

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

Ayakkabı Endüstrisinin Beklentilerine Uygun Ayakkabı Tasarımı Önlisans Eğitim Programı Önerisi

Shoe Design Education Program for Associate Degree Due to Expectations of Shoe Industry

Pınar TÜRKDEMİR¹,
Orcid: 0000-0003-2220-3370

Zübeyde Gözde ERYAŞAR²,
Orcid: 0000-0002-8759-2138

DOI: 10.54976/tjfdm.1244510

Alınış (Received): 30.01.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 21.02.2023

¹ Asst. Prof., Dr., Başkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Textile and Fashion Design, Ankara, Türkiye

² Master Degree, Başkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Textile and Fashion Design, Ankara, Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Pınar TÜRKDEMİR
pkatilimis@baskent.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Ayakkabı endüstrisi, Ayakkabı tasarımı eğitimi, Ürün tasarımı, Moda tasarımı ve markalaşma, Ayak giyimi

Keywords:

Shoe industry, Shoe design education, Product design, Fashion design and branding, Foot wear

ÖZ

Türkiye için önemli endüstrilerden birisi olan ayakkabı endüstrisinin ulusal ve uluslararası alanda markalaşmasının önündeki en önemli engellerden birisinin nitelikli insan kaynağı eksikliği olduğu varsayılmaktadır. Bu nedenle, çalışmada, ayakkabı endüstrisinde istihdam edilecek insan kaynağının "ayakkabı tasarımı" alanında uzman olmasını sağlayacak bir ön lisans eğitim programı önerisinin hazırlanması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, nitel araştırma yöntemlerinden alan araştırması deseni kullanılıp yargısal (kasıtlı) örnekleme yöntemiyle belirlenen tasarım ayakkabı üreten firma yöneticilerine ulaşılmıştır. İlk etapta, 30 ayakkabı firmasıyla telefon ve e-posta kullanılarak iletişime geçilmesine karşın sadece 9 firma yöneticisi görüşmeyi kabul etmiştir. Katılımcı firma yöneticilerinin fikir ve görüşleri önceden yapılandırılmış görüşme yöntemiyle sorulan açık uçlu sorularla öğrenilmiştir. Elde edilen veri betimsel analiz modeliyle yorumlanmış ve ayakkabı tasarımcılarının sahip olması gereken bilgi, beceri ve niteliklere karar verilmiştir. Daha sonra bu niteliklere sahip olabilmek için eğitim programında alınabilecek dersler ve ders içerikleri belirlenmiştir. Böylece, ayakkabı tasarım eğitiminin nasıl olması gerektiği tespit edilerek ön lisans eğitim programı önerisi geliştirilmiştir. Bu araştırma neticesinde önerilen ön lisans eğitim programı derslerini başarıyla tamamlayan mezunların "ayakkabı endüstrisinin" ihtiyaç duyduğu ayakkabı tasarımcısı insan kaynağını sağlayacağı değerlendirilmiştir.

ABSTRACT

It's been assumed that one of the most important obstacles to the international branding of the shoe industry, which is one of the important industries for Turkey, is the lack of qualified human resources. For this reason, it was aimed to prepare an associate degree training program suggestion that will enable the human resources to be employed in the shoe industry to specialize in the field of "shoe design". For this purpose, by using the field research design, which is one of the qualitative research methods, the managers of the companies producing the design shoes determined by the judgmental (intentional) sampling method were reached. In the first stage, although 30 shoