilmesi istenmektedir. Bunlar: ayakkabı teknisyenleri, tasarımcıları, ürün geliştiriciler, taban geliştiriciler, bilgisayarda model geliştiriciler, kalite kontrol uzmanları ve yöneticileridir. Ayakkabının geleceği, eğitim aktivitelerinin güncellenmesi ve devam etmesinin e-shoe learning olarak tanımlanan internet üzerinden ayakkabı öğreniminin sağlanması ve güçlendirilmesi ile doğrudan ilgilidir. Bu alanlardaki eğitim aktivitelerindeki devamlılığın tutarlılığı önemli ölçüde uluslararası uzmanlarla sağlanabilir. Ancak bu şekilde Slovenya’da eğitimde etkili bir atılım gerçekleştirilebilir. Gelişim ve üretim sürecinin sağlanması uzmanlar zinciri tarafından yapılır. Çünkü her uzman sürecin kalitesinin artmasına özel bir katkı sağlar. Bu süreçte yer alan kişilerin eğitim seviyesi ürünün kalitesini de doğrudan etkiler. Deri ve ayak giyimi üzerine üretim yapan işletmeler çok yüksek düzeyde ürün üretmeleri için piyasa ve tüketiciler tarafından zorlanmaktadır. Bu

durum acilen sektörün tüm alanlarında çok iyi eğitilmiş çalışan ihtiyacını doğurmaktadır. En son varılan bu bilgi edinme noktası Slovenya’da hayata geçirilmeye çalışılmaktadır. Öncelikler, bu endüstrideki VET (Vocational Educational Training) sistemin kalitesini ve etkileyciliğinin artırılması ve işverenlerin ihtiyacı olan uzman profillerinin eğitilmesi olarak belirlenmiştir. Proje sonuçlarında; derinlemesine eğitim ihtiyacı analizi, her bir uzman için uygulanacak özel eğitim programı, uzmanlar tarafından hazırlanan el kitapları ve broşürler, 4-1-3 gün arasında seçilmiş belirli konularda derinlemesine eğitim semineri, ayakkabı ve deri ile ilgili ana WEB sayfasının geliştirilmesi, broşür ve materyallerin dağıtımı ile ilgili konular ön plana çıkmıştır. Nitelik ve nicelik bakımından mesleki eğitim için eğitim ihtiyacı Avrupa’daki ayakkabı endüstrisinin rekabet ve istihdamı artırmayı gerektirmektedir. En önemli problem genel yetenek seviyesi ve kalitenin artırılması ihtiyacının doğmasıdır. Buna bağlı olarak da mesleki eğitim alanlarının modüllerinin ve sistemlerinin işyerlerindeki rekabeti artırma ve işsizliğe çözüm aramak amacıyla geliştirilmesi gerekmektedir. Bu endüstride çalışan tasarımcıların profesyonel olmalarına rağmen sektörün içindeki tüm alanların tüm kademelerinde eğitim eksikliği tespit edilmiştir.

Bir diğer proje, IASI / Romanya “Gheorghe Asachi” Teknik Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, TBMYO Türkiye, Girit Teknik Üniversitesi, Yunanistan olmak üzere üç farklı ülkeden yer alan ortaklarla yapılan yaşam boyu öğrenme kapsamında Avrupa Birliği destekli Leonardo Da Vinci projesidir. VTC-Ayakkabı (Virtual Training Centre For Shoe Design) projesinin temel amacı Avrupa ayakkabı sanayisinin hem nitelik ve nicelik, açısından değişen eğitim ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışmak hem de rekabet gücünü artırarak istihdamı teşvik etmektir. Bu nedenle her ülkenin kendi ulusal ayakkabı sektöründe bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımını teşvik etmek amacıyla, VTC-Ayakkabı ortakları yenilikçi ve nitelikli uygulamalarının geliştirilmesi üzerine odaklanarak mesleki eğitim ve öğretim sistemlerinin kalitesinin yükseltilmesi için iş birliği yapmışlardır. Proje internet üzerinden erişilebilen bir sanal eğitim merkezi tasarlamayı ve bu merkezden temel ve orta düzeyde ayakkabı tasarımı eğitimi vermeyi ve bu alanda e-öğrenme ile bir yenilik yapmayı hedeflemiştir. Merkezinin diğer hedefleri arasında; hayat boyu

öğrenme için eğitim hizmetlerini geliştirmek ve ayakkabı tasarımındaki iyi uygulamaların paylaşılması için sanal ortamda işlevsel bir eğitim merkezinin kurulması, yeterlikleri ve becerileri geliştirmek suretiyle mesleki eğitimin kalitesinin yükseltilmesini desteklemek, toplanan materyallerin uyarlanması amacıyla orta ve ileri düzeyde yeni bir modern ve yenilikçi e-öğrenme müfredat içeriği geliştirmek, ayakkabı profesyonellerinin özellikle ayakkabı tasarım alanında ve bilgi ve becerilerin akreditasyonunda ortak eğitim niteliklerini, geliştirmek sayılabilir. Programın içeriği, dört farklı aşamada “ayak, ayakkabı, ayak ölçümleri, tasarım ve kalıp hazırlama” olarak düzenlenmiştir. VTC-Ayakkabı görselleştirme ve yapılan tasarımlarda çeşitli değişiklikler ve düzenlemeler yapmak için bilgisayar ortamını kullanır. Tamamen sanal ortamda özellikle son derece karmaşık veriler ile etkileşim sağlamaktadır. VTC-Ayakkabıda görselleştirme, bilgisayar içerisindeki görsel, animasyonlar ve diğer işitsel ve duygusal öğeleri de kullanarak gerçekleştirilmektedir. Bu proje çeşitli yayınlarla tanıtılmıştır.

Temel tüketim maddesi olması sebebiyle sektör araştırmaları ayakkabı için oldukça önemlidir. Hemen hemen bütün ülkelerdeki çeşitli ulusal ve uluslararası konfederasyonlar, çeşitli devlet kurumları, özel kurum ve kuruluşlar tarafından tüm dünya olabildiği gibi Amerika, Avrupa, Asya gibi kıtalar bazında ya da Hindistan, İtalya, Brezilya, Türkiye gibi ülkeler bazında ayakkabı sektörünün mevcut durumu, üretim ve satışına yönelik olarak her yıl yapılmakta ve yaptırılmaktadır.

Bu araştırmalara örnek olarak C.Barnes & Co isimli kuruluş tarafından yapılan 2011 yılı verilerinin yer aldığı USA ayakkabı sektör raporu verilebilir. İlgili rapor, pazara ait tüm rakamları, ihracat, ithalat, üretim, tüketim gibi temel göstergeleri, endüstrinin yönelimlerini ve demografik bilgileri içermektedir.

Ayakkabı eğitimi mesleki ve teknik eğitimin kapsamı içinde değerlendirilmektedir. Dünyada mesleki eğitimle ilgili olan araştırmalara örnek olarak Malkan (2009) tarafından yapılan doktora tezi verilebilir. Bu çalışma Hindistan Maharashtra eyaletinde lise sonrası mesleki ve teknik eğitimle ilgilidir. Çalışmanın amacı, endüstrinin eğitilmiş iş gücüne her geçen gün artan talebine cevap vermedeki orta öğretim sonrası mesleki teknik eğitimin en önemli okullarından biri olan Industrial Technical Institute (ITI)'nin Hindistan'daki konumunu test etmektir.

Veriler araştırmacılar tarafından yöneticiler, çalışanlar, fakülteler, işçiler ve mezunlar gibi ilgililerle derinlemesine yüz yüze görüşmelerle toplanmıştır. Veriler altı konu başlığı altında toplanmıştır. Bunlar: Öğrencilerin eğitim geçmişleri ve motivasyonu, ğrenci ITI tecrübeleri, öğretme ve öğrenme, yetenek, beceri aralığı ve yetenek, beceri gelişimi, devlet politikası ve geleceğe bakış açılarıdır. Veri analiz sonuçlarında mezunların temel yeteneklerle donatılmasında, endüstrinin ve işin gerektirdiği becerilerin kazandırılarak işe hazırlanılmasında hazırlanmasında ITI'nın mkemmell bir rol oynadığı anlaşılmıştır. Sektörden ve endüstrideki işverenlerin görüşlerine göre mezunlar ITI tarafından sağlanan temel bilgi ve esaslar konusunda yeterli bulunmuşlardır. Ayrıca bütün ğrenci katılımcılar ITI'nın kendilerini gerekli olan temel bilgi ve becerileri kazandırdığı konusunda hemfikirdirler. Mavi yakalı işçi sınıfındaki temel beceri gurupları açısından, ITI o bölgedeki eğitilmiş kalifiye işçi sınıfı için gereklilikleri karşılama anlamında başarılıdır.

Bu alışma ITI aracılığıyla beceri gelişimine ait devam eden bileşenlerin, devam etmesi gerektiği kanısıyla son bulmaktadır. Programının sunduğu beceri gelişimi eğitim programı, ıracılık, temel yeterlikler kursları, iş ve endüstri bağlantıları ve milli eğitim programıdır.

Çalışma çeşitli önerilerle son bulmaktadır. Bunlardan bazıları merkezi devlet yönetiminin ihtiyaı, eğitim programlarının iyileştirme çalışmalarının yapılması, programların değerlendirmesi, altyapının geliştirilmesi, personel, ve personel ve profesyonel işverenlerin sağladıkları ekipman yardımı ve yerel ITI planlama sürecinin geliştirilmesi şeklinde-dir.

Kennedy (2012) tarafından yapılan araştırma Nijerya'daki mesleki eğitimle ilgilidir. Mesleki teknik eğitim birisini belirlenen meslekte iş sahibi yapma amacını taşıyan eğitimidir. Mesleki teknik eğitimin temeli bireylerin kendi içini kendi yapması felsefesine dayanır. Nijerya okul sistemi mesleki teknik eğitim felsefesini ve sosyolojisini gözden geçirerek toplumda felsefenin etkisinin gizli bir gerçek olamadığı ortaya çıkarmaktadır. Araştırma şu ana kadar teknolojik olarak gelişmiş dünya ulusları ile Nijerya'nın yarışıyor olması gerektiğini ancak ülkenin kendi başına bir toplu iğne bile imal edememesinin talihsizlik olduğunu vurgulamaktadır. Mesleki eğitim felsefesinin akıllıca bir şekilde takip edilmedikçe ve uygulanmadıkça başarı

sağlanamayacağına vurgu yapmakta ve mesleki eğitimde sosyolojik etkisinin konuyu daha da kötüye götürdüğüünün altını çizmektedir. Bu ülkede mesleki teknoloji eğitimi destek bir disiplin olarak kalmıştır. Bu nedenle bu araştırma mesleki teknik eğitim felsefesinin ve çeşitli bakış açılarının kritiğini yapmakta, bu alanda toplumun bakış açısını analiz etmekte ve Nijerya’da mesleki eğitimin nasıl geliştirilebileceğine ilişkin tavsiyelerde bulunmaktadır.

Ayakkabının çeşitli özelliklerine ve ayakkabı sektörüne ilişkin çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bunlara örnek olarak Xiong, Zhao, Jiang ve Dong (2009) tarafından yapılan “Ayak özelliğine dayalı ayakkabı kalıbı geliştirmek için bilgisayar destekli tasarım sistemi” isimli araştırma verilebilir. Bu araştırma seçilen ayak tarzına ve müşterinin ayak özelliklerine dayalı olan özelleştirilmiş ayakkabı kalıbı tasarlamak için bilgisayar destekli tasarım (CAD) sistemini oluşturmak amacıyla yapılmıştır. Değişen müşteri tarzını, uyumluluğunu ve rahatlık ihtiyaçlarını tatmin ederek ürünün katma değerini artırmak için ayakkabı üreticileri arasında gittikçe daha çok kabul gören özelleştirilmiş ayakkabıları tanıtmaya eğilimi olmuştur. Bu çalışmada kullanılan bilgisayar destekli tasarım sistemi (CAD) öncelikle lazerle taranmış müşteri ayağından 18 önemli ayak özelliğini otomatik olarak çıkarmakta, sonra o müşterinin seçtiği tarzı korurken, çıkartılmış ayak özelliklerine dayalı olarak kişiye özel hale getirilmiş ayakkabı kalıbına küresel bir derecelendirme uygulamaktadır. Son olarak sistem, ayak -ayakkabı kalıbı uyumluluğunu değerlendirmekte ve uyumluluğu hatları belirlenmiş bir şekilde sunmaktadır. Deneysel sonuçlar, önerilen CAD sisteminin müşterinin seçtiği tarzda ve ayak boyutunda ve şeklinde olan özelleştirilmiş ayakkabıları yapmak için ayakkabı üreticileri tarafından benimsenebildiğini göstermiştir.

Bir diğer örnek Park ve DeLong (2009) tarafından yapılan “Giyim ve Ayakkabı Endüstrisindeki Yeni Teknoloji Benimsemesini Sosyal Bir Çerçeve İçinde Anlama” isimli çalışmada örnek olay incelemesi yapılmıştır. Dünya lideri bir ayakkabı şirketi ile ortak olarak yürütülen çalışmada yeni patentlenmiş gerçek örnekleme sistemi (vss) olarak adlandırılan ilk örnekleme teknolojisi deneysel veri üretmek için kullanılmıştır. Web üzerinden çalışanlara online bir anket uygulanmıştır. Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri değerlendirmek için

niceliksel analiz yapılmıştır. Teknoloji kullanıcılarının eğitim süreleri, kullanım sıklığı, teknolojiden beklentileri, memnuniyet durumları ve şirketin performansının değerlendirilmesi istenmiştir. Araştırma sonucunda örnek olay bulgularına dayalı olarak iç iletişimlerin verimliliğini artırmak için katılımcı şirkete bir strateji önerilmiştir.

Ayakkabı sektörüne yönelik araştırma örnekleri arasında Satya Dewi tarafından 2003 yılında yapılan ‘‘Toplum Değerleri, Eğitim ve İş, Endonezya’da Çocuk İşçiliği Ayakkabı Sektörü Bir Durum Çalışması’’ isimli araştırma sayılabilir. Endonezya’daki kayıt dışı ekonominin büyük bir çoğunluğu ‘‘home-based’’ olarak adlandırılan, çalışanlara eksik ya da yetersiz kontratlar yapan ve düşük ücretle genellikle okul çağındaki çocukları çalıştıran endüstrilerden oluşmaktadır. Bu çalışma Cibaduyut, Cangkuang Kulon ve Bandung merkezlerindeki ev tabanlı endüstrilere ait ayak giyim ürünlerini incelemekte, bu bölgelerdeki üretim sisteminin doğasını ve temelini analiz etmekte, toplumsal değer yargılarını ve bu yargıların ebeveynler ve çocukların iş ya da okul seçimleri üzerindeki etkisine dikkat çekmektedir. Çocuk işçiler üzerinde yoğunlaşan çalışmada iki önemli husus vurgulanmaktadır. Birincisi toplumsal değerlerin analiz edilmemesidir. Halbuki bu işçi çocuklar bu toplumun içinde yaşamakta ve çalışmaktadırlar. İkincisi bu değer yargılarının çocukların kararlarında nasıl bir rol oynadığıdır. Bu çalışma, çocuk işçilerin doğrudan yoksullukla alakalı olmayan nedenlerini incelemektedir. Bulgular toplumsal değerlerin, okula gitmektense çalışma konusunda, verilen kararlar üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu desteklemektedir. Bazı sonuçlar toplumsal değer yargılarına dayalı eğitim sistemin değer yargılarını değiştirme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Yurtdışında yapılan ihtiyaç analizine yönelik araştırma örnekleri olarak aşağıdaki araştırmalar yer almaktadır.

Broadhurst, Michael (2006) tarafından kurumsal bir ortamda İhtiyaç analizi isimli bir araştırma yapılmıştır. Çalışma, Concordia Üniversitesi Eğitim Teknolojileri mezuniyet programı için, verilen dersler hakkında bir genel bakış ve göz önüne alınması gereken hususları belirlemek için yapılan bir ihtiyaç analizidir. Bu araştırmanın elde edildiği veriler İnsan Performansı teknolojisi ile ilgilidir. Bu

çalışma organizasyon içerisindeki kurumsal dinamiklerin performans değerlendirmesine ve aynı zamanda bireylerin rollerine de odaklanmaktadır. Çalışmalar performans grafiklerini belirlemek için tasarlanmıştır. İhtiyaç analizi kapsamındaki konu işletme çevresi ve organizasyonun tümünü işlevsel hale getirmek ve geliştirmek için gerekli alanları belirlemektir. Kurumsal gelişim için birbirinden farklı yeniden tasarım girişimleri sonuç bölümünde tartışılmaktadır. Raporlama süreci benzer analitik metodolojiler kullanma girişimleri yapan insan performansı teknolojileri uygulamalarını örneklendirmektedir.

Lubke (2001) tarafından yapılan “Çalışan Gelişimi İhtiyaç Analiz/Değerlendirmesi Süreçleri: Pratik Bir Araştırma” isimli doktora tez çalışmasında, başarılı bir ihtiyaç analizi sürecinde olan öğeleri tanımlamaya çalışmış, böylece çeşitli kuruluşlarda ihtiyaç analizlerinin etkililiğini artırmayı hedefleyen nitel bir araştırmadır. Çalışmada ileri teknoloji kullanan özel bir şirketler grubunda çalışan bir grup profesyonel eğitim müdürünün (Minnesota Teknik Eğitim Birliği, MTEC) şirket çalışanlarının gelişimi için seçerek kullandığı bir ihtiyaç analizi süreçlerini analiz edilmiş ve onlara süreçle ilgili önerilerde bulunulmuştur. Grup kullandıkları süreçlerin onlar için en iyisi olup olmadığından emin değildir.

Araştırma denekleri 5 katılımcı firma tarafından seçilen 43 insan kaynakları ve eğitim personeli, bölüm müdürleri ve yönetici olmayan çalışanlardan seçilmiştir. Araştırma, ihtiyaç analizi sürecini ve çalışanlarının gelişimini tanımlamak için, üye şirketler tarafından kullanılan süreç öğelerine ilişkin görüşlerden oluşan verileri, anketler ve görüşmeler yoluyla sağlamıştır. Nitel olarak süreç paydaşları (çalışma deneklerinin) başarı için belirledikleri kriterleri tanımlamaya ve mevcut ihtiyaç analizi süreçlerini başarılı olarak algılayıp algılamadıklarını ortaya koymaya çalışmaktadır. Çalışma sonuçları başarılı ihtiyaç değerlendirme süreçleri için önemli 14 öğeden oluşan bir öneriyle sonuçlanmıştır. MTEC üyesi şirketler araştırma sonunda süreçlerini geliştirmek ve desteklemek için öneriyi kullanmışlardır.

Mingming, Sek, Chan, Xiaomei, Kai (2012) tarafından yapılan ihtiyaç analizi çalışması Çin’de kalp rahatsızlığı olan hastaların öğrenme ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu nedenle öğrenme ihtiyaçları ve hastaların karakterleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Veriler kalp rahatsızlığı bulunan rastgele örneklem

yolu ile seçilen 347 hastadan anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma Çin’de üç ayrı üniversite hastanesinde yürütülmüştür. Çin’de kalp rahatsızlığı olan hastaların öğrenme ihtiyaçları ile ilgili çok az bilgi vardır. Hastaların algılanan öğrenme ihtiyaçlarını etkileyebilecek potansiyel özellikleri belirlemek önemli görülmüştür. Araştırma bulgularına göre Çin’deki kalp rahatsızlığı olan hastalar birçok konunun öğrenilmesinin önemli olduğunu düşünmüşlerdir. Araştırma sonuçlarının sağlık uzmanları tarafından Çin’deki kalp rahatsızlığı olan hastalara uygun eğitim programını geliştirmek amacıyla kullanılabilir.

Ivanitskaya, Hanisko, Garrison, Janson ve Vibbert (2012) tarafından yapılan ihtiyaç analizi çalışması Sağlık öğrencilerinin geliştirmek istediği becerilerin olup olmadığını, varsa neler olduğunu belirlemeye yöneliktir. Araştırmada öğrencilerin sağlık bilgisini oluşturmaya yönelik davranışlarını ortaya çıkarmak için nitel yaklaşım kullanılmıştır. 181 öğrenci tarafından yapılan nitel yorumlar üç eğitimli kodlayıcı tarafından analiz edilmiş, hangi becerileri geliştirmesi gerektiği ve nasıl yapacağı ile ilgili temalar oluşturularak gruplandırılmıştır. Sonuçlar öğrencilerin kütüphane becerilerini geliştirmeye ilgi duyduklarını ortaya koymuştur

Ferreira tarafından 2013’te yapılan bir araştırmanın amacı eğitim ihtiyaç analizini bilimsel ve sistematik olarak gözden geçirmektir. Araştırma iki soruya dayanır. Neredeyiz ve nereye gitmeliyiz. Bilimsel yayınlar incelenerek eğitim ihtiyaç analizinin şu anki durumunu ortaya koyularak bazı olası değişimlere dikkat çekmek amaçlanmıştır. Çeşitli veri tabanları kullanılarak 51 makale analiz edilmiş ve bu yayınlarda ihtiyaç analizinin mevcut durumu değerlendirilmiştir. Bu yayınların elde edildiği veri tabanları; İnternet bilgi ağı, Ovid, Proquest, Wiley online kütüphane, Emerald, PsycNet, CAPES veri tabanı ve Scielo’dur. Elde edilen sonuçlara göre:

1. Eğitim ihtiyaçlarının nasıl ölçüleceğine dair çok az bir görüş birliği vardır.
2. Mevcut birçok eğitim ihtiyacı belirleme metodu ihtiyacı analizinin içeriğinde yer alan bazı çoklu işlevsel faktörlerin çeşitli seviyelerdeki analizini göz ardı etmektedir. Aynı zamanda eğitim ihtiyaçları değerlendirilmesinde açıklar vardır bu nedenle kuramsal tanımlara ihtiyaç vardır.

3. Kavram oluşturma ile ilgili eğitim ihtiyaçları değerlendirmesine ilgi çok azdır. Bu bulgulara dayanarak eğitim ihtiyaç analizi uygulamasının, insanın başarısını ölçmeye, olası analiz seviyelerine, bireysel mesleki rollere değil aynı zamanda içsel ve dışsal faktörlere odaklanması gerekmektedir. Bunlar gelecekte önemli olabilir. İşin, eğitimin ve eğitim ihtiyaçları değerlendirme ortalamasının gerekleri derinlemesine tartışılmalı ve eleştirilmelidir.

4. Eğitim ihtiyaçları leğinin teorileri, modelleri metotları ve kavramları, detaylandırma ve test etme alanları ile ilgili olarak geliştirilmelidir.

2.5.2. Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar

Türkiye’de doğrudan ayakkabı tasarımı ve üretimi eğitimine yönelik bir araştırmaya rastlanmamıştır.

şahin, Erişen ve elikz tarafından 2012’de yapılan Mesleki Eğitimde Sanal Eğitim: Ayakkabı Eğitimi isimli çalışma, ayakkabı tasarımı eğitiminde Leonardo Da Vinci projesi olarak Avrupa birliği tarafından desteklenen projeyi tanıtılmaktadır. Yazarlar tarafından tanıtılan ayakkabı tasarımı sanal eğitim merkezi (VTC)  balkan ülkesinden oluşan bir birlik tarafından önerilen bir proje içerisinde 2007-2009’da geliştirilmiştir. Ortaklar Romanya, Türkiye, Yunanistan’dan birer niversitedir. VTC-Ayakkabı proje teklifinin ana nedeni Avrupa ayakkabı endüstrisindeki hem miktar hem de nitelik bakımından değerşen ihtiyaçları karşılayabilmek için rekabet ve istihdamı güçlendirmek amacıyla ulusal ayakkabı sektörlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin (ICT) kullanımını desteklemektir. Proje ilk ve orta seviyedeki ayakkabı tasarım eğitim için sanal olarak tasarlanan, içeriğine internet üzerinden ulaşılan ve hizmete sunulan ve kendi alanında bir ilk olan e-öğrenme eğitim merkezinin oluşturulmasını hedeflemiştir. Online olarak ulaşılan dersler eğitimin başlangıcından önce geliştirilen yaygın müfredata göre oluşturulmuştur. Araştırma sonuçları 21.yy.da eğitim ve öğretimde bilgi ve iletişim teknolojisinin kullanımı eğitim organizasyonlarının temel görevi olarak sayıldığına, VTC’nin ayakkabı eğitiminde ICT (Information and Communications Technologies) kullanımının mükemmel bir rneği olduğuna, yapısı, içeriği, metodolojisi ve eğitime hizmeti ile

ICT'nin yararlı bir şekilde kullanımını gösteren bir eğitim aracı örneği olarak sayılabilir olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sektör araştırmaları oldukça önemlidir. Bu araştırmalar arasında Türkiye'de İstanbul, İzmir, Konya, Ankara ticaret ve sanayi odalarının son beş yıldır yaptıkları ayakkabı sektör araştırmaları sayılabilir. Bu araştırmalarda sektördeki mevcut yapı, çalışan işletme sayıları, işleyiş özellikleri, günümüzdeki durumu, ihracat ve ithalat durumları, sorunları ve çözüm önerileri gibi başlıklar yer almaktadır.

İGEME (Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi) tarafından çeşitli araştırmalar ise dış pazar araştırmasına yöneliktir. Buna göre ülkelerin sektördeki durumları ortaya konmaktadır. Bu araştırmalar arasında son beş yıla ait dış pazar araştırmaları sayılabilir. Son on yılda Türkiye'de yirmi iki adet ayakkabı ile ilgili tez çalışması yapılmıştır. Bunlardan dört tanesi doktora, bir tanesi sanatta yeterlilik, on yedi tanesi yüksek lisans tezidir.

Doktora tezlerinin tamamı fen bilimleri enstitülerine bağlı olarak mühendislik alanlarında yapılmıştır. Bu çalışmalardan birisi Karavana tarafından (2008) yapılan Türkiye'de 12-17 yaş grubu genç erkeklerde ayak ölçülerinin belirlenmesi ve standardizasyonu üzerine araştırmalar isimli doktora tezidir. Bu araştırmada; Türk insanına ait ayakkabı kalıp ölçülerini standardize ederek, "Türk Ayakkabı Numaralandırma Sistemi" için bir başlangıç yapılması amaçlanmıştır. Türkiye'deki 12-17 yaş grubu genç erkeklerin ayak yapısını ortaya koyabilmek için Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesindeki 18 il merkezinde yaşayan 4386 kişiden tüm boy, ağırlık ve her bir ayaktan 12 farklı ayak ölçüsü olmak üzere toplam 26 adet ölçüm alınmıştır. Elde edilen bulgulara göre; her bir ölçümün sağ ve sol ayak değerleri arasındaki farkı ile ayak boyu, ayak genişliği, topuk genişliği, tarak çevresi ve kontrpiye çevresi ölçümlerinin bölgeler arasındaki farkının istatistiki olarak önemli olduğu belirlenmiştir. Ancak bu farklılıkların, oluşturulacak olan standardizasyon modelinde ne coğrafi bölgelerin, ne de sağ ve sol ayağın ayrıca ele alınmasını gerektirecek boyutlarda olmadığı anlaşılmıştır. Yapılan karşılaştırma sonucunda, genç Türk erkeklerinin ayak yapısının söz konusu standarda göre daha kısa, daha geniş ve çevresel olarak daha küçük olduğu saptanmıştır.

Benzer bir araştırma Ocak ve Gülümser (2009) tarafından yapılmıştır. Araştırma “7–14 Yaş Grubu Genç Erkek Çocukların Ayak Ölçüleri Standardizasyonu” başlığını taşımaktadır. Araştırmaya ilişkin veri toplamak amacıyla 16 ilçenin çeşitli ilköğretim okullarında öğrenimini sürdüren 1064 erkek çocuğun sağ ve sol ayakları üzerinden 24 kez birbirinden farklı olarak ölçüm yapılmıştır. Ayak ölçülerinin belirlenmesinden sonra istatistiksel değerlendirme yapılmıştır. Araştırma sonucunda sağ ve sol ayak ölçüleri arasındaki farklılıklar görülmüştür. Ölçüm sonuçları, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından kabul edilen Paris Sistemi değerlerinden farklı olarak bulunmuştur. Türk insanının ayak yapısının bu standart değerlerine göre geniş ve kısa olduğu gözlenmiştir. Verilerin elde edilmesinden sonra sağ ve sol ayak ölçü standardizasyon çizelgeleri hazırlanmıştır.

Kanber (2010) tarafından “Modernizm’den Bugüne Sanat Anlayışlarının Ayakkabı Tasarımı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinde modernizmle birlikte gelişen sanat akımlarının ayakkabı tasarımı üzerine olan etkilerini araştırmış, moda sistemi içinde tüketim nesnesi olarak yer alan ayakkabının, estetik değerleri ve sanatsal fikirleri moda kavramı üzerinden yansıtma potansiyelini irdelemiştir. 20. yüzyılla birlikte gelişen çeşitli sanat akımlarıyla toplumsal yaşamda ve kültürel anlamda önemli değişimler yaşanmıştır. Sanatçılar kendilerini daha özgür olarak farklı formlar ve materyallerle ifade etme fırsatı bulmuşlardır. Araştırmada ayakkabının konumu, günümüz sanatçıların örneklerinden yola çıkılarak incelenmiştir. Tasarımcıların deneysel çalışmalarından da örneklere yer verilmiş, sanatın özgün eserlere kaynaklık ettiği ve gelişen teknolojiyle birlikte ayakkabı tasarımlarında daha yaratıcı, özgün ve yenilikçi örneklerin tüketiciyle buluşacağı sonucuna varılmıştır.

Çelik (2010) tarafından yapılan “Anadolu’nun Geleneksel Ayakkabı Formlarından Günümüz Tasarım Anlayışına Ayakkabı Kültürü” isimli yüksek lisans tezinde kültürün tasarıma etken gücünden yola çıkılarak, Anadolu kültüründe ayakkabı konusunun ele alınmıştır. Çalışmada ayakkabıyı bir kültür ögesi olarak irdeleyerek, geçmişin ayakkabı formlarının günümüz ayakkabı tasarım anlayışı içinde yeni tasarımlara kaynak oluşturmasının önemini vurgulamak amaçlanmıştır. Bu çerçevede, Anadolu’nun uzun zanaat birikimi içinde geleneklerle birlikte yaşayan

ayakkabının sosyal, kültürel ve tarihsel konumu ele alınmış, ayakkabı zanaatının gelişimi ve üretim organizasyonları geleneksellik kavramı ile ilişkilendirilerek incelenmiştir. Konu tarihten gelen örneklerle detaylandırılmıştır.

Bayındır (2008) “Ayakkabı Sektöründe Markalaşma ve Rekabet İlişkisi: Konya Ayakkabı Sektörü İçin Bir Hibe Projesi” isimli yüksek lisans tezinde ayakkabı sektörü hakkında detaylı bilgi vermiş, markalaşma ve rekabet ilişkisini rekabet gücü kriterleri üzerinden açıklamaya çalışmıştır. Son yıllarda Çin’den ithal edilen ucuz ayakkabıların sektör açısından en büyük sorun olarak ortaya çıktığına dikkat çekmiş ve sektörün sorunlarını ortaya koymuştur. Tasarım ve moda unsurlarının ön planda olduğu sektörde, ayakkabıcılık eğitimi veren meslek okulu, meslek yüksekokul gibi eğitim kurumlarının çok sınırlı kaldığı, sermaye yetersizliği, moda ve tasarımda yetersizlik, işletmelerin pazar bilgilerinin yeterli olmayışı, marka, reklam ve tanıtım eksikliği, kurumsallaşamama, işletme bilgisi yetersizliği, çağdaş işletmecilik fonksiyonlarının yetersizliği, kalifiye personel teminindeki güçlükler, yüksek KDV, enerji ve işçilik maliyetleri önemle vurgulanmıştır. Çalışma sonucunda Konya ayakkabı sektörü için AB hibelerinde fon sağlanması planlanan markalaşma ve rekabet konulu eğitim projesi oluşturulmuştur.

Ayakkabı eğitimi mesleki eğitimin kapsamı içinde değerlendirilmektedir. Son on yılda mesleki eğitimle ilgili 310 tez çalışması yapılmıştır. Bunların 76’sı doktora tezidir. Bunlara örnek olarak Şahin (2010) tarafından yapılan “Mesleki ve Teknik Eğitimde Sanal Eğitim Uygulaması: Beklentiler ve Öğrenci Başarısına Etkisi” isimli çalışma verilebilir. Araştırma, mesleki ve teknik eğitim alan öğrencilerin ve mesleki ve teknik eğitim veren öğretim elemanlarının sanal eğitimden beklentileri, mesleki ve teknik eğitimde uzaktan eğitim modelinde uygulanan sanal eğitimin öğrenci başarısına etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma verileri mesleki ve teknik eğitim alan öğrencilerden ve veren öğretmenlerden nicel ve nitel araştırma yöntemleri kullanılarak sağlanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular öğrencilerin sanal eğitimden beklentilerini ortaya koymuştur ve bu beklentilerin olumlu olduğu görülmüştür. Öğretim elemanlarının sanal eğitimden beklentileri de öğrencilerin beklentileri ile benzerlik göstermektedir. Öğrenciler sanal eğitimin sosyalleşmeyi ortadan kaldırdığını ifade etmişlerdir. Bu da sonuçlar arasındaki tek olumsuz görüştür.

Bir diğerk örnek, Ali Gür'ün (2011) "Rekabet Gücünün Artırılmasında Nitelikli İş Gücü İhtiyacı ve Mesleki Eğitim" isimli doktora tezidir. Çalışmada küreselleşme ile birlikte daha da önemi artan rekabet gücünün, teknolojik gelişme ve değişme ile birlikte yaşadığı süreç, nitelikli iş gücü ve rekabet ilişkisi ele alınmış ve iş gücü piyasalarında yaşanan değişmelere de değinilmiştir. Rekabet gücünün önemli faktörlerinden nitelikli iş gücünün kaynağı olan nüfus ve eğitim yapılarının Türkiye'deki durumu üzerinde durulmuş, nitelik kazandırmada yetersiz yönler ile bunlara ilişkin sorunlar ve çözümler dile getirilmiştir. Bu gelişmelerin işletmelere yansımaları ve işletmelerin rekabet gücü ve nitelikli iş gücü yönünden durumları, beklentileri bir saha çalışma ile ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlarla da rekabet gücünün elde edilmesi, artırılması ve sürekli kılınmasında nitelikli iş gücünün ve eğitimin önemi bir defa daha vurgulanmış ve ortaya konulmuştur.

Sönmez (2008) tarafından yapılan "Türkiye'de Mesleki ve Teknik Örgün Öğretimin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılma Zorunluluğu" isimli çalışma son yıllarda ülkemizdeki mesleki ve teknik ortaöğretimde büyük bir çöküş yaşandığına dikkat çekmektedir. Bu çöküşün nitelikli ara eleman yetiştirilmesini olanaksızlaştırdığı meslek yüksekokullarını ve mühendislik öğretimini de olumsuz etkilemesine sebep olduğu vurgulanmaktadır. Çöküşün nedenlerinin doğru bir şekilde tespit edilerek ortadan kaldırılmasıyla bir an önce mesleki-teknik öğretimin olması gereken seviyeye ulaştırılmasının, ülkemizin geleceği için hayati önem taşıdığı altı çizilmektedir. Çalışmada köklü çözüm önerileri verilmekte, ortaöğretim ve meslek yüksekokullarının ne şekilde yapılandırılması gerektiği üzerinde durulmakta ve teknik ortaöğretim kurumlarının ve meslek yüksekokullarının mühendislik öğretimine olan etkileri tartışılmaktadır.

İhtiyaç analizi ile de ilgili olarak son 15 yıl içinde çeşitli tezler ve araştırmalar yapılmıştır. Bunlar arasında; Erişen (1997) tarafından yapılan yüksek lisans tezi sayılabilir. Çalışmada Erkek Teknik Öğretim Genel Müdürlüğüne bağlı Ankara ili merkez ilçelerindeki teknik ve endüstri meslek liselerinde görev yapan atölye ve meslek dersleri öğretmenlerinin kendi görüşleri, öğrenci görüşleri ve gözlem sonuçlarına göre öğretmenlik formasyonu açısından hizmet içi eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesine çalışılmıştır. Çalışma genel tarama modeli türünde yürütülmüş, öğretmenlerin hizmet içi eğitim ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla üç farklı veri

toplama aracı geliştirilmiştir. Bunlar: öğretmen anketi, öğrenci anketi ve gözlem formudur. Geliştirilen anketler Ankara ili merkez ilçelerinde bulunan ve araştırma evrenine alınan 14 okul içerisinde örnekleme giren 5 okulda 142 öğretmen ve 250 öğrenciye uygulanmıştır. Katılımcı öğretmenler içerisinde 50 öğretmen, 3 uzman tarafından 247 saat süreyle gözlenmiştir. Veriler istatistik analizleri yapılarak yorumlanmıştır. Elde edilen sonuçlardan öğretmenlik formasyonu içerisinde yer alan bütün davranışlarda öğretmenlerden bazılarının hizmet içi eğitime ihtiyaç gösterdikleri görülmüştür.

Hamamcı ve Akyol (2005) tarafından yapılan İhtiyaç analizi çalışması ise ilköğretim ve lisede çocukları olan anne ve babaların aile eğitimi ihtiyaçları incelemiştir. Araştırmanın örneklemi 400 anne 383 babadan oluşmaktadır. Demografik bilgi formu ve aile eğitimi ihtiyaç anketi veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. İlköğretimde çocuğu okuyan anne babaların çocuklarına en çok sağlıklı beslenme alışkanlığı kazandırma, sorumluluk duygusu geliştirme, öz güven geliştirme konularında bilgiye ihtiyaç duydukları, lisede çocukları öğrenim gören anne babalar ise çocuklarının boş zaman faaliyetlerini yönlendirme, cinsel eğitim, ev işleri ve okul çalışmalarında bilgiye ihtiyaç duydukları araştırma sonucunda ulaşılan bulgulardır. Araştırma sonuçlarına göre; eğitim seviyeleri düşük ve daha önce eğitim semineri almayan anne babalar araştırmaya katılan anne babalardan daha çok bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Çocukları lisede okuyan ve birden fazla çocuğu olan, erkek çocuk sahibi anne babalar daha fazla bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar.

Akçadağ (2010) tarafından yapılan araştırma öğretmenlerin önerilen yöntem, teknik ve ölçme değerlendirme durumlarına ilişkin eğitim ihtiyaçlarının neler olduğu ve bu ihtiyaçların kıdeme ve cinsiyete göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlamıştır. Betimleme-survey modelinde yürütülen araştırmanın evrenini, Samsun ili ilköğretim I. kademe öğretmenlerini oluşturmuştur. Araştırma anketi, Samsun'da görev yapan ve toplam 1276 ilköğretim I. kademe öğretmeni arasından 2007 Temmuz ayında hizmet içi eğitim almak için bir araya getirilen 156 öğretmene uygulanmıştır. Öğretmenler, gösteri, drama, kavram haritası, balık kılıcı, zihin haritası, öğrenme ortamları sağlama, zekâ alanlarına göre öğrenme ortamı hazırlama, ürün dosyası, kontrol listesi, proje, performans değerlendirme, analitik

değerlendirme tekniği, bütüncül değerlendirme tekniği, genel izlenim değerlendirme tekniği, duyuşsal özellikleri ve düzenleme, becerilerini değerlendirme yöntem ve tekniklerde eğitim ihtiyacı içinde olduklarını belirtmişlerdir.

Bir diğerk örnek Neriman (2010) tarafından yapılan yüksek lisans tezidir. Çalışma “Mesleki ortaöğretimde yeni müfredat doğrultusunda öğretmenlerin eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi” başlığını taşımaktadır. Araştırmada, mesleki ortaöğretimde yeni müfredat doğrultusunda öğretmenlerin eğitim ihtiyaçları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma Milli Eğitim Bakanlığı 2009 yılı hizmet içi eğitim programının sonbahar döneminde yer alan 2 hizmet içi eğitim seminare katılan 200 öğretmen üzerinde yapılmıştır. Veriler öğretmenlerden anket yoluyla sağlanmıştır. Analizler sonucunda öğretmenlerin hizmet içi eğitim ihtiyaçları yedi alt boyutta toplanmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucu, öğrenciyi tanımaya yönelik eğitim ihtiyacının diğerk eğitim ihtiyaçlarına oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerin hizmet içi eğitim ihtiyaçlarının diğerk alt boyutları da orta düzeyde bulunulmuştur.

Sezer ve Sağ tarafından (2012) yılında Türkiye’deki birleştirilmiş sınıf öğretmenlerinin mesleki ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. 2009–2010 öğretim yılında Türkiye’deki 238 birleştirilmiş sınıf öğretmeni araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Veriler, “Birleştirilmiş Sınıf Öğretmeni Özyeterlik Ölçeği”nin uyumlaştırılmış biçimi aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma sonuçları birleştirilmiş sınıf öğretmenlerinin okul yönetim işleri, program okuryazarlığı ve öğretim ve değerlendirme boyutlarında çeşitli mesleki ihtiyaçlarının olduğunu göstermiştir. Araştırmaya katılan birleştirilmiş sınıf öğretmenlerinin mesleki ihtiyaçları, cinsiyet, öğretmenlikteki deneyim süresi, mesleki konum, birleştirilmiş sınıflarla ilgili hizmetiçi eğitime katılma durumu, atanma nedeni ve birleştirilmiş sınıflarda öğretmenlik yapmada isteklilik durumu gibi özellikleri anlamlı farklılık göstermemiştir. Birleştirilmiş sınıf öğretmenlerinin mesleki ihtiyaçları okula dayalı özelliklerinden okulun mali özellikleri ve okulun bulunduğu sosyal çevrenin özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermezken, birleştirilmiş sınıf öğretmenlerinden üç yıldır aynı sınıfı okutan öğretmenlerin, bir yıldır aynı sınıfı okutan öğretmenlere göre mesleki ihtiyaç düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

BÖLÜM III:

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma evreni, çalışma grubu, veri toplama araçları, verileri çözümlene teknikleri yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Türkiye’de ayakkabı tasarımı ve üretiminde sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli elemanların hedeflenen yeterliklerinden yola çıkarak, lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarını belirlemeye çalışılan bu araştırma tarama modelindedir. Araştırmada nicel ve nitel yöntemler birlikte kullanılmıştır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesnenin, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışıldığı tarama modeli, geçmişte ve halen var olan bir durumu var olduğu biçimiyle betimlemeyi amaçlar. Bu modelde durumu herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme amacıyla müdahale edilmez. Önemli olan bilinmek istenenin var ve orada olmasıdır. Hedef, var olanı uygun bir biçimde “gözleyip” belirleyebilmektir (Karasar, 2006).

Araştırma nitel boyutunda durum çalışması desenindedir. Durum çalışması ise bir ya da birkaç özel durumu derinlemesine inceleyip analiz etmeyi hedeflemektedir (Creswell, 1998). Yani bir durumla ilgili olan bireyler, olaylar süreçler gibi etkenlerin bütüncül bir yaklaşımla araştırılmasına ve ilgili durum üzerine olan etkileri ve durumdan nasıl etkilendikleri üzerine yoğunlaşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

3.2. Nicel Veri Kaynakları

Bu bölümde nicel verilerin sağlandığı kaynaklar ve nitelikleri betimlenmeye çalışılmıştır. Kaynakların bazı bireysel özellikleri tablolar halinde özetlenmiştir.

3.2.1. Çalışma Evreni

Araştırmalarda iki tür evrenden söz edilmektedir. Bunlar genel evren ve çalışma evrenidir. Soyut bir kavram olan, tanımlanması kolay ancak ulaşılması güç

olan genel evrene ulaşmak ve güvenilir veri elde etmek çoğu zaman imkânsızdır. Olası yanlış anlamaları da öngörerek araştırmalarda Çalışma evreni kavramı geliştirilmiştir. Çalışma evreni ulaşılabilen evren olarak tanımlanabilir. Genel evrenin soyutluğuna karşın çalışma evreni somuttur. Araştırmacının doğrudan gözleyerek ya da seçilmiş bir küme üzerinde yapılan gözlemleri kullanarak hakkında görüş bildirebileceği evren çalışma evrenidir. Araştırmalar pratikte çalışma evreni üzerinde yapılmaktadır. Sonuçlar ise kaçınılmaz olarak genellenmektedir. Esas olarak evreni tanımlama ve sınırlandırma çalışma evrenini belirlemek için yapılmaktadır. Böyle bir evreni belirlemek için en iyi yol hedefe uygun ölçütler geliştirmek ve bu ölçütlere uyanları çalışma evrenine almaktır (Karasar, 2006).

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki eğitim programcılarını, ayakkabı tasarımcılarını, ayakkabı üreticilerini, sivil toplum kuruluşları yöneticilerini, (ayakkabıcı odaları ve dernekleri), pazarlama alanında çalışan öğretim elemanlarını, ayakkabı eğitmenlerini, öğretim elemanlarını ve öğretmenlerini oluşturmaktadır. Veri kaynaklarının çok yönlü olmasının nedeni hedeflere uygun ölçütler geliştirilerek farklı çalışma evrenleri oluşturma yoluna gidilmiştir. Tablo 3.1' de çalışma evreninde yer alan ve uygulamaya katılan kişi sayıları yer almaktadır.

Tablo 3.1: Çalışma Evreninde Yer Alan ve Araştırmaya Katılan Kişilerin Gruplara Göre Dağılımları

GRUPLAR	Çalışma evreni	Uygulamaya katılan
Eğitim Bilimleri alanında çalışan öğretim elemanları	235	79
Tasarım alanında çalışan öğretim elemanları	115	62
Ayakkabı Üreticileri	18.500	512
Pazarlama Alanında çalışan öğretim elemanları	107	51
Ayakkabı uzmanları	70	62

Eğitim bilimleri alanında çalışan öğretim elemanlarının oluşturduğu çalışma evreni Türkiye'de 2002 yılından önce kurulmuş olan tüm devlet üniversitelerindeki eğitim programı ve öğretimi ana bilim dalında görev yapan öğretim elemanlarını kapsamaktadır. Üniversite sayısının çok olması ve yeni kurulan üniversitelerin web

sayfalarında öğretim elemanlarının elektronik posta adreslerine ulaşma güçlüğü nedeni ile böyle bir sınırlamaya gidilmiştir. Web adreslerine ulaşılabilen 235 öğretim elemanından 79'u uygulamaya katılmıştır.

Tasarım alanında çalışan öğretim elemanlarının oluşturduğu çalışma evreni Türkiye'de tasarım programlarının bulunduğu tüm devlet ve özel üniversitelerde görev yapan öğretim elemanları kapsamaktadır. Tasarım programlarının tüm üniversitelerde yer almaması ve öğretim elemanı sayısının sınırlı olması sebebiyle evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Ulaşılabilen öğretim elemanı sayısı 115'tir. Katılımcı sayısı ise 62'dir.

Ayakkabı üreticilerinin oluşturduğu evren İstanbul, İzmir, Konya, Gaziantep, Bursa, Ankara, Adana, Manisa, Hatay, Denizli, Trabzon, Malatya ve Kahramanmaraş illerinde çalışan ayakkabı üreticilerini kapsamaktadır. Bu üretim bölgelerinde irili ufaklı yaklaşık 18.500 işletme üretim yapmaktadır. Ayakkabı üretimi işletmelerin kapasitesine göre günde birkaç çiftle binlerce çift arasında değişmektedir. Sektörde ve ilgili literatürde genel kabul görmüş resmi bir sayı standardının belirlenmemiş olmasına rağmen günde 200 çifte kadar üretim yapan işletmeler küçük; 200-500 çift üretim yapan işletmeler orta; 500 çiftten fazla üretim yapan işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak değerlendirilmektedir. Ancak sektörün genel iş hacmine göre bu sınıflandırmada değişiklikler görülmektedir. Örneğin Hatay ölçeğinde günde 200 çift üreten işletme "büyük" kategorisinde olurken; Konya'da orta, İstanbul'da küçük olarak değerlendirilebilmektedir. İşletmelerin üretimi ise mevsim ve koşullara bağlı olarak sürekli değişebilmektedir. Pek çok nedenle evreni tam olarak belirlemek mümkün olamadığı için veri toplama amacıyla tabakalı örnekleme yoluna gidilmiştir.

Tabaka örnekleme ise, sınırları saptanmış bir evrende alt tabakalar veya alt birim gruplarının var olduğu durumlarda kullanılır. Evrendeki alt grupların örnekleme temsiliyetini garanti altına alır. Tabakalı örnekleme genelde pratik nedenlerle planlanır. Hem alt evrenlerin örnekleme temsiliyeti garanti altına alınır, hem de maliyet düşmüş olur (Balcı, 2005).

Bu araştırma için günde 200 çiftin üzerinde üretim yapan işletmeler örnekleme olarak seçilmiştir. Bir şehirde bu ölçüte uyan 10'dan fazla işletme varsa araştırmacı

tarafından bu şehirlere gidilmiş, ayakkabıcı odalarının işbirliği ile gönüllü olan ve günde 200 çiftten fazla üretim yapan orta ve büyük ölçekli işletme sahiplerine uygulama yapılmıştır. Bu işletme sahipleri yanlarında en az 10 -15 eleman istihdam etmektedirler. Bu nedenle örneklem olarak günde 200 çiftin üzerinde üretim yapan işletmecilerin seçilmeleri uygun görülmüştür. Uygulama Kasım 2011 ile Nisan 2012 tarihleri arasında İstanbul, İzmir, Ankara, Adana, Konya, Gaziantep, Manisa, Bursa ve Hatay illerinde yüz yüze 512 katılımcıya uygulanmıştır.

Pazarlama alanında çalışan öğretim elemanlarının oluşturduğu çalışma evreni Türkiye'deki 2002 yılından önce kurulmuş olan üniversitelerin işletme fakültelerinde görev yapan üretim ve pazarlama alanında çalışan öğretim elemanlarını kapsamaktadır. Üniversite sayısının çokluğu ve yeni kurulan üniversitelerdeki öğretim elemanlarının adres tespitinde karşılaşılan güçlükler nedeni ile böyle bir sınırlamaya gidilmiştir. Bu alanda 107 öğretim elemanına ulaşılmış 51'i çalışmaya katılmıştır.

Ayakkabı uzmanlarının oluşturduğu çalışma evreni en az lisans mezunu piyasada çalışan ünlü ayakkabı tasarımcıları, meslek yüksekokullarında görev yapan ayakkabı öğretim elemanları, meslek liselerinde çalışan ayakkabı öğretmenleri, ayakkabıcılar odası ve dernek başkanlarından oluşmaktadır. Sayılarının sınırlı olması sebebi ile tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplam 70 kişiye ulaşılmış, 62 kişi uygulamaya katılmıştır.

Araştırma Kapsamında Uygulamaya Katılan Bireylerin Özellikleri

Tablo 3.2: Araştırmaya Katılan Kişilerin Mesleklerine Göre Dağılımları

Katılımcı Meslekleri	Frekans	%
Ayakkabı Uzmanları	62	8,1
Tasarım Alanında Çalışan Öğretim elemanları	62	8,1
Ayakkabı üreticileri	512	66,8
Pazarlama alanında çalışan öğretim elemanları	51	6,7
Eğitim Bilimciler	79	10,3
Toplam	766	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin meslekleri incelendiğinden en büyük grubu %66,8 ile Ayakkabı üreticileri oluşturmaktadır. Bunu %10 il eğitim bilimciler, %8,1 ile ayakkabı uzmanları ve tasarım alanında çalışan öğretim elemanları takip etmektedir. En az yüzdeyi ise %6,7 ile pazarlama alanında çalışan öğretim elemanları oluşturmaktadır.

Tablo 3.3: Araştırmaya Katılan Kişilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	%
Erkek	637	83,2
Kadın	129	16,8
Toplam	766	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin % 83,2'sinin erkek, % 16,8'inin kadın olduğu tablo3.3'ten anlaşılmaktadır. Bayan katılımcılar öğretim elemanları, ayakkabı tasarımcıları ve az sayıda ayakkabı öğretmeninden oluşmaktadır. Ayakkabı üretimi yapan işletme sahiplerinin tamamı erkektir. Yapılan gözlem ve bulgulardan anlaşıldığına ayakkabı sektöründe yönetimin tamamının erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 3.4: Araştırmaya Katılan Kişilerin Kıdemlerine Göre Dağılımları

Kıdem	Frekans	%
1-5 yıl	84	11,0
6-11 yıl	119	15,5
11-15 yıl	101	13,2
16-21 yıl	141	18,4
22-26	122	15,9
27-32	76	9,9
33-40	83	10,8
41 yıl ve üstü	40	5,2
Toplam	766	100,0

Tablo 3.4'e göre araştırmaya katılan bireylerde çoğunluğu %18,4 ile 16-21 yıl arasında çalışanların oluşturduğu, bunu 15,9 ile 22-26 yıl; 15,5 ile 6-11 yıl olan kıdem grubunun takip ettiği görölmektedir. En az ise 41 yıl ve üzeri olan ve % 5,2 olan gruptur. Araştırmaya katılan bireylerin deneyimli oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 3.5: Araştırmaya Katılan Ayakkabı Üreticilerin Üretim Bölgelerine Göre Dağılımları

Şehir	Frekans	%
İstanbul	127	24,8
Ankara	30	5,9
İzmir	134	26,2
Manisa	22	4,3
Adana	30	5,9
Hatay	18	3,5
Bursa	27	5,3
Gaziantep	54	10,5
Konya	70	13,7
Toplam	512	100

Araştırmaya katılan ayakkabı üreticilerinin yaşadıkları şehirler incelendiğinde %26,2 ile İzmir ve % 24,8 ile İstanbul'un en büyük dilimi oluşturduğu, bunu sırasıyla %13,7 ile Konya, %10,5 ile Gaziantep %5,9 ile Ankara ve Adana, % 5,3 ile Bursa , %4,3 ile Manisa %3,5 son olarak Hatay'ın olduğu görölmektedir. Sektörün genişliği açısından Türkiye'nin en büyük ayakkabı üretim merkezlerinin İstanbul ve İzmir olduğu için buralarda daha çok sayıda üreticiye ulaşmak mümkün olmuştur.

Tablo 3.6: Araştırmaya Katılan Öğretim Elemanlarının Unvanlarına Göre Dağılımları

Unvan	Frekans	%
Prof. Dr.	35	18,2
Doç. Dr.	51	26,5
Yrd. Doç. Dr.	68	35,4
Dr.	5	2,6
Öğr. Gör.	24	12,5
Arş. Gör	9	4,6
Toplam	192	100

Araştırmaya, Eğitim Bilimleri, Tasarım, Pazarlama ve Ayakkabı alanlarında çalışan 192 akademisyen katılmıştır. Öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğu %35,4 ile Yrd. Doç. Dr., %26,5 ile Doç. Dr.lardan oluşmaktadır. Bunu %18,2 ile Prof. Dr.lar, %12,5 ile Öğr. Gör.leri takip etmiştir. En küçük gruplar %4,6 ile Arş.Gör.leri, %2,6 ile Dr.dan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğretim elemanlarının büyük çoğunluğu Yrd. Doç. Dr. ve Doç. Dr.lardan oluşmaktadır.

Tablo 3.7: Araştırmaya Katılan Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Eğitim Durumu	Frekans	%
İlkokul	192	37,5
İlköğretim-Ortaokul	98	19,2
Lise	127	24,8
Ön Lisans	25	4,8
Lisans	64	12,6
Lisans Üstü	6	1,1
Toplam	512	100

Araştırmaya katılan ayakkabı üreticilerinin eğitim durumları incelendiğinde %37,5 ile büyük bir çoğunluğun ilkokul, %24, 8 ile lise mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Bunu %19,1 ile ilköğretim/ortaokul, 12, 5 ile lisans mezunları oluşturmaktadır. En küçük grubu ise %1,1 ile lisansüstü eğitim alanlar oluşturmaktadır.

3.3. Nitel Veri Kaynakları

Bu bölümde nitel veri kaynakları betimlenmeye çalışılmıştır.

3.3.1. Çalışma Grubu

Bu araştırmada nitel verileri elde etmek amacıyla amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yolu tercih edilmiştir. Buradaki amaç, görel olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır. Bu örnekleme yönteminin kullanılmasıyla çeşitliliği sağlayarak ile evrene genelleme yapmak değil çeşitlilik gösteren durumlar arasında var olan ortaklıkların, benzerliklerin ve farklılıkların bulunması amaçlanmaktadır. Amaçlı örnekleme olasılığa dayalı değildir. Bu teknikte araştırmacı araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişileri örnekleme dâhil eder (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Bu araştırmanın nitel verileri Türkiye’de sektörle bağlantılı üretici, tasarımcı, oda başkanı, eğitimci ve akademisyen olmak üzere toplam 9 kişilik bir çalışma grubundan görüşme yolu ile sağlanmıştır. Ayrıca araştırmada kullanılan Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi İhtiyaç Analizi Ölçeği tüm katılımcılara uygulanırken açık uçlu bir soru yöneltilmiştir. Bu da araştırmanın nitel verileri olarak kullanılmıştır.

3.4. Nicel Veri Toplama Araçları

Bu alt bölümde araştırmanın, nicel alt problemlerini yanıtlamak üzere hazırlanan ölçme aracının nasıl geliştirildiği açıklanmaktadır.

3.4.1. Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği

Ülke genelinde Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına yönelik eğitim ihtiyacını belirlemek amacıyla program geliştirmede önemli bir bölüm olan ihtiyaç analizi sürecine ilişkin temel yaklaşımlar incelenerek demokratik yaklaşım benimsenmiştir.

Demokratik yaklaşım; her toplumda konu alanı ile ilgili olan bazı referans grupları bulunmaktadır. Bu grupların çoğunluğu tarafından çeşitli istek, değer ve değişiklikler olmaktadır. Bu yaklaşım temelde çoğulcu toplumu oluşturan sosyal grupların, bazı özellikler taşıyan bir türü olarak tanımlanabilen çeşitli dernek, sivil toplum kuruluşu, vakıf, meslek odalarından oluşan baskı grupları olarak adlandırılan örgütsel yapıların istek ve ihtiyaçlarını baz almaktadır (Demirel, 2008).

Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla literatürde yer alan çalışmalar incelenmiş bu çalışmalar doğrultusunda her bir boyutun birbirinden ayrı uzmanlık alanlarını kapsaması nedeni 4 farklı ölçek geliştirme çalışması yapılmıştır. Bunlar “Temel Yeterlikler Ölçeği”, “Tasarım Yeterlikleri Ölçeği”, “Üretim Yeterlikleri Ölçeği” ve “Pazarlama Yeterlikleri Ölçeği”dir. Ancak kullanışlılığı sağlamak açısından ölçekler tek bir isim altında birleştirilerek “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği” olarak isimlendirilmiştir.

Ölçekler geliştirilirken öncelikle literatür taraması yapılmış, görüş alınacak uzmanlar belirlenmiş ve dünyada ayakkabı lisans eğitimi veren programların hedefleri, ders içerikleri yöntemleri ve ölçme ve değerlendirme süreçleri incelenmiş bunlardan öne çıkanlara mail yoluyla ulaşılarak araştırma gezisi talep edilmiştir. Londra Sanat Üniversitesi bünyesinde bulunan altı fakülteden biri olan, London College of Fashion (Londra Moda Koleji) ve Northampton üniversitelerinden davet alınmış Temmuz 2011 tarihinde araştırmacı İngiltere’ye gitmiş ve her iki üniversitenin ayakkabı tasarımı ve üretimi bölümleri eğitim programlarını inceleyerek ilgililerle görüşmüştür. Görüşmeler 15 günlük bir zaman diliminde LCF ve Northampton üniversitesi tarafından araştırmacıya sunulan bir program

çerçevesinde olmuştur. Çalışma programı Ek 1’de sunulmuştur. Bu program çerçevesinde araştırmacı Ayakkabı tasarımı bölüm başkanı Sue Saunders, Uluslararası Eğitim Bölüm Başkanı Dr. Lynn Hammond, E-Öğrenme sorumlusu Dr. Julia Gamester, ayakkabı öğretim elamanı Ian Goff, Dijital stüdyo yöneticisi Philip Delamor, Proje yöneticisi Laura Carnicero, insan kaynakları yöneticisi Gemma Robertson, tasarım ve sanat yönetmeni Steven Dell ve bölüm mezunu Özge Barut ile görüşmüştür. Northampton Üniversitesinde görüşme bölüm öğretim elemanı Robin Kerr ile gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin dışında araştırmacı çeşitli workshopları izlemiş, sergilere katılmış okulun eğitim programı ve öğrenci çalışmaları konusunda brifingler almıştır. Aynı zamanda okulun fiziksel altyapısı ve eğitim ortamlarında incelemelerde bulunmuş ve uzmanlar tarafından bilgilendirilmiştir. Her iki üniversitedeki ayakkabı eğitimine ilişkin programlarda yer alan derslerin hedefleri içeriği, yöntem ve teknikleri ile değerlendirme ölçütlerine ilişkin araştırmacıya doküman sağlanmıştır.

Yerli, yabancı uzman görüşleri ve literatür incelemesi sonucunda Temel yeterliklere ilişkin boyut için 33, tasarıma ilişkin yeterlikler için 27, üretime ilişkin yeterlikler için 35, pazarlama boyutuna ilişkin yeterlikler için 15 madde içeren bir madde havuzu oluşturulmuştur.

Ölçeklerin geçerliğini sağlamak için kapsam geçerliği ve yapı geçerliği çalışmaları yapılmıştır. Daha sonra her boyut çeşitli üniversitelerde görev yapan öğretim üyelerine gönderilmiş, çeşitli alan uzmanlarından; maddeler İngilizceye çevrilerek London college of fashion mezunlarından, öğretim elemanlarından da görüş alınarak ve tez danışmanının önerileri ile temel yeterlikler 27, tasarım yeterlikleri 17, üretim yeterlikleri 25 pazarlama yeterlikleri 8 maddeye düşürülmüştür. Her bir boyut “çok”(5), “oldukça”(4), “kısmen”(3), “az”(2) ve “hiç”(1) seçeneklerinden oluşan likert tipi bir deneme formu olarak hazırlanmıştır.

Hazırlanan formun yapı geçerliliğini test etmek için form, 16-18 Kasım 2011 tarihlerinde İstanbul Uluslararası Ayakkabı Fuarında, içinde ayakkabı tasarımcıları, üreticileri, öğretim elemanları ve öğretmenlerinin de bulunduğu 250 kişiye uygulanmış ve elde edilen veriler kullanılarak her ölçek için ayrı ayrı açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Dağılımın durumu Bartlett testi ile incelenmiştir. Dört

ölçek için elde edilen her bir KMO katsayısı 0,90'ın üstünde ve Bartlett testi anlamlılık katsayısı 0,00 olarak bulunmuştur. Buna göre verilerin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir.

Özdeğer faktör grafiği incelendiğinde (Scree Plot) temel yeterlikler ölçeği 2 faktörlü, tasarım yeterlikleri ve pazarlama yeterlikleri ölçekleri 1 faktörlü üretim yeterliği ölçeği 3 faktörlü gözükmemektedir. Literatürdeki çalışmalar ve kuramsal çerçeve ve uzman görüşleri dikkate alınarak temel yeterlikler ölçeğinin genel ve alan yeterlikleri olmak üzere iki boyutlu, üretim yeterlikleri ölçeğinin ise stampa, kesim ve saya, montaj ve finisaj olmak üzere 3 boyutlu olmasına karar verilmiştir. Birden fazla faktörlü ölçekler için Rotated Component Matrix temel bileşenler analizi kullanılarak faktör analizi yeniden gerçekleştirilmiştir. Ölçekteki maddelerin faktör yükü incelenmiş temel yeterliklere ilişkin bir madde ölçekten atılmıştır.

“Temel yeterlikler” (26 madde), “tasarım” (17 madde), “üretim 25” (15 madde) ve “pazarlama” (11 madde) ölçekleri olarak isimlendirilmiştir. Temel yeterlikler ölçeği varyansın % 51, açıklamakta, tasarım ölçeği varyansın %41 üretim ölçeği varyansın %45 pazarlama ölçeği varyansın %53 açıklamaktadır. Tablo 3.8' e göre temel beceriler boyutundaki maddeler 0,819-0,382 arasında; tasarım boyutundaki maddeler 0,733-0,408 arasında; üretim boyutundaki maddeler 0, 845-0,397 arasında ve pazarlama boyutundaki maddeler ise 0,805-0,626 arasında değerler almaktadır (Ek 2)

Ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin iç tutarlık katsayılarının belirlenmesi amacıyla ölçeklere ilişkin Cronbach alfa değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen değerler tablo 3.8 'de sunulmuştur.

Tablo 3.8. Ölçeklerin Cronbach Alfa Değerleri

Ölçeklerin Cronbach Alfa Değerleri		
ÖLÇEKLER	Cronbach Alfa	Madde Sayısı
Temel Yeterlikler	,935	26
Tasarım Yeterlikleri	,902	17
Üretim Yeterlikleri	,911	25
Pazarlama Yeterlikleri	,846	8

Ölçeğin temel beceriler, tasarım, ürün ve pazarlama alt boyutlarına ilişkin Cronbach alfa değerleri ise sırası ile, Temel Yeterlikler Ölçeği için 0,935, Tasarım Yeterlikleri Ölçeği için 0,902, Üretim Yeterlikleri Ölçeği için 0,906 ve Pazarlama Yeterlikleri Ölçeği için 0,846 olarak hesaplanmıştır.

3.5. Nitel Veri Toplama Araçları

Araştırmanın nitel alt problemlerine ilişkin veri toplamak amacıyla görüşme yöntemi seçilmiştir. Başkalarını anlamak için kullanılan en güçlü yöntemlerden olan görüşme aynı zamanda Nitel araştırmada temel veri toplama araçlarından biridir Bu nedenle sosyal bilimlerde ve özellikle sosyolojide en sık kullanılan araştırma yöntemlerinden olmaktadır. Bireylerin, çeşitli konulardaki bilgi, düşünce, inanç, şikâyet, duygu, tutum ve davranışları gibi bireysel alanlarında ve bunların olası nedenlerinin öğrenilmesinde görüşme, en uygun yoldur (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

3.5.1. Görüşme Formu

Araştırmada nitel alt problemlere cevap bulma amacıyla görüşme ve açık uçlu anket yönteminin kullanılması uygun görülmüştür. Araştırma amaçlarına hizmet etmesi açısından en uygun görüşme yöntemi olarak görüşme formu seçilmiştir. Görüşme formlarının geliştirilmesi için Araştırmanın nitel alt problemleri analiz edilmiş ve her bir probleme en doğru cevapları bulmak için ne tür verilere ihtiyaç olabileceği değerlendirilmiştir. Görüşme formunda yer alan açık uçlu sorular ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına ilişkin eğitim ihtiyaçlarını ortaya çıkartması beklentisinden yola çıkarak araştırmacı tarafından hazırlanmış kapsam geçerliliği için uzman görüşleri alınmıştır. Uzmanların görüşleri alındıktan sonra, çalışma grubunda yer almayan iki ayakkabı üreticisi ile pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Sorular yeterince açık ve anlaşılır bulunduğu için üzerinde değişiklik yapılmamıştır.

Tablo 3.9: Görüşme Soruları

Alt Problem	Görüşme soruları	Tas	Ürt	Eğt	Diğ.
12. Bölümün misyonu ve vizyonu ne olmalıdır?	1.Dünyada ayakkabıcılık ne durumdadır ve Türkiye dünya ayakkabıcılığının neresindedir?		√	√	√
	2.Dünyada ayakkabı tasarımcılığı ne durumdadır ve Türkiye ayakkabı tasarımcılığının neresindedir.	√		√	√
	3.Türkiye’de ayakkabı eğitiminde mevcut durum nasıldır?	√	√	√	√
	4.Türkiye’de ayakkabı alanında lisans eğitime ihtiyaç var mıdır? Niçin?	√	√	√	√
13. Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına yönelik hangi genel hedefler önerilebilir?	5.Ayakkabı sektöründe elemana ihtiyaç var mıdır? -Hangi alanlarda eleman ihtiyacı vardır?		√	√	√
	6.Ayakkabı sektöründe tasarım açısından istihdam sorunu var mıdır, varsa nelerdir?	√	√	√	√
	7.Ayakkabının hangi süreçlerinde eğitime ihtiyaç vardır?	√	√	√	√
14.Alanın ihtiyaçlarına yönelik hangi derslerin belirleneceği önerilebilir?	8.Türk ayakkabı sektörünün ihtiyaçlarını değerlendirdiğinizde nitelikli bir lisans eğitim programında hangi yeterlikler kazandırılmalıdır?	√	√	√	√
	9.Varsa bu eğitim; kimler tarafından verilmelidir? Türkiye bu eğitimi vermek için hazır mıdır?	√	√	√	√
	10.Konu ile ilgili belirtmek istediğiniz düşünceleriniz nelerdir?	√	√	√	√

3.6. Verilerin Toplanması

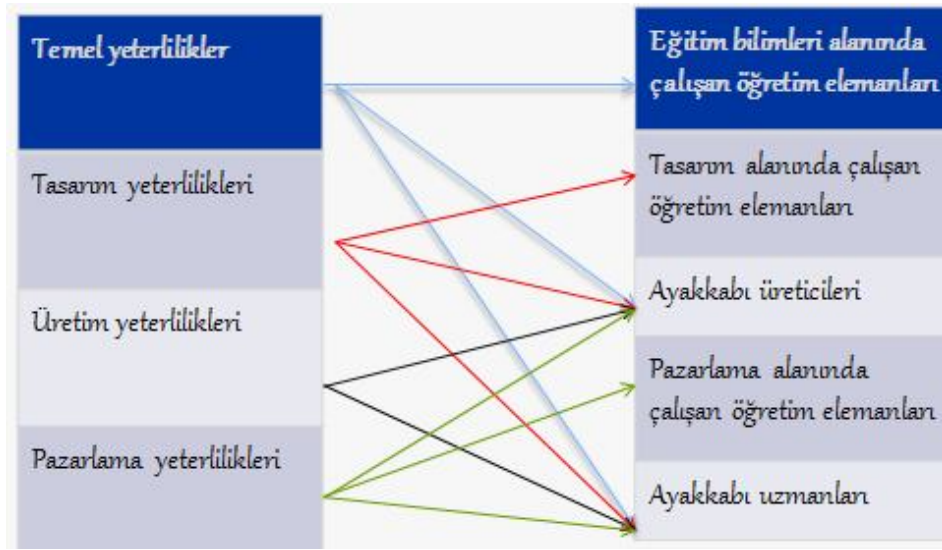
3.6.1. Nicel Verilerin Toplanması

Nicel verilerin elde edilmesi için hazırlanan;

- Temel Yeterlikler Ölçeği, eğitim bilimleri alanında çalışan öğretim elemanlarına, ayakkabı üreticilerine ve ayakkabı uzmanlarına uygulanmıştır.

- Tasarım Yeterlilikleri Ölçeği tasarım alanında çalışan öğretim elemanlarına, ayakkabı üreticilerine ve ayakkabı uzmanlarına uygulanmıştır.
- Üretim Yeterlilikleri Ölçeği, ayakkabı üreticilerine ve ayakkabı uzmanlarına uygulanmıştır.
- Pazarlama Yeterlilikleri Ölçeği, pazarlama alanında çalışan öğretim elemanlarına, ayakkabı üreticilerine ve ayakkabı uzmanlarına uygulanmıştır.

Şekil 3.1: Ölçeklerin Uygulandığı Gruplar



Ölçekler araştırma kapsamına giren akademisyen, öğretmen ve tasarımcılara Kasım -Aralık 2011 ve Ocak -Şubat 2012 aylarında online bir anket programı kullanılarak uygulanmıştır. Katılımcılara uygulanan ölçeklerin birinci bölümünde demografik bilgilere ilişkin bir anket formu yer almaktadır.

Ölçekler online olarak öğretim elemanlarının e-posta adreslerine gönderilmiş, ancak katılımın az olması nedeni ile birer ay arayla 3 kez gönderilmiş, hatırlatma yapılması amacıyla konunun önemine dikkat çeken açıklamaların yer aldığı elektronik posta ısrarla ve birkaç kez gönderilmiş bazı öğretim elemanlarına telefonla ulaşılmış bir ay sonra uygulamaya son verilmiştir.

Ayakkabı üreticilerine uygulanan ölçekler ise Kasım 2011 ile Nisan 2012 tarihleri arasında sırasıyla İstanbul, Adana, Ankara, Konya, Gaziantep, İzmir,

Manisa, Bursa, Hatay illerine gidilerek ayakkabıcılar odasının sağladığı refakatçiyle beraber araştırmacı tarafından günde 200 çiftin üzerinde üretim yapan ve gönüllü olan işletmecilere bizzat uygulanmıştır. Sorular araştırmacı tarafından işletme sahiplerine tek tek sorulmuş katılımcıdan alınan cevaplar işaretlenmiştir. Bazı illerde araştırmacı tarafından üreticilere bilgilendirme toplantısı düzenlenmiştir. Sektörün büyük ve dağılımın geniş olduğu İstanbul, Ankara, İzmir ve Konya illerinde uygulamaya anketörler de dâhil edilmiştir. Ölçeğin uygulanmasından önce bir toplantı düzenlenerek uygulamanın geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmak amacıyla anketörlere ölçeğin uygulanmasına ilişkin bilgilendirme yapılmıştır. Ölçekte yer alan yeterlikler ve bunların işlevi anketörlere tek tek açıklanmış ve konunun hassasiyetine dikkat çekilmiştir. Ölçeğin teknik terimlerden oluşan yapısı nedeniyle anketörler ayakkabı bölümü ön lisans mezunlarından ve mesleki eğitim fakültesi öğrenci ve mezunlarından oluşturulmuştur.

Aykkabı uzmanları en az lisans mezunu piyasada ayakkabı tasarımcısı olarak çalışan çoğu kendi markası olan yada ünlü ayakkabı markaları için çalışan ayakkabı tasarımcıları, meslek yüksek okullarındaki ayakkabı bölümü başkanları, öğretim elemanları, dernek ve oda başkanları, ve meslek liselerinde görev yapan ayakkabı öğretmenleridir. Ayakkabı eğitimi veren kurumların sayısının az akademisyen sayısının sınırlı olması nedeni ile bu uzmanların hepsine bizzat ulaşılmış, kendileriyle görüşülmüş ve araştırmacının da katıldığı ayakkabı çalıştayında ölçek uzmanlara uygulanmıştır. Ayakkabı tasarımcılarına ise mail ve telefon yoluyla ulaşılmış ve hepsinden dönüt alınmıştır.

3.6.2. Nitel Verilerin Toplanması

Nitel verileri elde etmek amacıyla ayakkabı sektöründe üretim yapan Türkiye'nin en büyük 10 ayakkabı firmasının yönetim kurulu başkanlarından 2011 yılı içinde çeşitli zamanlarda ve birden fazla kez randevu talep edilmiştir. Bu girişimler sonucunda Ziylan, Ayakkabı Dünyası, ve Cabani olumlu yanıt vermiştir.

Türkiye'nin en büyük ayakkabı üretim firması olan ve bünyesinde 14 ayakkabı markası bulunduran Ziylan Grup Yönetim Kurulu Başkanı ve en büyük hissedarı

Aykut Büyükeksi ile 10 Mayıs 2011 de, Türkiye'nin en büyük ayakkabı perakendecisi Ayakkabı Dünyası sahibi ve Yönetim kurulu başkanı Mehmet Akbacakoğlu ile 14 Nisan 2011 de, büyük ayakkabı firmalarından Cabani'nin sahibi ve yönetim kurulu başkanı Mehmet Kaban ile 11 Mayıs 2011 de yüz yüze görüşülmüştür.

Çeşitli tarihlerde ünlü ayakkabı tasarımcılarından da birden fazla kez randevu talep edilmiş ve Nr 39 butik ayakkabı markası sahibi ve ayakkabı tasarımcısı İpek Yılmaz, Ayakkabı tasarımcıları Neslihan Çelik, Leyla Kanber' den olumlu yanıt alınmıştır. 13 Mayıs 2011 de kendileri ile yüz yüze görüşülmüş ancak katılımcılar görüşme formunda yer alan maddeleri yazılı olarak cevaplandırmışlardır.

Ayakkabı Aydın Üniversitesi Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölüm Başkanı Yrd. Doç. Dr. Cengiz Kasten ile Türkiye Ayakkabıcılar Odası Başkanı İslam Şeker ve TASEV öğretmenlerinden Rıza Oğuz ile 12 Mayıs 2011 tarihinde yüz yüze görüşme yapılmıştır.

Bu görüşmeler dijital ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir.

Araştırma kapsamında geliştirilen ölçeğin uygulanması sırasında katılımcılara açık uçlu bir soru yöneltilmiştir. Bu açık uçlu sorulara verilen cevaplarda araştırmanın nitel boyutundaki veri setlerinden birisini oluşturmuştur.

Görüşme Yapılan Katılımcılara İlişkin Bireysel Bilgiler

Mehmet Akbacakoğlu: Ayakkabı Dünyası sahibi, kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı

1950 Beypazarı doğumlu. Mesleğe ailesi kanalı ile girmiştir. İlkokul mezunudur.

1900 yılında Beypazarı'nda büyük dedesi deri tabakhanesini kurmuş işletmiş daha sonra ise Tabakhaneyi Gerede'ye satıp sermayeleri ile ayakkabı üretime ve pazarlama işine girmişlerdir. 1923 yılında Cumhuriyet'in kurulup Ankara'nın büyümeye ve gelişmeye başlaması ile birlikte ayakkabı pazarlamaya ağırlık vererek işletmelerini büyütmeye başlamışlardır. Beypazarı'nda üretilen ayakkabıları 1953

yılında Samanpazarı'nda açtıkları bir dükkânda 1970'li yıllara kadar perakende satış yapmaya devam etmişler ancak daha sonra üretimi bırakıp Türkiye'nin değişik illerinde yapılan ayakkabıları Ankara'da satışa sunmuşlardır. 1970'li yıllarda askerliğini İstanbul'da yapmasını mesleğindeki kırılma noktası olarak görmektedir. Bu süreçte vitrin tasarımı ve mağazacılık konusunda kendini geliştirme fırsatı bulmuş ve 25-26 yıllarında toptancılığa başlamıştır. Büyük firmaların bayiliklerini alarak iç pazarda satışa sunmuştur. İşlerini zaman içinde geliştirerek Türkiye'nin ilk ayakkabı marketini açmıştır. Daha sonra ise kurumsallaşarak Ayakkabı Dünyası ismini almış ve AVM'lerde bayilik usulü ile satış yapmaya başlamıştır. Merkez ofisi Ankara Sincan'dadır. Aynı zamanda Mehmet Akbacakoğlu' nun kişisel koleksiyonu olarak oluşturmaya başladığı, zaman içinde büyüterek müze görünümünü alan Türk ve dünya kültürlerine ait oldukça zengin bir ayakkabı arşivi vardır.

Aykut Büyükekşi: Ziylan Grup yönetim kurulu üyesi ve hissedarı 1960 Gaziantep doğumludur. 31 yıldır İstanbul'da yaşamaktadır ve ilköğretim mezunudur.

1955 yılında dayısı Ahmet Ziylan tarafından Gaziantep'te ayakkabı üretimi yapan küçük bir işletmede çalışmaya başlamıştır. 1979 yılında İstanbul'a gelmiş ve çalışmasına aile fertleriyle birlikte sektörde devam etmiştir. Aile elde üretimlerini 1985 yılına kadar devam ettirmiş bu yıldan sonra makine parkurunu kurmaya başlamışlardır. Rusya'nın dağılması ve Türkiye'ye açılması ile birlikte üretim, botlar ve çizmelerle çeşitlendirilmiş spor ayakkabısında o dönem için önemli markalar oluşturulmuştur. Değişen ihtiyaçlarla birlikte yurt dışındaki gelişmeleri takip ederek ve yabancı uzmanlardan destek alarak grup zaman içinde dev bir aile şirketine dönüşmüştür. Aykut Büyükekşi, Ziylan Grup'un en büyük hissedarları arasında yer almaktadır. Bugün Ziylan şirketler grubu Türkiye'nin en büyük ayakkabı üreticisi, dağıtıcısı ve satıcısıdır. Pek çok markayı bünyesinde barındırmaktadır.

Mehmet Kaban: Cabani ayakkabı markasının sahibi kurucusu ve yönetim kurulu başkanı. 1950 Adıyaman Besni doğumludur. 1968 yılında öğretmen okulundan mezun olarak 1980 yılına kadar öğretmenlik yapmıştır. Çeşitli nedenlerle öğretmenliği bırakarak 1983 yılında İstanbul'a gelmiş baba mesleği olması, yakınlarından bazılarının ayakkabıcılık yapması ve ilgi duyması nedeniyle

ayakkabıcılığa başlamıştır. Önceleri küçük bir dükkanda ürettiği az sayıda ayakkabıların satışını yaparken daha sonra işleri büyüterek daha büyük çapta üretim yapmıştır. Zaman içinde makine parkurunu geliştirmiş, ilk kez Rusya olmak üzere ihracata başlamıştır. Müşteri profili genç ayakkabısıdır. Kaban Cabani markası Türkiye'nin en büyük markalarından birisi olarak 41 ülkeye ihracat yapmaktadır.

Neslihan Çelik: 1963 doğumlu, ayakkabı tasarımcısı

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü lisans ve yine aynı bölümde yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır.

15 yıldır ayakkabı sektörü ile bağlantılı çalışmaktadır.

1998 yılında 350 başvurunun yapıldığı 4. Ulusal Genç Yetenekler Ayakkabı Tasarım Yarışması'nda kadın ayakkabısı dalında birincilik ödülü almıştır. Daha sonra sektör içinde tasarım danışmanlıkları, koleksiyon çalışmaları, kişisel koleksiyonlar, sunumlar yapmıştır. London Leicester College ve AB- Kosgeb-Tasev işbirliğinde gerçekleştirilen iki yıllık Ayakkabı Tasarım ve Eğitimcinin Eğitimi programını tamamlayarak Ayakkabı Eğitim Enstitüsünde Ayakkabı Tasarım dersleri vermeye başlamıştır. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünde ayakkabı tasarımı derslerini ve takı tasarımı derslerini 2010 yılına kadar sürdürmüştür. Yüksek lisans tezi ‘‘Anadolu'nun geleneksel ayakkabı formlarından günümüz tasarım anlayışına ayakkabı kültürü’’ konuludur. Halen tasarım danışmanlığı çalışmalarını sürdürmektedir.

İpek Yılmaz: 1976 doğumlu ayakkabı tasarımcısı. Nr 39 isimli Türkiye'nin ilk butik ayakkabı markasının kurucusu, sahibi ve tasarımcısı.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesinde lisans eğitimini tamamlamıştır. TASEV Ayakkabıcılık Enstitüsü'nde bir yıllık ayakkabıcılık üretimi ve üç aylık ayakkabı tasarım modüler kursu almıştır. İnci markasının tasarım departmanında bir yıl süre ile çalışmıştır. 2006 yılında ağabeyi ile birlikte Nişantaşı'nda ismini bina numarasından alan kendi markasını kurarak 25 kişilik ekibi ile günde 45 çift ayakkabı üretmekte kendi mağazasında ve Türkiye'de ve yurt dışında internet üzerinden satış yapmaktadır.

Leyla Kazanak Kanber: 1972 doğumlu, ayakkabı tasarımcısı.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Programı mezunudur. London Leicester College ve AB- KOSGEB-TASEV işbirliğinde gerçekleştirilen iki yıllık Ayakkabı Tasarım ve Eğitimcinin Eğitimi programını tamamlayarak Ayakkabı Eğitim Enstitüsünde Ayakkabı Tasarım dersleri vermeye başlamıştır. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünde ayakkabı tasarımı dersleri vermiştir. Turuncu tasarım isimli atölyesini kurmuş ve sektörde çalışmalarına tasarım ve danışmanlık olarak devam etmektedir.

İslam Şeker 1958 doğumlu, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği Başkanı, İznik yönetim kurulu üyesi ve TASEV vakfının ikinci başkanıdır. 1968 yılından beri ayakkabıyla uğraşmaktadır. 1968 yılında İstanbul Bayrampaşa'da bir ayakkabı tamircisinin yanında ayakkabının çıraklığından başlayarak, kalfalığını, mağazacılığını, imalatını öğrenmiştir. Sonra sektörün sosyal derneklerinde görev alarak bulunduğu konuma gelmiştir. Kendisine ait iki ayakkabı firması ve bir deri firması bulunmaktadır.

Cengiz Kastan 1964 doğumlu, İstanbul Aydın Üniversitesi, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümünde program başkanı.

Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler mezunudur. Yüksek lisans ve doktorasını İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, Uluslararası İşletmecilikte yapmıştır.

Ayakkabı ile ilgili eğitimini İtalyanların verdiği, stampa çıkarma ve tasarım kursları yoluyla almıştır. Baba mesleği olduğu için yedi yaşından itibaren ayakkabı ile iç içedir. 15 yıl İstanbul Ayakkabıcılar Odası ve ayakkabıcılar federasyonunda görev yapmıştır.

Rıza Aslan: TASEV Endüstri Meslek Lisesi Ayakkabı meslek dersleri öğretmeni.

Gazi Üniversitesi Metal İşleri Bölümü mezunu. 2003 yılında TASEV-KOSGEB-MEB tarafından yürütülen bir proje kapsamında müracaat eden öğretmenler arasında seçilerek ayakkabıcılık ve yabancı dil eğitimi almıştır. Sekiz yıldır okul bünyesinde lise düzeyinde ayakkabı yapımına yönelik meslek dersleri öğretmeni olarak görev yapmaktadır.

3.7. Verilerin Analizi

Bu alt bölümde nicel ve nitel verilerin analiz ve çözümlenmesi süreci ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

3.7.1. Nicel Verilerin Analizi

Araştırmanın amacında ifade edilen “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi amacıyla düzenlenen ve uygulanan ölçekler tek tek incelenmiştir. Hatalı olduğu düşünülen ve demografik bilgilerin yer almadığı anketler değerlendirme kapsamına alınmamıştır. Microsoft Excel programında ve SPSS18.0 for Windows ortamında bir veri tabanı oluşturulması amacıyla değerlendirmeye alınan anketlerden elde edilen veriler bilgisayar ortamında Microsoft Excel programına ve SPSS 18.0 for Windows (Statistical Package for the Social Science) paket programına aktarılmıştır. Beşli derecelendirme ölçeğinin değerlendirme aralıkları, elde edilen görüşlerin aritmetik ortalamaları (\bar{X}) ve standart sapmaları (ss) esas alınarak yorumlanmıştır. Derece aralıklarının eşit olduğu varsayılmış ve aritmetik ortalamalar için puan aralığı katsayısı 0.80 olarak belirlenmiştir. Puan aralığı belirlenirken en yüksek puan değerinden en düşük puan değeri çıkarılmıştır. Bulunan değer anketteki toplam derece sayısına bölünmüştür. En yüksek değer (5) en düşük değer (1)/5 basit formülü ile belirlenmiştir.

Tablo 3.10’da aritmetik ortalamaların değerlendirme aralığı verilmiştir.

Tablo 3.10: Aritmetik Ortalamaların Değerlendirme Aralığı

Aralık	Aralığın Değeri
1-1,80	Önemsiz
1,81-2,60	Az Önemli
2,61-3,40	Kısmen Önemli
3,41-4,20	Oldukça Önemli
4,21-5,00	Çok Önemli

Elde edilen verilerin analiz edilmesinde kullanılan istatistiksel teknikler ve özellikleri şu şekildedir:

Elde edilen verilerin gruplara göre normal dağılım gösterip göstermediği ve varyansların dağılımları arasında farkın var olup olmadığı kontrol edilmiştir. Yapılan Kolmogorov-Smirnov ve Levene F testleri sonucuna göre, verilerin gruplara göre normal dağılım gösterdiği ve varyansların homojen olduğu anlaşılmıştır. Bu tespitten sonra, verilerin analiz edilmesinde parametrik olan testlerin (Anova ve T testi) kullanılmasına karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2012). İki'den fazla gruplarda ANOVA, İkili gruplarda T testi yapılmıştır. Ayrıca bazı alt problemlerin çözümlenmesinde betimsel istatistiklerden (Ortalama, standart sapma vb.) faydalanılmıştır.

Ayakkabı üreticilerinin demografik özelliklerine ilişkin verilerin normal dağılım gösterip göstermediği aynı yöntemle test edilmiş verilerin gruplara göre normal dağılım göstermediği anlaşılmıştır. Bu nedenle non-parametrik testlerden grup sayısının iki'den fazla olması sebebiyle Kruskal Wallis H-Testi, kullanılmıştır.

3.7.2. Nitel Verilerin Analizi

Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarını belirlemeyi hedefleyen bu araştırmanın nitel boyutunda veriler görüşme yoluyla ve katılımcıların tamamına yöneltilen bir tane açık uçlu soru ile toplanmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

İçerik analizi görüşme ve açık uçlu soruların nitel analizinde sıkça kullanılan bir yöntemdir (Maxwell, 2005). Bu yöntem toplanan verilerin derinlemesine analiz edilebilmesi için önceden belirgin olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkmasına imkân verir. Toplanan verilerin öncelikle kavramsallaştırılması, daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi gerekmektedir. İçerik analizi veriyi en iyi bir biçimde açıklayan temaların belirlenmesi, verilerin tanımlanması, kodlanması ve kategorileştirilmesi süreci olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Araştırmada nitel verilerin görüşme kayıtları çözümlenerek yazıya geçirilmiştir. Görüşme formuna uygun olarak elde edilen bulgulara göre belirleyici ifadelerin altları çizilmiş böylece kodlar oluşturulmuştur.

Araştırmada veri işleme sürecinde kodlama, daha önceden belirlenmiş kavramlarla birlikte verilerin işlenmesi sırasında ortaya çıkan kavramları da dikkate alarak yapılmıştır. Ardından kodları genel düzeyde açıklayan kategoriler yani temalar belirlenmiş (Yıldırım ve şimşek, 2006). Farklı kaynaklardan elde edilen veriler araştırmanın alt problemlerine paralel olarak yorumlanmıştır.

Bu yorumlar ilk elden sağlanmış ham verilerden yapılan alıntılarla desteklenmiştir. Olabildiğince okuyucunun sunulan bulguyu ve bulgular arasındaki ilişkileri kolaylıkla anlayabilmesi istendiğinden anlaşılır ifadelerin kullanılmasına zen gösterilmiştir.

Bu araştırmada geçerlik arttırmak amacıyla kodların ve kategorilerin elde edildiği görüşlerden aynen alıntı yapılarak nitel veri başlığı altında okuyucuya sunulmuştur.

BÖLÜM IV:

BULGULAR

4.1. Nicel Verilere İlişkin Bulgular

Alt bölümde “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği” yoluyla elde edilen nicel verilerin analizi sonucu ulaşılan bulgular ve bunlara ait yorumlar yer almaktadır.

Temel Yeterliklere İlişkin Bulgular

Araştırmanın 1. alt problemi “Katılımcıların temel yeterliklerin önem sırasına ilişkin görüşleri ne düzeydedir?” şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla geliştirilen Temel Yeterlikler Ölçeği ile eğitim bilimciler, ayakkabı üreticileri ve ayakkabı uzmanlarından görüş alınmıştır. Maddelerin önem sırasına ilişkin olarak katılımcıların görüşlerini içeren bulgular Tablo 4.1’de özetlenmiştir.

Tablolar düzenlenirken katılımcıların görüşlerine göre önem sırası ve önem derecesine ilişkin x ve ss değerleri saptanmış ve sıralama bu değerlere göre yapılmıştır.

Tablo 4.1: Katılımcıların Görüşlerine Göre Temel Yeterliklerin Önem Sırası

Önem Sırası	Ölçek Sırası	TEMEL YETERLİKLER	x	ss
1	7	Yaratıcı düşünme becerisini etkili olarak kullanabilme	4,70	,749
2	11	Ekiple ve bireysel olarak verimli bir biçimde çalışabilme	4,69	,685
3	19	Geçerli ve güvenilir kaynaklara ulaşma ve bunları etkili olarak kullanabilme	4,66	,739
4	3	Mesleki etik değerleri kişiliğinin parçası haline getirme	4,66	,790
5	10	Gelişmiş estetik algıya sahip olma	4,66	,719
6	6	Eleştirel düşünme becerisini etkili olarak kullanabilme	4,66	,702
7	21	Alanı ile ilgili tasarım, üretim ve tercihlerinde kalite bilincine sahip olma.	4,61	,823
8	20	Alanı ile ilgili yayınları istekli olarak takip edebilme	4,59	,779
9	14	Birey, toplum ve çevre sağlığını korumaya özen gösterme	4,58	,770
10	8	Problem çözme yollarını etkili olarak kullanabilme	4,58	,759
11	5	Bilgi teknolojilerini etkili kullanabilme	4,56	,866
12	22	Beyin dostu tasarım ve üretim ortamı düzenleyebilme (huzurlu, sağlıklı, çalışma isteği uyandıran, güvenli)	4,56	,836
13	13	Kaynakları işe yarar biçimde kullanabilme	4,55	,792
14	24	Kendisinin ve çalışanlarının mesleğe karşı olumlu tutum geliştirmesine rehberlik edebilme	4,55	,832
15	16	Sorumluluğu altında çalışanların bireysel ve mesleki gelişimlerine rehberlik edebilme	4,54	,833
16	25	İşçi sağlığı ve İş güvenliği için gerekli önlemleri alabilme	4,51	,899
17	23	Sektörün gelişimine katkıda bulunabilme	4,50	,837
18	12	Araştırma yöntemlerini etkili olarak kullanabilme	4,50	,832
19	2	Sosyalleşebilme ve etkili iletişim kurabilme	4,49	,759
20	1	Türk dilini doğru ve etkili kullanabilme	4,48	,764
21	9	Yaşam boyu öğrenmeyi bir yaşam biçimi haline getirme	4,47	,904
22	18	Etkili bir lider olabilme	4,47	,797
23	26	Sektörün sağlıklı ve verimli çalışabilmesi için disiplinler arası projeler geliştirebilme	4,46	,851
24	17	Toplumsal sorumluluk bilinci ile toplumun ihtiyaçlarına yönelik projeler düzenleyebilme	4,46	,827
25	15	Kültürel değerleri korumaya özen gösterme	4,39	,903
26	4	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak ileri düzeyde iletişim kurabilme	4,33	1,097

Aralık	Aralığın Değeri
1-1,80	Önemsiz
1,81-2,60	Az Önemli
2,61-3,40	Kısmen Önemli
3,41-4,20	Oldukça Önemli
4,21-5,00	Çok Önemli

Katılımcıların görüşlerine göre temel yeterlikler ölçeğinde yer alan maddelerin önem sırası Tablo 4.1’de görülmektedir. Bu sonuçlara bakıldığında tüm katılımcıların görüşlerinin aritmetik ortalaması $\bar{X}=4,70$ ve $\bar{X}=4,33$ arasında değişmektedir. Buna göre ölçekte yer alan tüm yeterliklerin katılımcılar tarafından “çok önemli” kategorisinde değerlendirildiği söylenebilir.

Araştırmanın 2. alt problemi “Katılımcı grupların temel yeterliklerin önem derecesine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?” şeklinde ifade edilmiştir. Maddelerin önem derecesine ilişkin olarak katılımcıların görüşlerinin yer aldığı bulgular Tablo 4.2’de özetlenmiştir.

Tablo 4.2: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Temel Yeterliklerin Önem Derecesi

TEMEL YETERLİKLER		Gruplar	Önem Derecesi			Fark
			n	X	ss	
1- Türk dilini doğru ve etkili kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,29	0,85	1-2
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,52	0,766	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,42	0,588	
		Toplam	653	4,48	0,764	
2-Sosyalleşebilme ve etkili iletişim kurabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,46	0,797	2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,52	0,766	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,24	0,592	
		Toplam	653	4,49	0,759	
3- Mesleki etik değerleri kişiliğinin parçası haline getirme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,82	0,615	1-2
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,62	0,826	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,77	0,638	
		Toplam	653	4,66	0,79	
4- En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak ileri düzeyde iletişim kurabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,04	1,149	1-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,37	1,100	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,45	0,953	
		Toplam	653	4,33	1,097	
5- Bilgi teknolojilerini etkili kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,56	0,888	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,55	0,879	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,66	0,723	
		Toplam	653	4,56	0,866	

(Tablo 4.2 Devam)

6- Eleştirel düşünme becerisini etkili olarak kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,70	0,806	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,65	0,692	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,68	0,647	
		Toplam	653	4,66	0,702	
7- Yaratıcı düşünme becerisini etkili olarak kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,80	0,74	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,69	0,762	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,68	0,647	
		Toplam	653	4,70	0,749	
8 -Problem çözme yollarını etkili olarak kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,51	0,766	1-3,2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,65	0,717	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,10	0,9	
		Toplam	653	4,58	0,759	
9- Yaşam boyu öğrenmeyi bir yaşam biçimi haline getirme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,62	0,773	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,44	0,94	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,53	0,718	
		Toplam	653	4,47	0,904	
10- Gelişmiş estetik algıya sahip olma	1	Eğitim Bilimciler	79	4,82	0,636	1-2
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,62	0,744	
	3	Ayakkabı Uzmanları	61	4,74	0,571	
		Toplam	653	4,66	0,719	
11- Ekiple ve bireysel olarak verimli bir biçimde çalışabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,73	0,674	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,69	0,701	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,60	0,557	
		Toplam	653	4,69	0,685	
12- Araştırma yöntemlerini etkili olarak kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,51	0,89	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,52	0,823	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,34	0,829	
		Toplam	653	4,50	0,832	
13- Kaynakları işe yarar biçimde kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,61	0,775	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,52	0,82	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,76	0,502	
		Toplam	653	4,55	0,792	

(Tablo 4.2 Devam)

14- Birey, toplum ve çevre sağlığını korumaya özen gösterme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,62	0,867	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,59	0,761	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,53	0,718	
		Toplam	653	4,58	0,77	
15 -Kültürel değerleri korumaya özen gösterme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,29	0,819	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,42	0,93	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,32	0,763	
		Toplam	653	4,39	0,903	
16-Sorumluluğu altında çalışanların bireysel ve mesleki gelişimlerine rehberlik edebilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,65	0,785	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,53	0,857	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,45	0,67	
		toplam	653	4,54	0,833	
17- Toplumsal sorumluluk bilinci ile toplumun ihtiyaçlarına yönelik projeler düzenleyebilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,33	0,97	2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,53	0,778	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,05	0,895	
		Toplam	653	4,46	0,827	
18 -Etkili bir lider olabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,19	0,975	1-2, 3-2
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,54	0,752	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,18	0,779	
		Toplam	653	4,47	0,797	
19- Geçerli ve güvenilir kaynaklara ulaşma ve bunları etkili olarak kullanabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,57	0,673	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,69	0,754	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,60	0,689	
		Toplam	653	4,66	0,739	
20 -Alanı ile ilgili yayınları istekli olarak takip edebilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,65	0,734	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,59	0,789	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,56	0,76	
		Toplam	653	4,59	0,779	
21-Alanı ile ilgili tasarım, üretim ve tercihlerinde kalite bilincine sahip olma	1	Eğitim Bilimciler	79	4,85	0,735	1-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,59	0,83	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,47	0,824	
		Toplam	653	4,61	0,823	

(Tablo 4.2 Devam)

22 -Beyin dostu tasarım ve üretim ortamı düzenleyebilme (Huzurlu, sağlıklı, çalışma isteği uyandıran, güvenli)	1	Eğitim Bilimciler	79	4,68	0,651	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,54	0,872	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,48	0,718	
		Toplam	653	4,56	0,836	
23- Sektörün gelişimine katkıda bulunabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,59	0,793	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,50	0,851	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,42	0,78	
		Toplam	653	4,50	0,837	
24- Kendisinin ve çalışanlarının mesleğe karşı olumlu tutum geliştirmesine rehberlik edebilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,61	0,724	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,55	0,861	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,48	0,718	
		Toplam	653	4,55	0,832	
25 -İşçi sağlığı ve İş güvenliği için gerekli önlemleri alabilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,82	0,474	1-2, 1-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,47	0,946	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,50	0,844	
		Toplam	653	4,51	0,899	
26- Sektörün sağlıklı ve verimli çalışabilmesi için disiplinler arası projeler geliştirebilme	1	Eğitim Bilimciler	79	4,48	0,749	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,47	0,88	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,34	0,723	
		Toplam	653	4,46	0,851	

Aralık	Aralığın Değeri
1-1,80	Önemsiz
1,81-2,60	Az Önemli
2,61-3,40	Kısmen Önemli
3,41-4,20	Oldukça Önemli
4,21-5,00	Çok Önemli

Tablo 4.2’de Katılımcı grupların temel yeterliklerin önem derecesine ilişkin görüşleri yer almaktadır. Bu görüşlere göre katılımcıların tamamının temel yeterliklere ilişkin görüşlerinin $\bar{X} = 4,70$ ile $\bar{X} = 4,33$ aritmetik ortalama arasında değiştiği görülmektedir. Katılımcılar temel yeterlikleri ‘çok önemli’ kategorisinde değerlendirmişlerdir. Katılımcıların tamamının görüşlerine göre en yüksek aritmetik ortalama: “Yaratıcı düşünme becerisini etkili olarak kullanabilme,” en düşük aritmetik ortalama: “En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak ileri düzeyde iletişim kurabilme” maddesine ilişkin olarak gözükmemektedir.

Eğitim bilimciler tarafından temel yeterliklerde “Alanı ile ilgili tasarım, üretim ve tercihlerinde kalite bilincine sahip olma” maddesi en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}= 4,85$ ile “çok önemli” görölmüş, “En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak ileri düzeyde iletişim kurabilme” maddesi en düşük aritmetik ortalama $\bar{X}= 4,04$ ile “oldukça önemli” olarak değerlendirilmiştir.

Ayakkabı üreticileri tarafından temel yeterliklerde “Yaratıcı düşünme becerisini etkili olarak kullanabilme”, “Ekiplerle ve bireysel olarak verimli bir biçimde çalışabilme,” Geçerli ve güvenilir kaynaklara ulaşma ve bunları etkili olarak kullanabilme maddesi $\bar{X}= 4,69$ en yüksek; “En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak ileri düzeyde iletişim kurabilme maddesi” $\bar{X}= 4,37$ en düşük aritmetik ortalama ile “çok önemli” görölmüştür.

Ayakkabı uzmanları tarafından temel yeterliklerde en yüksek aritmetik ortalama “Mesleki ve etik değerleri kişiliğinin bir parçası haline getirme,” $\bar{X}= 4,77$, “çok önemli” olarak görölmüş ve “Toplumsal sorumluluk bilinci ile toplumun ihtiyaçlarına yönelik projeler düzenleyebilme” $\bar{X}= 4,05$ aritmetik ortalama olarak “oldukça önemli” olarak değerlendirilmiştir.

“Türk dilini doğru ve etkili kullanabilme” maddesinde eğitim bilimciler ile ayakkabı üreticileri arasında, ayakkabı üreticileri lehine “Sosyalleşebilme ve etkili iletişim kurabilme” maddesinde ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı üreticileri lehine, “Mesleki etik değerleri kişiliğinin parçası haline getirme” maddesinde eğitim bilimciler ile, ayakkabı üreticileri arasında, eğitim bilimciler lehine, “En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak ileri düzeyde iletişim kurabilme” maddesinde eğitim bilimciler ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı uzmanları lehine ,”Problem çözme yollarını etkili olarak kullanabilme” maddesinde, eğitim bilimciler ve ayakkabı uzmanları, ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı üreticileri lehine, “Gelişmiş estetik algıya sahip olma” maddesinde eğitim bilimciler ile ayakkabı üreticileri arasında, eğitim bilimciler lehine, “Toplumsal sorumluluk bilinci ile toplumun ihtiyaçlarına yönelik projeler düzenleyebilme” maddesinde ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı üreticileri lehine , “Etkili bir lider olabilme” maddesinde eğitim bilimciler ile ayakkabı üreticileri arasında, ayakkabı uzmanları ile ayakkabı üreticileri arasında, ayakkabı üreticileri

lehine, “Alanı ile ilgili tasarım, üretim ve tercihlerinde kalite bilincine sahip olma” maddesinde eğitim bilimciler ile ayakkabı uzmanları arasında, eğitim bilimciler lehine “İşçi sağlığı ve iş güvenliği için gerekli önlemleri alabilme” maddesinde eğitim bilimciler ile ayakkabı üreticileri arasında, eğitim bilimciler ile ayakkabı uzmanları arasında eğitim bilimciler lehine anlamlı farklılık görülmektedir.

Tasarım Yeterliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın 3. alt problemi “Katılımcıların tasarım yeterliklerinin önem sırasına ilişkin görüşleri ne düzeydedir?” şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla geliştirilen Tasarım Yeterlikleri Ölçeği ile tasarım alanında çalışan akademisyenler, ayakkabı üreticileri ve ayakkabı uzmanlarından görüş alınmıştır. Maddelerin önem sırasına ilişkin olarak katılımcıların görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 4.3’te özetlenmiştir.

Tablo 4.3: Katılımcıların Görüşlerine Göre Tasarım Yeterliklerin Önem Sırası

Önem sırası	Ölçek sırası	TASARIM YETERLİKLERİ	x	ss
1	2	Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip etme	4,63	,737
2	4	Tasarım kaynaklarından yararlanarak yenilikçi ve özgün fikirler geliştirebilme	4,49	,802
3	1	Moda kavramı ve bileşenleri bilme	4,47	,873
4	12	Kendi koleksiyonunu hazırlayabilme	4,46	,966
5	14	Tasarım sürecinde sektörle işbirliği yapabilme	4,40	,919
6	16	Taslak, eskiz, ilüstrasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme	4,35	,980
7	15	Ayakkabı tasarımlarını sanatsal ve estetik açıdan eleştirebilme	4,34	,924
8	13	Model geliştirme sürecinde deneysel çalışabilme	4,34	1,005
9	17	Tasarımlarını etkin olarak sunabilme	4,34	,980
10	11	Hedef kitleye yönelik tasarım projeleri oluşturabilme	4,33	,982
11	9	Ayakkabı parçalarının tasarımlarını yapabilme	4,29	1,242
12	5	Üç boyutlu tasarım programlarını kullanabilme	4,16	1,159
13	6	Özel kullanım amaçlı ayakkabı tasarımı yapabilme	4,12	1,069
14	3	Tarihsel ve kültürel birikimleri bireysel tasarımlarına yansıtabilme	4,07	1,059
15	8	Fizyolojik, sosyal ve ruhsal sağlığa uygun ayakkabı tasarlayabilme	4,04	1,071
16	7	Ergonomik ayakkabı tasarlayabilme	4,02	1,075
17	10	Kalıp tasarımı yapabilme	3,97	1,137

Tablo 4.3'te katılımcıların görüşlerine göre tasarım yeterliklerinin önem sırasına ilişkin bulgular yer almaktadır. Elde edilen bu bulgulardan katılımcıların tasarım yeterliklerine ilişkin görüşlerinin $\bar{X}= 4,63$ ile en yüksek, $\bar{X}= 3,97$ ile en düşük aritmetik ortalama arasında değiştiği anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların tasarım yeterliklerinin önem sırasına ilişkin görüşlerinin 'çok önemli' ve 'oldukça önemli' düzeyleri arasında olduğu söylenebilir.

Araştırmanın 4. alt problem Katılımcı grupların tasarım yeterliklerine ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır? şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla geliştirilen tasarım yeterlikleri ölçeğinin önem derecesine ilişkin katılımcı görüşleri Tablo 4.4' te özetlenmiştir.

Tablo 4.4: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Tasarım Yeterliklerinin Önem Derecesi

TASARIM YETERLİKLERİ		Gruplar	Önem Derecesi			Fark
			n	x	ss	
1-Moda kavramı ve bileşenleri bilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,40	,639	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,45	,931	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,66	,477	
		Toplam	636	4,47	,873	
2-Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip etme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,52	,646	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,62	,775	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,81	,398	
		Toplam	636	4,63	,737	
3- Tarihsel ve kültürel birikimleri bireysel tasarımlarına yansıtabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,15	,989	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,05	1,076	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,15	,989	
		Toplam	636	4,07	1,059	
4- Tasarım kaynaklarından yararlanarak yenilikçi ve özgün fikirler geliştirebilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,56	,716	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,46	,832	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,63	,607	
		Toplam	636	4,49	,802	

(Tablo 4.4 Devam)

5. Üç boyutlu tasarım programlarını kullanabilme	1	Tas. Akademisyenler	61	4,02	,991	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,15	1,213	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,45	,739	
		Toplam	635	4,16	1,159	
6- Özel kullanım amaçlı ayakkabı tasarımı yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,21	,908	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,09	1,106	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,27	,890	
		Toplam	636	4,12	1,069	
7-Ergonomik ayakkabı tasarlayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,32	,954	1-2
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	3,96	1,100	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,27	,890	
		Toplam	636	4,02	1,075	
8. Fizyolojik, sosyal ve ruhsal sağlığa uygun ayakkabı tasarlayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,16	1,011	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,00	1,095	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,27	,890	
		Toplam	636	4,04	1,071	
9. Ayakkabı parçalarının tasarımlarını yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,47	,718	2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,22	1,338	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,68	,566	
		Toplam	636	4,29	1,242	
10. Kalıp tasarımı yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	3,94	1,038	2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	3,93	1,175	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,35	,812	
		Toplam	636	3,97	1,137	
11. Hedef kitleye yönelik tasarım projeleri oluşturabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,58	,615	1-2, 2-3
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,27	1,042	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,58	,641	
		Toplam	636	4,33	,982	

(Tablo 4.4 Devam)

12. Kendi koleksiyonunu hazırlayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,42	,933	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,44	,991	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,69	,737	
		Toplam	636	4,46	,966	
13. Model geliştirme sürecinde deneysel çalışabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,53	,783	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,31	1,057	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,47	,695	
		Toplam	636	4,34	1,005	
14. Tasarım sürecinde sektörle işbirliği yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,34	,848	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	4,38	,945	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,63	,730	
		Toplam	636	4,40	,919	
15. Ayakkabı tasarımlarını sanatsal ve estetik açıdan eleştirebilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,16	,772	-
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,34	,944	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,55	,862	
		Toplam	636	4,34	,924	
16. Taslak, eskiz, ilüstrasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,74	,510	1-2, 2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,26	1,044	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,65	,546	
		Toplam	636	4,35	,980	
17. Tasarımlarını etkin olarak sunabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	4,68	,536	1-2, 2-3
	2	Ayakkabı Üreticileri	512	4,26	1,044	
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,66	,542	
		Toplam	636	4,34	,980	

Aralık	Aralığın Değeri
1-1,80	Önemsiz
1,81-2,60	Az Önemli
2,61-3,40	Kısmen Önemli
3,41-4,20	Oldukça Önemli
4,21-5,00	Çok Önemli

Tablo 4.4 incelendiğinde katılımcılar tasarım boyutuna ilişkin görüşleri toplamda $\bar{X}=4,63$ ile $\bar{X}=3,97$ aritmetik ortalama arasında değişmektedir. Katılımcılar tasarım yeterliklerine ilişkin “çok önemli” ve “oldukça önemli” olarak görüş bildirmişlerdir. “Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilme” maddesi en yüksek aritmetik ortalama değerini alırken, kalıp tasarımı yapabilme maddesi en düşük aritmetik ortalama değerini almıştır.

Tasarım alanında çalışan akademisyenler, tasarım boyutunda, “Taslak, eskiz, ilüstrasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme” maddesini $\bar{X}=4,74$ en yüksek aritmetik ortalama ile ilk sıraya taşıyarak “çok önemli” şeklinde görüş bildirmişlerdir. “Kalıp tasarımı yapabilme maddesi” ise $\bar{X}=3,94$ ile en düşük aritmetik ortalama göstererek tasarımcı akademisyenler tarafından “oldukça önemli” şekline değerlendirilmiştir.

Ayakkabı üreticileri tasarım boyutunda, “Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilme” maddesini en yüksek $\bar{X}=4,62$ aritmetik ortalama ile “çok önemli”, “Kalıp tasarımı yapabilme” maddesini en düşük $\bar{X}=3,93$ ile aritmetik ortalama ile “oldukça önemli” olarak değerlendirmektedirler.

Ayakkabı uzmanları tasarım boyutunda en yüksek $\bar{X}=4,81$ aritmetik ortalama ile “Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilme” maddesini çok önemli görürken, en düşük $\bar{X}=4,15$ aritmetik ortalama ile “Tarihsel ve kültürel birikimleri bireysel tasarımlarına yansıtabilme” maddesini “oldukça önemli” olarak görmüşlerdir.

Tasarım boyutuna ilişkin; “Ergonomik ayakkabı tasarlayabilme” maddesinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında, tasarımcılar lehine, “Ayakkabı parçalarının tasarımlarını yapabilme” maddesinde ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı uzmanları lehine “Kalıp tasarımı yapabilme” maddesinde ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı uzmanları lehine, “Hedef kitleye yönelik tasarım projeleri oluşturabilme” maddesinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı

üreticileri arasında, tasarımcılar lehine, “Taslak, eskiz, ilistürasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme” maddesinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında tasarımcılar lehine, ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında ayakkabı uzmanları lehine, “Tasarımlarını etkin olarak sunabilme” maddelerinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında tasarımcılar lehine ve ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında ayakkabı uzmanları lehine anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Üretim Yeterliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın 5. alt problemi “Katılımcıların üretim yeterliklere ilişkin görüşleri ne düzeydedir?” şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla geliştirilen üretim yeterlikleri ölçeği ile ayakkabı üreticileri ve ayakkabı uzmanlarından görüş alınmıştır. Maddelerin önem sırasına ilişkin olarak katılımcıların görüşlerini içeren bulgular Tablo 4.5’ te özetlenmiştir.

Tablo 4.5 sonuçları katılımcıların görüşlerine göre üretim yeterliklerine ilişkin önem sırasını göstermektedir. En yüksek aritmetik ortalama $\bar{x} = 4,41$ ile en düşük aritmetik ortalama $\bar{x} = 3,43$ arasında değişmektedir. Bu değerler çok önemli ile oldukça önemli düzeyleri arasında değişmektedir.

Tablo 4.5: Katılımcıların Görüşlerine Göre Üretim Yeterliklerinin Önem Sırası

Önem sırası	Ölçek sırası	ÜRETİM YETERLİKLERİ	x	ss
1	2	Tasarımını yaptığı ayakkabıyı veya yapılan bir tasarımı modelleyebilme	4,41	,983
2	3	Stampa çıkarabilme	4,41	1,080
3	1	Ulusal ve uluslararası Ayak ölçülerine göre ölçüm ve çevrim yapabilme	4,24	1,081
4	9	Tasarıma uygun malzeme seçebilme	4,23	,803
5	4	Modellediği ayakkabının prototipini üretebilme	4,22	1,107
6	10	Sektörde kullanılan makineleri tanır, amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme	4,17	,967
7	12	Üretimin her aşamasında sektörle işbirliği yapabilme	4,12	,894
8	22	Uygun taban seçebilme	4,11	,937
9	11	Ayakkabı temel üretim tekniklerini etkili olarak kullanabilme	4,09	,898
10	6	Üretim planlaması yapabilme	4,05	,923
11	15	Ayakkabı üretim ortamını düzenleyebilme	4,02	1,071
12	7	Maliyet analizi yapabilme	4,01	,960
13	8	Tedarik zincirini organize edebilme	3,94	1,094
14	5	Özel kullanım amaçlı ayakkabı üretebilme	3,93	1,139
15	17	Saya bandının planlanması ve organizasyonunu yapabilme	3,89	1,127
16	14	Ayakkabıcılıkta kullanılan el aletlerini kullanabilme	3,87	1,161
17	16	Elde, hidrolik preste ve bilgisayarda kesim yapabilme	3,83	1,157
18	24	Saya ve taban finisajı yapabilme	3,77	1,258
19	21	Elde ve Makede montaj yapabilme	3,72	1,358
20	23	Elde ve makede Taban montajı yapabilme	3,69	1,285
21	18	Saya tıraşı yapabilme	3,63	1,399
22	19	Saya tezgah işlerini yapabilme	3,60	1,356
23	13	Makinelerin bakımını ve basit onarımını yapabilme	3,53	1,480
24	20	Saya dikimi yapabilme	3,47	1,421
25	25	Saraç dikimi yapabilme	3,43	1,358

Araştırmanın 6. alt problemi ‘‘Katılımcıların üretim yeterliklere ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?’’ şeklinde ifade edilmiştir. Katılımcıların maddelerin önem derecesine ilişkin görüşleri Tablo 4.6’ a özetlenmiştir.

Tablo 4.6: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Üretim Yeterliklerin Önem Derecesi

Üretim Yeterlikleri	Gruplar	Önem Derecesi				Fark	
		N	x	Ss	f		
1 -Ulusal ve uluslararası ayak ölçülerine göre ölçüm ve çevrim yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,21	1,105	4,178	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,47	,824		
		Toplam	574	4,24	1,081		
2. Tasarımını yaptığı ayakkabıyı veya yapılan bir tasarımı modelleyebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,40	1,000	3,681	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,55	,823		
		Toplam	574	4,41	,983		
3. Stampa çıkarabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,39	1,112	6,251	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,53	,762		
		Toplam	574	4,41	1,080		
4. Modellediği ayakkabının prototipini üretebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,20	1,129	2,322	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,34	,904		
		Toplam	574	4,22	1,107		
5. Özel kullanım amaçlı ayakkabı üretebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,92	1,164	7,260	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,98	,914		
		Toplam	574	3,93	1,139		
6. Üretim planlaması yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,05	,923	,197	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,05	,931		
		Toplam	574	4,05	,923		
7. Maliyet analizi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,01	,959	,018	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,00	,975		
		Toplam	574	4,01	,960		
8. Tedarik zincirini organize edebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,94	1,101	,062	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,92	1,045		
		Toplam	574	3,94	1,094		

(Tablo 4.6 Devam)

9. Tasarıma uygun malzeme seçebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,21	,828	,809	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,34	,542		
		Toplam	574	4,23	,803		
10. Sektörde kullanılan makineleri tanıma, amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,07	,978	45,694	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	5,00	,000		
		Toplam	574	4,17	,967		
11. Ayakkabı temel üretim tekniklerini etkili olarak kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,08	,927	2,598	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,13	,614		
		Toplam	574	4,09	,898		
12. Üretimin her aşamasında sektörle işbirliği yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,12	,887	,190	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,18	,950		
		Toplam	574	4,12	,894		
13. Makinelerin bakımı ve basit onarımını yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,53	1,467	,065	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,53	1,596		
		Toplam	574	3,53	1,480		
14. Ayakkabıcılıkta kullanılan el aletlerini kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,86	1,190	5,807	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,97	,886		
		Toplam	574	3,87	1,161		
15. Ayakkabı üretim ortamını düzenleyebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,02	1,087	1,548	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,02	,932		
		Toplam	574	4,02	1,071		
16. Elde, hidrolik preste ve bilgisayarda kesim yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,83	1,184	3,112	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,79	,908		
		Toplam	574	3,83	1,157		
17. Saya bandının planlanması ve organizasyonunu yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,88	1,159	6,288	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,02	,820		
		Toplam	574	3,89	1,127		
18. Saya tıraşı yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,62	1,425	4,162	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,73	1,162		
		Toplam	574	3,63	1,399		

(Tablo 4.6 Devam)

19. Saya tezgah işlerini yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,56	1,375	5,598	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,89	1,161		
		Toplam	574	3,60	1,356		
20. Saya dikimi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,44	1,442	3,458	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,73	1,217		
		Toplam	574	3,47	1,421		
21. Elde ve Makinede montaj yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,69	1,391	6,554	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,03	1,008		
		Toplam	574	3,72	1,358		
22. Uygun taban seçebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,08	,962	,394	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,32	,672		
		Toplam	574	4,11	,937		
23. Elde ve makinede Taban montajı yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,67	1,304	1,507	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,90	1,097		
		Toplam	574	3,69	1,285		
24. Saya ve taban finisajı yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,74	1,286	7,582	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,02	,967		
		Toplam	574	3,77	1,258		
25. Saraj dikimi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,41	1,375	1,585	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,55	1,210		
		Toplam	574	3,43	1,358		

Aralık **Aralığın Değeri**

1-1,80 Önemsiz

1,81-2,60 Az Önemli

2,61-3,40 Kısmen Önemli

3,41-4,20 Oldukça Önemli

4,21-5,00 Çok Önemli

Tablo 4.6’ dan elde edilen veriler katılımcıların üretim yeterliklerine ilişkin görüşlerini yansıtmaktadır. Bu verilere göre en yüksek aritmetik ortalama $\bar{x}=4,41$ ile en düşük aritmetik ortalama $\bar{x}=3,43$ arasında değişmektedir. Bu değerler “çok önemli” ve “oldukça önemli” düzeylerindedir.

Ayakkabı üreticilerine göre en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}=4,40$ ile “Tasarımını yaptığı ayakkabıyı veya yapılan bir tasarımı modelleyebilme” maddesine, en düşük aritmetik ortalama ise $\bar{X}=3,41$ ile “Saraç dikimi yapabilme” maddesine aittir. Ayakkabı üreticilerin görüşleri “çok önemli” ile “oldukça önemli düzeyleri” arasında değişmektedir.

Ayakkabı uzmanlarına göre en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}=5,00$ ile “Sektörde kullanılan makineleri tanıma, amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme,” en düşük $\bar{X}=3,55$ aritmetik ortalama “Saraç dikimi yapabilme” maddesine aittir. Ayakkabı uzmanlarının görüşleri “çok önemli” ile “oldukça önemli” düzeyleri arasında değişmektedir.

Üretim yeterliklerine ilişkin ayakkabı üreticileri ile uzmanları arasında yapılan t testi sonuçlarına göre; “Ulusal ve uluslararası ayak ölçülerine göre ölçüm ve çevrim yapabilme,” “Sektörde kullanılan makineleri tanıma,” “Amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme,” “Elde ve makinede montaj yapabilme,” “Uygun taban seçebilme,” “Saya ve taban finisajı yapabilme” maddelerinde ayakkabı uzmanları lehine anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Pazarlama Yeterliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın 7. alt problemi Katılımcıların pazarlama yeterliklere ilişkin görüşleri ne düzeydedir? şeklindedir. Çözüm aramak amacıyla geliştirilen pazarlama yeterlikleri ölçeği ile pazarlama alanında çalışan akademisyenler, ayakkabı üreticileri ve ayakkabı uzmanlarından görüş alınmıştır. Maddelerin önem sırasına ilişkin olarak katılımcıların görüşlerini içeren bulgular Tablo 4.7’de özetlenmiştir.

Tablo 4.7: Katılımcıların Görüşlerine Göre Pazarlama Yeterlikleri Önem Sırası

Önem Sırası	Ölçek Sırası	PAZARLAMA YETERLİKLERİ	x	ss
1	1	Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerdeki değişiklikleri takip edebilme	4,15	1,031
2	2	Pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilme	4,08	,988
3	8	Marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilme	4,06	,961
4	3	Pazarlama maliyet analizi yapabilme	4,02	1,076
5	6	Reklam ve tanıtım yapabilme	3,97	1,091
6	4	Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme	3,96	1,003
7	5	Pazarlama araştırmaları yapabilme	3,94	1,147
8	7	Ambalaj - paketleme ile ilgili yöntem ve teknikleri etkili olarak kullanabilme	3,82	1,123

Katılımcıların pazarlama yeterliklerinin önem sırasına ilişkin görüşlerinin yer aldığı Tablo 4.7'ye göre aritmetik ortalama en yüksek $\bar{x}=4,15$ ile en düşük $\bar{x}=3,82$ arasında değişmektedir. Buna göre katılımcıların pazarlama yeterliklerini “Oldukça önemli” olarak değerlendirdikleri söylenebilir.

Araştırmanın 8.alt problemi “Katılımcıların pazarlama yeterliklere ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır? şeklinde ifade edilmiştir. Maddelerin önem derecesine ilişkin olarak katılımcıların görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 4.8’de özetlenmiştir.

Tablo 4.8: Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Pazarlama Yeterliklerinin Önem Derecesi

PAZARLAMA YETERLİKLERİ		Gruplar	Önem Derecesi				
			n	x	Ss	f	fark
1. Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme	1	Aykkabı Üreticileri	512	4,10	1,074	6,027	1-2
	2	Paz. Akademisyenleri	51	4,61	0,568		
	3	Aykkabı Uzmanları	62	4,24	0,862		
		Toplam	625	4,15	1,031		
2. Pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilme	1	Aykkabı Üreticileri	512	4,03	1,015	4,611	1-2
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	4,47	0,703		
	3	Aykkabı Uzmanları	62	4,10	0,900		
		Toplam	625	4,08	0,988		
3.Pazarlama maliyet analizi yapabilme	1	Aykkabı Üreticileri	512	4,03	1,066	,096	-
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	4,04	0,999		
	3	Aykkabı Uzmanları	62	3,97	1,228		
		Toplam	625	4,02	1,076		
4.Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme	1	Aykkabı Üreticileri	512	4,06	0,971	33,019	1-2, 2-3
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	2,92	0,868		
	3	Aykkabı Uzmanları	62	4,03	0,886		
		Toplam	625	3,96	1,003		
5.Pazarlama araştırmaları yapabilme	1	Aykkabı Üreticileri	512	4,08	1,071	58,136	1-2, 2-3
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	2,41	0,726		
	3	Aykkabı Uzmanları	62	4,00	1,145		
		Toplam	625	3,94	1,147		
6. Reklam ve tanıtım yapabilme	1	Aykkabı Üreticileri	512	3,97	1,104	3,079	2-3
	2	Paz. Akademisyenleri	51	4,22	0,856		
	3	Aykkabı Uzmanları	62	3,71	1,122		
		Toplam	625	3,97	1,091		

(Tablo 4.8 Devam)

7.Ambalaj - paketlenme ile ilgili yöntem ve teknikleri etkili olarak kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,80	1,149	,567	-
	2	Paz. Akademisyenleri	51	3,96	1,038		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	3,89	0,96		
	Toplam		625	3,82	1,123		
8.Marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,02	0,969	7,292	1-2, 2-3
	2	Paz. Akademisyenleri	51	4,55	0,832		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,05	0,895		
	Toplam		625	4,06	0,961		

Aralık	Aralığın Değeri
1-1,80	Önemsiz
1,81-2,60	Az Önemli
2,61-3,40	Kısmen Önemli
3,41-4,20	Oldukça Önemli
4,21-5,00	Çok Önemli

Tablo 4.8'den elde edilen verilere göre pazarlama yeterlikleri toplamda en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}=4,15$ ile en düşük aritmetik ortalama $\bar{X}=3,82$ arasında değişmektedir. Buna göre katılımcıların görüşlerinin “oldukça önemli” düzeyinde olduğu söylenebilir.

Ayakkabı üreticileri tarafından “Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme” maddesi en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}=4,10$ olarak; “Ambalaj - paketlenme ile ilgili yöntem ve teknikleri etkili olarak kullanabilme” maddesi ise en düşük aritmetik ortalama $\bar{X}=3,80$ olarak “oldukça önemli” olarak görülmüştür. Ayakkabı üreticilerinin pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşlerinin “oldukça önemli” düzeyinde olduğu gözükmektedir.

Pazarlama alanında çalışan akademisyenlere göre ise en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}=4,61$ ile “Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme” maddesine;

en düşük aritmetik ortalama ise $\bar{X}=2,92$ ile “Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme” maddesine aittir. Pazarlama akademisyenlerinin pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşlerinin “çok önemli” ile “kısmen önemli” düzeyleri arasında değiştiği görülmektedir.

Ayakkabı uzmanlarının pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşleri ise en yüksek $\bar{X}=4,24$ ile $\bar{X}=3,71$ arasında değişmektedir. “Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme” maddesi en yüksek aritmetik ortalama ile uzmanlar tarafından “çok önemli” düzeyinde; Reklam ve tanıtım yapabilme maddesi “oldukça önemli” düzeyinde değerlendirilmiştir. Ayakkabı uzmanları pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşlerini “çok önemli” ile oldukça önemli olarak bildirmişlerdir.

Pazarlama yeterliklerine ilişkin katılımcılar arasında farklara bakılmış ve “Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme ve Pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilme” maddelerinde ayakkabı üreticileri ile pazarlama akademisyenleri arasında, pazarlama akademisyenleri lehine, “Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme ve Pazarlama araştırmaları yapabilme” maddelerinde ayakkabı üreticileri ile pazarlama akademisyenlerin görüşleri arasında ayakkabı üreticileri lehine, pazarlama akademisyenleri ile ayakkabı uzmanlarının görüşleri arasında ayakkabı uzmanları lehine, “Reklam ve tanıtım yapabilme” maddesinde pazarlama akademisyenleri ile ayakkabı uzmanlarının görüşleri arasında, pazarlama akademisyenleri lehine, “Marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilme” maddesinde ayakkabı üreticileri ile pazarlama akademisyenlerinin görüşleri arasında pazarlama akademisyenleri lehine görüşler arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Ayakkabı Üreticilerinin Demografik Özelliklerine Göre Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın 9. alt problemi ayakkabı üreticilerinin kıdemlerine göre, Temel, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklere ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır? şeklinde ifade edilmiştir. Çözüm aramak amacıyla yapılan Kruskal Wallis test sonuçları tablo 4.9’da özetlenmiştir.

Tablo 4.9: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Temel Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Kıdem	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Temel Top	1	1-5 yıl	49	234,80	17,597	,014	2-7; 2-5; 2-4; 2-6; 1-7
	2	6-11 yıl	82	206,96			
	3	11-15 yıl	64	251,98			
	4	16-21 yıl	87	268,05			
	5	22-26	73	282,10			
	6	27-32	61	261,75			
	7	33-40	59	294,26			
	8	41 yıl ve üstü	37	256,31			

Ayakkabı üreticilerinin temel yeterliklere ilişkin görüşleri incelendiğinde 6,11 çalışma yılına sahip bireylerin görüşleri 16-21, 22-26 ve 27-32 çalışma yılına sahip bireylerin görüşleri ile anlamlı farklılık göstermektedir. Ayrıca 1-5 yıl arası çalışan ayakkabı üreticileri ile 33-40 yıl arası çalışan ayakkabı üreticilerin görüşleri arasında da anlamlı fark olduğu tabloya ilişkin verilerden anlaşılmaktadır.

Tablo 4.10: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Tasarım Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Kıdem	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Tasarım Top	1	1-5 yıl	49	275,97	9,565	,215	Yok
	2	6-11 yıl	82	234,87			
	3	11-15 yıl	64	237,88			
	4	16-21 yıl	87	258,76			
	5	22-26	73	269,11			
	6	27-32	61	249,14			
	7	33-40	59	245,47			
	8	41 yıl ve üstü	37	310,41			

Ayakkabı üreticilerinin tasarım yeterliklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde çalışma yıllarına ilişkin anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 4.11: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Üretim Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Kıdem	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Üretim Top	1	1-5 yıl	49	307,11	8,817	,266	Yok
	2	6-11 yıl	82	267,40			
	3	11-15 yıl	64	237,05			
	4	16-21 yıl	87	260,84			
	5	22-26	73	247,64			
	6	27-32	61	242,57			
	7	33-40	59	241,26			
	8	41 yıl ve üstü	37	253,47			

Ayakkabı üreticilerinin üretim yeterliklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 4.12: Ayakkabı Üreticilerinin Kıdemlerine Göre Pazarlama Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		kıdem	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Pazarlama Top	1	1-5 yıl	49	282,17	5,720	,573	Yok
	2	6-11 yıl	82	258,30			
	3	11-15 yıl	64	246,13			
	4	16-21 yıl	87	247,29			
	5	22-26	73	265,60			
	6	27-32	61	268,65			
	7	33-40	59	225,55			
	8	41 yıl ve üstü	37	269,46			

Ayakkabı üreticilerinin pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Araştırmanın 10. alt problemi “Ayakkabı üreticilerinin eğitim durumlarına göre, temel, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklere ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?” şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla yapılan test sonuçları Tablo 4.13’te özetlenmiştir.

Tablo 4.13: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Temel Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Eğitim durumu	N	Sıra Ort.	X ²	p	Anlamlı Fark
Temel Top	1	ilkokul, ilköğretim ve ortaokul	240	262,92	5,509	,064	Yok
	2	lise	124	267,30			
	3	Ön lisans, lisans ve lisansüstü	145	231,38			

Tablo 4.13'ten elde edilen verilere göre ayakkabı üreticilerinin temel yeterliklerine ilişkin görüşlerinin eğitim durumlarına göre farklılık göstermediği görülmektedir.

Tablo 4.14: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Tasarım Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	X ²	p	Anlamlı Fark
Tasarım Top	1	İlkokul, İlköğretim, Ortaokul	240	244,51	7,067	,029	1-3; 2-3
	2	Lise	124	243,22			
	3	Ön lisans, Lisans ve Lisansüstü	145	282,43			

Tablo 4.14 sonuçlarına göre ayakkabı üreticileri tasarım yeterliklerine göre farklı görüş bildirmişlerdir. İlkokul, ilköğretim ve ortaokul mezunları ile ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları arasında, lise mezunları ile ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları arasındaki görüşler anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 4.15: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Üretim Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	X ²	p	Anlamlı Fark
Üretim Top	1	İlkokul, İlköğretim ve Ortaokul	240	232,44	16,647	,000	1-3; 2-3
	2	Lise	124	251,50			
	3	Ön lisans, Lisans ve Lisansüstü	145	295,33			

Tablo 4.15 sonuçlarına göre ayakkabı üreticileri üretim yeterliklerine göre farklı görüş bildirmişlerdir. İlkokul, ilköğretim ve ortaokul mezunları ile ön lisans,

lisans ve lisansüstü mezunları arasında, lise mezunları ile ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları arasındaki görüşler anlamlı bir farklılık göstermektedir

Tablo 4.16: Ayakkabı Üreticilerinin Eğitim Durumlarına Göre Pazarlama Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Eğitim Durumu	N	Sıra Ort.	X ²	p	Anlamlı Fark
Pazarlama Top	1	İlkokul, İlköğretim ve Ortaokul	240	240,68	10,157	,006	1-3; 2-3
	2	Lise	124	244,42			
	3	Ön lisans, Lisans ve Lisansüstü	145	287,76			

Tablo 4.16 sonuçlarına göre ayakkabı üreticileri eğitim durumlarına göre pazarlama yeterliklerine ilişkin farklı görüş bildirmişlerdir. İlkokul, ilköğretim ve ortaokul mezunları ile ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları arasında, lise mezunları ile ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları arasındaki pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşler anlamlı bir farklılık göstermektedir

Araştırmanın 11. alt problemi “Ayakkabı üreticilerinin üretim bölgelerine göre temel, tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklere ilişkin görüşleri arasında fark var mıdır?” şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla yapılan teste ilişkin sonuçlar tablo 4.17’de özetlenmiştir.

Tablo 4.17: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim bölgelerine Göre Temel Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Şehir	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Temel Top	1	Bursa	27	409,81	181,640	,000	1-9; 2-9; 3-9; 4-9; 5-9; 1-8; 2-8; 3-8; 4-8; 5-8; 1-7; 2-7; 3-7; 4-7; 5-7; 1-6; 2-6; 3-6; 4-6; 5-6; 1-5; 2-5; 3-5; 1-4; 2-4; 3-4; 1-3
	2	Hatay	18	400,83			
	3	İzmir	134	347,73			
	4	Manisa	22	281,05			
	5	Gaziantep	54	274,24			
	6	Ankara	30	197,42			
	7	İstanbul	127	181,66			
	8	Konya	70	172,60			
	9	Adana	30	146,18			

Tablo 4.17 sonuçlarına göre ayakkabı üreticilerinin üretim bölgelerine göre temel yeterliklere ilişkin görüşleri farklılık göstermektedir. Bursa ilinde üretim yapan ayakkabıcıların görüşleri Hatay dışındaki ayakkabıcılarla anlamlı farklılık göstermektedir. Hatay 'da yaşayan ve üretim yapan ayakkabıcılar ise Bursa ve İzmir dışında üretim yapan ayakkabıcılardan farklı görüş bildirmişlerdir. İzmir'de yaşayan ve üretim yapan ayakkabıcıların ise Hatay ve Bursa dışında yaşayan üreticilerle aralarında anlamlı görüş farkı bulunmaktadır. Manisalı ayakkabı üreticilerinin Gaziantep dışındaki bütün üreticilerle, Ankara'da yaşayan üreticilerin Bursa, Hatay, İzmir, Manisa ve Gaziantep'te yaşayan üreticilerle aralarında temel yeterliklere ilişkin anlamlı görüş farkı bulunmaktadır. İstanbul'da yaşayan üreticiler Bursa, Hatay, İzmir, Gaziantep, Manisa'da yaşayan üreticilerden farklı görüş bildirmişlerdir.

Tablo 4.18: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim Bölgelerine Göre Tasarım Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Şehir	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Tasarım Top	1	Bursa	27	348,31	46,140	,000	1-9;2-9; 3-9;4-9; 1-8;2-8; 3-8;4-8;1-7; 2-7;3-7;
	2	Gaziantep	54	336,01			
	3	Manisa	22	322,55			
	4	Ankara	30	292,97			
	5	Hatay	18	240,42			
	6	İzmir	134	239,79			
	7	İstanbul	127	239,40			
	8	Konya	70	217,38			
	9	Adana	30	193,82			

Ayakkabı üreticilerini üretim bölgelerine göre tasarım yeterliklerine ilişkin görüşlerinde anlamlı fark bulunmaktadır. Bu farklar Bursa, Gaziantep, Manisa, Ankara illerinde yaşayan üreticilerle ile Adana ve Konya'da yaşayan üreticilerin görüşleri arasında, Bursa, Gaziantep, Manisa'da yaşayan üreticilerle İstanbul'da yaşayan üreticilerin tasarım yeterliklerine ilişkin görüşleri arasındadır.

Tablo 4.19: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim Bölgelerine Göre Üretim Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Şehir	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Üretim Top	1	Konya	70	317,15	44,604	,000	1-9; 2-9; 3-9; 4-9; 5-9; 6-9; 7-9; 1-8; 2-8;3-8; 1-7;2-7; 1-6
	2	Ankara	30	305,10			
	3	İstanbul	127	289,96			
	4	Manisa	22	267,00			
	5	Adana	30	255,45			
	6	Hatay	18	240,22			
	7	Gaziantep	54	228,04			
	8	İzmir	134	210,17			
	9	Bursa	27	178,19			

Tablo 4.19 sonuçlarına göre ayakkabı üreticilerinin üretim bölgelerine göre üretim yeterliklerine ilişkin aralarında anlamlı görüş farkı olduğu anlaşılmaktadır. Bu fark Bursa'da yaşayan üreticilerle diğer şehirlerde yaşayan üreticiler arasında, Ankara ve İstanbul'da yaşayan üreticilerle İzmir'de yaşayan üreticiler arasında, Konya ve Ankara'da yaşayan üreticilerle Gaziantep'te yaşayan üreticiler arasında, Konyalı ve Hataylı üreticiler arasındadır.

Tablo 4.20: Ayakkabı Üreticilerinin Üretim bölgelerine Göre Pazarlama Yeterliklere İlişkin Görüşleri

		Şehir	N	Sıra Ort.	X ²	P	Anlamlı Fark
Pazarlama Top	1	Konya	70	318,15	25,742	,001	1-9; 2-9; 3-9; 4-9; 1-8; 1-7;1-6;
	2	Ankara	30	290,17			
	3	Gaziantep	54	270,05			
	4	İstanbul	127	255,80			
	5	Adana	30	252,82			
	6	Hatay	18	243,33			
	7	İzmir	134	237,40			
	8	Manisa	22	207,41			
	9	Bursa	27	183,15			

Tablo 4.20'den elde edilen verilere göre ayakkabı üreticilerinin üretim bölgelerine göre pazarlama yeterliklerine ilişkin anlamlı görüş farkı bulunmaktadır. Bu fark Konya, Ankara, Gaziantep ve İstanbul'da yaşayan üreticilerle Bursa'da yaşayan üreticiler arasında, Konya'da yaşayan üreticilerle Manisa, İzmir ve Hatay'da yaşayan üreticiler arasındadır.

4.2. Nitel Verilere İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırmanın genel amacı ve bu genel amaca dayalı olarak geliştirilen alt problemlere cevap aramak üzere yapılan veri analizi sonucunda elde edilen nitel bulgulara yer verilmektedir. Araştırma sonuçlarında kullanılan nitel veriler, görüşme yolu ile 9 katılımcıdan ve anketin nicel boyutunda veri toplamak amacıyla kullanılan anketi cevaplayan katılımcıların anketin sonunda yer alan açık uçlu bir soruya verdikleri cevaplardan derlenerek betimleyici analiz çerçevesinde sunulmuştur.

Araştırmanın **12.Alt problemi** “**Programın misyonu ve vizyonu ne olmalıdır?**” şeklinde ifade edilmiştir.

Alt problemlere cevap aramak için yapılan görüşmelerde katılımcılara sorulan sorular ve her soruya verilen cevaplar, önce katılımcıların görüşlerinden aynen alıntılar yapılarak nitel veriler başlığı altında verilmiş belirleyici ifadelerin altı çizilmiştir. Bu ifadeler içinden temalar belirlenmiş, belirleyici ifadeler kodlanarak listelenmiş ve tablolara dönüştürülmüştür. Daha sonra bulgular yorumlanmıştır.

Soru 1: Dünyada ayakkabıcılık ne durumdadır ve Türkiye dünya ayakkabıcılığının neresindedir?

Nitel veri :

A.B. : *Şimdi biz diyoruz ki; Türkiye’de ayakkabı, 500 bin çalışanı falan var diyoruz ama iyi bir yerde falan diyoruz. Tabii bunu belki, tırnak içinde onu söylemek lazım. Ne kadarı legal, ne kadarı illegal, onları ayrı tutmak lazım. Ama işte biliyoruz ki, yaklaşık Türkiye’de bu sektörde 500 bin kişinin çalıştığını biliyoruz. Resmilerde belki gözükmeyebilir. Kendi nüfusuna, Türkiye’de yetebilecek bir ayakkabı potansiyelimiz, ayakkabı imalatımız var. 250 milyon çiftten bahsediyoruz. Türkiye’de*

2.7'den de bahsediyoruz, bir insanın giydiği ayakkabıdan.Türkiye kapasite olarak kendi ülkesine yeten, iyi tipte bir 350 bin, milyon dolarlık da bir ihracatı var ama Türkiye, moda olarak maalesef bir yerde değil. Türkiye , dünyada şu anda, bu işin modası İtalya'da. Belki şu anda Avrupa'da krizden dolayı, işçilik yoğun dolayı, İtalya şu anda ayakkabıdan çıkmış ama çok öyle % 100 de çıkmış demeyelim, azaltmış. Netice itibarı ile moda halen orada dönüyor. İşçilik yoğun, pahalı, rekabet edemiyor. Çin'e kayıyor. Üç beş seneden beri ciddi manada, Çin'de kapasite olarak dünyaya hükmeden ayakkabılarda Çin.Türkiye'de kaliteli ayakkabı yapılıyor, yapıyoruz, elimizden geldiği kadar ihracatımız da var. 29-30 ülkeye ihracat yapıyoruz

C. K. : Türkiye aslında dediğimiz gibi, Avrupa'da 3. veya 4. dünyada da en büyük ilk on ayakkabı üreticisi ülkeden birisi. Ama bu işi daha çok okulların dışında, usta, çırak, kalfa ilişkisi içinde bu güne kadar getirmişler ve bazı şeyleri biz yani bilimle zanaatı bir araya getiremedik. Ondan dolayı bir sıkıntı var.

İ. Ş. : Şimdi tabii, dünya genel olarak baktığımızda, çift olarak baktığımız zaman on dört buçuk milyar çift dünya tüketimi var. Yüz iki milyar dolarlık bir ekonomik hacmi var ayakkabının dünya üzerinde. Bu pazarın en büyük pastasını tabii Uzak Doğu alıyor, bunun %65 %70'ini, bazı bölgelerde %70 ini %65 %70'lik kısmını Uzak Doğu tek başına alıyor .Ondan sonra sırasıyla İtalya'nın, İspanya'nın, Portekiz'in, Türkiye'nin gibi. Türkiye'nin ikliminin ağırlığı var tabii ki birinci sırada Uzak Doğu var maalesef günümüzde artık tüketici alışkanlıkları son yirmi yılda çok ciddi şekilde değişti ucuz ayakkabıda kaliteden önemli fiyat odaklı müşteri gelişti dünyada. Dolayısıyla Uzak Doğu bu yönden açık ara önde gidiyor diyebiliriz. Türkiye ayakkabı dünya ayakkabı sektöründe gerçekten yükselişte olan bir ülke 95'li yıllardan sonra özellikle Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Türkiye ayakkabı konusunda Sovyetler'in dağılmasıyla oluşan talep patlaması sonucu sanayileşme sürecine girdi ve 2000' li yıllarda bunu pekiştirdi diyebiliriz. Günümüzde ise Türk ayakkabısı birçok bölgede özellikle Orta Asya' da Rusya' da Balkanlar 'da Orta Doğu'da, yakın komşuların hepsinde Türk ayakkabısı imajı gerçekten ciddi şekilde yerleşti. Baktığımız zaman Türk ayakkabısı dünyada ilk on ülkenin içinde yer alıyor . Değişkenlik olsa da dünyada en fazla üretim gücüne sahip olan on ülkeden biri

sayılıyor ülkemiz. Avrupa'nın üçüncü büyük fuarını yapan bir ülke. Türk ayakkabı sektörü maalesef bizim arzu ettiğimiz şekilde eğitim alt yapısı çok güçlü değil ve firmalarımızın sermaye alt yapısı çok güçlü değil. Gelebilecek olan yüksek taleplere cevap verebilecek yapısı yok. Ara eleman sıkıntısı çekiyor. Dağınık yapısından dolayı rekabet gücü zayıf, çok dağınık bir yapısı var. Kümelenmemiş, belli yerlerde odaklanmamış bir sektör bunlar. Bizim handikaplarımız yüksek işçi giderleri, istihdamın üzerinde vergiler ve ağır yükler. Gerçekten bizim yarıştığımız ülkelerin çok üstünde enerji maliyetleri... Maalesef kalifiye ara eleman konusunda ciddi sıkıntı yaşıyoruz. Yetmişmiş ayakkabı işletmeciliği konusunda maalesef bugüne kadar bir adım atılmamış.

M. A. : Bakın, Türkiye'nin ayakkabı sektörünün önü o kadar açık ki bugün Çin'de binin üzerinde kanserojen madde üreten ayakkabı fabrikası kapandı. Şu an artık herkes sağlıklı ayakkabı giymek istiyor. Avrupa da dahil bugün bu dünya markaları Türkiye 'ye daha uygun mal getiriyorlar. Bence o malların hepsi kanserojen madde üretiyor. Bence hiçbiri Türkiye'ye girecek ayakkabı değil. Bunu da yapacaklar yarın. Yani bununla beraber Türkiye'nin Avrupa 'ya yakınlığı ve geniş, genç nüfusu, mükemmel noktada oluşu, ulaşım imkanlarımızın tır filolarımızın Avrupa'nın en ücra köşesine üç günde varabileceği noktada olması büyük bir avantaj, bunu iyi değerlendirmemiz lazım

M. K. : Şu an çok parlak bir yerde değiliz. Eskiden kıyaslama yapardık. İtalya İspanya ve Türkiye üçüncü dördüncü sırada derdik. Şu anda Uzak Doğu'ya kaydı. Güney Amerika' da ve Brezilya'da ve diğer ülkelerde tüm üretim Uzak Doğu'ya kaydı. Bizim şu anda adımız okunan yerlerde değiliz. Ama bu hâlâ mümkün. Devlet ayakkabı sektörüne kolaylık sağlarsa çok iyi yerlerde oluruz. Hepimizin geleneksel mesleği ayakkabıcılık olduğu için İstanbul var, Gedikpaşa var. Gedikpaşa bir okul, bir üniversite... Herkes orada yetmişmiş, oradan iyi yerlere gelmiş. Yeri geldi ithalat yapanlar daha iyi para kazanır hale geldi. Bu da insanı üzüyor, üreticiyi üzüyor.

Üretici 41: Fabrikalarla küçük işletmeler rekabet edemez durumda, büyük balık küçük balığı yutuyor.

Tablo 4.21: Katılımcıların Dünya ve Türk Ayakkabı Sektörüne İlişkin Görüşleri

<i>Dünyada Ayakkabı Sektörü</i>	<i>Türkiye’de Ayakkabı Sektörü</i>
Temalar	
<p>Üretim: 102 milyar \$ ekonomik hacim. Dünya ayakkabı modasını İtalya Yönlendiriyor. Dünya ayakkabı üretimini yarıdan fazlası Uzakdoğu’da yapılıyor.</p> <p>Tüketim 14,5 milyar çift ayakkabı tüketimi Değişen tüketici alışkanlıkları Fiyat odaklı tüketim Ayakkabı sağlığı önem kazanıyor.</p>	<p>Üretim: Yaklaşık 500.000 çalışan Yıllık 250 milyon çift üretim Dünyada en büyük 10 üreticiden biri</p> <p>Tüketim Kişi başına yıllık ayakkabı tüketimi 2,7</p> <p>İhracat: 350-400.000 \$’lık ihracat 29-30 ülkeye ihracat</p> <p>Güçlü yönleri Genç nüfusa sahip Coğrafik Konumu çok avantajlı -Değişkenlik olsa da dünyada en fazla üretim gücüne sahip olan on ülkeden biri sayılıyor. -Ülkemiz Avrupa’nın üçüncü büyük fuarını yapan bir ülke -95’li yıllardan sonra özellikle ayakkabı konusunda Sovyetler’in dağılmasıyla oluşan talep patlaması sonucu sanayileşme sürecine girdi ve 2000’li yıllarda bunu pekiştirdi. Günümüzde ise Türk ayakkabısı özellikle orta Asya’da, Rusya’da, Balkanlar’da, Orta Doğu’da, yakın komşuların hepsinde Türk ayakkabısı imajı gerçekten ciddi şekilde yerleşti -Türkiye ayakkabı dünya ayakkabı sektöründe gerçekten yükselişte olan bir ülke.</p> <p>Sorunları -Bilimle zanaat birleşmemiş . -Devlet desteğine ihtiyaç var. -Kaliteli üretim yapıyor ancak dünyaya açılmakta sıkıntılar var. -Markaları var ancak uluslararası tanınıyorlar. -Firmalarımızın sermaye alt yapısı çok güçlü değil. -Gelebilecek olan yüksek taleplere cevap verebilecek yapı yok. - Kalifiye ara eleman konusunda ciddi sıkıntı yaşıyoruz. -Dağılık yapısından dolayı rekabet gücü zayıf -Kümelenmemiş belli yerlerde odaklanmamış bir sektör. -Yüksek işçi giderleri -İstihdamın üzerinde vergiler ve ağır yükler -Yarıştığımız ülkelerin çok üstünde enerji maliyetleri -Fabrikalarla küçük işletmeler rekabet edemez durumda, büyük balık küçük balığı yutuyor.</p>

Katılımcıların dünyada ve Türkiye’de ayakkabı sektörü durum değerlendirmesinden 4 tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar ayakkabı sektöründeki temel göstergelere ilişkindir. Tablolarda temalar gruplandırılmış ve her birinin altında nitel verilerden yapılan alıntılar özetlenerek kodlamalar yapılmıştır.

Katılımcıların ifadelerine göre temalar dünya ayakkabıcılığında üretim ve tüketim; Türkiye’de ayakkabı sektörünün durumu ise üretim, tüketim, güçlü yönleri ve sorunları temaları altında değerlendirilmiştir.

Katılımcıların dünyada ve Türkiye’de ayakkabıcılığın durum değerlendirmesine ilişkin belirttikleri görüşler Tablo 4.21’de listelenmiştir. Bu görüşlere göre; Dünyada ayakkabı tüketimi yaklaşık 14,5 milyar çift ile 102 milyar \$’lık bir ekonomik hacme sahiptir. Üretimin % 60’tan fazlasının başta Çin olmak üzere Uzak Doğu’da yapılmaktadır. Dünyada ayakkabı sağlığı önem kazanmakta ve tüketici alışkanlıkları değişmektedir. Tüketici ayakkabı tercihlerinde fiyata odaklanmaktadır.

Türkiye’de ayakkabı sektörü 5000.000 çalışan ve 400.000 \$ ile 30 civarında ülkeye ihracat kapasitesi ile geniş bir istihdam alanı yaratmaktadır. Kişi başına düşen yıllık ayakkabı tüketimi iki çiften fazladır. Oldukça kaliteli ayakkabılar yapılmakta ancak uluslararası platformlarda yeterince tanınmamaktadır. Ayakkabı üretiminde dünyada ilk sıralardayken gerilemiştir. Üretimde şu anda ilk onda olmasına rağmen, olması gerektiği yerde değildir. Markalaşma çalışmaları on yıl öncesi ile kıyaslandığında umut verici gelişmeler kaydedilmiş, yeni yaklaşımlar ortaya çıkmış, teknoloji daha iyi kullanılmış e- satış başlamış ancak bunların hiçbirisi istenilen durumda olmayı sağlamamıştır. Türkiye’nin üretim kapasitesi, dünya üzerindeki tüm pazarlara yakınlığı ve avantajlı durumda olması, genç, dinamik bir nüfusa sahip olduğu düşünüldüğünde olması gerekenden gerilerde olduğu görülmektedir. Türkiye dünya ayakkabı sektöründe 95’li yıllardan sonra özellikle ayakkabı konusunda Sovyetler’in dağılmasıyla oluşan talep patlaması sonucu sanayileşme sürecine girmiş ve 2000’li yıllarda bunu pekiştirmiştir. Günümüzde özellikle Orta Asya’da, Rusya’da, Balkanlar’da, Orta Doğu’da, yakın komşuların hepsinde Türk ayakkabısı imajı gerçekten ciddi şekilde yerleşmiş durumdadır. Zaman zaman üretim miktarlarında değişkenlik olsa da dünyada en fazla üretim gücüne sahip olan on

ülkeden biri sayılmaktadır. Ayrıca Türkiye’de Avrupa’nın üçüncü büyük fuarı yapılmaktadır.

Bilimselliğin ve bilimdeki gelişmelerin zanaatla birleştirilememesi, kurumsallaşma ve iş birliği eksikliği, devletin sektörü desteklememesi, kaliteli üretim yapılmasına karşın ancak dünyaya açılmaması, uluslararası tanınmış markalara sahip olmaması, firmaların sermaye alt yapısının çok güçlü olmaması, gelebilecek olan yüksek taleplere cevap verebilecek yapısının olmayışı, kalifiye ara eleman konusunda yaşanan sıkıntıların ciddi boyutlara ulaşması, kümelenmemiş belli yerlerde odaklanmamış bir sektör olduğu için çok dağınık bir yerleşim göstermesi ve bu nedenle rekabet gücünün zayıf olması, yüksek işçi giderleri, istihdamın üzerinde vergiler ve ağır yükler, rakip ülkelerin çok üstünde enerji maliyetleri, küçük firmaların büyüme imkanı bulamaması, haksız rekabet ortamı gibi nedenler sorunların sebepleri arasında sayılabilir.

Soru 2: Dünyada ayakkabı tasarımcılığı ne durumdadır ve Türkiye ayakkabı tasarımcılığının neresindedir?

Nitel veri:

İ. Y. : Gerilerindedir. Öncelikle ayakkabı çizmekle, tasarlamak arasındaki fark, bir binanın resmini yapmakla o binayı inşa etmek arasındaki fark kadardır. Özellikle bir tasarımcı yetiştirilecekse, tasarımcının ayakkabının her aşaması konusunda derin bilgi sahibi olmasını sağlamak, ona bir mühendislik disiplini yüklemek gereklidir diye düşünüyorum. Bir İtalyan ile bir Türk tasarımcıyı ayıran en önemli fark, İtalyan’ın atölyede ayakkabıya kesimden, finisaja kadar her alanda hakim olması ve sorumluluğu üstlenmesidir.

L.K.K. : Ayakkabı alanında akademik düzeydeki eğitimlerimizin bu kadar geç kalmış olması; deriyi iyi işleyen ve iyi deri ayakkabılar üreten bir ülke olmamıza karşın, kendi coğrafyamızın zenginliklerine ve kültürümüzün çeşitliliğine dayanan ve buralardan beslenen özgün koleksiyonların hazırlandığı ayakkabı markalarının çıkmasını ve ülkemize ait ayakkabı imajı oluşturmamızı da geciktirmiştir.

N. Ç. : Türkiye kaliteli üretim konusunda ileri noktada fakat bu kaliteyi dünyaya açabilmek konusunda halen sıkıntılıyız. Son yıllarda Türkiye’de ayakkabı

tasarımı markalarının çoğaldığını görüyoruz. Butiklerini kuruyorlar, e- ticaret kanallarını harika kullanıyorlar, teknolojiyi takip ediyorlar, hedef kitlelerini yakalayabiliyorlar. Bunlar sevindirici, umut verici ve yeni gelenler için cesaretlendirici girişimler. Çok başarılı işler yapıyorlar. On yıl öncesini düşünürsek Türkiye kendi içinde ayakkabı tasarımında çıta atmış durumda. Aynı şeyi global olarak söylemek mümkün değil fakat bir süreç işliyor ve bu süreçte tasarımcılar ancak kendi bireysel çabalarını bir araya toplayarak ve kurumlarla destekleşerek imzalarını dünyaya açabilirler. Bu konuda tasarımcılar kadar sektör çatısı altında ki kurum ve derneklere de çok iş düşüyor. Dış pazarlarda tasarımcılarımızın yer aldığı daha fazla bilinçli çalışmalar yapmak, projeler geliştirmek gerekiyor. Marka bilinirliği yolunda başarı bireysel değil kolektif gelişir.

Ayakkabı Uzmanı 24: Dünya ayakkabı modasını birkaç tane ünlü İtalyan tasarımcısı yönlendiriyor. Bizde de çokça taklit ediliyor.

Tablo 4.22: Katılımcıların Dünya ve Türk Ayakkabı Tasarımcılığına İlişkin Görüşleri

<i>Dünya Ayakkabı Tasarımcılığının Durumu</i>	<i>Türkiye’ de Ayakkabı Tasarımcılığının Durumu</i>
Temalar	
<p><u>Mevcut durum</u></p> <p>İtalya dünya ayakkabı modasını belirliyor.</p> <p>İtalyan tasarımcılar üretimin her aşamasına hakim.</p> <p>Sorumluluk alıyorlar.</p>	<p><u>Mevcut durum</u></p> <p>Dünya tasarımcılığının gerisinde.</p> <p>Uluslararası markamız yok.</p> <p>Taklit yapılıyor.</p> <p>Ülkemize ait ayakkabı imajımız yok.</p> <p>Son on yılda gelişmeler var ama yeterli değil.</p> <p>Son yıllarda ayakkabı tasarım markaları ortaya çıktı.</p> <p>E- ticaret başladı.</p> <p>Kültürümüzden beslenen tasarımlar çıkıyor.</p> <p><u>İhtiyaçlar</u></p> <p>Bilinçli çalışmalara ihtiyaç var.</p> <p>İş birliğine ihtiyaç var.</p> <p>Kurumsallaşmaya ihtiyaç var.</p>

Katılımcıların dünya ve Türkiye’de ayakkabı tasarımcılığına ilişkin görüşleri Tablo 4.22’ de listelenmiştir. Bu görüşlerden iki tema ön plana çıkmıştır. Bu temalara altında ise nitel verilerde yer alan ifadelerden kodlamalar yapılmıştır. Bu temalar mevcut durum ve ihtiyaçlar şeklinde belirlenmiştir. Dünya ayakkabı sektörü tasarım anlamında değerlendirildiğinde katılımcılar İtalya’nın açık ara önde olduğu görüşünde birleşmektedirler. İtalyan ayakkabı tasarımcılarının başarısını ayakkabı yapım sürecinin tamamına hakim olmaları ve tüm süreçlerde sorumluluk almaları ile açıklamaktadırlar.

Türkiye’nin sahip olduğu kaynaklar ve zengin kültür birikimi düşünüldüğünde uluslararası pazarlarda tanınan markalara sahip olması gerektiği, gerekli alt yapı bulunmasına rağmen çeşitli nedenlerle bunun başarısız olduğu, katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Son yıllarda teknolojinin etkili kullanılması, küreselleşme, e- ticaret kanalları ile ilgili olarak çeşitli gelişmeler olduğu ancak halen kurumsallaşmanın tam olarak sağlanmamış olması, taklide yönelme, işbirliğinin yerleşmemiş olması gibi nedenlerle Türkiye’nin ayakkabı tasarımcılığında gerilerde olduğu elde edilen bulgular arasındadır.

Soru 3: Türkiye’de ayakkabı eğitiminin mevcut durumunu değerlendirir misiniz?

Nitel veri:

C. K. : Meslek liselerindeki eğitimde şu anda ciddi anlamda sıkıntılar olduğunu düşünüyorum. Burada sıkıntılar var. Milli Eğitim’in yaklaşımları bu konuda yeterli değil açıkçası. Yani Milli Eğitim Bakanlığı biraz daha sektörle gerçekten iç içe, bilimsel temellere oturmuş bir eğitim yapması lazım. Burada Milli Eğitim Bakanlığı nasıl ki, herhangi bir alanda hoca alırken onda birtakım yeterlikler arıyor ise, ayakkabı eğitimi için kendi personeli dahil aynı kıyasları düşünmesi lazım, bunu oturtması lazım. Burada hiç kimse şunun arkasına sığınmamalı:’’ Türkiye’de ayakkabıcılık eğitimi yok, nereden hoca bulacağız?’’ Bu bir mazeret değil çünkü 89’da Türkiye’de lise düzeyinde ayakkabıcılık eğitimi başladı. Yıl 2012 eğer hala yetişmedi ise bir yerlerde sıkıntı var demektir. Şimdi sektörün içindeyiz, iki türlü olaya bakmak lazım. Meslek lisesi çıkışlıların bir bölümü sektöre gidiyorlar, bir bölümü MYO’larda eğitimlerine devam ediyorlar ama yaklaşık yarısı da başka

alanlara geçiyorlar. Burada olayı doğru okuyabilmemiz için şuna bakmak lazım: Meslek lisesinden gelen öğrenci ile düz liseden gelen öğrenci arasındaki fark nedir MYO'da? Ve bu fark ne kadar sürede kapanıyor yani uzun sürede mi kapanıyor? Kısa sürede mi kapanıyor? Sektör açısından baktığımızda da, sektöre giden kişi lise mezunu, lisede öğrendiği aldığı tutum ve davranışlar, mesleki eğitimden ne kadar yararlanıyor? Ya da onları bir kenara bırakıp, Sektörde tamamen olaya sıfırdan başlayıp mı kendini geliştiriyor? Ona bakmamız lazım. Yoksa kaç kişinin istihdam edildiği bizi yanıltıcı bir rakam verir. Ben lisedeki eğitime çok fazla yorum getirmek istemiyorum. Yani onu Milli Eğitim Bakanlığı yetkililerinin veya meslek kuruluşları yöneticilerinin o konuda değerlendirme yapması lazım. Sıkıntılar var çünkü ben gelen öğrenci ile ilgili söylüyorum. Meslek lisesi çıkışlı olup, MYO'ya gelen öğrenci açısından söylüyorum. Bazı konularda sektörden tamamen kopuk, sektörle hiç alakası olmayan mesleki bilgilerle geliyorlar ve bunun dünyada da bir örneği yok. Yani sanki meslek liseleri kendileri bir dünya yaratmışlar veya yaratmaya çalışıyorlar. Orda birilerine bir şeyler öğretiyorlar, ama çocuk oradan çıktığı zaman, öğrendiği hiçbir şeyi kullanamıyor. Çünkü öyle bir dünya yok. Hala sektör tarafından baktığımız zaman birçok ayakkabıcı, bu iş okullarda öğrenilemez gibi bir düşünce içinde. Bir defa buraları geçmiş olmamız lazım. Bu iş okullarda öğretilecek okullarda günümüzde. Bunu nasıl yapacağız? Bana göre, eğitim kurumlarındaki en önemli unsur hocadır. Yani sizin eğitim programınız eksik olabilir, ders araç gereciniz materyaliniz eksik olabilir, ama hoca bu işi tamamlayıcı can alıcı nokta hoca. Hocaların gerçekten iyi yetiştirilmiş olması lazım bu işe gönül vermesi lazım. Bana göre şu anda, meslek yüksek okullarının en büyük şu, meslek yüksek okulları bir defa tasarım mı yapacak? Üretime yönelik mi insan yetiştirecek? Bir defa buna karar vermesi lazım. Ben hem tasarım hem üretim yaparım diyen insan hiçbir şey yapamaz. Şu anda bizde ayakkabı tasarım ve üretimi diye geçiyor bütün MYO'lar. Sonra herkes seçtiği alanda, kendi alanında uzmanlaşması lazım. Yani derslere giren hocaların bu alanda yeterliliği olması lazım. Buralarda sıkıntı var. Yani siz nasıl ki başka bir alanda hocaya ders vermiyorsanız, ayakkabı ile ilgili alanda da vermemeniz lazım

İ. Ş. :Türk ayakkabı sektörü maalesef bizim arzu ettiğimiz şekilde eğitim alt yapısı çok güçlü değil.

M. A. : Türkiye’de ayakkabı eğitimin doğru dürüst verildiği kanaatinde değilim. Ayakkabıda eğitim yok ve eğitim verecek hocaların olduğu kanaatinde değilim.

A. B. :Bizim senelerden beri şeylerimiz orta öğretim düzeyinde meslek liselerimizde ayakkabı eğitimi olmamış. Son on seneden beri olmuş. Bunlarla Türkiye’deki öğretim, YÖK ’ün ancak üniversite imkanlarıyla girebiliyorsun ancak kazanırsan. İnsanlara bakıyoruz şu anda, üniversite imtihanlarını kazanamamış, onun kapısından dönmüş, düz lise mezunu, hiçbir şeyi yok elinde mesleği yok, asgari ücretten iş bulamıyor. Geliyor asgari ücretten işe biz zor alıyoruz. Ama meslek lisesinden çıkan insanları daha onun üzerindeki bir parayla işe alıyoruz ve onlardan randıman alıyoruz. Onları bir sene iki sene bant işçisi yapana kadar uğraşıyoruz. Yani dolayısı ile yalnız ayakkabıda değil, tüm sektörlerde ara eleman ihtiyacı var. Bizim, üstte çok, altta çok, ara elemanımız yok. Seneler önce meslek liseleriyle, ayakkabıcılar gelmiş 88 senesinde, Türkiye ayakkabı sektörüne ivme kazandırmış. Şu anda TASEV veya ondan önce meslek lisesinde, Zeytinburnu’nda bir dalımız vardı. Otuz kırk öğrenci ile mezun ediyordu. Onların bile katkısı olmuştu. Şu anda on tane falan kişi çalışıyor Zeytinburnu meslek lisesinden çıkan. Şimdi de TASEV ’den 20-30 kişi çalışıyor. Bunlarla ivme kazandırmış mesleğe.

R. A.: Okulumuz ayakkabı ve saracıye alanı olarak gözükmesine rağmen biz sadece ayakkabıcılık alanı ile ilgili temel bilgi ve becerileri öğretiyoruz. Aynı zamanda son sınıfa geldiklerinde öğrencilerimizi sektöre gönderiyoruz. Sektörde de staj yaparak kendilerini geliştirme imkânları buluyorlar bunun yanında kurslarda var model kursu, sayacılık kursu, monta kursları ve aynı zamanda işletmede çalışan elemanlara da belge almaları için bu alanda kurslarda vermeye devam ediyoruz aynı zamanda onları sınav yapıyoruz bu alanda da yetkiliyiz.

N. Ç. :1980’li yıllarda küçük atölye tipi üretimden sanayileşme sürecine giren ayakkabı sektörünün uzun yıllardır içinde bulunduğu eğitim eksikliğini gidermek için son yıllarda ciddi girişimler yapılıyor. Bu eğitimler hem yaygın hem de örgün eğitim düzeylerinde ilerliyor.

L. K. K. : Türkiye’de ayakkabı alanında lise düzeyinde uzun zamandır eğitim verilmektedir.

Üretici 32 : Staja gelen öğrenciler çok yetersiz (lise öğrencileri). Seri çalışmayı öğrenmeliler.

A.U.19: İlk olarak şunu belirtmek isterim ki lise, olgunlaşma enstitüsü, üniversite olmak üzere toplam sekiz yıl sadece ayakkabı tasarımı üzerine eğitim aldım ve böyle bir platformda eğitim süresince yaşadıklarımı ve olması gerekenleri kendi kanaatimce sizinle paylaşmak isterim. Bence ayakkabı sektörü tabii ki seksen sene öncesi kadar kapalı olmasa da hala daha eksikler var ama baştaki en temel eksik okullarda ayakkabı ,stampa ya da tasarım veren öğretmenler seçilirken yapılan yanlışlıkta. Derse giren öğretmenler ayakkabıyı bilmezken ya da ayakkabıyı bilenler tasarımı bilmezken, tasarım dersi veren öğretmenlerin hiçbir şekilde güzel sanatlar geçmişi yokken nasıl ayakkabı tasarımı eğitimi verilebilir ki? Eğer ki ayakkabı tasarımı eğitiminden bahsediyorsak öğretmenlerin (en azından tasarım dersi veren ve istampa derslerine giren öğretmenlerin) güzel sanatlar geçmişi olması gerekir ki öğrenciyle de gereken bilgilerini paylaşabilsin, öğrencinin ufkunu açabilsin. Ama benim gördüklerim genellikle iktisat mezunu, el sanatları mezunu hatta veteriner olup da stampa dersine giren bile gördüm. Bir diğer en büyük yanlış ise tasarımın son zamanlarda çok popüler olması sebebiyle öğrenciler okullara alınırken gözleri boyanıp ikna ettiriliyor ama hiç bakılmıyor ki öğrencinin yeteneği var mı, yok mu? Kesinlikle eğer bir AYAKKABI TASARIMI bölümü açılacaksa öğrenciler yetenek sınavı ile seçilmeli. Şu anda ayakkabı tasarımı bölümünden mezun öğrenciler ya firmalarda getir götür işi yapıyorlar ya da modelcinin yanında iş öğreniyorlar...Ayakkabıyı bilmeyen Güzel sanatlar fakültesinden mezunlar ise en bilinen en iyi firmalarda tasarımcı olarak çalışıyorlar. Büyük firmalar bu okullardan mezunları haliyle yan eleman olarak alıyor çünkü bir Mimar Sinan Üniversitesi gibi detaylı, kapsamlı tasarım genel kültür eğitimleri bizim okullarımızda ne yazık ki verilmiyor...Zaten bu bölümlerde eğitim gören öğrencilerin hiçbirinde de gerçekten istek olmuyor, sadece laf olsun diye okuyorlar. Öğretmen derste tasarım yap dediğinde öğrenciye zor geliyor. İşte bu yüzden öğrenciler seçilirken yetenek sınavıyla seçilsinler diyorum.

A.Uzm.56: Ayakkabı meslek liselerinden gelen öğrencilerin ebeveynlerinin çoğunlukla yine bu sektörde çalışan kişiler olduğu veya bu öğrencilerin, okul çevresinde oturan ailelerin çocukları olduğu (istisnalar hariç) gözlenmektedir.

Tablo 4.23: Katılımcıların Türkiye’de Ayakkabı Eğitiminin Mevcut Durumuna İlişkin Görüşleri

<i>Türkiye’de Ayakkabı Eğitimi</i>	
<i>Temalar</i>	
<p><u>Mevcut Durum</u></p> <p>-Son 10 yıldır liselerde ayakkabı eğitimi var.</p> <p>-İlk kez TASEV tarafından Zeytinburnu’nda bir lise kurulmuş.</p> <p>-1989’da eğitim için adımlar atılmış.</p> <p>-Meslek lisesi çıkışlıların bir bölümü sektöre gidiyorlar, bir bölümü MYO’larda eğitimlerine devam ediyorlar. -Yaklaşık yarısı da başka alanlara geçiyorlar.</p> <p>-Meslek lisesinden çıkan insanları işe alıyoruz ve onlardan randıman alıyoruz. Onları bir sene iki sene bant işçisi yapana kadar uğraşıyoruz.</p> <p>-Okulumuz ayakkabı ve saraciye alanı olarak gözükmesine rağmen biz sadece ayakkabıcılık alanı ile ilgili temel bilgi ve becerileri öğretiyoruz.</p> <p>- Aynı zamanda son sınıfa geldiklerinde öğrencilerimizi sektöre gönderiyoruz. Sektörde de staj yaparak kendilerini geliştirme imkânları buluyorlar.</p> <p>-Bunun yanında kurslar da var. Model kursu, sayacılık kursu, monta kursları ve aynı zamanda işletmede çalışan elemanlara da belge almaları için bu alanda kurslarda vermeye devam ediyoruz aynı zamanda onları sınav yapıyoruz.</p> <p>-Sektörünün uzun yıllardır içinde bulunduğu eğitim eksikliğini gidermek için son yıllarda ciddi girişimler yapılıyor. Bu eğitimler hem yaygın hem de örgün eğitim düzeylerinde ilerliyor.</p> <p>-Ayakkabı meslek liselerinden gelen öğrencilerin ebeveynlerinin, çoğunlukla yine bu sektörde çalışan kişiler olduğu veya bu öğrencilerin, okul çevresinde oturan ailelerin çocukları olduğu (istisnalar hariç) gözlenmektedir.</p> <p><u>Sorunlar:</u></p> <p>-Meslek liselerindeki eğitimde şu anda ciddi anlamda sıkıntılar var.</p> <p>-Milli Eğitim’in yaklaşımları bu konuda yeterli değil.</p> <p>-Okullarda ayakkabı, stampa ya da tasarım veren öğretmenler seçilirken yanlış yapılıyor.</p>	<p>-İktisat mezunu, el sanatları mezunu hatta veteriner olup da stampa dersine giren öğretmenler var.</p> <p>-Ayakkabı tasarımı bölümünden mezun öğrenciler ya firmalarda getir götür işi yapıyorlar ya da modelcinin yanında iş öğreniyorlar.</p> <p>-Staja gelen öğrenciler çok yetersiz, (lise öğrencileri) seri çalışmayı öğrenmeliler.</p> <p>-Meslek lisesi çıkışlı olup, MYO’ya gelen öğrenciler bazı konularda sektörden tamamen kopuk, sektörle hiç alakası olmayan mesleki bilgilerle geliyorlar ve bunun dünyada da bir örneği yok.</p> <p>-Sanki meslek liseleri kendileri bir dünya yaratmışlar veya yaratmaya çalışıyorlar. Orda birilerine bir şeyler öğretiyorlar ama çocuk oradan çıktığı zaman, öğrendiği hiçbir şeyi kullanamıyor, çünkü öyle bir dünya yok.</p> <p>- Hala sektör tarafından baktığınız zaman birçok ayakkabıcı, bu iş okullarda öğrenilemez gibi bir düşünce içinde.</p> <p>-Türk ayakkabı sektörü maalesef bizim arzu ettiğimiz şekilde eğitim alt yapısı çok güçlü değil.</p> <p><u>Çözüm Önerileri</u></p> <p>-Milli Eğitim Bakanlığı biraz daha sektörle gerçekten iç içe, bilimsel temellere oturmuş bir eğitim yapması lazım.</p> <p>-Hocaların gerçekten iyi yetiştirilmiş olması lazım.</p> <p>-Meslek yüksek okulları bir defa tasarım mı yapacak? Üretime yönelik mi insan yetiştirecek? Sonra herkesin seçtiği alanda, kendi alanında uzmanlaşması lazım.</p> <p>-Öğretmenlerin (en azından tasarım dersi veren ve stampa derslerine giren öğretmenlerin) güzel sanatlar geçmişi olmalı ve moda, moda camiası tasarımcılar gibi çeşitli konularla severek, isteyerek alakasının olması gerekir.</p> <p>-Kesinlikle eğer bir ayakkabı tasarımı bölümü açılacaksa öğrenciler yetenek sınavı ile seçilmeli.</p>

Katılımcılardan Türkiye’de ayakkabı eğitiminin mevcut durumunu değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcılardan alınan görüşler analiz edildiğinde üç tema ortaya çıkmış. Mevcut durum, sorunlar ve çözüm önerileri tema başlıkları altında nitel veriler kodlanarak listelenmiştir. Katılımcılar mevcut durumu değerlendirirken Türkiye’de ayakkabı eğitiminin örgün ve yaygın eğitim yolu ile verildiğini, ilk kez 1989’da gündeme geldiğini, 2003 yılından itibaren TASEV Endüstri Meslek Lisesinde ayakkabı eğitiminin başladığını on yıldır çeşitli illerdeki liselerde devam ettiğini belirtmişlerdir. Liselerde verilen eğitim, ayakkabıcılık alanı ile ilgili temel bilgi ve becerileri kapsamaktadır. Aynı zamanda öğrenciler okul süresi içinde işletmelerde staj yapmaktadırlar.

İşletmelerde çalışan elemanlara da TASEV Endüstri Meslek Lisesinde ayakkabı üretiminin çeşitli aşamaları ile ilgili kurslar verilmektedir.

Mezunlar lise sonrası ise Türkiye’de sayıları dört olan iki yıllık MYO’ nun ayakkabı tasarımı ve üretimi bölümüne devam etmekte, sektörde istihdam edilmekte ya da alan değiştirmektedir.

Ayakkabı bölümünü seçen öğrencilerin çoğunluğunun aile mesleği olduğu katılımcılardan elde edilen bulgular arasındadır.

Gerek lise gerekse MYO düzeyinde olsun katılımcılar verilen eğitimle ilgili çeşitli sorunlar bildirmişlerdir. MEB’in ayakkabıcılık eğitimine yaklaşımının yetersiz olduğu, öğretmenlerin seçiminde yanlılık yapıldığı, uzmanlık alanlarının dışında öğretmen seçimi yapıldığı ve tasarım eğitimi olmayan öğretmenlerin tasarım dersi verdiği belirtilen sorunlardan bazılarıdır.

Liselerde verilen eğitimin sektörün ihtiyaçları ile örtüşmediği, MYO’nun sürelerinin yetersiz olmasına karşın programlarının hem tasarım hem üretimi kapsamaması yine katılımcılar tarafından sorun olarak görülmektedir.

Katılımcılardan elde edilen görüşlerde çeşitli çözüm önerileri yer almaktadır. Bunlar MEB’in bölüme yönelik hazırladığı programların bilimsel temellere dayalı ve sektörün ihtiyaçlarına yönelik olması gerektiği, MYO’nun altyapılarına uygun uzmanlık alanları oluşturup uygun program hazırlamaları ve bu yönde eğitim vermeleri, tasarım eğitimi verecek öğretmen ve akademisyenlerin güzel sanatlar

geçmiş olması ve iyi yetişmeleri gerektiği ve ayakkabı tasarımı eğitimi alacak olan öğrencilerin mutlaka yetenek sınavı ile programlara kabulüne ilişkindir.

Sonuç olarak ayakkabıda mevcut eğitimin lise ve MYO düzeyinde yetersiz olduğu, eğitim alanında çeşitli sorunlar olduğu ve sorunların çözümü için ilgili kurumların birlikte hareket etmeleri ve çeşitli düzenlemeler yapılması gerektiği söylenebilir.

Soru 4: “Türkiye’de ayakkabı alanında lisans eğitimine ihtiyaç var mıdır?” Niçin?

A. B. : Şimdi kesinlikle var. 4 yıllık lisans eğitimine mutlaka ihtiyaç var ama sınav var. Bunun nasıl oluşturulması lazım? Şimdi üniversite imtihanına girip, kazanırsa girebilecek. Meslek liselerinin önü açılırsa, meslek liselerinin mutlaka önünün açılması lazım. Gidip de üniversite kapılarında 1,5-2 milyon insanı yığmamak lazım.

M. A. : Yani Türkiye’de ayakkabıcılıkta herkes eğitilmiş mi?’ ‘Ayakkabı eğitimine ihtiyaç yok demek çılgınlıktır. İhtiyaç var mı diye sorulmaz ki...

M. K. : Ayakkabı sektörünün eğitilmiş eleman ihtiyacı var.

C. K.: Bir defa bu iş eğitilmiş olması lazım artık. Yani okullarda olur mu, olmaz mı? Hala Sektör tarafından baktığınız zaman birçok ayakkabıcı, “Bu iş okullarda öğrenilemez.” gibi bir düşünce içinde. Bir defa buraları geçmiş olmamız lazım. Bu iş okullarda öğretilecek, okullarda günümüzde. Bu işin artık ben, liselerden ya da cıvırlık eğitiminden çok; akademik boyutu üzerinde durmak istiyorum. Akademik anlamda bir meslek eğitiminin nasıl olması gerekir, ona bakmak lazım. Yani bir bilimsel bilgi birikimi olması lazım bu ülkede. Burada 1300’lerden beri devam eden bir sektör var. Sektörün insanların, tutum, davranış ve alışkanlıkları var. Oturmuş bir teknolojik alt yapı var. Bunun üzerine biz bilimle bunu kaynaştırıp, dünyadaki seviyeye ulaşmaya çalışacağız.

İ. Y. : Kesinlikle evet. Çünkü yetişmiş iyi elemana ihtiyaç var. Çünkü makineleştikçe elde ayakkabı yapmayı bilen yaşlı ustalar bir bir, gittikçe, azalıyor. Zanaatı bilen iyi eleman bulma sıkıntısı baş gösteriyor. Bunu sadece bir tasarımcı

olarak değil; aynı zamanda bir işveren sıfatıyla da söylüyorum. Bu kurumun bir yükseköğretim kurumu olması ,işin ciddiyeti açısından mühim.

İ. Ş. : Gerçek bakın siz bile ayakkabı kökenli değilsiniz. Demek ki bu sektörde lisans, hatta yüksek lisans eğitimi almış kişilere ciddi ihtiyaç var. Bugün ayakkabı firmalarının birçoğunda yönetim alanında idari alanda çalışan insanların birçoğu işletme fakültelerinden gelen veya tekstilden gelen kişiler .Bu da zaten başlı başına bu konuda bir ihtiyacın, bir açlığın olduğunun göstergesi. Neden bugüne kadar yapılmamış, bunu bugüne kadar milli eğitim politikalarından diyelim, meslek liselerine bakış açısından diyelim veya bu boşluğu görememiştir. Bugüne kadar iktidarlar diyelim, yani buna artık ben bir suçlu aramıyorum..Yetişmiş ayakkabı işletmeciliği konusunda maalesef bugüne kadar bir adım atılmamış. Çünkü ayakkabıyı üretirsiniz eleman konusunda zaten sıkıntı var ama genel olarak usta-cıracak ilişkisinden gelen bir ayakkabı imalat kesimimiz var. Onların dışında bizim istediğimiz eğitim almış ara elaman. Onların dışında bizim istediğimiz ihtiyacını hissettiğimiz sektörün ihtiyacı olan ayakkabı sektörünün ki dünyada hem sahip olduğu yerde bir gelişme hem bu gelişme çok daha hızlanır, daha süratli bir şekilde gelişiriz hem sahip olduğumuz pazarlarda varlığımızı pekiştirir ve geliştirme şanslarına sahip oluruz.

N. Ç. : Sektörün gelişimini sürdürmesi, dünya standartlarını yakalaması eğitimin sağlayacağı faydalarla daha etkin olacaktır. Bu sebeple var olan eğitim sistemlerinin geliştirilmesinin ve lisans düzeyinde yeni eğitim olanaklarının oluşturulmasının artık kaçınılmaz olduğunu düşünüyorum. 1980'li yıllarda küçük atölye tipi üretimden sanayileşme sürecine giren ayakkabı sektörünün uzun yıllardır içinde bulunduğu eğitim eksikliğini gidermek için son yıllarda ciddi girişimler yapılıyor. Bu eğitimler hem yaygın hem de örgün eğitim düzeylerinde ilerliyor. Gelişmekte olan ayakkabı sektörü için elbette ayakkabının her aşamasında eğitilmiş kadroların önemi çok büyük. Ayakkabı eğitim sisteminin yapılandırılması sektörün sanayileşme atılımının sürekliliğini sağlayacak önemli etkenlerden biri. Ayakkabıyı ayakkabı yapan, onu yaratan üzerinde düşünen, çalışan, onu biçimlendiren insanın emeği, görüşü, ufku, bilgisidir. Bilgisizce yapılan her ayakkabı hamdır. Ayakkabının ham olması direkt olarak insana zarardır. Yani ayak zaten doğasına ters olarak bir

kalıba giriyor, o kalıp içinde bedenin tüm yükünü taşıyor. Yanış bir kalıbın, hatalı bir ayakkabının verdiği zararların telafisi maalesef olmaz. Öncelikle sadece bu yüzden eğitimi, bilgili kişilerin eline teslim edilmeli ayakkabı.

R. A. : Lisans programına zaten temelde çok fazla ihtiyaç var. Lisans programı sayesinde özellikle ayakkabı alanında yeterli öğretmen olmadığından dolayı , bu lisans programındaki yetişecek öğrencilerin eğitimlerini bitirdikten sonra pedagojik formasyon alarak en azından ayakkabıcılık alanında eğitim veren okullarda görev yapabilmeleri sağlanacak bu açıdan da taşrada ayakkabıcılık dalı olan okulların en azından öğretmen ihtiyacı bu şekilde giderilebilecektir.

L. K. K. : Türkiye’de ayakkabı alanında lise düzeyinde uzun zamandır eğitim verilmektedir. Ülkemizde üniversite düzeyinde çeşitli bölümlerde vermeye başlanan eğitimlerle, hem bu liselerden mezunların eğitimlerine devam etmeleri hem de lisans düzeyinde eğitim almak isteyen öğrencilerin ihtiyaçlarının karşılanması sağlanabilmektedir. Elbette ayakkabı tasarımı ve üretimini kapsayan 4 yıllık lisans programı uygulanmasının ayakkabının bilimsel ve sanatsal alt yapısının oluşumuna hizmet etmesi açısından önemi çok büyüktür.

Üretici 4: Sektörümüz, akademik boyutlu kalifiye eleman girişi sağlandığında birçok sektörle bağ kuracağı kaçınılmaz olup ülkenin ihracatta atıl değil; lokomotif sektörler arasında olabileceği düşüncesindeyim.

Ayakkabı Uzmanı 1: Türkiye’de mevcut ayakkabı imalatçıları ve ülke ekonomisi için son derece önemli ve geç kalınmış bir atılım yaptığınız için öncelikle tebrik ediyorum. Sektörde alaylılardan oluşan iş gücü yapısını değiştirmek ve sektöre yön vermesi gereken eğitim kurumlarının kalifiye elemanlar istihdam edilebilmesi, imalat sektörünün parlamayan yıldızı durumundaki ayakkabıcılık sektörüne güç katacak, İspanya, İtalya gibi ülkelerle rekabet edebilirliğimizi geliştirecektir.

Ayakkabı Uzmanı 9: Genç nesillerin onu açılması gerek. Bir ayakkabı tasarımcısı olarak eğitimci yok. Bu bölümde yetiştirilen bir öğretim elemanı görmek istiyorum. Emekler hep boşa gidiyor.

Tablo 4.24: Katılımcıların Lisans Programına Olan İhtiyaca İlişkin Görüşleri

<i>Eğitim ihtiyacı</i>	<i>Niçin</i>
Temalar	
<p>Kesinlikle var. Yok demek çılgınlıktır. Mutlaka ihtiyaç var. Ciddi ihtiyaç var. Çok fazla ihtiyaç var. Bu işin artık eğitimi olması lazım.</p>	<p><u>Kariyer İmkânı</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Genç nesillerin önünün açılması gerek. -Lise sonrası eğitim imkânı sağlayacak. - Meslek liselerinin önünün açılması lazım. - Akademik anlamda bir meslek eğitiminin olması gerekir. <p><u>Bilimsel ve Sanatsal Alt Yapının Güçlendirilmesi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Lisans programı olmadan, dolayısı ile yüksek lisans, doktora programları açamıyorsunuz. -Ayakkabının bilimsel ve sanatsal altyapısının oluşmasına hizmet edecek bilimsel bilgi birikimi olması lazım <p><u>Öğretmen Yetiştirme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Liselerde bu alanda önemli bir ihtiyaç olan ayakkabı öğretmeni yetişmesine imkân sağlayacak. -Lisans mezunu eğitimci yok bu ülkede. Emekler hep boşa gidiyor. <p><u>Sektörün Güçlenmesi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Hatalı bir ayakkabının verdiği zararların telafisi maalesef olmaz. Öncelikle sadece bu yüzden ayakkabı, eğitimi, bilgili kişilerin eline teslim edilmeli -Ayakkabı eğitim sisteminin yapılandırılması sektörün sanayileşme atılımının sürekliliğini sağlayacak. -1300'lerden beri devam eden bir sektör var, bunun üzerine bilimsellikte çıkıp dünyadaki seviyeye ulaşmaya çalışacağız. -Kurumun bir yükseköğretim kurumu olması, işin ciddiyeti açısından mühim. -Birçok sektörle bağ kurulacağı için ihracatta lokomotif sektör olabilecek. -Türk ayakkabı sektörünün maalesef bizim arzu ettiğimiz şekilde eğitim alt yapısı çok güçlü değil. - Gelişiriz hem sahip olduğumuz pazarlarda varlığımızı pekiştirir ve geliştirme şanslarına sahip oluruz. -Sektörde alaylılardan oluşan işgücü yapısını değiştirmek -İspanya, İtalya gibi ülkelerle rekabet edebilirliğimizi geliştirecektir.

Tablo 4.24, katılımcıların Türkiye’de ayakkabı alanında lisans eğitime yönelik eğitim ihtiyacı olup olmadığına ve gerekliliğine ilişkin soruya verdikleri cevapları yansıtmaktadır. Katılımcılar eğitim ihtiyacını, “önemle, altını çizerek, vurgulayarak ve kesinlik” ifadeleri kullanarak var şeklinde cevaplamışlardır.

Niçin sorusuna ise farklı cevaplar vermişlerdir. Bu görüşler dört tema altında tabloda kodlanmıştır. Temalar, kariyer imkânı, bilimsel ve sanatsal alt yapının güçlendirilmesi, öğretmen yetiştirme ve sektörün güçlenmesi olarak belirlenmiştir.

Katılımcılar meslek liselerinin önünün açılmasının ancak bir lisans programı ile mümkün olabileceğini düşünmektedirler. Meslek liselerinde ayakkabı eğitimi alan öğrencilerin devam edebilecekleri lisans programının olmamasını büyük bir eksiklik olarak görmektedirler.

Katılımcılar ayakkabı alanı için Türkiye’de bilimsel ve sanatsal altyapının yeterince oluşturulmadığı görüşünde birleşmektedirler. Akademik olarak nitelikli mesleki eğitimin ayakkabı alanına katkısı, araştırmalar ve lisansüstü çalışmalara imkân vererek bilimsel bilgi birikiminin sağlamlasının dünya standartlarına ve markalarına ulaşmanın bir yolu olduğu görüşünde birleşmektedirler.

Katılımcılara göre meslek liselerinde ayakkabı öğretmenine olan ihtiyaçta lisans programının gereklerindedir.

Kaliteli ayakkabı üretiminin önemi katılımcıların görüş bildirdikleri diğer bir konu olmuştur. Ayakkabı sadece giyimi tamamlayan bir unsur değil, doğrudan insan hayatını ve sağlığını ilgilendiren bir giyim eşyası olarak eğitilmiş ve bilinçli insanların elinden çıkmaması durumunda insan sağlığına vereceği zararın telafisinin olamayacağı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

Katılımcılar, sektörün güçlenememesi, büyük bir potansiyeli olmasına karşın uluslararası platformlarda söz sahibi ve hak ettiği yerde olamaması, istenen ihracat rakamlarına ulaşamaması, lokomotif sektör olabilme potansiyelini eğitimsizlik yüzünden değerlendirememesi sebebiyle lisans programının gerekli olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir.

Araştırmanın 13. alt problemi “**Ayakkabı tasarımı ve üretimi bölümüne yönelik hangi genel hedefler önerilebilir?**” şeklinde ifade edilmiştir. Çözüm

aramak amacıyla katılımcılara görüşme yoluyla çeşitli sorular yöneltilmiş ve her soruya verilen cevaplar önce katılımcıların görüşlerinden aynen alıntılar yapılarak nitel veriler başlığı altında verilmiş ve belirleyici ifadelerin altı çizilmiştir. Bu ifadeler temalar halinde belirlenmiş ve her temanın altında kodlanarak listelenmiştir. Daha sonra bulgular yorumlanmıştır.

Soru 5: Ayakkabı sektöründe elemana ihtiyaç var mıdır? Varsa ayakkabının hangi süreçlerindedir?

Nitel veri:

A. B. : İşte şu saymış olduğumuz bilinçlilikte, elemana ihtiyaç var. Kesinlikle var yani. Biz şu anda maalesef hep, alıp yetiştirdiklerimizle bir şeyler yapmaya çalışıyoruz. Yani bu alanda diyoruz ya meslek lisesi mezunu olması lazım. Yani her bölümünde elemana ihtiyaç var. Yetişmiş elemana ihtiyaç var. Bu, bu sanayinin önünü açar, insanlar katkı verir, ihracatını artırır, kalitesini artırır, emek israfını önler. Çünkü bilinçsiz yaptığınız işi üç kişi ile dört kişi ile bilinçsiz insanlar yapar. Ama iki kişi ile bilinçli, eğitilmiş olarak yapılırsa, orada da bir insan tasarrufu sağlarsınız. İnsan tasarrufu sağlarsanız da, azalır manasında değil yalnız. Daha bilinçli, daha kaliteli, daha ihracata yönelik, daha en iyi şekilde, tasarruflu olur yani.

İ. Ş. : Maalesef kalifiye ara eleman konusunda ciddi sıkıntı yaşıyoruz. Bugün Türkiye resmî rakamları ile ürettiği 230 milyon çift ayakkabı var. Bu 2011 rakamları ile ürettiği ayakkabı kayıtlı işletme sayısına baktığımız zaman 18 bin 500 kayıtlı işletmesi var bu işletmelerin artık bine yakınında sanayileşmiş firmalar bunlar küçük orta ve orta üzeri firmalardan bahsediyoruz. Bu firmaların hepsinde bu tür elemanlara ciddi bir açlık var yabancı dil bilen, ayak anatomisini almış, pazarlama tekniğini geliştirmiş pazarlamayı bilen, işletmeciliği bilen makineler konusunda mühendislik bilgisi olan elemanlara çok ciddi ihtiyaç var. 1000 fabrikadan bahsediyoruz. Bugün en az 1000 fabrika bugün makineleşmiş ve makinelerle üretim yapan firmalar bunların hepsinde bu elemanlara ihtiyaç vardır.

M. A. : Finisajına kadar, hepsinde var. İhtiyaç olmaz olur mu, çok var hem de.

Üretici 4: İmalata sayacı, montacı ve finisajcı eksikliği var.

Üretici 27: *Özellikle finisajda sıkıntı var. Üst katmanda deriyi iyi tanıyan kalifiye elemana ihtiyaç var.*

Üretici 49: *Staj zamanlarını işletmelerde daha verimli geçirmeli. Sayacı çok eksik. Katılımcı ayakkabı sektöründe, üretimde çalışacak kalifiye eleman eksikliği vardır. Özellikle saya dikim ve montaj bölümünde çalışacak yetişmiş eleman yokluğu sektörün önemli sorunudur.*

Üretici 77: *Mesleğin devamı için sayacı yetişmesi gerekiyor. Bayanların sektöre kazandırılması özellikle sayada...*

Üretici 194: *Herkes ister çocuğum masa başında çalışsın. Ama sektöre ayakkabı yapabilen eleman lazım!..*

Üretici 206: *Sektörde ara adam bulmakta zorlanılıyor. Özellikle saya kısmında çalışacak kaliteli eleman yetişmiyor. Tabiri caizse kafa adam sektörde her zaman var, bulunuyor. İmalat kısmında çalışacak bilinçli adam yok, yetişmiyor.*

Üretici 362: *Ayakkabıda çalışacak her dalda kalifiye elemana ihtiyaç vardır.*

Üretici 493: *Sektörün ciddi anlamda kalifiye elemana ihtiyacı vardır. Yeni mezun olan öğrencilerinizi bize yönlendirebilirsiniz.*

Tablo 4.25: Katılımcıların Ayakkabı Sektörünün Eleman İhtiyacına İlişkin Görüşleri

Eleman İhtiyacı	Hangi Alanlarda Olduğu		
	Temalar		
Var	<u>Tasarım</u> Modelci Stampacı <u>Üretim</u> Her alanda Ara eleman Kalifiye eleman Sayacı Montacı Fnisajcı Ayakkabı yapabilen	<u>Pazarlama</u> Pazarlamayı bilen <u>Yönetim</u> İşletmeciliği bilen Bilgilere sahip fabrika müdürleri Fabrikada üst düzey yöneticilere ustabaşı düzeyindeki kişilere	<u>Genel</u> Bayan eleman Yabancı dil bilen Ayak anatomisi bilen Bilinçli

Görüşme yapılan katılımcılardan sektörde elemana ihtiyaç olup olmadığı konusunda görüş alınmıştır. Ayrıca araştırmanın nicel boyutuna ilişkin verileri toplamak amacıyla tüm katılımcılara açık uçlu bir soru yöneltilerek konu hakkında belirtmek istedikleri düşünceleri sorulmuştur. Görüşme yapılan katılımcılarla diğer katılımcılardan elde edilen bilgiler Tablo 4.25’de temalarına göre listelenmiştir.

Bu temalar, tasarım, üretim, pazarlama, yönetim, genel olarak belirlenmiş her temanın altında nitel veriler kodlanarak listelenmiştir.

Katılımcılar ayakkabı sektörünün canlı, dinamik ve hareketli bir sektör olduğunu ve bir ayakkabının bir kişinin elinden çıkmadığını belirtmektedirler. Ayakkabının emek yoğun bir sektör olduğunu ve birbirini takip eden bir dizi işlem sonucunda ayakkabının ortaya çıktığını ifade etmektedirler. Ancak ayakkabı sektöründe ayakkabının oluşması için yapılan her işlemin ayrı bir uzmanlık alanı olduğu ve bu alanların aynı zamanda bir mesleğe karşılık geldiği katılımcılar tarafından bildirilen görüşler arasındadır. Ayrıca katılımcılara göre bir kişi ayakkabının tüm yapılış aşamalarını bilmemektedir. Stampa çıkaran bir uzmanın finisaj konusunda hiçbir bilgisi olmayabilmekte. Ya da bir monta ustası modellemeden hiç anlamayabilmektedir.

Dolayısıyla her bir aşamada ara ve nitelikli ihtiyaç olduğu katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır.

Ayakkabı sektöründe üretici kadınların el işlerine yatkın oldukları ve özellikle saya konusunda başarılı olduklarını düşünmekte ve bayan sayacıya özellikle ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedirler.

Katılımcılar bir fabrikada üst düzey yöneticilere ve ustabaşına da ihtiyaç olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir.

Soru 6: Ayakkabı sektöründe tasarım açısından istihdam sorunu var mıdır, varsa nelerdir?

Nitel veri:

N. Ç. : Ayakkabı sektöründe tasarım fikri 90’lı yılların ortalarında başladı. Ayakkabı tasarım yarışmaları ile üreticiler tasarımı ve tasarımcıyı tanıdı.

Tasarımcılar ayakkabı sektörüyle tanıştı. O yıllardan günümüze tasarımcı ile işbirliği yapan kurumların sayısı arttı. Türkiye de ayakkabı tasarım eğitimlerinin henüz kısa bir geçmişi var. Bu süreç içinde mezun olan tasarımcılar sektörde varlık gösteriyor. Bahsettiğim gibi ya bireysel olarak ya da kurumların bünyelerinde. Sektörün tasarımcıya ihtiyacı var fakat genel istihdam sorunlarına tasarımda dahil. Kurumlar için tasarım çözümlenecek sorunlar sıralamasında çoğu zaman öncelikli olmayabiliyor. Tasarımcıdan nasıl fayda görüleceği, nasıl işbirliği yapılacağı ve tasarım sürecinin nasıl işlediği konularında bilgi ve görüşün daha fazla artması ve yaygınlaşması gerekiyor ki öncelik sıralamaları değişebilsin.

İ. Y. : Evet vardır. Sektör henüz tasarımın gücünü, önemini algılayamadı. Sektörün çalışma şekli halen dergileri açıp model kopyalamak üstüne kurulu. Oysa bir ayakkabının aynısını yapmak, hatta daha kötü işçilikle mevcuda getirmek kime ne fayda sağlayabilir? Ancak çok ucuz olursa satışı anlamlı olabilir, bu da ucuz ve kötü işçiliği beraberinde getirir. Bir marka çıkarmaksa hayal olur. Ancak iyi tasarımcılar yetişirse, büyük üretimler yapan firmalarla el ele verip harika işler ortaya çıkarabilirler. Bu konuda yetiştirilecek olan kişilerin, bir sanat eseri, önemli bir endüstri ürünü ürettikleri aşılmalı, yaptıkları işlere özen göstermeleri, yavaş ama etkili ve temiz çalışma sistemi öğretilmelidir. Bu görüş açısı ‘Made in İtaly’ klişesini yaratmıştır. Oysaki ben şahsen, bunun dışında İtalyan üreticilerin Türk üreticilerden, ne daha yetenekli ne daha çalışkan ne de daha zeki olduklarını sanmıyorum. Farkı yaratan tek özellik ‘işe gösterilen özende’ yatmaktadır...

L. K. K. : Üniversitelerin endüstri ürünleri, heykel, tekstil ve moda bölümleri gibi farklı bölümlerinden mezun tasarımcılar sektördeki duyarlı birkaç firmanın desteğiyle ayakkabı alanında tasarım yapmaya başlamış oldu. Bu noktada tasarımcı ihtiyacı, bu vizyonda firmaların azlığı ve emek verilerek uzun zamanda yetişmiş tasarımcıların da sınırlı sayıda oluşu ile doğru orantılı bir yapı sergiliyordu. Yabancı tasarımcıların yarattığı rekabetin çok yoğun olduğu dönemler düşünüldüğünde, kendi ülkesinin ihtiyaçlarını belirlemiş, özgün tasarımları kotarabilen ve tasarımda olduğu kadar üretim ayağında da donanımlı ayakkabı tasarımcılarının her zaman talep göreceği bir gerçektir.

Tablo 4.26 : Katılımcıların Ayakkabı Sektörünün Tasarımcı İstihdamına İlişkin Görüşleri

<i>Tasarımcı İhtiyacı</i>	<i>Temalar</i>	
<i>Var</i>	<p>Sorunlar</p> <p><i>Ayakkabı tasarımı fikri 1990 yılların ortalarında başladı.</i></p> <p><i>-Tasarım eğitiminin geçmişi kısa</i></p> <p><i>-Tasarımcılar istihdam sorunu yaşıyabiliyor.</i></p> <p><i>-Kurum içinde tasarımcı öncelikli olmayabiliyor.</i></p> <p><i>-Sektör henüz tasarımın gücünü ve önemini anlayamadı.</i></p> <p><i>-Sektörde dergilerden modeller kopyalanarak çalışılıyor.</i></p> <p><i>-Vizyonu olan firma azdı, tasarımcı uzun zamanda yetişiyordu, sayıları azdı.</i></p>	<p>Gelişmeler</p> <p><i>-Tasarımcılarla işbirliği yapan duyarlı firmalar artıyor.</i></p> <p><i>-Sektörün tasarımcıya ihtiyacı var.</i></p> <p><i>-Ülkesinin ihtiyaçlarından haberdar olan, özgün, çalışan, donanımlı tasarımcılar için istihdam sorunu yok.</i></p>

Katılımcıların Türkiye’de ayakkabı sektöründe tasarımcı istihdamına yönelik görüşleri Tablo 4.26’ da temalar belirlenerek listelenmiştir. Bu temalar sorunlar ve gelişmeler olarak belirlenmiştir. Her temanın altında nitel veriler kodlanarak listelenmiştir.

Bulgulara göre katılımcılar tasarımcı ihtiyacı konusunda çeşitli görüşler bildirmişlerdir. Bu görüşlere göre iç piyasada tasarımcılık sektörü açısından birinci öncelikli sorun olarak görülmemektedir. Özgün tasarımlar ve tasarımcı çalıştırmak yerine sektör model kopyalamayı yeterli görmektedir. Ancak son zamanlarda tasarımın önemini fark eden ve bu konuda daha duyarlı olan ve tasarımcılarla çalışan firma sayılarında artışlar görülmektedir.

Ancak piyasada donanımlı, yetenekli, yaratıcı ve özgün tasarımlar yapabilen tasarımcılara ihtiyaç var ve bu yeterliklere sahip olan kişiler herhangi bir şekilde işe girmekte sorun yaşamamaktadırlar.

Soru 7: Ayakkabının hangi süreçlerinde eğitime ihtiyaç vardır?

L. K. K. : Ayakkabı alanında verilecek eğitimin ayakkabı tasarımı, ayakkabı teknolojisi, moda bilgisi, üretim yöntemleri, pazarlama bilgisi ile birlikte stampa

eğitimi, deri, kalıp ve malzeme bilgisini de kapsayacak şekilde geniş bir yelpazeyi içermesi gerekir. Ayakkabının uluslararası rekabet ortamında önemli bir katma değere sahip bir ürün olması bu alandaki eğitimin kapsamının iyi belirlenmesini gerekli kılmaktadır. Özellikle tasarım eğitiminin temel sanat eğitimi ile birlikte ayakkabının sosyal ve kültürel açıdan değerlendirilmesi ve ayakkabının tarihsel sürecinin incelenmesi gerekmektedir. Ülkemizin ihtiyacı olan, kendi tasarımcısı ile kendi markalarını oluşturmaya noktasında nitelikli bir lisans eğitimidir. Lisans eğitimi; tasarım orijinli olduğu kadar, teknik yönden çözümlerin üretildiği, atölye eğitimlerinin de yer aldığı bir program olarak hazırlanmalıdır

A. B. : *Seneler önce meslek liseleriyle, ayakkabıcılar gelmiş 88 senesinde Türkiye ayakkabı sektörüne ivme kazandırmış. Şu anda TASEV veya ondan önce meslek lisesinde, Zeytinburnu'nda bir dalımız vardı. 30-40 öğrenci ile mezun ediyordu. Onların bile katkısı olmuştu. Şu anda 10 tane falan kişi çalışıyor Zeytinburnu Meslek Lisesinden çıkan. Şimdi de TASEV 'den 20-30 kişi çalışıyor. . Bunlarla ivme kazandırmış mesleğe. Ama bunların düşünebiliyor musunuz bunlar yüksek lisans yapsaydı...*

M. K. : Üretimi arttırmalı, kaliteyi sağlamalı, üretimi çağdaş yapmalı -maliyet çok önemli- maliyeti düşürmeli, kaliteyi yükseltmeli.

C. K. : *Bana göre, eğitim kurumlarındaki en önemli unsur hocadır. Yani sizin eğitim programınız eksik olabilir, ders araç gereciniz materyaliniz eksik olabilir, ama hoca bu işi tamamlayıcı can alıcı nokta hoca. Hocaların gerçekten iyi yetiştirilmiş olması lazım, bu işe gönül vermesi lazım. Bu da ancak akademik ortamda olabilecek bir şey. Yani şimdi bir akademik ortamdaki yaşantı farklı bir şey, hoca aynı zamanda öğrenci gibi de. Yani profesör bile olsa, sürekli kendini geliştiren, öyle bir bakış açısı var. Onun için bir defa akademik ortam mutlaka şart. Belki tasarım bile lisans programı gerektirebilir. Üretim keza aynı şekilde, yani üretim dediğiniz zaman, onun içinde farklı uzmanlık alanları var. Ama bunu şöyle yapabiliriz; güzel sanatların yada endüstriyel ürünler tasarımının bir bölümü olabilir. Fakültenin bir bölümünü ayakkabı tasarımı yapabilirsiniz. Ama kalkıp da doğrudan, ayakkabı tasarım fakültesi dersiniz, o bana çok uymuyor. Yani kafama yatmıyor. Üretim anlamında da, biz orada üretim müdürü yetiştirebiliriz.*

N. Ç. : Yurt dışında verilen ayakkabı eğitimlerine olan ilgiyi kendi bünyemize çekebilecek popüleriteyi yakalamalı lisans eğitimleri. Elbette içeriğinin de sağlam olması şartıyla. Bu açıdan donanımlı eğitim kadrolarının oluşturulması dikkate alınacak önemli bir nokta. Kendi alanıyla ilgili düşünecek olursak, eğitimin, üretici ve tasarımcıyı yakın temas ve işbirliği içinde tutabilecek işlerlikte olması tartışılmaz bir gerekliliktir. Aynı zamanda eğitimler güncel veriler, ileri vizyonlar ve inovasyonlarla şekillendirilmediği sürece yetersiz kalabilir. Diğer bir durum da yeterli istihdam olanaklarının mezunlara sunulabilmesi ve eğitilmiş kişilerden doğru faydayı sağlayacak anlayışa sektörün ulaşabilmesidir.

İ. Y. : Stampa, kesim, sayacılık, kalfalık, finisaj(temizleme) üniversite düzeyinde olmalıdır. Ayakkabı sektöründe çalışanlar herhangi bir memurdan daha iyi kazanmakta. Kamu yönetimi bölümü gibi ayakkabı üretimi adı altında 4 yıllık iyi bir program sunulmalıdır. Ve de ‘‘ayakkabı tasarımı ve modelciliği’’ altında güzel sanatlar akademilerinde bölüm açılmalıdır. Bu eğitim ikiye ayrılmalıdır. Teorik ve pratik. Teorik dersler teknik bilgi verecek eğitilmiş hocalar tarafından verilirken; pratik dersler tamamen alaylı, ancak işinin çok ehli kişiler tarafından, yani sektöre yıllarını vermiş emekli ustalar tarafından verilmelidir -ki bunlar programın önemli bir bölümünü- üçte birini kapsamalıdır.

İ. Ş. : Sektörün ihtiyacı olan ayakkabı fabrika yöneticiliği bu çok önemli. Bakın mühendislik eğitimi almış ayakkabı fabrikası işletmeciliği bu çok önemli. Pazarlama konusunda ayakkabı kültürünü, ayakkabı eğitimi ve ayakkabı pazarlama teknikleriyle yetişmiş elemanlar. Model, marka, tasarım konusunda eğitim almış insanlar. Yani genel olarak baktığımız zaman ben sadece olayın işte tasarımcımız yok işte bu yüzden geriyiz bu yüzden daha fazla geliştiremiyoruz mantığından ziyade bütün saydığımız üretimin her aşamasında yetişmiş insan ve özellikle işletmecilik konusunda hem pazarlama hem fabrika işletmeciliği konusunda mutlaka mühendislik bilgisine sahip elemanlara çok ciddi ihtiyacı var.

R. A. : Ayakkabıcılık zaten bir bütündür çünkü ayakkabının ortaya çıkması için tasarımcının ayakkabı üretimini bilmesi gerekir. Modelcinin aynı şekilde yani üreticinin de aynı zamanda modelizden pay edinmesi lazım. Ayakkabıcılık komple bütün bir iş olduğu için bunlar arasında bağ aşırı derece güçlü olduğunu

düşünüyorum. Çünkü özellikle tasarımcı olsun, modelci, stampacı olsun bunların ayakkabı üretimi aksesuarından tut kullanılan malzemesine kadar tabanına varana kadar varana kadar tüm bu bilgilere sahip olması gerekir. Bizde mesela lisede önce çocuklarımızın ayakkabıcılık konusunda el becerisini geliştirmeleri için çaba sarf ediyoruz. Lisede de bu branşı tanımayan öğrenciler gelecektir. Önce temel ayakkabıcılık eğitimi verilmesi lazım sonra o branşlara ayrılabilir. Temel ayakkabıcılık eğitim çok önemli diye düşünüyorum ben sonraki yıllarda bu farklı dallara ayrılabilir. Bizler mesela temel ayakkabıcılık eğitimi veriyoruz ondan sonra çocukları model, stampa, üretim diye dallara ayırıyoruz. Bu tasarım olur, yan sanayi olur bu dallar çeşitlendirilebilir yani.

Üretici 12: Uzmanlık alanları olmalı.

Üretici 83: Yeni ürün devreye alma birimi olması gerekiyor.

Üretici 99: Ayrı bölümlerin uzmanlık alanlarına ayrılması lazım.

Üretici 175: Uzmanlık alanlarına ayrılmalı ve eğitim ile sanayi iç içe çalışmalı.

Üretici 300: Staj zamanlarını işletmelerde daha verimli geçirmeli.

Üretici 321: İhtiyaca yönelik ürün üretme.

Üretici 476: Branşlaşma olmalı, Tasarım ve Üretim için...

Üretici 479: Tecrübe önemlidir. Staja önem verilmeli, modelistlik, kalfalık ve sayacılık önemlidir. Diğer dallardan daha çok önem verilmelidir.

A. Uzm. 23: Tasarım bölümü ayrı bir bölüm olmalı. Ayakkabı bölümü ayrı bir bölüm olmalı. Tasarım bölümü sadece tasarlamaya odaklanmalı ve tasarımını stampa ile desteklemeli. Ayakkabı bölümü ise üretim sürecine ilişkin kesim saya montaj gibi bölümlere odaklanmalı ve yeterli eleman yetiştirmeli.

A. Uzm. 34: Branşlaşmada temel eğitimi 5 yıl olabilir, diğer 5 yıl branşlaşsın. İlginize teşekkürler...

A.Uz.43: Öğrenciye Türkiye ve dünyada ayakkabı sektörünün durumuyla ilgili bilgiler verilmesi de sağlıklı olur. Örneğin, Türkiye'de ayakkabı sektöründe kaç kişi

çalışıyor, bunların eğitim düzeyleri nedir, fabrikalaşma düzeyi nedir, kayıt dışı çalışma oranı nedir, vs. Öğrenciye işletme bilgileri muhakkak verilmelidir. İş hukuku, finansman, temel muhasebe bilgileri olmalıdır. Özellikle üretim bölümünü seçenler için endüstri mühendisliği uygulamaları (iş etüdü vs.) da başlangıç seviyesinde de olsa verilmelidir. Böylece öğrencide verimlilik bilinci olmalıdır. Başarılar...

A. Uz. 60: Ayak sağlığı, hijyeni, ergonomisi buna bağlı olarak sağlıklı ve ergonomik ayakkabı bilgileri mutlaka olmalı atlanmamalı.

Tablo 4.27: Katılımcıların Eğitim Süreçlerinin İçeriğine İlişkin Görüşleri

<i>Süreçler</i>	<i>Temalar</i>	
<p><u>Genel Beklentiler</u></p> <p>- Branşlaşma olmalı, tasarım ve üretim için...</p> <p>-Üretici ve tasarımcıyı yakın temas ve işbirliği içinde tutabilecek işlerlikte olması</p> <p>-Eğitim ile sanayi iç içe çalışmalı.</p> <p>uzmanlık alanları olmalı.</p> <p><u>Tarihsel ve Kültürel Arka Plan:</u></p> <p>Türkiye ve dünyada ayakkabı sektörünün durumuyla ilgili bilgiler verilmesi,</p> <p>Tasarım eğitiminin temel sanat eğitimi ile birlikte ayakkabının sosyal ve kültürel açıdan değerlendirilmesi,</p> <p>-Ayakkabının tarihsel süreci</p>	<p><u>Ayakkabı Teknolojisi,</u></p> <p>- Deri, kalıp ve malzeme bilgisi ayakkabı üretiminde aksesuarından, kullanılan malzemesine kadar tabanına kadar tüm bilgilere sahip olması gerekir.</p> <p><u>Tasarım:</u></p> <p>-Ayakkabı tasarımı,</p> <p>-Moda bilgisi,</p> <p>-Stampa eğitimi,</p> <p>-Mühendislik eğitimi almış ayakkabı fabrikası işletmeciliği,</p> <p><u>Üretim</u></p> <p>-Üretim yöntemleri,</p> <p>Kesim,</p> <p>-Sayacılık ,</p> <p>-Kalfalık, finisaj (temizleme).</p> <p>İhtiyaca yönelik ürün üretme.</p>	<p><u>Pazarlama ve Yönetim</u></p> <p>-İşletme bilgileri muhakkak verilmelidir. İş hukuku, finansman, temel muhasebe bilgileri olmalıdır.</p> <p>-Pazarlama bilgisi,</p> <p>-Fabrika yöneticiliği,</p> <p><u>Staj</u></p> <p>-Endüstri mühendisliği uygulamaları (iş etüdü, vs.)</p> <p>-Staj zamanlarını işletmelerde daha verimli geçirmeli.</p>

Katılımcılar lisans eğitim programında verilecek eğitim ayakkabının hangi süreçlerinde olmalıdır sorusuna oldukça kapsamlı ve geniş bir çerçeve çizerek cevap vermişlerdir.

Katılımcı görüşlerine göre bu süreçler çeşitli başlıklar altında toplanabilir.

Tarihsel ve Kültürel Arka Plan: Bu başlık altında ayakkabının sosyal ve kültürel açıdan değerlendirilmesi, tarihi, moda, Türkiye ve dünyada ayakkabı sektörünün durumuyla ilgili bilgiler gibi öğrenciye alan hakkında temel oluşturacak süreçler öğretilmelidir.

Ayakkabı Teknolojisi: Ayakkabı üretimine ilişkin süreçlerin teorisi bu başlık altında toplanabilir. Ayak ve ayakkabının sağlığı, ergonomisi, hijyeni gibi konular, ayakkabı malzeme bilgisi eğitim sürecinde olmalıdır.

Tasarım: Ayakkabının en önemli süreçlerinden biri olan tasarım süreci katılımcılar tarafından sadece ayakkabının kağıt üzerinde çizimi olarak görülmemektedir. Katılımcılara göre bu süreç branşlaşmayı gerektiren büyük ve önemli bir uzmanlık alanıdır. Tasarım süreci çeşitli birikimlerin ayakkabıya yansıtıldığı modelleme ve stampa sürecini de kapsamaktadır.

Üretim: Ayakkabı üretim sürecini katılımcılar; kesim, saya, montaj, finisaj olarak ifade etmişlerdir. Lisans programında bu süreçler mutlaka yer almalıdır.

Pazarlama ve Yönetim: Katılımcılar bir ürünü pazarlamanın, işletmeyi yönetmenin ve üretim sürecini planlatıp organize etmenin programda yer alması gereken süreçler arasında olması gerektiğini düşünmektedirler. Bunun için işletme, iş hukuku gibi alanlara ait temel kavramlar bu süreç içinde öğretilmelidir.

Staj: Katılımcılar işletme deneyiminin öğrencinin eğitim sürecinin bir parçası olması gerektiğini ve bu sürenin iyi değerlendirilmesi ve verimli olması gerektiğini özellikle vurgulamışlardır.

Bu sonuçlara göre katılımcılar programda ayakkabının kültürel ve tarihsel süreci, teknolojisi, tasarım, üretim, pazarlama ve yönetime ilişkin süreçler eğitim programında yer alması gerektiğini düşünmektedirler.

Araştırmanın 14. Alt problemi “Alanın ihtiyaçlarına yönelik hangi derslerin belirleneceği önerilebilir?” şeklinde ifade edilmiştir. Çözüm aramak amacıyla katılımcılara iki soru ve bir tane ek soru yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplardan kısa alıntılar yapılmış, belirleyici ifadelerin altları çizilmiş ve bu ifadeler temalar halinde belirlenmiş ve her temanın altında kodlanarak listelenmiştir. Aşağıda nitel veriler, tablolar ve tablolara ilişkin sonuçlar yer almaktadır.

Soru 8: Türk ayakkabı sektörünün ihtiyaçlarını değerlendirdiğinizde nitelikli bir lisans eğitim programında hangi yeterlikler kazandırılmalıdır?

A. B. : işletme bilmesi lazım. Planlamayı bilmesi lazım. Muhasebeyi bilmesi lazım. Öbürlerini de ortaöğretimde okuduğu için, onları da bilmesi lazım. Sayayı da bilmesi lazım. Bilmesi lazım derken, oturup da dikecek manasında konuşmuyoruz. Ama ilk önce burada ayakkabı mesleğini öğrenmesi lazım. İşletmesi ile tekniği ile her şeyi ile burada öğrenmesi lazım. Ondan sonra gidip bir yıl veya altı ay gücünce İngilizce öğrenmesi lazım. Burada da zaten, yedi yaşında artık ilköğretimde İngilizceyi öğretmeye başlıyorlar. Yani bir de bu işin AR-GE kısmı var. Ürün yönetimi var. Her şeyi de yapsın istemiyoruz ama 800 çiftlik bir bandı alsın, planlamasıyla, işletmesiyle, gerekiyorsa modasıyla bilsin, bir alanda uzmanlaşsın, 800 çift kapasiteli firmayı yönetebilsin, her şeyi bilebilsin diye bir şey demiyoruz. Şu kadarın iyisi olsun, muhasebelerle bilsin diyoruz. Bu saydıklarımızın hepsinde bunların olması lazım ama en önemlisi, işletmeyi idare edip, planlamayı iyi yapabilmesi lazım. Kısmen ameleliği ile %20, %80 beyni ile gelsin. Yani şunu yaparken, onun doğru veya yanlış olduğunu bilsin, yorum yapabilsin. Onu istiyoruz yani. Ameleliği yapmasına gerek yok ama ameleliğin ne demek olduğunu da bilsin. Bunun nasıl olacağını bilsin tarif etsin. Bunun böyle olması lazım desin. Onun yanındaki usta ile onu çözsün Amelelik dediğimiz o mesleği, o orta öğretimde öğreysin, oradan da yüksek lisans yapsın.

M.A. Profesyonel olmaları çok önemli şehrinde isminde bir firma vardı. Türkiye 'de çok ciddi bir patlama yaptı ve çok iyi ayakkabılar yaptı. Biz onların yıllarca mallarını sattık, neydi başarısı biliyor musunuz? .Almanya 'da bir meslek okulunu bitirmiş insanı getirip fabrikanın başına koydu o Alman disiplini o Alman terbiyesi onların çok iyi iş çıkarmalarına vesile oldu. Şimdi bizim iş adamları

olarak sizin okullarınızda yetişmiş ama çok başarılı çocukları İtalya' ya nerde bulunur , en iyi okul nerdeyse oraya gönderip okutmamız lazım. Çocukları oradaki prensipleri kuralları kapmaları lazım. Bunun için de ben hep söyledim. Aslında İstanbul'da bu meslek başladığında İtalyanca ders vardı. Böyle başlamıştı fakat devam ettiremediler. Ayakkabı yapan bir insan İngilizce ve İtalyancayı mutlaka ders olarak iyi bilmesi lazım. Ayakkabı terimlerini bilmesi lazım. Sizin yetiştirdiğiniz insanlar bir fabrikaya bir mesleğe geldiği zaman o fabrikanın vizyonunu değiştirebiliyorsa, o fabrikanın tarzını değiştirebiliyorsa o fabrikanın üretimine güç katabiliyorsa başarılı demektir. Yoksa gelip normal standart bir işçi gibi çalışıp devam ediyorsa sen başarılısın şu anda senin elamanların bunu yapıyor geliyor normal işçi gibi çalışıyor.

M. K. : Bir kere fabrika müdürleri olmalı orada yabancı dil bilmeli, dünya modasını takip etmeli, pazarlama ve işletme bilgisi olmalı. Bunları bilen yöneticilere ihtiyaç var. Ayakkabı üretimini yönetebilecek insanlara ihtiyaç var. birinci ihtiyaç bu. Sektörün parlak bir dönem yaşamasına bağlı arz ve talep meselesi sektörün ihtiyacı olacak elemanlarda yetişecek sektöre gidecek ama sektör olmazsa yetiştirdiğin elemanın bir anlamı olmayacak yalnız sektörü de yaşatmamız gerekiyor.

N. Ç. : Ayakkabı teknolojisi, üretimi ve tasarımı başlıkları altında çok geniş alt başlıklar bulunmakta. Her eğitim sisteminde olduğu gibi ayakkabı ile ilgili eğitimlerde de teknolojiye ve üretim sistemlerine hakim, mesleki bilgi ve beceriye sahip, dünyaya ve zamana entegre olabilen, malzeme, biçim, işlev ilişkisini kurabilen ve yönlendirebilen bireyler kazanılmalıdır. Tasarımcı gözlem ve yorum yapabilen, özgün tavrını koruyabilen, öncü fikirler geliştirebilen, araştırma, uygulama ve sonuçlandırma süreçleri çerçevesinde düşünebilen, yaratıcı gücünü kullanabilen ve böylece üst düzey bir zevkin oluşmasını sağlayan kişidir. Bir ürün geliştirirken biçim, renk, malzeme, üretim teknikleri, yapı ve işlev arasında doğru sentezi kurabilmelidir. Ayrıca tasarımcı sanatsal, kültürel ve tarihsel verilerle de beslenmeli, kavramlar ve kuramları değerlendirebilmeli, stiller arasında karşılaştırma, yorumlama ve stilizasyon becerileriyle moda yön verebilmeli, güncel olanı ve hedef kitleyi yakalayabilmelidir. Tasarımcının bu genel tanımlamaları, hem ayakkabı

tasarımcısı yetiştiren eğitim programları için hem de tasarımcı ile işbirliği yapan üretici kurumlar için temel olabilir.

İ. Y. :Kesinlikle işin pratik bölümü çok önemli. Detaylıca makina teçhizatına gerek kalmadan, basit bir el yapımı atölyesi kurarak, yetişen her bir öğrencinin ayakkabının her alanından bilgi ve yetenek sahibi olmasını sağlamak en önemlisi diye düşünüyorum. Ancak ayakkabıcılıktaki her bir bölümün ayrı ayrı bilirkişiler yetiştirmesi lazım. Mesela ıstampa bölümü okuyan bir öğrenci mezun olduğunda çok iyi ıstampa çıkarmalı, ancak bir ayakkabıyı da kesip, dikebilmeli , çekebilmeli ve temizleme gibi işlemlerini yapabilmelidir...

L.K.K.. Ayrıca kendi özgün tasarımlarını yapan ve ayakkabının farklı bir alanlarında çalışsa bile belli bir vizyona sahip öğrencileri ayakkabı sektörüne kazandırmak önemli olacaktır.

R.A: Lisans eğitimi için yabancı dil çok önemli diye düşünüyorum. Çünkü İngilizce dünya dili bunun yanında tabii verilebilirse İtalyanca da ,verilebilir. Ama kesinlikle bu alanda yetişecek kişilerin İngilizceyi ana dili gibi bilmeleri gerektiğini düşünüyorum diğer dallarda olduğu gibi. Çünkü ayakkabıcılık sektörü daha yeni gelişmekte olan bir sektör. Hem ne kadar çok dil bilinirse o kadar insan çok daha fazla araştırma imkânı bulabilir. Aynı şey ayakkabı sektörü içinde geçerli onun için diğer ülkelerle bağlantı kurulabilmesi için kesinlikle yabancı dil şart. En azından bir yıl hazırlık okutulması lazım.Tasarım, model stampa ve üretim aynı zamanda pazarlama becerilerine de sahip olmaları lazım.

İ. Ş. :Ayakkabı teknolojileri diye bir dal olmalı. Çünkü makineleşmek ve teknolojiyi kullanmak sanayinin getirdiği yenilikleri ekonominin gereği olan yüksek teknolojiyi kullanmak ayakkabı sektörü içinde vazgeçilmez. Birçok komplike olan ve sanayi ürünü olması gereken bazı özel ayakkabılar var onların Türkiye' de üretilmesi lazım. İş ayakkabıları konusunda Türkiye belli bir mesafe almış ama onu geliştirmesi lazım. Bu çok önemli. Bu insanlar ve bu dalda yetişecek insanlardan beklentimiz sadece yüksek teknoloji değil aynı zamanda pazarlama alanında da yararlanabiliriz. Çünkü ayakkabıyı bilerek gelecek bu insanlar ayak anatomisini öğrenerek gelecekler. Yani ayak anatomisini öğrenip gelen insanlar pazarlamada, fabrika

yönetiminde, fabrika imalat yönetiminde, fabrika içindeki makinelerin bakım, revizyon dönüşümlerinde kullanılabilir. Bu alanların hepsinde kullanılabilir. Sektör bunlara şu an çok ciddi aç.

Üretici 2: Deriyi tanıyan derinin özelliğini bilen, hangi ayakkabıya hangi derinin kullanabileceğini bilen ve hangi deriye nasıl bir finisaj uygulanacağını çözebilen ve makyajdan anlayan (son kat)...

Üretici 14: Makineleri iyi bilmeli ve modeller üzerinde çalışmalı...

Üretici 18: Bu bir sanat ve kesim, montaj, taban, öğretme yeteneği olmalı.

Üretici 50: Vizyonu olsun, planlamayı bilsin.

Üretici 70: Birden fazla yabancı dile ihtiyacı var.

Üretici 98: En fazla üretime dönük becerilerin eğitimini almalı

Üretici 114: a- Herkese saygılı olması, bilmediklerini bilenlerden öğrenmesi, b- İyi derecede bir lisan bilmesi (İngilizce, İtalyanca veya Almanca) c- Dört yıllık dönemde matematik, kimya, fizik, coğrafya, makine kullanımı ve teknik özellikleri öğrenmesi, d- Güzel ahlak sahibi olması.

Üretici 187: Lisans eğitimi süresince yönetici ve planlama eğitimi olması ve o konuda profesyonelleşmesi teknik tarafından ziyade olması daha önemlidir.

Üretici 222: Okulda okurken, mutlaka, birebir üretim faaliyetinin içinde de bulunması gerekir. Hatta ayakkabı üretiminin her aşamasında, mal alımında, saya kesiminde, saya dikiminde montaj, finisaj, paketleme, gibi vb. bulunması gerekir diye düşünüyorum.

Üretici 226: Mutlaka Çince öğretilmeli ve insan ilişkileri konusunda eğitilmelidir.

Üretici 301: Ankette sorulan soruların hemen hepsi hakkında bilgi sahibi olmalıdır ancak uygulama kısmında zorunlu olmamalıdır. Tasarımcı bir fikri ortaya koyup projelendirip yönlendirici ve yönetici olandır. Tasarımcının saya tıraşlaması kadar saçma bir şey olamaz. Tasarımcı tasarım, tıraşlamacı tıraş yapacak.

Üretici 402: İşin aslına bakarsanız bu kriterlere sahip bir insan çok zor eğitilir. Hem tasarım, hem stampa, hem kesim, hem saya, imalat, taban yapıştırması, finisaj temizliği, pazarlaması, böyle bir insan çok zor yetişir. Hatta olamaz. Sizden istediğimiz ayakkabı imalatında kullanılan teknolojileri takip eden, bunları uygulayan, özellikle yabancı dil bilen (İngilizce), pazarlamayı iyi derecede yapan insanlar yetiştirilmesi lazım.

Üretici 474: AR-GE Planlama ve Tasarım. Dünyadaki tüm pazarların... Bilgi ve araştırmadaki eksiklik ve teknoloji kullanmamak bilgisayar kullanımı destek yetersizliği.

A. Uzm.8: Biliyorsunuz ayakkabı üretim temel bölümleri vardır. Tasarım, modelleme, kesim, saya; rekapta (ön hazırlık),montaj, finisaj, depo ve sevkiyat ve tüm bunları kendi içerisinde planlama.

A.Uzm.13: Bir tasarımcının üretim safhalarında fiilen çalışmasa dahi tüm üretim, planlama, marka yönetimi ve üretim safhalarının tamamında fikir yürütüp yorum yapabilmesi gerekmektedir.

A.Uzm.21: Her şeyin bir şeyini, bir şeyin her şeyini bilecek, esnek düşünebilen, insan psikolojisinden anlayan, insanı merkeze alarak, sahip olduğu teknik bilgi ve birikimleri kullanarak, ürün üreten, çevre faktörünü her daim dikkate alan bir kalifiye eleman en büyük hedefimiz olmalıdır. Ürettiği ürüne kendinden, kültüründen bir şeyler katabilen ve bu sayede özgün ürünler üretebilen insanî değerlere de gereken önemi veren nitelikli bir eleman yetiştirilmesi arzusunu taşımamızdır. Bu dünyayı atalarımızdan miras almadık, çocuklarımızdan ödünç aldık mantığıyla hareket eden insanlar yetiştirmeliyiz.

A.Uzm.34: Tasarımcı, modelci, üretim elamanı ve pazarlama elemanı kavramlarının karıştırılmaması görüşümdedir. Tasarım genel olarak bir ekip işidir ve ürün tasarımcısı bu ekibin kilit elemanıdır. Ürün, fikir aşamasından rafa konuluncaya kadar bu ekibin uyumlu ve koordineli olarak çalışmasıyla gelişir. İdeal şartlarda, ürün tasarımcısından, tasarım sürecine hakim, model/stampa çıkarma, bilgisayar operatörlüğü, üretim aşaması ve pazarlama stratejileri konularında

farkındalığı olarak ve gerekli bilgiyle donanmış bir şekilde ürünü tasarlaması beklenmekte fakat bu farklı uzmanlık alanlarında tam performans beklenmemelidir.

A . Uzm. 39: Tasarımcının özellikle ıstampa bilgisinin derin olmasının önemli olduğunu düşünüyorum. Sıra dışı modeller yapacağından herhangi bir ıstampa bilgisi olan modelcinin yeterli kalmayacağını, ıstampa konusunun son derece önemli olduğunu düşünüyorum. bir de tasarımcının sadece ayakkabıyı değil, koleksiyonu, imajı, paketlemeyi, hikayeyi , görseli, hepsini bir bütün olarak görmesi gerektiğini, üretim detayları gibi ilgili işlerle mümkün olduğunca az zaman harcayarak, kendisini üreticisinin dinamosu olarak görmesi gerektiğini düşünüyorum.

A. Uzm. 47: Okul eğitimi sırasında, öğrencilere yeterli düzeyde imalat bilgisi ve görselliği, üretim düzeni ve takibi hakkında bilgi kazandırılmalı. Sınıf ayrımı yapılmaksızın, öğrencilere özgüven aşılama lazım. Sektöre alışmış bireyler olmaları adına ticari tasarımlar yapma konusunda yönlendirmek gerekir. Kişiye ait kartvizit ile öğrenciyi sektöre yabancılaşmadan, işine adapte etmeli. Okul bitimine kadar yeterli düzeyde müşteri edinip, kendiliğinden sektörün sorunlarını bilerek ve çözüm oluşturabilen bireyler yetiştirmek lazım. Bir nebze okurken ufak ölçüde master yapmış kıvamda, özgün ve kendini işine adayan tasarımcılar yetiştirilmesi önemli. Not: Sadece tasarım konusu için okul şart değil, iyi bir pazarlama grubu, ekibi de kurulabilir. Firmaların en büyük eksikliği, iç içe pazarlama ve tasarım.

A.Uzm.48: Tasarım ve üretimden belli oranlarda eğitim almakla birlikte iki ayrı ihtisasta yetişmelidir. Tasarım mezunu düşünce ve hayalini pratiğe bizzat kendisi dökebilir. Üretim mezunu tekniği bilir, planlar yaptırır ve kontrol eder pozisyonda olmalıdır.

A. Uzm. 52: Sektörde tasarımdan çok üretimi yönetip planlayacak, bir işletmede üretim ile ilgili yeterli bilgi ve becerileri olan, malzeme ve üretim tekniklerini iyi bilen, tek başına bir üretimi yönlendirecek, yönetecek, gelişime acık, kendini yenileyebilen, teknoloji ve AR-GE inovasyona açık, lisan bilen üretim, takımlama, stampa gibi imalat on çalışmasını bilen, şeflik ve/veya üretim müdürlüğü yapabilecek vasıfta elamana çok daha fazla nerdeyse sektördeki firmaların % 100' ünün ihtiyaç duyduğu elaman yetiştirilmelidir. Tasarım elbette önemlidir. Ama

sadece tasarım yapma yeteneği çok üst düzeyde. 50 kişi tüm Türkiye için yeterlidir. Üstelik tasarım yeteneği bir Allah vergisidir. Üzerine eğitim mükemmelliktir.

A. Uzm. 56: Aykkabı tasarımı ve üretimi bölümü için, üniversiteye giriş sınavlarında belli bir baraj puanı alan öğrencilerin, ayrıca özel yetenek sınavına da tabii tutulması –kesinlikle- gerekir. Ayakkabı meslek liselerinden gelen öğrencilerin ebeveynlerinin, çoğunlukla yine bu sektörde çalışan kişiler olduğu veya bu öğrencilerin, okul çevresinde oturan ailelerin çocukları olduğu - istisnalar hariç- gözlenmektedir. Ayakkabı tasarlamaya ve üretmeye yönelik eğitim alacak öğrencilerin, bu bölümü gerçekten ve gerçekten isteyerek ve severek tercih eden, vizyonu olan, gençlerimizden oluşması gerektiğine inanıyorum. Aksi takdirde, bu bölümü sanatsal beceriden uzak, analitik çözümler üretemeyen bir grup öğrenci kitlesi oluşturacaktır. Süreç, sadece ‘Eğitim var mı var’ mantığında ve kısır bir döngüde, yetersiz bir şekilde devam edecek. Zaten oldukça sorunları olan bu sektöre, kendini tamamlamayan ve de sektördeki rolünün ne olduğunu bilmeyen bireyler, şırınga edilmiş olacaktır.

A. Uzm. 58: Hem tasarım hem üretim aynı kişilere verilmez, bunu siz de iyi biliyorsunuz. Tasarım öğrencisi özel yetenekle alınır, üretim ise normal prosedürle. İkisini aynı potaya koyarsanız sonucu tahmin edebilirsiniz.

A. Uzm. 61: Aykkabı tasarımcısı deri, taban, kalıp, dikiş çeşitlerini bilmeli ve bunları atölyede ürettirebilme becerisine sahip olmalıdır. Model (numune) için istediğine yakın deri, taban, kalıp gibi ekipmanları toplar ve bir numuneyi ortaya çıkardıktan sonra bunun üretimi, malzemesinin fiyat araştırmasını, çıkan ürünün reklam ve pazarlamasını farklı birimler yapmalıdır. Ayrıca ayakkabıyı tek olarak ele alamazsınız. Şahsen ben bugüne kadar çalıştığım ve hala çalışmakta olduğum firmalara koleksiyon hazırlarken daima, ayakkabının yanına takım olarak, cüzdani, çantası, kemeri, eldiveni gibi yan ürünleri de düşünerek koleksiyon hazırlarım. Naçizane tavsiyem, ayakkabı tasarımcısı olmak isteyen arkadaşlara, ayakkabı üretim detaylarından çok, cüzdani, çanta vs. tüketici eşyalarının da nasıl stilize edeceklerini ve tasarladıkları ayakkabılarla bir bütün oluşturabileceklerini öğretmeniz olacaktır. Dünya tasarım tarihi ve dünya moda devlerinin tarihçesi ile sanat akımlarının modaya yansımalarının bu eğitime tabii tutulması Rönesans yaşamamış bizlere daha modern bir vizyon katacağı kuşkusuzdur.

Tablo 4.28: Katılımcıların Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Mezununda Bulunması Gereken Yeterliklere İlişkin Görüşleri

Yeterlikler: Temalar	
<p><u>Genel Beklentiler</u></p> <p>- Tasarım ve üretimden belli oranlarda eğitim almakla birlikte iki ayrı ihtisasta yetişmelidir.</p> <p>-Malzeme ve üretim tekniklerini iyi bilen, tek başına bir üretimi yönlendirecek, yönetecek, gelişime açık, kendini yenileyebilen, teknoloji ve AR-GE inovasyona açık, lisan bilen üretim, takımlama, stampa gibi imalat on çalışmasını bilen, şeflik ve/veya üretim müdürlüğü yapabilecek vasıfta elamana çok daha fazla nerdeyse Sektördeki firmaların % 100' ünün ihtiyaç duyduğu elaman yetiştirilmelidir.</p> <p>-İnsani değerlere de gereken önemi veren nitelikli bir eleman yetiştirilmesi arzusunun taşınması, esnek düşünebilen, insan psikolojisinden anlayan, insanı merkeze alarak, sahip olduğu teknik bilgi ve birikimleri kullanarak, ürün üreten, çevre faktörünü her daim dikkate alan bir kalifiye eleman en büyük hedefimiz olmalıdır.</p> <p>-Bu dünyayı atalarımızdan miras almadık, çocuklarımızdan ödünç aldık mantığıyla hareket eden insanlar yetiştirmeliyiz.</p> <p><u>Temel Yeterlikler</u></p> <p>-Herkesi saygılı olması,</p> <p>- Güzel ahlak sahibi olması,</p> <p>Dört yıllık dönemde matematik, kimya, fizik, coğrafya</p> <p>bilmediklerini bilenlerden öğrenmesi,</p> <p>-Kısmen ameleliği ile %20, %80 beyni ile gelsin</p> <p>-Yaptığı şeyin doğru veya yanlış olduğunu bilsin, yorum yapabilsin.</p> <p>-İngilizce öğrenmesi lazım</p> <p>-Bir de bu işin AR-GE kısmı var. Vizyonu olsun</p> <p>-Mesleki bilgi ve beceriye sahip,</p> <p>- İyi derecede bir lisan bilmesi (İngilizce, İtalyanca, veya Almanca)</p> <p>-Dünyaya ve zamana entegre olabilen,</p> <p>-Malzeme, biçim, işlev ilişkisini kurabilen,</p> <p>-İş disiplini olan,</p>	<p>-Tasarımcı sanatsal, kültürel ve tarihsel verilerle de beslenmeli,</p> <p>kavramlar ve kuramları değerlendirebilmeli,</p> <p>stilller arasında karşılaştırma, yorumlama ve stilizasyon becerileriyle moda yön verebilmeli,</p> <p>-Güncel olanı ve hedef kitleyi yakalayabilmelidir.</p> <p>-Kendi özgün tasarımlarını yapan ve ayakkabının farklı bir alanlarında çalışsa bile belli bir vizyona sahip öğrencileri ayakkabı sektörüne kazandırmak önemli olacaktır.</p> <p>-Ayrıca ayakkabıyı tek olarak ele alamazsınız. koleksiyon hazırlarken daima, ayakkabının yanına takım olarak, cüzdanı, çantası, kemeri, eldiveni olmalı.</p> <p>-Tasarımcı bir fikri ortaya koyup projelendirip yönlendirici ve yönetici olmalıdır.</p> <p>-Ayakkabıcılıktaki her bir bölümün ayrı ayrı birliktirliği yetiştirmesi lazım.</p> <p><u>Üretim</u></p> <p>-Teknolojiye ve üretim sistemlerine hakim,</p> <p>Rekaptı (ön hazırlık), montaj, finisaj, depo</p> <p>öbürlerini de ortaöğretimde okuduğu için, onları da bilmesi lazım.</p> <p>-Sayayı da bilmesi lazım.</p> <p>- Ayakkabı mesleğini öğrenmesi lazım</p> <p>-Birçok komplike olan ve sanayi ürünü olması gereken bazı özel ayakkabılar var onların Türkiye de üretilmesi lazım.</p> <p>-İşin pratik bölümü çok önemli..</p> <p>-Detaylıca makina teçhizatına gerek kalmadan, basit bir el yapımı atölyesi kurarak, yetişen her bir öğrencinin ayakkabının her alanından bilgi ve yetenek. Makineleri iyi bilmeli ve modeller üzerinde çalışmalı.</p> <p>-Makine kullanımı ve teknik özellikleri öğrenmesi</p> <p>-Ürettiği ürüne kendinden, kültüründen bir şeyler katabilen ve bu sayede özgün ürünler üretebilen,</p>

(Tablo 4.28 Devam)

<p>-Profesyonel olmaları çok önemli</p> <p>- En iyi okul nerdeyse oraya gönderip okutmamız lazım.</p> <p>- Dünya modasını takip etmeli.</p> <p>-Sınıf ayrımı yapılmaksızın, öğrencilere özgüven aşlamak lazım.</p> <p>Bu bölümü isteyerek ve severek tercih eden, vizyonu olan,</p> <p>-Ayakkabı yapan bir insan İngilizce ve İtalyancayı mutlaka ders olarak iyi bilmesi lazım.</p> <p>-Ayakkabı terimlerini bilmesi lazım.</p> <p><u>Tasarım</u></p> <p>-Düşünce ve hayalini pratiğe bizzat kendisi dökebilir.</p> <p>- Bir tasarımcının üretim safhalarında fiilen çalışmasa dahi tüm üretim, planlama, marka yönetimi ve üretim safhalarının tamamında fikir yürütüp yorum yapabilmesi gerekmektedir.</p> <p>-Tasarım elbette önemlidir. Ama sadece tasarım yapma yeteneği çok üst düzeyde elli kişi tüm Türkiye için yeterlidir. Üstelik tasarım yeteneği bir Allah vergisidir. Üzerine eğitim mükemmelliktir</p> <p>. -Istampa konusunun son derece önemli olduğunu düşünüyorum.</p> <p>-Tasarımcının sadece ayakkabıyı değil, koleksiyonu, imajı, paketlemeyi, hikayeyi, görseli, hepsini bir bütün olarak görmesi gerekir.</p> <p>-Dünya tasarım tarihi bilmeli.</p> <p>-Ayakkabı tasarımcısı deri, taban, kalıp, dikiş çeşitlerini bilmeli ve bunları atölyede ürettirebilme becerisine sahip olmalıdır.</p> <p>- Tasarım sürecine hakim, model/stampa çıkarma, bilgisayar operatörlüğü, üretim aşaması ve pazarlama stratejileri konularında farkındalığı olarak ve gerekli bilgiyle donanmış bir şekilde ürünü tasarlaması beklenmekte fakat bu farklı uzmanlık alanlarında tam performans beklenmemelidir.</p> <p>-Bir ürün geliştirirken biçim, renk, malzeme, üretim teknikleri, yapı ve işlev arasında doğru sentezi kurabilmelidir.</p>	<p>- Üretim mezunu tekniği bilir, planlar yaptırır ve kontrol eder pozisyonda olmalıdır.</p> <p>-Bir işletmede üretim ile ilgili yeterli bilgi ve becerileri olan,</p> <p>-Deriyi tanıyan derinin özelliğini bilen, hangi ayakkabıya hangi derinin kullanabileceğini bilen ve hangi deriye nasıl bir finisaj uygulanacağını çözebilen ve makyajdan anlayan (son kat),</p> <p>-Ayakkabı teknolojileri diye bir dal olmalı.</p> <p>-Ayakkabı imalatında kullanılan teknolojileri takip eden, bunları uygulayan,</p> <p>-Yüksek teknolojiyi kullanmak ayakkabı sektörü içinde vazgeçilmez.</p> <p>-İş ayakkabıları konusunda Türkiye belli bir mesafe almış ama onu geliştirmesi lazım.</p> <p>-Üretim detayları gibi ilgili işlerle mümkün olduğunca az zaman harcayarak, kendisini üreticisinin dinamosu olarak görmesi gerektiğini düşünüyorum. Yeterli düzeyde imalat bilgisi ve görselliği, üretim düzeni ve takibi hakkında bilgi kazandırılmalı.</p> <p><u>Pazarlama</u></p> <p>pazarlama ve işletme bilgisi olmalı bunları bilen yöneticilere ihtiyaç var.</p> <p><u>Yönetim</u></p> <p>Planlamayı bilsin.</p> <p>Muhasebeyi bilmesi lazım.</p> <p>Ürün yönetimi var.</p> <p>Her şeyi de yapsın istemiyoruz ama 800 çiftlik bir bandı alsın, planlamasıyla, işletmesiyle, gerekiyorsa modasıyla bilsin, bir alanda uzmanlaşsın, 800 çift kapasiteli firmayı yönetebilsin,.</p> <p>Sizin yetiştirdiğiniz insanlar bir fabrikaya bir mesleğe geldiği zaman o fabrikanın vizyonunu, değiştirebiliyorsa o fabrikanın tarzını, değiştirebiliyorsa o fabrikanın üretimine güç katabiliyorsa başarılı demektir.</p> <p>-Ayakkabı üretimini yönetebilecek insanlara ihtiyaç var.</p> <p>Sevkiyat ve tüm bunları kendi içerisinde planlama.</p>
--	---

Tablo 4.28’de katılımcıların ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans mezununda bulunması gereken yeterlikler ilişkin görüşleri temalar altında kodlanarak listelenmiştir. Bu görüşlere göre genel beklentiler, temel, tasarım, üretim, pazarlama ve yönetim temaları ortaya çıkmıştır. Katılımcılar lisans mezunundan tüm bu alanlarla ilgili bilgi beceri ve alışkanlıklara, aynı zamanda temel yeterliklere de sahip olmasını beklemektedirler. Genel olarak beklentiler tasarım ve üretimden belli oranlarda eğitim almakla birlikte iki ayrı uzmanlık alanında yetişmesi gerektiği yönündedir.

İnsanî değerlere de gereken önemi veren, esnek düşünebilen, insan psikolojisinden anlayan, insanı merkeze alarak, sahip olduğu teknik bilgi ve birikimleri kullanarak, ürün üreten, çevre faktörünü her daim dikkate alan, çevresine duyarlı ve saygılı, ahlaklı, iyi derecede yabancı dil bilen, genel kültürü olan, gözlem ve yorum yapabilen, özgün tavrını koruyabilen, öncü fikirler geliştirebilen, araştırma, uygulama ve sonuçlandırma süreçleri çerçevesinde düşünebilen, yaratıcı gücünü kullanabilen ve böylece üst düzey bir zevkin oluşmasını sağlayan, malzeme ve üretim tekniklerini iyi bilen, tek başına bir üretimi yönlendirecek, yönetecek, gelişime açık, kendini yenileyebilen, teknoloji ve AR-GE inovasyona açık, lisan bilen üretim, takımlama, stampa gibi imalat on çalışmasını bilen, şeflik ve/veya üretim müdürlüğü yapabilecek vasıfta elamana çok daha fazla nerdeyse sektördeki firmaların % 100’ ünün ihtiyaç duyduğu elaman yetiştirilmesi gerektiğini şeklinde görüş bildirmişlerdir.

Katılımcılar lisans mezununda planlama ve pazarlamaya ilişkin yeterlikleri de görmek istemektedirler.

Ancak katılımcılar bir kişide sayılan tüm yeterliklerin olamayacağını farkındadırlar. Bu nedenle ısrarla ayrı uzmanlık alanları üzerinde durmuşlardır.

Soru 9: Varsa bu eğitim, kimler tarafından verilmelidir? Türkiye bu eğitimi vermek için hazır mıdır?

Nitel veri:

İ. Y. : Evet hazır, çünkü yetişmiş iyi elemana ihtiyaç var. Çünkü makineleştikçe elde ayakkabı yapmayı bilen yaşlı ustalar gittikçe azalıyor, zanaatı bilen iyi eleman

bulma sıkıntısı baş gösteriyor. Bunu sadece bir tasarımcı olarak değil aynı zamanda bir işveren sıfatıyla da söylüyorum. Bu kurumun bir yükseköğretim kurumu olması, işin ciddiyeti açısından mühim. Derslerin sadece teorikte kalması bence en büyük sorun olur. Yani öğrencinin atölyede yetişmesi lazım. Aynı bir seramik veya heykel atölyesi gibi, sanatçı ve zanaatkâr olarak çıkması lazım. Aksi takdirde öğrenci sadece defter kitapla mezun olursa, sadece sözde eğitilmiş insanlar yetişir ve hatta sektörde hafife alınıp, yer dahi edinemezler, dolayısıyla bu girişim baştan aşağıya boşa bir çaba olur.

N. Ç. :Sektör içine nitelikli kişilerin katılımının her geçen gün arttığını gözlemliyorum. Sektöre katılan 2. ve 3. kuşakların da eğitim konusunda donanımlı olması sektörün gelişimi için çok olumlu. Kat edilecek daha epey yol olsa da Türkiye ayakkabı sektörü, sanayileşmesi göz önüne alınırsa eğitim kurumlarıyla işbirliği içinde olması halinde nitelikli bir eğitim sistemi oluşturabilecek altyapıyı veriyor. Sektör kaliteli standartlarını yakalayabilecek kurumlara sahip. Kaliteli tasarım, kaliteli üretim anlayışının her geçen gün yerleşmesi, beklenti ve ihtiyaçların belirlenmesi ayakkabı eğitimlerinin de yolunu açacaktır. Yurt dışında verilen ayakkabı eğitimlerine olan ilgiyi kendi bünyemize çekebilecek popüleriteyi yakalamalı lisans eğitimleri. Elbette içeriğinin de sağlam olması şartıyla. Bu açıdan donanımlı eğitim kadrolarının oluşturulması dikkate alınacak önemli bir nokta. Kendi alanımla ilgili düşünecek olursak, eğitimin, üretici ve tasarımcıyı yakın temas ve işbirliği içinde tutabilecek işlerlikte olması tartışılmaz bir gerekliliktir.

L. K. K. : Güzel sanatlar üniversiteleri ve teknik üniversitelerin, deneyimleriyle kendi alanlarında teorik ve uygulama yapılarıyla birbirinden farklı yönde ama zengin bir program içeriği oluşturabilecekleri tartışılmazdır. Bu dalı uygulamak isteyen üniversitelerin genel olarak eğitiminin; ayakkabının endüstriyel bir ürün olması dolayısıyla, ayakkabı teknolojisi, üretimi ve pazarlama bilgilerini içermesinin yanı sıra moda ve tasarım faaliyetleriyle birebir bağlantısı da göz önünde bulundurularak, ayakkabının farklı alanlarında uzmanlaşmayı isteyen öğrencileri kapsayabilmesi gerekmektedir.

R. A. : Bunun öncelikle birinci dereceden lisans eğitimi verecek öğretmenlerin belirlenmesi lazım ,kimlere verilecek, hangi üniversitede verilecek ,hangi alanlarda

verilecek, tasarım, model, stampa ve üretim bunlar için hem öğretmen önemli hem de atölye imkânları çok önemli. Çünkü bu imkânlar kısıtlı olursa gelecek öğrencilerin de çok fazla sıkıntı yaşayacağını düşünüyorum. Şu anda kadro çok yeterli değil diye düşünüyorum. Ama nedir şu anda mevcut olan daha önce bu alanda yetişmiş olan öğretmenlerin önü açılarak bu şekilde bu lisans eğitimine başlanabilir düşünüyorum.

M. A. : Benim yaptığım gibi yapacaksınız, burada siz mektepli ile alaylıyı eşleştireceksiniz. Buradaki alayı da yanına alacaksınız böyle birleştirerek. Bunu yapamazsanız paşa olamazsınız. Ya ben bunun mektebini okudum ,ben bunun hocasıym dersiniz kusura bakmayın sınıfta kaldınız . 4 yıllık fakülteden çalışacaklar yetiştirecek ama buradaki duayenleri de yok saymayacaksınız. Bunların ikisi birleşecek ve bir bütün olacak. Ondan sonra bu bütünden çıkacak. Şu anda duayenler azalıyor.Bu üniversitedeki hocalar bizim elimizde yoksa yurt dışından gelmeli diyorum. Farklı üniversitelerde kim varsa olmalı.

M. K. :Tabii ki verilebilir bizim teknik üniversiteyle yaptığımız işbirliğimizde öğrenciler endüstri mühendisliğinden tasarım eğitimi alacaklar, üretim dersleri alacaklar, ayakkabı üretiminde görev alacak elemen yetişecek. Eğitimi ve üretimi birlikte planlamak lazım. Eğitime önem vermek lazım. Biz bunun için TASEV ayakkabıcılık okulu, Anadolu meslek lisesi açtık. Avrupa birliğiyle iş birliği yaptık orada iki yıllık yüksek okul açtık. Şimdi İTÜ ile beraber bir çalışmamız var orada dört yıllık bir ayakkabıcılık fakültesi oluşturacağız. Biz bunları yaparken, hükümet bunları desteklemeli ki okuyan öğrencilerin daha iyi yerlerde çalışmalı ki faydalı öğrenciler yetişsin.

İ. Ş. : Mutlaka o eksik yanlarını eğitimle tamamlamak lazım onun bunda da bence üniversite olarak geç kalmamız gerekir bunun için çok hızlı hareket etmeniz gerekir hiç bu şeylere takılmamak gerekir işte İstanbul da mı olsun Konya da mı olsun bence üretimin olduğu her yerde şuan olsun.bizim açığımız sadece bir üniversitede değil birkaç üniversitede bu daldan olması gerektiğine inanıyorum. Çünkü acilen dünyayla yarışmak istiyorsak dünyadaki yerimizi pekiştirmek istiyorsak mutlaka ayakkabı sektörünü de bir sektör olarak görüp bütün sektörlerin ihtiyacı olduğu en temel en çirak dediğimiz insanlar en tepedeki yöneticiye kadar onların mutlaka belli bir eğitimden geçmesi gerekiyor. Ancak o zaman biz ayakkabı

sektöründe çok ciddi yol alırız ve dünyadaki rakiplerimizle çok daha kolay rekabet edebiliriz.

A. B. : Yani biraz eksikler var. Hoca yok şu anda mesela, hoca yok. Eğitim kadrosunu nasıl yetiştireceğiz? Sorularımız bazıları da oydu yani. Tabii bir yerden başlamak lazım. Yabancı hocaların gelmesi lazım dedik. Adam İngilizce biliyor, bunlar İngilizce bilmiyorsa nasıl anlatsın? O zaman burada bir hazırlık okuması lazım dedik. İstanbul' da olması lazım, burası Türkiye'nin moda merkezi. Türkiye'nin burası endüstriyel ili. Burada olması lazım. Nasıl diyoruz ki İtalya'da Milano, her sektörde özellikle moda olarak orada diyoruz. Tekstilde, saatte, gözlükte, mobilyada... Ayakkabıda Milano diyoruz. Bu işin modası diyoruz... Biz insanları aldık, ayakkabıyı bilen, işletmeyi bilmiyor; işletmeyi bilen ayakkabıyı bilmiyor dedik ya. Biz işletmeyi bilen insanları, yüksek okul, lisans okuyan insanları, mezunları aldık, kendi ayakkabı bilgimizle onları mix etmeye çalıştık ve biraz da başarılı olduysak onların sayesinde olduk. Çünkü onların, o eğitime ihtiyacı vardı bu sektörün. O eğitim işletme bilgisi, üniversite eğitimi, bizim bu alaylı bilgimizle birleşmezse, olmuyordu. Biz, bunu yapmaya çalıştık. Hep bunu yaptık. Belki yüzlerce böyle teşebbüsümüz oldu. Burada da muvaffakiyetimizin % 30 % 40'ı da budur yani.

C. K. : Şu anda biraz daha kuruluş aşamasının, yeni yapılanmanın, temel atmanın durumunu yaşıyoruz. Bunu hızlandırmanın yollar var. Ya da böyle kendi haline bırakırsak, çok uzun bir süre de bir belirsizlik olur. Yani olabilir de olmayabilir de. Ama sistemli bir şekilde, bilinçli bir şekilde üzerine gidilirse, çünkü az da olsa, bu işi bilen kadrolar var Türkiye'de. Buralardan yararlanarak bu işin doğru oturtulması lazım. Lisans programı olmadan, dolayısı ile yüksek lisans, doktora programları açamıyorsunuz. Bugün geldiğimiz noktada, lisans eğitimi hemen başlamalı mı? Şimdi o da bir önemli soru. Daha doğrusu başlamalı da. Hazır mıyız diye bakarsanız ben hazır olduğumuzu düşünmüyorum açıkçası. Bir lisans eğitiminin başlaması için, MYO'larda bir defa hoca kadrosu, bir şekilde oturmuş olması lazım. MYO'lar bu işin alt yapısı dedik ya. Ders notları, program, hocaların belli bir yere kadar, resmi olmasa bile belki akademik anlamda, belki yüksek lisans, doktora yapamayacak ama yakın alanlarda ve ayakkabı ile ilgili konularda bu çalışmalarını yapabilirler. Bunların bir birikmesi lazım. Yani bir bilimsel bilgi

birikimi olması lazım bu ülkede. Ondan sonra dört yıllığı, lisansı açtığınız zaman, şöyle bir şey düşünün, dört yıllık bir bölüm açtık, bir tane kitap yok, bir tane bu konuda hoca yok. Biz dört yıllık bölüm açacağız? Açalım, sonra ne yapacağız? Yapamayacağız hiçbir şey. Şu anda sıkıntı o. Yani burada, ha çözümü yok mu? Var ama biz şu anda doğru çözümler üzerinde değil, nasıl söyleyeyim? Bu işi nasıl yaparsınız ciddi bilimsel anlamda masaya yatırıp yapmıyoruz da, bugüne kadar alıştığımız yöntemlerle yapmaya çalışıyoruz. Şu andaki sıkıntı o. Bunlar önceden hazırlanmış olmanız lazım ki, öbür türlü ne olur biliyor musunuz? Yani bu insanlar hazırlanana, belli bir yere gelene kadar, ciddi anlamda birkaç mezunu heba etmiş oluruz. Bu insanları da geri çağırıp, tekrar bir eğitim verip, tekrar verdiğimiz eğitimden ve o alışkanlıklardan vazgeçirmemiz çok zor. Yani birkaç kuşak böyle boşa gider. Onun için ben diyorum ki, o birkaç kuşağı boşuna göndermektense önce birkaç hoca üzerinde bunu, yani bunlar bu işin öncüleri olsunlar, bunların içine yabancı insanlar da katılabilir. Yani bu işin bir ayağı da yurt dışı. Yurt dışından insanlar gelebilir ama oradan gelecek insanlar da, geçmişte yaşadığımız bazı olumsuzluklar var. Onun için söylüyorum, gerçek akademisyenler olması lazım. Oraya gidip de x üniversitesinin hiç bilgisi olmayan bir bölümünden gelip de ben ayakkabıcı oldum diye gelmemeli buraya. Gerçekten ayakkabıcı kökeni olan, ayakkabıyı bilen, ayakkabı bilimi ile ilgilenmiş, akademisyenlerin buraya gelmesi lazım. Bunların bir karmasının yapılması lazım. Tamamen yabancılarda bu işi yapamaz, neticede bu iş bir yönü ile de aynı zamanda sosyal bir olgu. Çözüm nedir diye sorarsanız, böyle bir ekip kurulup, öncü bir ekip kurulup, belki YÖK nezdinde bu olay olabilir. YÖK'ün bir araştırma yapıp, bir araştırma takımı oluşturup bu konuda, ondan sonra bu dört yıllığa hazırlık ile ilgili birtakım çalışmalar yapılabilir. Bu hazırlıklar belli bir noktaya geldiği zaman, biz bunu yapabiliriz dediği zaman, gerçi hiçbir zaman hazırlıklar bitmez ama tam son noktaya gelmez ama bir olgunlaşma evresinden sonra dört yıllık lisans programı bir yerde başlayabilir. Başladıktan sonra da sektörün ihtiyaçlarına göre, birkaç dönem mezun verip, bu mezunların sektör içindeki pozisyonları, ciddi olarak incelendikten sonra yüksek lisans ve doktora programları ile bu iş gelişebilir. Öbür türlü, bugüne kadar yaptığımız gibi olur. Öyle söyleyeyim.

A. U. 7: Hem tasarım hem üretim aynı kişilere verilme. Bunu siz de iyi biliyorsunuz. Tasarım öğrencisi özel yetenekle alınır, üretim ise normal prosedürle. İkisini aynı potaya koyarsanız sonucu tahmin edebilirsiniz. Ayrıca bu programı hangi fakülte altına yerleştiriyorsunuz? Önemli konulardan biride mezunları nerede istihdam edeceksiniz? Yetişmiş öğretim elemanlarınız var mı? Sadece bölüm açayım, ilk ben olayım kaygısı doğru mu? Sonuç olarak üç yıllık bir program olmazsa olmaz ama iyi analiz edilmesi gerekiyor.

Tablo 4.29: Katılımcıların Ayakkabı Eğitiminin Verilip Verilemeyeceğine ve Nasıl Olması Gerektiğine İlişkin Görüşleri

Temalar	
<p><u>Hazırlık Durumu</u></p> <p><u>Olumlu Görüşler</u></p> <p>-Evet hazır, çünkü yetişmiş iyi elemana ihtiyaç var.</p> <p>-Makineleştikçe elde ayakkabı yapmayı bilen yaşlı ustalar gittikçe azalıyor,</p> <p>-Türkiye Ayakkabı sektörü, sanayileşmesi göz önüne alınırsa eğitim kurumlarıyla işbirliği içinde olması halinde nitelikli bir eğitim sistemi oluşturabilecek altyapıyı veriyor.</p> <p>- Sektör kaliteli standartlarını yakalayabilecek kurumlara sahip.</p> <p>-Tabii ki verilebilir</p> <p>-Güzel sanatlar üniversiteleri ve teknik üniversitelerin, deneyimleriyle kendi alanlarında teorik ve uygulama yapılarıyla birbirinden farklı yönde ama zengin bir program içeriği oluşturabilecekleri tartışılmazdır.</p> <p><u>Olumsuz Görüşler</u></p> <p>-Yani biraz eksikler var.</p> <p>- Hoca yok şu anda mesela, hoca yok.</p> <p>-Eğitim kadrosunu nasıl yetiştireceğiz?</p> <p>-Şu anda kadro çok yeterli değil diye düşünüyorum</p> <p>-ben hazır olduğumuzu düşünmüyorum</p> <p>-Dört yıllık bir bölüm açtık, bir tane kitap yok, bir tane bu konuda hoca yok. Biz dört yıllık bölüm açacağız? Açalım, sonra ne yapacağız? Yapamayacağız hiçbir şey</p>	<p>-Kimlere verilecek hangi üniversitede verilecek*</p> <p>-Bir defa hoca kadrosu, bir şekilde oturmuş olması lazım.</p> <p>-Birkaç kuşağı boşuna göndermektense önce birkaç hoca bu işin öncülere olsunlar, bunların içine yabancı insanlar da katılabilir.</p> <p>-Farklı üniversitelerde kim varsa olmalı</p> <p>-Şimdi İTÜ ile beraber bir çalışmamız var orada dört yıllık bir ayakkabıcılık fakültesi oluşturacağız.</p> <p>-Hükümet bunları desteklemeli.</p> <p>- Bence üretimin olduğu her yerde şuan olsun.</p> <p>- Bizim açığımız sadece bir üniversitede değil birkaç üniversitede bu daldan olması gerektiğine inanıyorum.</p> <p>-Yabancı hocaların gelmesi lazım.</p> <p>-İstanbul'da olması lazım, burası Türkiye'nin moda merkezi. Türkiye'nin burası endüstriyel ili.</p> <p>-Sistemli bir şekilde, bilinçli bir şekilde üzerine gidilirse, çünkü az da olsa, bu işi bilen kadrolar var Türkiye'de.</p> <p>- Buralardan yararlanarak bu işin doğru oturtulması lazım.</p> <p>- Yani bu işin bir ayağı da yurt dışı,</p> <p>- Yurt dışından gelecek insanlar da gerçek akademisyenler olması lazım.</p> <p>-Gerçekten ayakkabıcı kökeni olan, ayakkabıyı bilen, ayakkabı bilimi ile ilgilenmiş, akademisyenlerin buraya gelmesi lazım.</p>

(Tablo 4.29 Devam)

<p>-Şu anda biraz daha kuruluş aşamasının, yeni yapılanmanın, temel atmanın durumunu yaşıyoruz.</p> <p>-Bu işi nasıl yaparız ciddi bilimsel anlamda masaya yatırıp yapmıyoruz da, bugüne kadar alıştığımız yöntemlerle yapmaya çalışıyoruz.</p> <p><u>Nasıl Olması Gerektiği</u></p> <p>-Ayakkabı teknolojisi, üretimi ve pazarlama bilgilerini içermesi,</p> <p>- Moda ve tasarım faaliyetleriyle birebir bağlantısı da göz önünde bulundurulmalı</p> <p>-Hangi alanlarda verilecek, tasarım, model, stampa ve üretim için hem öğretmen önemli hem de atölye imkânları çok önemli.</p> <p>-Ayakkabının farklı alanlarında uzmanlaşmayı isteyen öğrencileri kapsayabilmesi gerekmektedir.</p> <p>-Öncelikle birinci dereceden lisans eğitimi verecek öğretmenlerin belirlenmesi lazım.</p> <p>-Bizim teknik üniversiteyle yaptığımız işbirliğimizde öğrenciler endüstri mühendisliğinden tasarım eğitimi alacaklar üretim dersleri alacaklar ayakkabı üretiminde görev alacak elemen yetişecek.</p>	<p>-Bunların bir karmasının yapılması lazım.</p> <p>- Tamamen yabancılarda bu işi yapamaz.</p> <p>-Şu anda mevcut olan daha önce bu alanda yetişmiş olan öğretmenlerin önü açılarak bu şekilde bu lisans eğitimine başlanabilir düşünüyorum.</p> <p>-Siz mektepli ile alaylıyı eşleştireceksiniz.</p> <p>-Zanaatı bilen iyi eleman bulma sıkıntısı baş gösteriyor.</p> <p>-Şu anda duayenler azalıyor .bu üniversitedeki hocalar bizim elimizde yoksa yurt dışından gelmeli diyorum.</p> <p>-Neticede bu iş bir yönü ile de aynı zamanda sosyal bir olgu.</p> <p>-YÖK'ün bir araştırma yapıp, bir araştırma takımı oluşturup bu konuda, ondan sonra bu dört yıllığa hazırlık ile ilgili birtakım çalışmalar yapılabilir.</p> <p>-Hem tasarım hem üretim aynı kişilere verilmez.</p> <p>-Tasarım öğrencisi özel yetenekle alınır, üretim ise normal prosedürle...</p>
--	--

Katılımcılara Türkiye'nin lisans eğitimi vermeye hazır olup olmadığı ve verilecekse nasıl ve nerede olabileceği sorulmuş ve katılımcıların görüşleri Tablo 55 temalar altında kodlanarak listelenmiştir.

Katılımcıların görüşlerinden 3 tema çıkmıştır. Bunlar olumlu görüşler, olumsuz görüşler, nasıl olması gerektiği şeklinde belirlenmiştir.

Katılımcıların lisans programına yönelik olumlu görüşleri incelendiğinde Türkiye'nin bu programa hazır olduğu, yeterli altyapıya ve kadrolara sahip bir ortamın oluşturulabileceği, sektör desteği ile bu işin başarılabilirliğini düşündükleri görülmektedir.

Olumsuz görüş olarak katılımcılar yeterli altyapının ve öğretim elemanının olmadığını düşünmektedirler. Bu konunun olması gerektiği gibi tartışılıp çözüm

aranmadığını şimdiye kadar kullanılan yöntemlerle yapılmaya çalışıldığını niteliksiz bir eğitimle birkaç kuşağın heba olacağını belirtmektedirler.

Katılımcılar sürecin nasıl işlemesi gerektiğine ilişkinde çeşitli önerilere bulunmuşlardır. Katılımcıların görüşlerine göre iyi hocaların toparlanması, bu işi iyi bilen ve alaylı tabir edilen ustalarla eğitimciler birlikte ders vermeli ve işbirliği yapmaları gerekmektedir. Aynı zamanda yurt dışından nitelikli gerçek akademisyenlerinde getirilmesi, tasarım, üretim süreçlerini de kapsayan iyi bir programın oluşturulması ve alt yapı sağlayabilecek İTÜ gibi köklü bir üniversitenin buna öncülük etmesi gerektiğini ve bu yönde çalışmalar yapılmaktadır.

Katılımcılar İstanbul'un bir moda ve endüstri merkezi olması sebebiyle lisans programının burada başlaması gerektiğini belirtmişler ancak bazı katılımcılar birden fazla programa ihtiyaç olduğunu ve çeşitli şehirlerde olabileceğini söylemişlerdir.

Bu konudaki önemli görüşlerden biri özellikle ayakkabı tasarımı eğitimi alacak öğrencilerin özel yetenek sınavıyla istekli olanlar arasından seçilmesi gerektiği şeklindedir.

BÖLÜM V:

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde, toplanan verilerin analizi neticesinde elde edilen bulgular ve yorumlar bağlamında ulaşılan sonuçlara ve bu sonuçlara yönelik önerilere araştırmanın alt problemi doğrultusunda yer verilmiştir.

5.1. Programın Genel Hedeflerine İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarını belirleyebilmek amacıyla dört farklı ölçek geliştirilmiş ve bu ölçekler “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği” genel başlığı altında toplanmıştır. İlgili literatür incelemeleri ve uzman görüşleri doğrultusunda geliştirilen ölçekler bu program mezununda bulunması gereken yeterlikleri; Temel, Tasarım, Üretim, ve Pazarlama boyutları ile ele almıştır.

Bu boyutlara ilişkin veriler nicel ve nitel yöntemlerle akademisyenler, ayakkabı üreticileri, tasarımcılar ve ayakkabı uzmanlarından oluşan geniş bir katılımcı grubundan sağlanmıştır,

Bu verilere ilişkin sonuçlar aşağıda her bir boyuta yönelik olarak tartışılmıştır.

- Temel yeterliklere ilişkin olarak katılımcılar ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programı mezununda bulunması gereken yeterlikleri “Çok Önemli” olarak değerlendirmişlerdir. Bu boyut içinde lisans mezununda bulunması gereken yeterlikler “Genel” ve “Alan” olmak üzere iki alt boyutta ele alınmıştır.

Bu yeterlikler dil becerileri, düşünme becerileri, alan bilgi ve becerileri, toplumsal ve evrensel etik değerler, kaynaklar ve teknolojiden etkin yararlanabilme gibi yeterlikleri kapsamaktadır.

Temel yeterlikler sadece lisans programında kazandırılacak yeterlikler değildir. Bireyin kişisel özellikleri ve kapasitesi, ailede verilen eğitimin yanı sıra temel eğitimden başlayarak tüm eğitim süreçlerinde üzerine koyarak kazandığı donanımları içerir. Lisans mezunundan ise bu yeterliklerin üst düzey olması

beklenmektedir. Bu bulgu Üiversiteler birliğinin (CERU-2011) Üiversitelerin Gerekliliği ile ilgili açıklamaları ile örtüşmektedir. Bu açıklamalarda Üiversitelerin kuruluş amaçları arasında, üniversitelerin sosyal bir avantaj sağlamak için, geleceğin yöneticilerini yetiştirilebilmesi ne imkan veren uygun öğrenme ortamlarını ve araştırma kaynaklarını sağlayabilmek, evrensel sorunlara çözüm bulabilecek özel bireyler yetiştirmek, sürekli ve sağlıklı toplumların kurulabilmesi için insanlar ve çalışma alanları arasında ki duvarları yıkmak sayılmaktadır. Aynı zamanda üniversitelerin ülkeler arasındaki iletişimi güçlendiren kurumlar olduğu vurgulanmaktadır. Bu da ancak üst düzey yeterliklere sahip bireylerle başarılabilir.

Bu programdan mezun olacak bireylerin mesleki alanda güçlü olmaları beklenirken aynı zamanda temel yeterliklere de sahip olmaları gerekmektedir.

Temel yeterliklerin topluma katkı sağlamak açısından önemi vurgulanmaktadır. Pek çok araştırmada “Hangi becerileri öğreteceğiz?” sorusunun 21.yy.da öğrencilere “Neleri öğreteceğiz?” sorusuna dönüştüğü, 21.yüzyılın başarısı için iş gücünün bu yüzyılın ihtiyaçlarına göre şekillendirilmesi gerektiği, mezunlardan bir işe girecekleri zaman o işin gerektirdiği becerileri kazanmış olmanın yanı sıra topluma katkı sağlaması ve nitelikli iş gücü olarak çalışması istendiği için eğitim yoluyla hazır hale getirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. 21.Yüzyıl itibarıyla lisans programlarında öğrencilerinin entelektüel gelişimleri de, aldıkları mesleki eğitim kadar önemsenmektedir. Üniversite eğitimi esas olan bilimsel bilgiye ulaşmanın ve kullanmanın yanı sıra, soyut görünen ancak kavramsal olarak tanımlanması zorunlu olan dallara ve detayları da önemsemeyi gerektirmektedir. Eğitimin kurumsal ve kişisel olarak kalitesinin yükseltilmesi evrensel değerlerle desteklenen bilimsel içerikli bir sistemin eşgüdümlü işe koşulmasıyla şekillenebilmektedir. Bu görüş çeşitli araştırma sonuçlarıyla desteklenmektedir (OECD, 2012, Barro, 2002, Haug, 2005, Floud, 2005, Baskan, 2000, Kezar, 2001).

Araştırma kapsamında yer alan temel yeterlikler ve lisans mezunundan beklentiler Türk eğitim sisteminde mevcut tüm yeterlikler ile zaman içerisinde geliştirilecek yeterliklerin birbirleri ile bir bütünlük içerisinde tanımlanabileceği ve ilişkilendirilebileceği, tüm eğitim ve öğretimi kapsayan bir “Ulusal Yeterlikler Çerçevesi”nin oluşturulabileceği düşüncesinden hareketle Bologna sürecine dahil

ülkelerin ulusal yeterlikler çerçevelerini oluşturma süreçleri ve bu süreçleri oluşturmada yapılması gereken çalışmalar kapsamında hazırlanan Türkiye Yükseköğretim Ulusal Yeterlikler Çerçevesi raporunda belirtilen yeterliklerle de örtüşmektedir (YÖK, 2012).

- Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar tasarım boyutuna ilişkin yeterlikleri “Çok” ve “Oldukça Önemli” düzeylerinde değerlendirmişlerdir.

Bu yeterlikler ayakkabı ve moda bilgisinin yanısıra görsel, çizgisel sunum ve anlatım becerileri ile özgün tasarım yapabilme becerilerini kapsamaktadır. Bu düzlemde ele alındığında mesleki ve bireysel sezgiler, duygusal ve analitik zeka gelişimi, yaratıcılık ve gibi soyut kavramların öne çıkartılması gerekmektedir. Tasarım soyut kavramlarla somut gerçeklikler arasında karmaşık ve iç içe bir yapı oluşturmaktadır. Bu görüş International Council of Societies of Industrial (ICSID) tasarım değerlendirmesi ile örtüşmektedir. Tasarım ürün, süreç, hizmet ve bunların oluşturduğu her şeyi içine alan bir bütündür. Teknolojinin getirdiği yenilikler insan hayatına kültürel ve ekonomik alışverişler yolu ile girmektedir. Etik ve estetik değerler taşıyarak stratejik, fonksiyonel ve ekonomik olarak anlamlı ilişkiler yaratmaya çalışmak tasarımın ve aynı zamanda tasarımcının görevidir. Tasarım sadece üretimle değil ürün, hizmet ve endüstrileşme ile de doğrudan ilişkili olduğu için tasarımcının donanımlı olması kaçınılmazdır (İCSİD, 2012, Lovegrove, 2002).

Başka araştırma sonuçları bulguları desteklemektedir. Tasarımcının toplumun kültür özelliklerini ve beklentilerini bilmesi tasarımlarını bu özelliklere uygun yanıtı verecek biçimde geliştirmesi gerekmektedir. Tasarım bir tüketim unsurudur. Ancak üretimle olan ilişkisi nedeniyle ulusal rekabet gücü ve beraberinde tüm kesimleriyle toplumsal refahı arttırabilme potansiyeline de sahip bilgi ve beceriler bütünüdür. Kendine özgü yöntemleri, teknolojileri, mesleki söylem ve ilişkileri ile özgün bir uzmanlık alanı ve katma değer yaratma süreci olarak anlaşılabilir (Er, 2005, Çelik, 2010, Barnard, 2002).

Uluslararası ekonominin dinamikleri, küresel rekabetin giderek ağırlaşan koşulları Türkiye'yi ekonomik anlamda ayakta kalmak için yaratıcılık ve yenilik gibi

daha önce pek de aşına olmadığı bilgi ve becerileri edinmeye zorlamaktadır. Bu nedenle tasarım eğitimi giderek önem kazanmaktadır. Bu bağlamda tasarım eğitiminin önemi ve gereği pek çok araştırmacı tarafından vurgulanmaktadır (Anderson,2007, 2005, Elçioğlu, 2006).

- Katılımcılardan üretim yeterliklerine ilişkin görüşleri “Üretim Yeterlikleri Ölçeği” uygulanarak alınmıştır. Ölçekte “model ve stampa” planlama, “kesim ve saya” ile “montaj finisaj” terlikler alt boyutlara ilişkin yeterliklerden oluşmuştur. Katılımcıların üretim yeterliklerine ilişkin görüşleri “Çok” ve “Oldukça Önemli” düzeylerinde olmuştur. Katılımcılar bölüm mezunlarının ayakkabı üretim sürecinde yer alan tüm evrelere hakim olmalarını beklemektedirler.

Aykkabı üretimi her biri farklı uzmanlık alanları gerektiren emek yoğun bir süreç sonunda gerçekleşmektedir. Herhangi bir üretim ortamında kalifiye eleman olarak üretim yapan elemanlar ayakkabı üretiminin sadece bir aşamasına hakim olabilmekte diğer süreçlerle becerilere sahip olmamaktadırlar. Ancak lisans mezunundan beklenen süreçlerin tamamından haberdar olmaları hatta stampa ve planlama yeterliklerine çok, kesim, saya, montaj ve finisaj yeterliklerine oldukça hakim olmalarıdır.

Sözü edilen üretim yeterlikleri sektörün temel tüketim maddesi olan ayakkabının üretilebilmesi için ihtiyaç duyduğu yeterliklerdir. Günümüzde mesleki eğitim bireye kapasitesine göre çeşitli beceriler kazandırmanın çok ötesinde bir anlam kazanmıştır. Artık mesleki eğitim sektörel ihtiyaçlara yönelik bilgi, becerilerin yanı sıra tutum ve davranışları da içeren, pek çok disiplini bünyesinde barındıran disiplinler bütünüdür. İş piyasalarında rekabetçilik arttıkça eğitimin rolü ve işlevi giderek daha çok önem kazanmaktadır. Bu yaklaşım pek çok araştırma ile desteklenmektedir (CEDEFOP, 2012, Özsoy, 2007, Varlas, 2004, Bennett, 2006, Lama, 2012).

TOBB Mesleki Eğitim Komisyonu tarafından yapılan Türkiye’de mesleki eğitimin sorunları ve çözüm önerilerine yönelik araştırma raporunda (2007) başarılı bir mesleki eğitimin, sağlam bir genel kültür eğitimine dayandığı eğitim programlarının dar meslek alanlarında yetişmeyi değil, sektörel tabanlı bir eğitimi temel alması

gerektiği yer almaktadır. Böylece, bir sektörün bütünü konusunda anlayış kazanan öğrencilerin iş yaşamına kolayca uyum sağlayabilecekleri kendi alanlarındaki herhangi bir işte çalışabilecekleri belirtilmektedir.

Mesleki eğitimin sektörün ihtiyaçlarına yönelik olarak yapılması gereği, sektörün ve üniversitelerin gelişimi açısından önemi, üniversite-sanayi işbirliğinin ülkenin ihtiyacını karşılamadaki etkisi bu alanda yapılan pek çok çalışma bulgularında yer almaktadır. Bunlar arasında Chen (2010), Evangelista (2000), Malkan (2009), Gandy (2001) tarafından yapılan araştırmalar sayılabilir.

- Katılımcıların pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşleri “Oldukça Önemli” düzeyinde olmuştur.

Bu yeterlikler pazarlama bilgisi ile bu bilgileri etkin kullanarak kendi markasını oluşturmadan başlayarak ambalajı da kapsayarak ürünü pazarlayabilme becerilerini kapsamaktadır. Katılımcılar lisans mezunundan pazarlama ile ilgili temel kavramlara hakim olmasını ve yöntemleri etkili olarak kullanabilmesini beklemektedirler. Bu sonuç pek çok araştırma bulguları ile örtüşmektedir.

21.yüzyıla beraber pazarlamanın işlevleri ve işlevlerin yönetiminde önemli değişimler gözlenmektedir. Çevresel etkenler, ürün yaşam süresi, gerek bilgi teknolojileri gerekse üretim teknolojilerine ilişkin gelişmeler, kalite ile ilgili gelişmeler, tüketicinin beklentileri gibi alanlarda pazarlama eğitim ve yönetimine olan yaklaşımları yeniden yapılandırmayı beraberinde getirmiştir (Webster, 2005; Moorman ve Rust, 1999, Gök, 2007, Thomas ve Gupta, 2005).

Katılımcılar programda öğrencinin alanının çeşitli boyutlarından haberdar olmasını, kısmen de olsa yeterli olması gerektiğini düşünmektedirler. Bu sonuç TOBB (2007) raporu ile örtüşmektedir. Rapora göre eğitim programları, mutlak ve katı bir anlayışla değil mesleklerin ve öğrencilerin bireysel özellikleri temel alınarak modüler ve esnek bir yapı içinde geliştirilmelidir. Böylesi duyarlı bir yapılanma, hem iş dünyasının gereksinimlerini hızlı biçimde karşılamaya olanak sağlayacak, hem de öğrencilerin çok yönlü yetişmesine zemin hazırlayacaktır.

5.2. Programın Vizyonu ve Misyonuna İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmanın nitel verileri ayakkabı tasarımcıları, üreticileri, satıcıları, akademisyenleri, öğretmenleri, oda ve dernek başkanları arasından maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ile seçilen 9 kişilik bir katılımcı grubundan görüşme ve açık uçlu bir sorudan oluşan anket yöntemi ile sağlanmıştır.

Katılımcıların verdikleri bilgilere göre, dünyada ayakkabı tüketimi yaklaşık 14,5 milyar çift ile 102 milyar \$'lık bir ekonomik hacme sahiptir. Üretimin %60'tan fazlasının başta Çin olmak üzere Uzakdoğu'da yapılmaktadır. Dünyada ayakkabı sağlığı önem kazanmakta ve tüketici alışkanlıkları değişmektedir. Tüketici ayakkabı tercihlerinde fiyata odaklanmaktadır. Bu bulgular dünya çapında yapılan çeşitli araştırma raporları verileri ile örtüşmektedir. 2011 rakamlarına göre dünya ayakkabı üretiminin %62,4'ü Çin menşelidir (World Footwear Yearbook, 2012). Pazar değeri ise 241,294.3 milyon \$'dır (Marketline Industry Profile, 2012).

Türkiye'de ayakkabı sektörü 5000.000 çalışan ve 400.000 \$ ile 30 civarında ülkeye ihracat kapasitesi ile geniş bir istihdam alanı yaratmaktadır. Kişi başına düşen yıllık ayakkabı tüketimi 2 çiftten fazladır. Oldukça kaliteli ayakkabılar yapılmakta ancak uluslararası platformlarda yeterince tanınmamaktadır. Ayakkabı üretiminde dünyada ilk sıralarda iken gerilemiştir. Üretimde şu anda ilk 10'da olmasına rağmen olması gerektiği yerde değildir. Markalaşma çalışmaları on yıl öncesi ile kıyaslandığında umut verici gelişmeler kaydedilmiş, yeni yaklaşımlar ortaya çıkmış, teknoloji daha iyi kullanılmış ve satış başlamış ancak bunların hiçbirisi istenilen durumda olmayı sağlamamıştır. Türkiye'nin üretim kapasitesi, dünya üzerindeki tüm pazarlara yakınlığı ve avantajlı durumda olması, genç dinamik bir nüfusa sahip olduğu düşünüldüğünde olması gerekenden gerilerde olduğu görülmektedir. Bu sonuç pek çok sektör araştırması bulgularıyla örtüşmektedir (İGEME, 2012, İGEME, 2006, İGEME, 2007).

Bilimselliğin ve bilimdeki gelişmelerin zanaatla birleştirilememesi, kurumsallaşma ve işbirliği eksikliği, devletin sektörü desteklememesi, kaliteli üretim yapılmasına karşın ancak dünyaya açılmaması uluslararası tanınmış markalara sahip olmaması, firmaların sermaye alt yapısının çok güçlü olmaması, gelebilecek olan

yüksek taleplere cevap verebilecek yapısının olmayışı, kalifiye ara eleman konusunda yaşanan sıkıntıların ciddi boyutlara ulaşması, kümelenmemiş belli yerlerde odaklanmamış bir sektör olduğu için çok dağınık bir yerleşim göstermesi ve bu nedenle rekabet gücünün zayıf olması, yüksek işçi giderleri, istihdamın üzerinde vergiler ve ağır yükler, rakip ülkelerin çok üstünde enerji maliyetleri, küçük firmaların büyüme imkanı bulamamız haksız rekabet ortamı gibi nedenler ayakkabı sektörünün yaşadığı sorunlardan bazıları arasında sayılabilir. Bu bulgular Kalkınma Bankası, Ayakkabı Sektör Araştırması (2005) bulguları ile örtüşmektedir.

Türkiye’de ayakkabı eğitimi örgün ve yaygın eğitim yolu ile verilmektedir. İlk kez 1989’da gündeme gelmiş, 2003 yılından itibaren TASEV Endüstri Meslek Lisesinde ayakkabı eğitiminin başlatılmış ve 10 yıldır çeşitli illerdeki liselerde devam etmektedir. Liselerde verilen eğitim, ayakkabıcılık alanı ile ilgili temel bilgi ve becerileri kapsamaktadır. Aynı zamanda öğrenciler okul süresi içinde işletmelerde staj yapmaktadırlar. Mezunlar lise sonrası ise Türkiye’de sayıları dört olan iki yıllık MYO’nun Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi bölümüne devam etmekte, sektörde istihdam edilmekte ya da alan değiştirmektedir.

Gerek lise gerekse MYO düzeyinde olsun verilen eğitimle ilgili çeşitli sorunlar yaşanmaktadır. MEB’in ayakkabıcılık eğitimine yaklaşımının yetersiz olduğu, alanda uzmanlaşmış öğretmen yetersizliği yaşanmaktadır. Liselerde verilen eğitimin sektörün ihtiyaçları ile örtüşmemekte, MYO’nun sürelerinin yetersiz olmasına karşın programlarının hem tasarım hem üretimi kapsamaması sorun olarak gözükmektedir.

Ayakkabıda mevcut eğitim lise ve MYO düzeyindedir ve mevcut haliyle yetersiz gözükmektedir. Eğitim alanında çeşitli sorunlar vardır ve sorunların çözümü için ilgili kurumların birlikte hareket etmeleri ve çeşitli düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

Türkiye’de açılacak ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin lisans programının misyonu 4 tema altında toplanmaktadır. Bunlar, Kariyer imkanı, Bilimsel ve sanatsal alt yapının güçlendirilmesi, Öğretmen yetiştirme ve Sektörün Güçlenmesi olarak belirlenmiştir.

Meslek liselerinin önünün açılması ancak bir lisans programı ile mümkündür. Meslek lisesi mezunların devam edebilecekleri dört yıllık bir program mevcut değildir. Bu bulgu ÖSYM kontenjan sayılarından anlaşılabilir

Bilimsel ve sanatsal altyapının güçlenmesi ise ancak lisans üstü eğitim fırsatları ve araştırmalarla olmaktadır. Lisans programı açılmadan lisansüstü eğitim mümkün değildir. Bu nedenle açılacak olan program alanda bilimsel ve sanatsal çalışmaların yapılmasına imkan verecektir.

Meslek liselerinde ayakkabı bölümü vardır ancak buralarda bölüm mezunu öğretmen bulunmamaktadır. Bu önemli bir eksikli ve büyük bir ihtiyaçtır. Öğretmen açığı ancak lisans programı ile kapatılabilir.

Sektörde çalışan kişilerin büyük çoğunluğunun eğitim seviyesi düşüktür. Ayakkabıcılık ülkemizde eğitim kurumlarında değil çıraklık yoluyla öğrenildiği için çalışanlar çoğunlukla erken yaşlarda mesleğe girmişlerdir, dolayısıyla örgün eğitimden uzak kalmışlardır. Sektörün güçlenmesi eğitim seviyesinin yükselmesi ile yakından ilgilidir. Ayrıca sektör pek çok sorunla karşı karşıyadır. Problemlerin çözümünde ve sektörün dünyaya açılmasında nitelikli işgücünün payı yadsınamaz. Nitelikli iş gücünün sektörün güçlenmesinde önemli katkıları olduğu pek çok araştırmayla desteklenmektedir. Malkan (2009), Şahin ve diğ. (2011), Fozdar ve Kumar (2010), Lama (2012) yaptıkları araştırmalarda mesleki eğitimin ülke kalkınmasındaki yeri, önemi ve gereğini vurgulayan önemli bulgulara ulaşmışlardır.

Türk ayakkabı sektörünün büyük bir potansiyeli olmasına karşın uluslararası platformlarda söz sahibi ve hak ettiği yerde olamaması, istenen ihracat rakamlarına ulaşamaması, lokomotif sektör olabilme potansiyelini eğitimsizlik yüzünden değerlendirememesi gibi nedenler sektörün güçlendirilmesi gereğini öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda lisans programı büyük önem taşımaktadır.

Sektörün, bilimsel, sanatsal, akademik olarak gelişmesi, gençliğin eğitim alma imkanı, öğretmen ihtiyacı, rekabet gücünün artması ve markalaşma gibi ayakkabı sektörünün tüm boyutları için gelişimin gerekli olduğu ve bu gelişim için lisans eğitiminin en etkili çözüm yolu olduğu anlaşılmaktadır.

5.3. Alanın İhtiyaçlarına ve Geleceğine Yönelik Hangi Derslerin Belirlenebileceğine İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Araştırma sonuçları katılımcıların programda ayakkabının kültürel ve tarihsel süreci, ayakkabı teknolojisi, tasarım, üretim, pazarlama ve yönetime ilişkin süreçlerin eğitim programında yer alması gerektiğini düşündüklerini ortaya koymuştur.

Katılımcılar mezunların ayakkabı tasarım ve üretim süreçlerinin tamamından haberdar olmalarını beklemektedirler. Bu nedenle teorik altyapılarının güçlü olmasını, modelleme stampa da dahil olmak üzere tasarım sürecine hakim olmalarını istemektedirler. Ayakkabının en önemli süreçlerinden biri olan tasarım süreci katılımcılar tarafından sadece ayakkabının kağıt üzerinde çizimi olarak görülmemektedir. Katılımcılara göre bu süreç branşlaşmayı gerektiren büyük ve önemli bir uzmanlık alanıdır. Üretimin her aşamasını takip ve kontrol edebilecek düzeyde donanımlı olmalarını, üretilen ürünün pazarlama ve markalaşma sürecinde etkili olabilmelerini istemektedirler. Aynı zamanda işletmeyi yönetip yönlendirebilecek yönetim ve organizasyonu yapabilmeleri tüm bunların yanısıra temel yeterlikler açısından da donanımlı olmaları gerektiğini düşünmektedirler. Katılımcıların lisans mezunundan beklentileri alanın tüm süreçlerinden haberdar, özellikle tasarım sürecine hakim donanımlı olmalarıdır.

Bu sonuçlar dünyada öne çıkan diğer ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programları ile büyük oranda örtüşmektedir. Ayakkabı tasarımı ve üretimi alanında dünyada en çok tanınan London Collage Of Fashion, Polimoda bu alanda uyguladıkları programları bu yaklaşım üzerine yapılandırmışlardır. Bu okullarda dersler tasarım, üretim, kültürel ve tarihi arka plan, marka-yönetim ile ilgili derslerden ve sanayi fırsatları adı verilen staj uygulamalarından oluşmaktadır. Diğer lisans programları da benzer özellikleri taşımaktadır.

BÖLÜM VI:

ÖNERİLER

6.1. Araştırmanın Alt Problemlerine İlişkin Öneriler

Toplumun ve sektörün ihtiyaçlarına göre programın genel hedefleri:

- Düşünme becerileri gelişmiş, ana dilini iyi konuşan, en az bir yabancı dilde yazılı ve sözlü olarak etkili iletişim kurabilen, alan bilgi beceri ve alışkanlıkları açısından donanımlı, yaşam boyu öğrenmeye açık, evrensel ahlaki değerleri benimsemiş, kaynakları ve bilgi teknolojilerini etkili kullanabilen, işbirliği ve ekip çalışması yapabilen, çevre bilincine sahip sorumlu,

- Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilen, tasarım kaynaklarından yararlanarak yenilikçi ve özgün fikirler geliştirebilen, modayı bilen, kendi koleksiyonunu hazırlayabilen, bilgisayarda 2 ve 3 boyutlu tasarım programlarını kullanabilen, birikimlerini tasarımlarına yansıtabilen, farklı amaçlar için tasarım yapabilen, görsel anlatım tekniklerini etkili olarak kullanabilen, tasarımlarını etkili olarak sunabilen,

- Model ve stampadan başlayarak, üretim sürecinin organizasyon ve planlama, kesim saya, montaj ve finisaj gibi süreçlerine hakim,

- Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilen, pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilen, marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilen, pazarlama maliyet analizi yapabilen, reklam ve tanıtım yapabilen, ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilen, pazarlama araştırmaları yapabilen, ambalaj - paketleme ile ilgili yöntem ve teknikleri etkili olarak kullanabilen bireyler yetiştirmek olarak belirlenebilir.

Programın Vizyonu :

- Türk Ayakkabı sektörünün gelişimini sağlamak üzere, evrensel standartlara uygun bilimsel ve sanatsal araştırmalar yapılmasına imkan ve destek veren, alanına

yönelik bilgi ,beceri ve alışkanlıklar bağlamında donanımlı bireyler yetiştiren ,ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasını ve tercih edilmesini sağlayacak nitelikte eğitim, öğretim kalitesine sahip olan, dünya standartlarında bilgi ve teknoloji üreten, Türk ayakkabılarını dünya markası olmaya taşıyan bir bölüm olmak olarak önerilebilir

Misyonu ise:

- Meslek lisesi mezunlarının önünü açarak alanında kariyer imkânı sağlamak
- Ayakkabı sektörünün bilimsel ve sanatsal alt yapısının güçlendirilmesine katkı sağlamak,
- Meslek okullarına öğretmen yetiştirmek,
- Sektörün Güçlenmesi için bilgi ve teknoloji üretmek,
- Türk ayakkabılarının uluslararası marka olabilmesi için çalışacak bireyler yetiştirmek olarak önerilebilir.

Programda Yer Alacak Dersler :

- Tarihsel ve Kültürel Arka Plan: Bu başlık altında ayakkabının sosyal ve kültürel açıdan değerlendirilmesi, tarihi, moda, Türkiye ve dünyada ayakkabı sektörünün durumuyla ilgili bilgiler gibi öğrenciye alan hakkında temel oluşturacak süreçler öğretilmelidir.

- Ayakkabı Teknolojisi: Ayakkabı üretimine ilişkin süreçlerin teorisi bu başlık altında toplanabilir. Ayak ve ayakkabının sağlığı, ergonomisi, hijyeni gibi konular, ayakkabı malzeme bilgisi eğitim sürecinde olmalıdır.

- Tasarım: Bu alana ilişkin dersler kültürel ve kavramsal birikimlerin ayakkabıya yansıtıldığı modelleme ve stampa çıkarma yeterliklerini, 2 ve 3 boyutlu bilgisayarda tasarım programlarını kullanabilmeyi de kapsayacak şekilde olmalıdır.

- Üretim: Ayakkabı üretim sürecini katılımcılar; kesim, saya, montaj, finisaj olarak ifade etmişlerdir. Lisans programında bu süreçler mutlaka yer almalıdır.

- Pazarlama ve Yönetim: Katılımcılar bir ürünü pazarlamanın, işletmeyi yönetmenin ve üretim sürecini planlatıp organize etmenin programda yer alması

gereken süreçler arasında olması gerektiğini düşünmektedirler. Bunun için işletme, iş hukuku gibi alanlara ait temel kavramlar bu süreç içinde öğretilmelidir.

- Staj: Katılımcılar işletme deneyiminin öğrencinin eğitim sürecinin bir parçası olması gerektiğini ve bu sürenin iyi değerlendirilmesi ve verimli olması gerektiğini özellikle vurgulamışlardır.

6.2. Açılacak Programa İlişkin Öneriler

- Türkiye’de Ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik acilen lisans programları açılmalıdır.

- Açılacak programlar sektörün ihtiyaçlarına yönelik olmalı ve uygulamada sürekli sektörle işbirliği içinde sürdürülmeli ve güncellenmelidir

- Açılacak programlar akreditasyonunun sağlanmalı ve öğrenci değişim programlarını uygulayabilmesi için belirli oranda eğitim İngilizce vermelidir.

- Programlar tasarım, üretim, pazarlama ve yönetim olmak üzere üç farklı uzmanlık alanı olarak düzenlenebilir. Ancak temel yeterliklerin kazandırılması tüm programların ortak hedefi olmalıdır.

- Bu programlarda görev alacak öğretim elemanlarına yurtdışında Ayakkabı Tasarımı ve Üretimine ilişkin lisans programı bulunan üniversitelerde kısa ya da uzun süreli eğitim alabilmeleri ve ya akademik çalışma yapabilmeleri için gerekli koşullar sağlanmalıdır.

- Açılacak programın e-öğrenme altyapısının oluşturulmasına ilişkin çalışmalar yapılmalıdır.

6.3. Yapılacak Araştırmalara İlişkin Öneriler

- Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına yönelik model önerisi çalışması yapılabilir

- Türk ayak standardını belirlemeye yönelik araştırmalar yapılabilir

- Farklı eğitim ihtiyacı belirleme yaklaşımları benimsenerek her seviyedeki ayakkabı eğitim programlarına yönelik ihtiyaç analizi çalışmaları yapılabilir.

- Uluslararası ayakkabı markaları ürün, hedef kitle, fiyat, sunum gibi bir markayı oluşturan temel disiplinler açısından incelenebilir
- Ayakkabının çeşitli süreçlerine ilişkin yeterlikleri kazandırmayı hedefleyen kısa süreli beceri kurslarına ilişkin ihtiyaç analizi çalışmaları yapılabilir.
- Ayakkabı tasarımı ve üretimi eğitiminde kullanılan yöntemlerin değerlendirilmesine yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Yurt dışında uygulanan ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik e-öğrenme uygulamaları araştırılabilir.
- Meslek liselerinde uygulanan ayakkabı eğitimi veren programların değerlendirilmelerine ilişkin araştırmalar yapılabilir.
- Meslek liselerinde uygulanan ayakkabı eğitimi veren programların sektörün ihtiyaçlarına karşılama düzeyini belirlemeye yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Ayakkabı tasarımı ve üretimi ön lisans programlarının değerlendirilmesine yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Ayakkabı tasarımı ve üretimi ön lisans programlarının sektörün ihtiyaçlarını karşılama düzeyini belirlemeye yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Türkiye’de ayakkabı tasarımı ve üretimi alanında eğitim veren öğretmenlerin hizmetiçi eğitim ihtiyaçlarına yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Sektör çalışanlarının temel eğitim ihtiyaçlarına yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Ayakkabı sektöründe kadın işgücüne yönelik araştırmalar yapılabilir
- Türk ayakkabı sektörü üretim ortamları ile çeşitli ülkelerdeki üretim ortamlarını nitelik ve nicelik açısından karşılaştıran araştırmalar yapılabilir
- Ayakkabı sektörü çalışanlarının sorunlarına yönelik araştırmalar yapılabilir
- İtalya ve İngiltere gibi güçlü lisans programlarının mezunlarının istihdamlarına ilişkin araştırmalar yapılabilir.

- Türk ayakkabı sektörünün üretim ortamlarının incelenmesine yönelik araştırma yapılabilir
- Türk ayakkabı sektöründe çocuk çalışanlara yönelik araştırma yapılabilir.
- Polimoda ve London College of Fashion, Tomas Bata gibi güçlü lisans programları program geliştirme süreçleri açısından incelenebilir.
- Polimoda ve London College of Fashion, Tomas Bata gibi programlarda görev yapan öğretim elemanlarının ayakkabı lisans eğitimine ilişkin görüşlerini belirlemeye yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Ayakkabıcılık mesleğinin sahip olduğu potansiyel ve tanıtımına yönelik araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bilgi Sistemi (2012). <http://tgad.ibu.edu.tr/index.php/tr/programlar/ayakkabi-tasarimi-ve-uretimi-programi>, Erişim Tarihi: 26.05.2012.
- Academie Paris (2011). http://www.ac-paris.fr/serail/jcms/s1_121298/cordonnerie, Erişim Tarihi: 09 .05.2011.
- Adem, Mahmut (1996). Kalkınma Planlarında Eğitimimizin Hedefleri ve Finansmanı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi No: 108*. Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Adıgüzel Oktay C. (2008). Sanayi Ortaklı Eğitim Kapsamında Öğrenci Kazanımlarının Değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 4 (2)*, 43-58.
- Akçadağ, Tuncay (2010). Öğretmenlerin İlköğretim Programındaki Yöntem Teknik Ölçme ve Değerlendirme Konularına İlişkin Eğitim İhtiyaçları. *Bilig/Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, (53)*, 29-50.
- Akkoyunlu, Buket, Altun Arif ve Soylu Meryem. Y. (2008). *Öğretim Tasarımı*. Ankara: Maya Akademi.
- Aktan, Can (Tarihsiz). *Geleceği Kazanmanın Yolu: Stratejik Yönetim*. <http://www.tkgm.gov.tr/turkce/dosyalar/diger%5Cicerikdetaydh278.pdf>, Erişim Tarihi: 07.04.2012.
- Alkan, Cevat, Doğan, Hızlan, ve Sezgin, İlhan (2001). *Mesleki ve Teknik Eğitimin Esasları*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Anderson, Mark. A. (2007). Technology, Design, And The Arstist's Hand, *School Arts*, 107, 38-39.
- APPICAPS (Portuguese Footwear, Componenets And Leather Goods Manufactureres Association). (2011). *World Footwear Yeabook 2011*. www.worldfootwear.com, Erişim Tarihi: 02.07. 2012.

- Asher, Deana G. (1991). *Needs Analysis of Psychiatric Nurses on a Multidisciplinary Team*, Phd Thesis, State Universty, Arizona.
- Atasoy, Nurhan (1971). Topkapı Sarayındaki Papuç ve Çizme Hazinesi. *Türkiyemiz Dergisi*, (5),12-19.
- Balcı, Ali (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Barbazette, Jean (2006). *Training Needs Assasment Methods, Tools and Techniques*, San Francisco: Published by Pfeiffer.
- Barnard, M. (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınevi.187-188.
- Barnes Report (2011). Worldwide Footwear Manufacturing Industry .(NAICS 31621) C. Barnes & Co. USA
- Barro, Robert J. (2002). *Education as a Determinant of Economic Growth*. <http://www.oecd.org/innovation/researchandknowledgemanagement/1825455.pdf>, Erişim tarihi 13.08.2012.
- Baskan, Gülsüm (2000). Yirmi Birinci Yüzyılda Yükseköğretim Vizyon ve Eylem. UNESCO Yüksek Öğretim Dünya Konferansı Çalışma Raporu. *Kuram ve Uygulamada Egitim Yönetimi*, (22), 167-189.
- Bayındır, Süleyman (2008). *Ayakkabı Sektöründe Markalaşma Ve Rekabet İlişkisi: Konya Ayakkabı Sektörü İçin Bir Hibe Projesi*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bennett, Tracy, M. (2006). *Defining The Importance Of Employability Skills In Career/Technical Education*. Phd.Thesis, Auburn University, Alabama,
- Berufsbildende Schule Pirmasens (2011). <http://www.bbspirmasens.de/cms/index.php?id=1278>, Erişim Tarihi 15 .05.2011.
- Bıçerli, Kemal (2000). *Çalışma Ekonomisi*. İstanbul: Beta yayınları.
- Bilen, Mürüvvet (1996). *Plandan Uygulamaya Öğretim*. Ankara: Aydın Web Tesisleri
- Blackburn, R. T. ve Lawrence J. H. (1995). *Faculty At Work. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press*.

- Bossan , Marie. J. (2007) *The Art Of The Shoe*. London: Grange Books.
- Bowen, Howard, R. (1980). *Investment In Learning*. San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- Broadhurst, Michael (2006). *Needs Analysis In A Corporate Setting*. Master Thesis, Concordia Universty, Montreal, Canada.
- Brown Judith (2002). Training Needs Assesment : A Must For Developing An Effective Training Program, *Public Personal Management* , 31 (4), 569-574.
- Burton, John, K.and Merrill, Paul, F. (1991). *NeedsAssesment: Goals, Needs and Priorities. Instructional Design: Principles and applications* (2nd.ed.). New Jersey : Educational Technology Publications.
- Büğüş, Nuri (2001). *Beykoz Ayakkabı Fabrikası ve Deri İmalatı*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyüköztürk, Şener (2012). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (17.Baskı). Ankara: PegemA Yayıncılık
- Cawley, Mc Paul F.(2009). *Methods for Conducting an Educational Needs Assessment Guidelines for Cooperative Extension System Professionals*. www.cals.uidaho.edu/.../pdf/.../BUL0870.p), Erişim Tarihi: 01.07.2012
- CEDEFOP (European Centre for the Development of Vocational Training). (2012). *Trends in VET policy, in Europe 2010-12 Progress Towards the Bruges communiqué*. (Yayın no: 6116). http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/6116_en.pdf, Erişim Tarihi: 17 .01.2012
- CEDEFOP (European Centre for the Development of Vocational Training). (2009). *Accreditation And Quality Assurance In Vocational Education And Training Selected European Approaches*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. http://www.cedefop.europa.eu/etv/Upload/Information_resources/Bookshop/568/4089_en.pdf, Erişim Tarihi: 17 .01.2012.
- Centro Nacional Del Calzado Y Manufactura Del Cuero (2012). http://www.shoeinfonet.com/schools/SA/schools_sena_co.htm, Erişim Tarihi: 01.02.2012

- CERU (Consultation de la Commission de l'enseignant supérieur et de la Recherche) .(2006). *L'institution universitaire: son rôle dans la société, sa mission et ses mécanismes de régulation, Consultation de la Commission de l'enseignant supérieur et de la Recherche Conseil supérieur de l'éducation*. <http://www.fqppu.org/bibliotheque/prises-de-position/memoires-avis/institution-universitaire.html>, Erişim Tarihi: 17 .08.2012.
- Chen, Michaela M. (2012). *The Impact Of Economic Globalization On The U.S. Labor Market* . Thesis of Master , School of Arts and Sciences. Georgetown University, Washington, D.C.
- Ciucci, Richard (2003). Engineering and Engineering Technology Program Assessments –DACUM Style, Proceedings of the 2003 American Society for Engineering Education Annual Conference & Exposition Copyright © 2003. *American Society for Engineering Education*, Session 1547.
- Conrad, Daren A. (2007). *Education, Human Capital Accumulation And Economic Growth: The Caribbean experience*. Phd Thesis: Howard University. Washington.
- Cramer, F. J. ve Browne, J. S. (1974). *Çağdaş Eğitim: Milli Eğitim sistemleri Üzerine Mukayeseli Bir İnceleme*. (Çeviren: Ferhan Oğuzkan). İstanbul: MEB Basımevi.
- Creswell, John W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cypher, James. M., Dietz and James, L. (2004). *The Process of Economic Development* (2nd edition). London and Newyork: Routledge.
- Çelik, Neslihan (2010). *Anadolu'nun Geleneksel Ayakkabı Formlarından Günümüz Tasarım Anlayışına Ayakkabı Kültürü*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çeliköz Nadir (2004). Yeni Program Geliştirme Anlayışına Dayalı Olarak Geliştirilen Bir Program Tasarımının Öğrenci Başarısına Etkisi. *G.Ü.Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 99-113.

- Çoruhlu, Yasar (2007). Ayakkabı ve Tarih.(Ed.Emine G.Naskali). *Ayakkabı Kitabı* (2.Baskı). İstanbul: Kitabevi,159-199.
- Dağtaş, Lütfi (2007). Müze ve Koleksiyonlardan Deri Eserler. *Türkiye Deri Vakfı, Dergisi*, 4 (13) 58.
- Datamonitör (2012), http://www.datamonitör.com/store/Product/footwear_global_industry_guide_2009, Erişim Tarihi: 20.07.2012.
- DeMello, Margo (2009). *Feet And Footwear: A Cultural Encyclopedia*, Greenwood Press-Clio, ebook.
- Demirel, Özcan (2008). *Eğitimde Program Geliştirme* (11.Baskı). Ankara: PegemA Yayıncılık
- DEU (Dokuz Eylül Üniversitesi). <http://gsf.deu.edu.tr/index.php/tekstil-ve-modatasm-boeluemue>Erişim Tarihi 12 Ağustos 2012.
- dmuweb (De Montfort University). [https://dmuweb.dmu.ac.uk/study/courses/undergraduate-courses/footwear-foundation-degree-\(fda\).aspx](https://dmuweb.dmu.ac.uk/study/courses/undergraduate-courses/footwear-foundation-degree-(fda).aspx), Erişim tarihi : 05.06. 2011.
- <https://dmuweb.dmu.ac.uk/study/courses/undergraduate-courses/footwear-design-ba-degree/footwear-design-ba.aspx> Erişim tarihi 5 Haziran 2012 .
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2006). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013) *Tekstil, Deri Ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Deri Ve Deri Ürünleri Alt Komisyonu Raporu*. Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı. Ankara.
- http://plan9.dpt.gov.tr/oik42_tekstilderigiyim/42TekstilDeriveGiyim_DeriAltKomisyonRaporu.pdf, Erişim Tarihi: 05.04. 2011.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2000) Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. *Deri ve Deri Mamulleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara . (DPT: 2519 ,ÖİK: 537). <http://ekutup.viii.dpt.gov.tr/imalatsa/oik537.pdf>, Erişim Tarihi, 05.04. 2011.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2001).Nitelikli İnsan Gücü Meslek Standartları Düzeni ve Sosyal Sermaye Birikimi. *Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara:

- Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları. www.kalkinma.gov.tr/DocObjects/Download/3254/oik590.pdf, Erişim Tarihi: 05.04. 2011.
- Elçioğlu, Mekin (2006). Endüstriyel Tasarım Eğitiminin Geliştirilmesi ve Sektörle Eşgüdümlü Çalışma, Türkiye'de Tasarımı Tartışmaları. *III. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, İstanbul.
- Er, H. Alpay (2005). *Milli Mesele olarak Endüstriyel Tasarım*. Radikal Gazetesi Tasarım Eki, 13 Eylül Salı, s.10.
- Erişen, Yavuz (1997). *Atelye ve Meslek Dersleri Öğretmenlerinin Öğretmenlik Formasyonu Açısından Hizmetiçi Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erişen, Yavuz (1998a). Program Geliştirme Modelleri Üzerine Bir İnceleme. *Eğitim Yönetimi Dergisi*, 4(13),163-179.
- Erişen, Yavuz (1998b). Öğretmenlere Yönelik Hizmet İçi Eğitim Programları Geliştirmede Eğitim İhtiyacı Belirleme Süreci. *Milli Eğitim Dergisi*, 140, 1-12.
- Erişen, Yavuz (2001). *Öğretmen Yetiştirme Programlarına İlişkin Kalite Standartlarının Belirlenmesi ve Fakültelerin Standartlara Uygunluğunun Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ertürk, Selehattin (1998). *Eğitimde Program Geliştirme*, Ankara: Meteksan, A.Ş.
- European Commission Enterprise and Industry, (2012). e.c.europa.eu/enterprise/sectors/footwear, Erişim Tarihi, 24.07.2012.
- Evangelista, Pietro (2000). International Competitiveness And Inter-Firm Co-Operation In The Footwear Industry Of Southern Italy, *Journal of Southern Europe and the Balkans*, 2 (1), 57-73.
- Fashion Institue Techonolgy (2011). <http://www.fitnyc.edu/1767.asp>, Erişim Tarihi: 06. 01. 2012.
- FDDI (Footwear Design and Development Institue). http://www.fddiindia.com/academics-new/aca_program.html, Erişim Tarihi: 06.01.2012.

- Ferreira Rodrigo R., Abbad, Gardênia (2013). Training Needs Assessment: Where We Are and Where We Should Go. *BAR*, Rio de Janeiro,10 (5),77-99, <http://www.anpad.org.br/bar>, Erişim Tarihi: 01.01.2012
- Fidan, Nurettin (1982). *Okulda Öğrenme ve Öğretme*. Ankara: Alkım Yayıncılık.
- Floud, Roderick (2005). Government and Higher Education: The Approach to Regulation. (Ed: Luc Weber ve Sjur Bergen). *The Public Responsibility for Higher Education and Research*. Strasbourg: Council of Europe Publishing, 125–161.
- Fozdar Bharat. I., Garhi, Maidan (2008). *The Role Open And Distance Learning İn Vocational Education And Training İn India*, http://wikieducator.org/images/f/ff/PID_89.pdf, Erişim Tarihi: 13.02.2012.
- Gandy, Janet M.(2001). *Perceptions Of State Supervisors On The Future Of Vocational Business Education*. Ed.D., Arizona State University, USA
- Garley, A. M. (2006). *Shoemaking Dicitonary*. Leichester: Anchor Print Group Ltd.
- Gaziantep Üniversitesi Bilgi Sistemi (2012). <http://nacitopcuoglumyo.gantep.edu.tr/index.php/component/content/article/287.html>, Erişim Tarihi: 04.08.2012.
- Genç, Ömür (2005). *Ayakkabı Sektör Araştırması*. (SA-05-05-16). Ankara : Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.
- Geri, McArdle (1998). *Conducting a Needs Analysis: A Fifty Minute Book*, Boston, USA: Crips Publication ,
- Ghatak, Subrata (1995). *Introduction to Development Economics* (thirdedition). London and Newyork: Routledge.
- Gök, O. (2007). Marketing and Marketing Managers in the New Era: Relational Perspective, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 10 (2), 218-224
- Gözütok, Dilek F. (1994). 1.2.3. *Sınıf Hayat Bilgisi Dersi İhtiyaç Belirleme Araştırması*. Ankara: EARGED Yayınları

- Gür, Ali (2011). *Rekabet Gücünün Artirilmasında Nitelikli İşgücü İhtiyacı Ve Mesleki Eğitim*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hamamcı, Zeynep ve Akyol K., Aysel (2005). İlköğretim ve Lisede Çocukları Okuyan Anne Babaların Aile Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2 (29),37-49.
- Hamermesh, Daniel S. (1971). *Economic Aspects of Manpower Training Programs: Theory and Policy*. Lexington, MA: Heath Lexington Books.
- Han, Ergül ve Kaya Ayten, A. (2006). *Kalkınma Ekonomisi Teori ve Politika* (5. Baskı). Ankara: Nobel Yayın.
- Haug, Guy (2005). The Public Responsibility of Higher Education: Preparation for The Labor Market. (Ed. Luc Weber ve Sjur Bergen). *The Public Responsibility for Higher Education and Research*. Strasbourg: Council of Europe, Publishing, 203–209.
- IED - Istituto Europeo di Design(2011). <http://www.masterstudies.com/Masters-Degree/Arts-Humanities-and-Social-Sciences/Design/Master-in-Product-Industrial-Design/Spain/IED-Istituto-Europeo-di-Design/Shoes-and-Accessories-Design-Barcelona>, Erişim Tarihi : 15. 05. 2011
- Ivanitskaya, Lana V. , Hanisko, Kaitlyn A. , Garrison, Julie A. , Janson, Samantha J., and Vibbert, Danielle (2012). Developing Health Information Literacy: A Needs Analysis From The Perspective Of Preprofessional Health Students. *Journal of the Medical Library Association*, 100 (4), 277-83.
- İCSİD,(International Council of Societies of Industrial). (2012). http://www.icsid.org/resources/design_index.htm, Erişim Tarihi:02. 07. 2012.
- İGEME (Export Promotion Center of Turkey). (2010). *Footwear In Turkey*, Republic Of Turkey Prime Ministry Undersecretariat Of Foreign Trade. <http://www.dt-hannover.de/brosur/Footwear%20in%20Turkey.pdf>, Erişim Tarihi: 12.12.2011.

- İGEME (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi). (2012). *Footwear İn Turkey*. Ankara: T.C.Ekonomi Bakanlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı. http://www.tcp.gov.tr/english/sectors/sectoringpdf/footwear_2012.pdf, Erişim Tarihi:10.10.2012.
- İSO (İstanbul Sanayi Odası). (2008). *Deri ve Deri Ürünleri Raporu*. <http://www.iso.org.tr/tr/documents/mkraporlar/derivederimamulleri%20%C4%B0geme.pdf?redirected=1>, Erişim Tarihi: 03.02. 2011.
- İstanbul Aydın Üniversitesi Bilgi Sistemi (2012). <http://www.ebs.aydin.edu.tr/index.iau?Page=BolumGenelBilgiler&BK=49&ln=tr>, Erişim Tarihi : 26. 05. 2012
- İstanbul Üniversitesi Bilgi Sistemi(2012). http://egitimdeyapilanma.istanbul.edu.tr/ders_liste.php?id=209&ref=myo, Erişim Tarihi: 11.05. 2012
- Jones, Philip. W. and Coleman, David (2005). *The United Nations and Education. Multilateralism, Development And Globalisation*. USA and Canada: Routledge Falmer.
- Kanber, Leyla (2010). *Modernizm'den Bugüne Sanat Anlayışlarının Ayakkabı Tasarımı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasar, Niyazi (2006). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karavana, Hüseyin, A. (2008). *Türkiye'de 12-17 Yaş Grubu Genç Erkeklerde Ayak Ölçülerinin Belirlenmesi ve Standardizasyonu Üzerine Araştırmalar*. Doktora Tezi Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Kastan, Cengiz (2007). *Modern Yöntemle Stampa Çıkarma*. Bursa: Türkiyeayakkabi.com.
- Kaufman, Roger (1994). A Needs Assessment Audit. *Performance & Instruction*. 33(2), 14-16.
- Kennedy, Odu (2012). Philosophical And Sociological Overview Of Vocational Technical Education In Nigeria. *OJI, College Student Journal*, 01463934 (46), (2)
- Kezar, Adrianna (2001). *Understanding and Facilitating Change in Higher Education in the 21st Century*. ASHE-ERIC Higher Education Report (ERIC NO: ED 457763). 28(4), 1-177.

- Koçu, Resat Ekrem (1969). *Türk Giyim Kuşam ve Süslenme Sözlüğü*. Sümerbank Kültür Yayınları, 31, 160-161
- Köymen, Mehmet, A.(1971). Alp Arslan Zamanı Türk Giyim Kuşamı. *Selçuklu Araştırmaları Dergisi*, 3, 51-90.
- Krueger, Alan B. And Lindahl, Mikael (2001). Education For Growth: Why And For Whom?. *Journal Of Economic Literature*, 39, 1101-1136.
- KTO (Konya Ticaret odası). (2007). *Ayakkabı Tasarım ve Stampa çıkarma*, Konya.
- Lattier, Gregory J. (2009). *The Involvement Of Business And Industry In Technical And Vocational Education*. Thesis phd. School of Business & Technology, Capella University, Minneapolis.
- LCF(London College Of Fashion) <http://www.fashion.arts.ac.uk/courses/honours-degrees/ba-cordwainers-footwear/>,
 ----<http://www.fashion.arts.ac.uk/courses/honours-degrees/ba-cordwainers-footwear/>, Erişim Tarihi: 04 .05. 2011
 ----<http://www.fashion.arts.ac.uk/media/lcf/documents/programmespecifications/ba-cordwainers-footwear-programme-specification.pdf>, Erişim Tarihi: 04 .05. 2011
 ----http://blackboard.arts.ac.uk/webapps/portal/frameset.jsp?tab_id=_115_1, Erişim Tarihi: 04 .05. 2011
- LDV- Project,(Leonardo Da Vinci) <http://www.shoe-learn.com/>,
 ----http://www.arssutoria.com/shoe_future/, Erişim Tarihi: 21. 07. 2012
- Lehto, Anne, Lind Mari and Oja.Ritva, P. (2005). *Well-heeled The Story Of Finnish Shoe*. Finland: Saarijarven Otfset Ltd.
- Lovegrove, Ross (2002). *Das Internationale Design Jahrbuch*. London: Laurence King Ltd.
- Lubbers, Ruud and Koorevaar, Jolanda (1999). Primary Globalisation, Secondary Globalisation, and the Sustainable Development Paradigm on 21 st Century Social Dynamics: Towards the Creative Society Opposing Forcesin the 21 st Century. Expo 2000, Berlin: December 6 – 7, *OECD Forum for the Future Conference*, 1-20.

- Lubke, Jean E.(2001). *Employee Development Needs Assessment/Analysis Processes: A Practical Inquiry*. Phd Thesis, Universty Of Minnesota.
- Malkan, Rajiv R.(2009). *Post-Secondary Technical Vocational Education Training: A Qualitative Case Study Of Industrial Training*. Phd. Thesis, Institute (Iti) In Maharashtra State, India.
- Market Line Industry Profile (2012). *Global Footwear*, Reference Code: 0199-0619 <http://www.marketresearch.com/MarketLine-v3883/Global-Footwear-6852770/> ,Erişim Tarihi: 12.06. 2012.
- Maxwell, Joseph A. (2005). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach* (Second Edition). California: Sage Publicaitons.
- McNeil, Peter and Riello, Giorgina (2005). The Art and Science of Walking: Gender, Space, and the Fashion-able, Body in the Long Eighteenth Century. *Fashion Theory*, 9 (2), 175–204.
- MEB (Milli Eğitim Bakanlığı) Bilgi Sistemi (2012). <http://mtegm.meb.gov.tr/okullar.asp?PAGE=Liste>, Erişim Tarihi:12.05.2012.
- Mingming Yu, Sek Ying, Chair Chan, Carmen Wh, Xiaomei Li and Kai Chow Choi (2012). Heart Failure Learning Needs Inventory. *Contemporary Nurse: A Journal for the Australian Nursing Profession* (CONTEMP NURSE), 41 (1), 70-7.
- MKU (Mustafa Kemal Üniversitesi)Bilgi Sistemi (2012). <http://www.mku.edu.tr/main.php?page=readpage&id=11193&location=antmyotekstil>, Erişim Tarihi: 12.08. 2012.
- Moeini Hosein (2003). *A Need Analysis Study For Faculty Development Programs In Metu And Structural Equation Modeling Of Faculty Needs*. Phd Thesis, The Middle East Technical University, Turkey.
- Moorman, Christine and Rust, Roland.T. (1999). The Role of Marketing. *Journal of Marketing*, 63, 180-97 (special Issue).
- MSME (MinistryOfMicro, Small &Medium Enterpises Govt of India http://www.cftiagra.org.in/english/directors_desk.htm, Erişim Tarihi: 10.05 2011.

- Nafziger, Wayne. E.(2006). *Economic Development* (4th edition). Cambridge: Cambridge University Press,
- Neriman, Erol (2010). *Mesleki Ortaöğretimde Yeni Müfredat Doğrultusunda Öğretmenlerin Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- O'Connor David and Lunati, Maria. R.(1999). Economic Opening and the Demand for Countries: A review of Theory and Evidence. *OECD Development Center, Working Paper*, 149.
- O'Donoghue, Martin (1991). *Economic Dimensions In Education*. Dublin, Ireland: Gill & Macmillan.
- Ocak, Buğra ve Gülümser, Gürbüz (2009). 7–14 Yaş Grubu Genç Erkek Çocukların Ayak Ölçülerinin Standardizasyonu. *Tekstil Ve Konfeksiyon*, 2, 157-162
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2012). <http://skills.oecd.org/hotissues/newandemergingskills.html>, Erişim Tarihi: 01. 11. 2012.
- Onur, Gülsevin (2006). *Ayakkabı*, T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
- Orhan Feza (Tarihsiz). *Forhan Free E-books*. http://www.yarbis.yildiz.edu.tr/web/userCourseMaterials/forhan_12fa843ca8c8534d73b1ffe656795939.pdf, Erişim Tarihi: 01.10.2012.
- Ornstein Allan.C. and Hunkins Francis, P. (1988). *Curriculum: Foundations, Principles and Issues*, New Jersey: Prentice Hall.
- OSYM (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi). (2012). <http://www.osym.gov.tr/belge/1-13589/2012-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki.html>, Erişim Tarihi: 03.10.2012.
- Otar, İsmail (2007). 1640 ve 1928 Yıllarında İstanbul'da Ayakkabı (Ed.Emine G.Naskali). *Ayakkabı Kitabı* (2.Baskı). İstanbul: Kitabevi, 255-263
- Ögel, Bahaeddin (1978). Türklerde Giyecek ve Süslenme. *Türk Kültür Tarihine Giriş V*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

- Özçörekçi, Mustafa ve Öngüt, Emrah (2005). *Dünya'da ve Türkiye'de Deri ve Deri Ürünleri Sanayinin Gelişme Eğilimleri Ve Geleceği* (Yayın No: DPT: 2685). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Özdemir, Mehmet S. (2010). İlköğretim Öğretmenlerinin Alternatif Ölçme ve Değerlendirme Araçlarına İlişkin Yeterlikleri Ve Hizmet İçi Eğitim İhtiyaçları. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Güz, 8 (4), 787-816
- Özihtiyar, Nil (2007). *Uluslararası Ticaret Merkezi (Itc) Projesi Kapsamında Örnek Ürün Analizleri Çalışması, 4203 Gtip No Kodlu Deri Giyim Sektörü*, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası.
- Özsoy, Ceyda (2007). *Türkiye'de Mesleki Ve Teknik Eğitimin İktisadi Kalkınmadaki Yeri Ve Önemi*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Eskişehir.
- Park, Juyeon and DeLong, Marilyn (2009). Understanding New Technology Adoption In The Apparel And Footwear Industry Within A Social Framework: A Case Of Rapid Prototyping Technology. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 2 (2), 101 – 112.
- Parker, Philip M. (2009). *The 2009 Import and Export Market for Sports Footwear in Turkey*. Singapore, France: İCON Group Ltd.
- Pattison, Angela and Cawthorne, Nigel (1998). *A Century Of Styl: Shoes*. London: Apple Press.
- Peacock, John (2005). *Shoes The Complete Sourcebook*. London: Thames & Hudson Ltd.
- POLİMODA (2011). <http://www.polimoda.com/en/courses/course-post-diploma/footwear-and-accessories-design.html>, Erişim Tarihi: 15.05. 2011.
- Politecnico Cocalzaturiero (2011). <http://www.politecnicocalzaturiero.it/main.asp?menu=3>, Erişim Tarihi: 10. 05. 2011.
- Pratt, Lucy and Woolley, Linda (2008). *Shoes* , London: V& A Publishing
- Ray, Debraj (1998). *Development Economics*. New Jersey, Princeton: University Press.

- Reilly, Maureen (1998). *Hot Shoes 100 years*. England: Schiffer Publishing ltd.
- Reynolds, Helen (2004). *A Fashionable History Of The Shoe*. UK: Heinemann Library.
- Riello, Giorgio and McNeil Peter (2006). *Shoes: A History From Sandals To Sneakers*. Oxford and Newyork: Bery.
- Sağ Ramazan ve Sezer Ramazan (2012). Analysis of the Professional Needs of the Teachers of Multigrade Classes. *İlköğretim Online*.11(2), 491-503.
- Sağol, Gülден (2007). Ayakkabı İle İlgili Kelimeler Üzerine (Ed.Emine G.Naskali). *Ayakkabı Kitabı* (2.Baskı). İstanbul: Kitabevi, 19-33.
- Saikumar C. J (2002). Adhesives In The Leather Industry -Perspectives For Changing Needs. *Adhesion Sci. Technol*, 16 (5), 543–563.
- Sakaoğlu, Necdet ve Akbayar, Nuri (2002). *Derinin Anadolu'da Bin Yıllık Öyküsü*. İstanbul: Creative yayıncılık.
- SATAEDU(2012).
http://sataedu.fi/fi/koulutukset/perustutkinnot/jalkinealan_koulutusohjelma_suu_tari_p_iv_opiskeluna, Erişim Tarihi: 15.06. 2012.
- Satya Dewi, E.(2003). *Community Values, Education And Work: Child Labor In Indonesia. The Case Of The Household Footwear Sector İn Cibaduyut And Cangkuang Kulan, Bandung*. Master Thesis, Universty Of Massachusetts Lowell, USA.
- Schmitz Herbert (2006). Learning and Earning in Global Garmentand Footwear Chains. *The European Journal of Development Research*, 18(4), 546 – 571.
- Selçuk Üniversitesi Bilgi Sistemi(2012). <http://alaeddin.cc.selcuk.edu.tr/bolumler/ayakkabi/index.htm>, Erişim Tarihi: 26.05.2012.
- Semerci, Çetin ve Semerci, Nuriye (2001). Program Geliştirmede Delphi, Dacum ve Meslek Analizi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 241-250.
- Sezgin, İlhan, S.(2009). *Mesleki ve Teknik Eğitimde Program Geliştirme* (5.Baskı) , Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- SKYLIFE Dergisi (1999). Kasım Sayısı, Türk Hava Yolları.
- Skyrme, Tim (2006). *Bespoke Shoemaking*. Australia: Rams Skull Press.
- Sönmez, Murat (2008). Türkiye’de Mesleki Ve Teknik Örgün Öğretimin Sorunları Ve Yeniden Yapılandırılma Zorunluluğu, *Eğitim ve Bilim*, 33(147), 71-84.
- SSOT (Střední škola Obchodně Technická S.R.O. Zlín). (2012) .
<http://www.ssot.cz/Info/4/Dalsi-vzdelavaci-aktivity>, Erşim Tarihi: 8.04. 2012.
- Stevens, Philip and Weale, Martin (2003). Education and Economic Growth. *National Institute of Economic and Social Research*, 2, London: Dean Trench Street.
- Stevenson, John (2003). *Developing Vocational Expertise: Principles and Issues in Vocational Education*. CrowsNest, N.S.W. Allen&Unwin. PageNumber: 27.
- Streeten, P. (2008). The Meaning And Measurement Of Development (Ed. By Dutt, Amitava Krishna, JaimeRos). *International Handbook of Development Economics*, England, Vol. 1, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, 3-16.
- Sukmaya, Lama (2012). Vocational Education and Training: the role of ODL. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(3), 1-6.
- Sünbül, Ali M. (2007). *Öğretim İlke ve Yöntemleri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Sürenkök, Ruhi (1994). *Ayakkabı Öğreniyorum*. 2.Cilt, İzmir: Sepiciler Holding.
- Şahin, Mehmet (2010). *Mesleki Ve Teknik Eğitimde Sanal Eğitim Uygulaması: Beklentiler Ve Öğrenci Başarısına Etkisi*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Şahin, Mehmet, Erişen Yavuz ve Çeliköz Nadir (2012). Virtual Training In Vocational Education: Footwear Training, *Journal of Educational and Instructional Studies In The World*, 2 (2), 19-23
- Şen, Mesut (2007). Ayakkabı ve Dil (Ed.Emine G.Naskali). *Ayakkabı Kitabı* (2.Baskı). İstanbul: Kitabevi
- Şenses, Fikret (2007). Uluslararası Gelişmeler Işığında Türkiye Yükseköğretim sistemi: Temel Eğilimler, Sorunlar, Çelişkiler ve Öneriler, *ERC Working Papers in Economics Growth*, Melbourne Institute Economic and Social Outlook Conference, April 4-5, s. 1-26.

- Taba, Hilda (1962). Curriculum Development Theory and Praticce, Newyork
- Tansuğ, Sezer. (1988). Anadolu’da mAyakkabı Kültürü. *Türkiyemiz Dergisi*, 68, 38-41.
- TASD (Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği). (2012). *Türkiye Ayakkabi Sektörünün 2011 Yili İhracat – İthalat Değerlendirmesi*. TASD Sekreterliği.
- Tezcan, Mahmut (1985). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayinlari, No: 150, Ankara.
- Thomas, Joffi and Gupta, Rajen, K. (2005). Marketing Theory And Practice: Evolving Through Turbulent Times. *Global Business Review*,6 (1), 95-114.
- Thompson, Francesca M. and Coughlin Michael J.(1994).The High Price of High-Fashion Footwear. *The Journal of Bone and Joint Surgery* 6, 1586-1593.
- TOBB(Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği).(2007).*Türkiye’de Mesleki Ve Teknik Eğitim Konusundaki Temel Sorunlar Ve Çözüm Önerileri*. Ankara: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Mesleki Eğitim Komisyonu.
- Tomas Bata University, http://web.fmk.utb.cz/?id=0_2_7_2&lang=en&type=0, Erişim Tarihi: 05.01.2012.
- TUSİAD (Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği).(2008). *Türkiye’de Yükseköğretim: Eğilimler, Sorunlar Ve Fırsatlar*, Türk Sanayicileri ve İş adamları Derneği (Jarmo Visakorpi ,Fuada Stankovic ,JulioPedrosa Christina Rozsnyai Bu rapor, TÜSİAD’ın girişimiyle, EUA tarafından hazırlanmıştır).
- Türkmen, Fatih (2002). *Eğitimin Ekonomik ve Sosyal Faydaları ve Türkiye’de Eğitim- Ekonomik Büyüme İlişkisinin Araştırılması*. DPT, Uzmanlık Tezi (Yayın no: DPT: 2665). Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara: 4-21.
- Ünal Suat, Çoştu Bayram ve Karataş Faik Ö.(2004).Türkiye’de Fen Bilimleri Eğitimi Alanındaki ProgramGeliştirme Çalışmalarına Genel Bir Bakış, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(2), 183-202.
- Varış, Fatma (1981). *Eğitimde Program Geliştirme, Teori ve Teknikler*. Ankara: A.Ü. Basımevi.

- Varlas, Laura (2004). Creating A Clear Path For Career Education. *Curriculum and Technology Quarterly*, 14, 2-4. <http://www.ascd.org/publications/ctq/fall2004/Creating-a-Clear-Path-for-Career-Education.aspx>, Erişim Tarihi: 10.10.2012.
- VTC-Shoe(Virtual Training Center For Shoe Design).(2011). http://vtc.shoedesign.ro/index.php?option=com_content&view=category&id=126&Itemid=294&lang=en, Erişim Tarihi:18.05. 2011.
- Watkins, Ryan, Meiers, Maurya W and Visser Yusra L.(2012). *A Guide to Assessing Needs*. Washington: The World Bank.
- Webster, Frederick. E. Jr (2005). A perspective on the evolution of marketing management. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24 (1), 121-126.
- Wiles, John and Bondi, Joseph (1993). *Curriculum Development: A Guide To Practice* (4 th.ed). USA: Macmillan Publishing Company.
- Witana, Channa P., Feng, Jiejian and Goonetilleke Ravindra, S.(2004). Dimensional differences for evaluating the quality of footwearfit, *Ergonomics*, 47(12),1301-1317.
- Xiong, S., Zhao, J., Jiang, Z. And Dong, M. (2010) A Computer-Aided Design System ForFoot-Feature-Based Shoe Last Customization. *Int J AdvManuf Technol*, Springer-Verlag London, 46, 11–19.
- Yelmen, Hasan (2007). 2400 Yıllık Türk Ayakkabıcılığı (Ed. Emine G. Naskali).*Ayakkabı Kitabı* (2.Baskı). İstanbul: Kitabevi, 275-279.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2000). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÖK (Yüksek Öğretim Kurulu). (2007). Türkiye'nin Yüksek Öğretim Stratejisi. Ankara. <http://bologna.yok.gov.tr/files/afe0aa6b160fb68b9edbe4722e1c0f7b.pdf>), Erişim Tarihi: 02.06.2012.
- Yue, Charlotte and Yue, David (1997). *Shoes: History in Words And Pictures*. New York: Houghton Mifflin Company.

Kişisel Görüşme

Ali Süme: (12.12.201). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Adana.

Aykut Büyükekşi: (10.05.2011). Ziyilan Grup Yönetim Kurulu Üyesi ve Hissedarı, İstanbul.

Cem Karakız: (14.08.2012.) S.Ü. Teknik Bilimler MYO, Tekstil, Giyim, Ayakkabı ve Deri Bölümü, Öğr.Gör.Konya.

Cengiz Kastan: (12.05.2011). Özel İstanbul Aydın Üniversitesi, Ayakkabı Tasarımı Ve Üretimi Bölüm Başkanı, İstanbul.

Deniz Leblebici: (17.08.2012). Doç. Dr. İTÜ. Endüstriyel Tasarım Bölümü Öğretim Üyesi, Ayakkabı Tasarımcısı.

Gemma Robertson: (18.07.2011). London Collece Of Fashion, İnsan Kaynakları Servisi, İngiltere.

Gökhan Oral: (09.03.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Hatay

Hasan Uzman: (10.03.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Konya.

Hüseyin Uzun: (20.03.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Ankara

İan Goff: (09.07.2011). London College Of Fashion, Ayakkabı Bölümü Öğretim Elemanı, İngiltere.

İbrahim Aytekin: (22.03.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Bursa.

İhsan Yılmaz: (04.01.2012). Ayakkabıcılar Sitesi Yöneticisi, Gaziantep.

İpek Yılmaz: (13.05.2011). Nr: 39 Ayakkabı Markası Sahibi, Yöneticisi ve Tasarımcısı, İstanbul.

İslam Şeker: (12.05.2011). Türkiye Ayakkabı Sanayiciler Dernek Başkanı, İznik Yönetim Kurulu Üyesi ve TASEV 2. Başkanı, İstanbul.

İsmail Kacaroğlu: (01.02.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Denizli.

Julia Gaimster : (18.07.2012). London College Of Fashion E-Learning Sorumlusu, İngiltere.

Leyla Kanber: (13.05.2011). Ayakkabı Tasarımcısı, İstanbul.

- Lynne Hammond: (08.07. 2011). London College Of Fashion, Uluslararası Ofis Başkanı, İngiltere.
- Mehmet Akbacakoğlu: (14.04.2011). Ayakkabı Dünyası Sahibi Ve Yönetim Kurulu Başkanı, Ankara.
- Mehmet Bardakçı: (05.02.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Malatya.
- Mehmet Kaban: (11.05.2011). Cabani Ayakkabı, Sahibi ve Yönetim Kurulu Başkanı.
- Mehmet Narin: (25.01.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Manisa.
- Metin Kara: (03.03.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Trabzon.
- Mustafa Nalçacı: (10.04.2012). Greyder Ayakkabı Fabrikası, Sorumlu Yönetici, İskilip, Çorum.
- Neslihan Çelik: (13.05.2011). Ayakkabı Tasarımcısı, İstanbul.
- Ömer Uçtu: (12.08.2012). Gaziantep, Naci Topcuoğlu MYO. Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölüm Başkanı.
- Radim Kocourek: (13.07.2012). Tomas Bata Üniversitesi, Ayakkabı Tasarımı Ve Üretimi Bölümü Öğretim Elemanı. Çek Cumhuriyeti.
- Rıfat Arıkan: (03.12. 2011). Sabancı KML. Ayakkabı Bölüm Başkanı, Adana.
- Rıza Aslan: (12.05.2011). Tasev Ayakkabıcılık Meslek Lisesi, Ayakkabı Öğretmeni, İstanbul.
- Robin Kerr: (15.07.2011). University Of Northampton, Ayakkabı Bölümü Öğretim Elemanı, İngiltere.
- Sue Sanders: (09.07.2011). London College Of Fashion Ayakkabı Tasarımı Bölüm Başkanı, İngiltere.
- Tahsin Güzel: (26.01.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, İzmir.
- Yaşar Duygal: (04.02.2012). Ayakkabıcılar Odası Başkanı, Kahramanmaraş.

EKLER**Ek 1. London College Of Fashion Davet Mektubu ve Çalışma Programı**

University of the
Arts London
London College
of Fashion

26 May 2011

To whom it may concern

Re: Perihan Tunc, Vocational Education Craft Trainer

I refer to Ms Perihan Tunc, who is invited to visit London College of Fashion and visit the Cordwainer and the Learning facilities of our college on Monday 11 July and Monday 18 July 2011, respectively. We are also pleased to invite her to attend the external and internal exhibitions of student work, to be held in London on 8 and 18 July.

Ms Tunc will be travelling to London in her capacity as Crafts Teacher at the Faculty of Vocational Education at Selcuk University (Turkey) with the purpose to explore the Foot wear programmes being delivered at the London College of Fashion (LCF) and the practices being used.

We should be grateful if you would support the visit of Ms Tunc by providing her with the necessary fund so that our cost under take her trip over seas. Her visit Schedule will be coordinated by the International Partnerships Development team at London College of Fashion, which can be contacted via email at ieco@fashion.arts.ac.uk or telephone at +4420 7514 7658.

Yours sincerely,



Dr Lynne Hammond

Manager of International Educational Consultancy London College of Fashion,
University of the Arts London

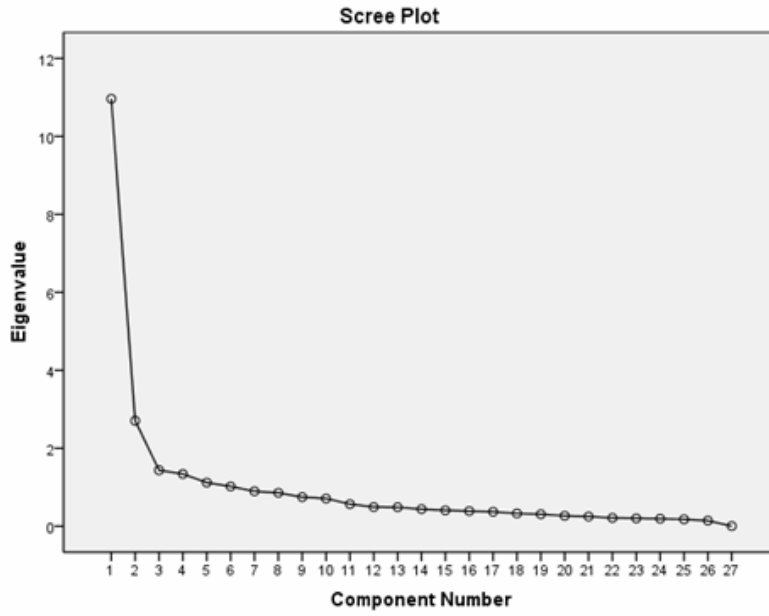
El.j.hammond@fashion.arts.ac.uk

Visit to London College of Fashion

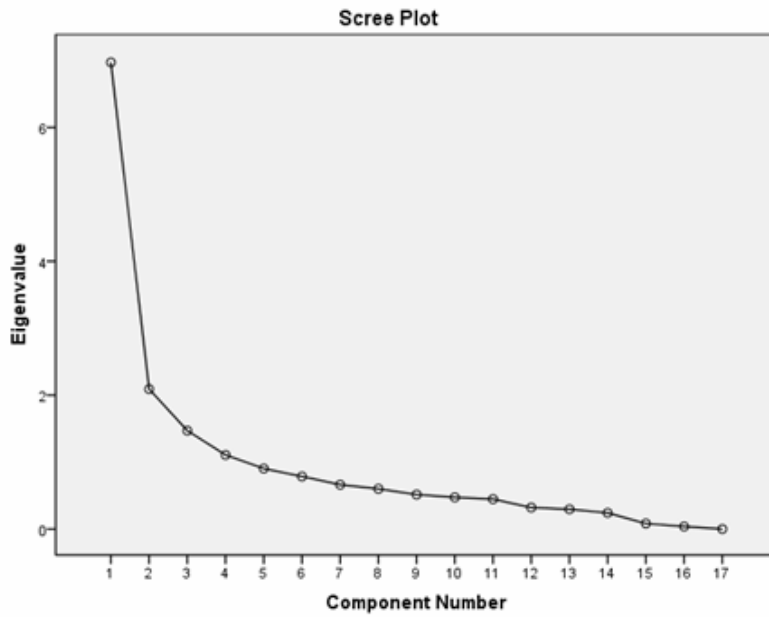
Name of Visitor	Perihan Tunc
International Institution	Selcuk University
Position/Title	Phd Student
Dates of Visit	Friday 8 th July – John Princes Site Monday 11 th July – Golden lane Monday 18 th July – JPS Site and GL
Purpose of visit	To view footwear learning environments/studios To view final year UG students portfolios/collections To view LCF Library, learning resources and IT facilities – JPS site To understand the pedagogic approach of student centred learning
Visit Schedule/Timetable	Friday 8th July 8 July @ 10am: meeting with Lynne Hammond re international partnerships development 8 July @ 11am: visit to Library and observation of Footwear T&L resources 9 July - A self directed research pack has been put together 11 July @ 10am: meeting with Sue Saunders re Footwear programme at Golden Lane 11 July @ 11am: tour of Golden Lane facilities with Ian Goff 18 July @ 10am: visit of CAD/CAM facilities at JPS 18 July @ 11am: meeting with Julia Gaimster re LCF Virtual Learning Environment 18 July @ 12pm: meeting with Gemma Robertson at FBRS 18 July @ 1pm: lunch at JPS 18 July @ 2pm: meeting with Lynne Hammond re student centred learning 18 July @ 6pm: visit to internal exhibition at Golden Lane with Steven Dell
Preparation before visit	Read the BA/FdA Footwear Course Specification and course information http://www.fashion.arts.ac.uk/courses/footwear_accessories.htm Email and read the UAL Directory Read and look at websites listed to become more aware of London Research Pack July 11 Read -Research and Idea Development PP (Inspire Wiki year 2) Read portfolio advice - http://www.fashion.arts.ac.uk/courses/portfolio-advice.htm Look at website for showcase and events - http://www.fashion.arts.ac.uk/2011/
Information for the visit	Give LCF 2011 Graduates Newspaper Example of a footwear Project Brief with PPD Pigeons and Peacocks

Ek 2. Faktör analizi

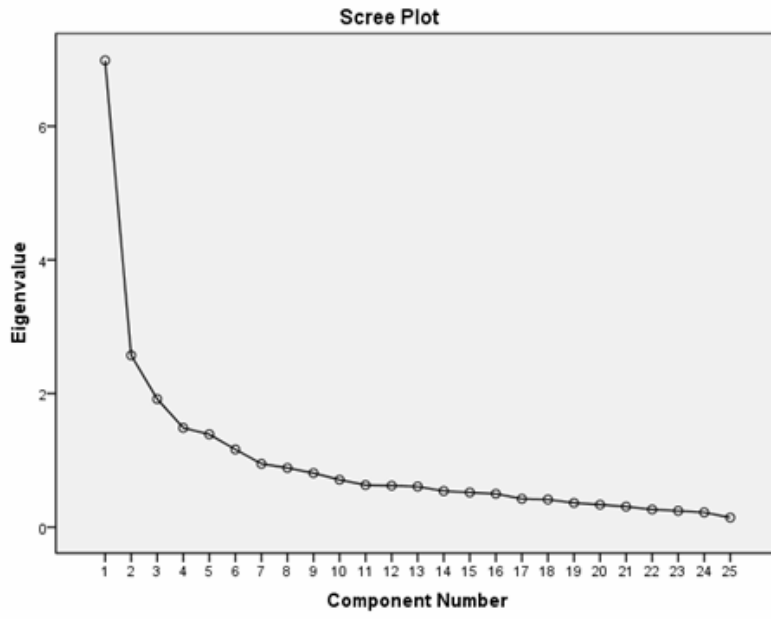
Grafik 1: Temel Yeterlikler Ölçeği Faktör Analizi Grafiği



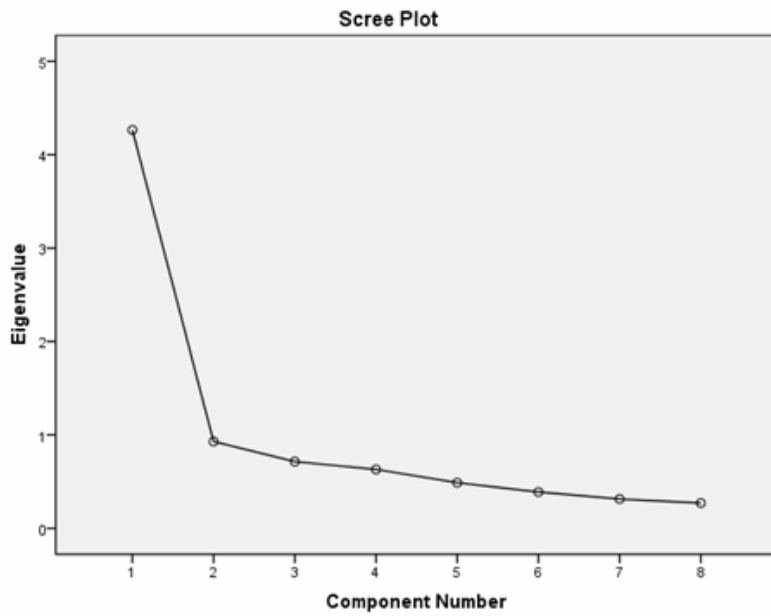
Grafik 2: Tasarım Yeterlikler Ölçeği Faktör Analizi Grafiği



Grafik 3: Üretim Yeterlikleri Ölçeği Faktör Analizi Grafiği



Grafik 4: Pazarlama Yeterlikleri Faktör Analizi Grafiği



Component Matrix^a

	Component
	1
tas4	,733
tas12	,723
tas11	,709
tas6	,699
tas13	,687
tas2	,681
tas8	,676
tas5	,666
tas15	,649
tas17	,639
tas16	,639
tas7	,631
tas10	,593
tas9	,592
tas14	,581
tas3	,492
tas1	,408

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
te21	,819	
te20	,817	
te24	,811	
te23	,731	
te22	,726	
te19	,720	
te25	,610	
te15	,563	,518
te26	,559	,505
te10	,527	,505
te14	,495	,448
te16	,495	,460
te2		,827
te1		,826
te12	,349	,681
te13	,392	,633
te9	,405	,597
te8	,412	,593
te11	,445	,582
te6	,399	,566
te7	,366	,545
te5	,392	,534
te4		,495
te18	,385	,474
te17	,428	,463
te3		,382
te27		

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
ÜR19	,845		
ÜR20	,748		
ÜR18	,722		
ÜR25	,700		
ÜR24	,680		
ÜR21	,645		
ÜR23	,584		
ÜR17	,494	,382	
ÜR16	,493	,354	
ÜR22	,477	,368	
ÜR13	,439		
ÜR6		,698	
ÜR7		,692	
ÜR8		,629	
ÜR9		,556	
ÜR11		,541	
ÜR12		,478	
ÜR15	,377	,450	
ÜR10		,422	,353
ÜR14	,377	,406	
ÜR2			,858
ÜR4			,798
ÜR3			,797
ÜR1			,647
ÜR5			,397

Component Matrix^a

	Component
	1
PAZ4	,805
PAZ5	,804
PAZ2	,773
PAZ3	,767
PAZ6	,723
PAZ7	,669
PAZ1	,650
PAZ8	,626

Ek 3. Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Anketi

AYAKKABI TASARIMI VE ÜRETİMİ LİSANS PROGRAMINA YÖNELİK İHTİYAÇ ANALİZİ

Değerli Katılımcı,

Bu anket, 'AYAKKABI TASARIMI VE ÜRETİMİ LİSANS PROGRAMINA YÖNELİK EĞİTİM İHTİYACININ BELİRLENMESİ' konulu doktora tez çalışması için gerekli verileri sağlamak amacıyla düzenlenmiştir. Bu veriler doğrultusunda mevcut programların geliştirilmesine katkıda bulunmak, oluşturulacak programlara öneriler sağlamak ve eğitim ihtiyacını belirlemek hedeflenmektedir. İhtiyaç Analizi, nitelikli eğitim programlarının hazırlanabilmesinin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca İhtiyaçların doğru tespit edilmesi, Türkiye Ayakkabı Sektörünün gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Bu nedenle, tasarımcılar, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, eğitimciler ve sektör çalışanları başta olmak üzere sektör ile ilgili olan herkesin görüşüne ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu ankette; Lisans programını tamamlamış bir bireyde bulunması gereken yeterlikler, araştırmacı tarafından, dünyadaki Ayakkabı Lisans programları incelenerek, Türkiye de ise ilgili tüm programlar incelenerek, uzmanlarla birlikte titiz ve uzun bir çalışma sonucunda oluşturulmuştur. Ancak bu yeterliklerin gerekliliği, gereklilik derecesi siz katılımcıların görüşleri ile belirlenecektir.

Anket sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır. Sizlerin vereceği objektif samimi cevapların, bilimsel güvenilirliği yüksek, nitelikli bir araştırma için çok önemli olduğunu vurguluyor, ilgi ve katılımınız için teşekkür ediyorum.

Anket çeşitli bölümlerden oluşmaktadır. Yeterliliğin gerekli olup olmadığı ve gereklilik derecesine ilişkin görüşünüzü ilgili seçeneğin üzerine tıklayarak belirtiniz. Saygılarımla

Öğr. Gör. Perihan Tunç

Perihan Tunç

Selçuk Üniversitesi

Sanat ve Tasarım Fakültesi

Tel : 0 332 2231722-05327933804

email : ptunc1@hotmail.com

1. Aşağıda kişisel bilgileriniz istenmektedir. Lütfen belirtiniz.

Yaşınız	<input type="text"/>
Cinsiyetiniz	<input type="text"/>
Mesleğiniz	<input type="text"/>
Çalışma Yılıınız	<input type="text"/>
Eğitim Durumunuz(Tamamladığınız)	<input type="text"/>
Yaşadığınız Şehir	<input type="text"/>

2. Çalıştığınız kurum aşağıdaki kategorilerilerden hangisine girmektedir

Diğer (lütfen belirtin)

*

3. Aşağıda AYAKKABI TASARIMI VE ÜRETİMİ BÖLÜMÜ 4 yıllık lisans programından mezun olan bir bireyde bulunması gereken yeterlikler listelenmiştir.Yeterliliğin uygun olup olmadığı,önem derecesine ilişkin görüşünüzü ilgili seçeneği tıklayarak işaretleyiniz

10. PAZARLAMA SÜRECİNE İLİŞKİN YETERLİLİKLER

	uygun değil	Oldukça	Çok	Kısmen	Az	Önemsiz
69.Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerdeki değişiklikleri takip edebilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70. Pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
71.Pazarlama maliyet yarar analizi yapabilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72.Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73.Etkili pazarlama araştırmaları yapabilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
74.Reklam ve tanıtım yapabilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
75.Ambalaj - paketleme ile ilgili teknik bilgileri etkili olarak kullanabilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
76.Marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Lütfen konu ile ilgili eklemek istediğiniz görüş ve düşüncelerinizi yazınız.



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

- 1. Adı Soyadı** : Perihan Tunç
2. Doğum Tarihi : 01.07.1962
3. Unvanı : Öğretim Görevlisi
4. Öğrenim Durumu :

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Dekoratif Ürünler ve çiçek Eğitimi	Gazi Üniversitesi	1996
Y. Lisans	El Dokumaları ve Örgüleri Eğitimi	Selçuk Üniversitesi	1998
Doktora	Eğitim Bilimleri	Selçuk Üniversitesi	2013

Yüksek Lisans Tezleri

Derbent, Küçükmuhsine ve Başarakavak Halıları

Doktora Tezleri

Saracıye ve Ayakkabı Tasarım ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyacının Belirlenmesi

Yayımlar

Kitap:Öze Doğru...Denemeler 1.baskı 2000

2.baskı 2001 Konya

Makale: Derbent Halıcılığı ve geliştirilmesi için öneriler, Lonca Dergisi Yıl 2003 sayı 11 Konya

Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında basılan bildiriler

- Derbent, Küçük Muhsine ve Başarakavak Yörelerinde Geçmişten Günümüze Halıcılık
- 1. Ulusal Türk El Dokumalarına Yaklaşım ve sorunları Sempozyumu 12 mayıs 1998 Konya s. 12-20

- 2. Nuzumla (yaylacık) Kilimleri 3. Ulusal Türk El Dokumalarına Yaklaşım ve sorunları Sempozyumu

Diğer Yayınlar:

- S.Ü. Mesleki Eğitim Fakültesi El Sanatları Eğitimi Bölümü Mezunlarının Bölümlerine İlişkin Görüşleri 19.Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı 16-18 Eylül 2010 Lefkoşe, Kıbrıs ,

Uluslar arası Bildiriler

- Reflections On The Enhancement Of The Learning Experience Through Variation Of The Medium Used In The Teaching Of Leather-Working Techniques. The Second Asian Conference on Education December 2-5 2010, The Ramada Osaka, Osaka, Japan

Projeler

- Selçuk Üniversitesi ve Adalet Bakanlığı, Konya E- Tipi Cezaevi Sosyal Psikolojik Destek Projesi Kapsamında 13-18 Yaş Arası Tutuklu ve Hükümlü Çocuklara Gurup Aktivitesi,
- Selçuk Üniversitesi Sağlık Kasabası Kardeş Köy Projesi Kapsamında Sağlık Kasabası İlköğretim Okulu Öğrencilerine Kendini Gerçekleştirme Eğitimi
- Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Dost Eli Derneği Eşlerinden Boşanmış Kadınların Toplumda Statülerin Yükseltilmesi Amacıyla yürütülen “Toplumdaki Yerim” projesinde kendini gerçekleştirme eğitimi

Sergiler

- Derbent, Küçükmuhsine Başarakavak Halıları Desen çalışmaları –Kişisel sergi
- Berlin textil Art ,2010 Haziran Berlin-Germany
- Doğadan Deriye – Atölye Deri çalışmaları 2005 -15-21 Aralık Kule Site AVM.Konya
- Pencereler –Atölye Deri Çalışmaları 2006 –Ocak - Kule Site AVM.Konya
- Ağaçlar - Atölye Deri Çalışmaları- 2008 Şubat - Kule Site AVM.Konya

Tasarım Tescil Belgesi

- Türkiye Patent Enstitüsü- Folklorik bebek Başı -2005

Ödüller

- Çeşitli Kurumlar tarafından verilen çok sayıda teşekkür ve takdir ödülleri, aylıkla ödüllendirme belgesi

Son İki Yılda Yürütmüş Olduğu Dersler

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2010 2011	Güz	Deri Giyim Aksesuarları Tasarımı ve Yapımı	3	1	50
		Meslek Analizi	2	0	120
		Tabii Bitki Morfolojisi	2	0	50
		Folklorik Bebek Yapım Teknikleri	4	2	25
		Okul Deneyimi	1	4	50
	İlkbahar	Deri Ev Aksesuarları Tasarımı ve Yapımı	3	1	50
		Mikro Öğretim Yöntemleri	2	2	50
		Okul Deneyimi	1	4	50
		-			
	2011 2012	Güz	Deri Giyim Aksesuarları Tasarımı ve Yapımı	3	1
Meslek Analizi			2	0	50
Tabii Bitki Morfolojisi			2	0	50
İlkbahar		Deri Ev Aksesuarları Tasarımı ve Yapımı	3	1	50
		Mikro Öğretim Yöntemleri	2	2	50
		Okul Deneyimi	1	4	60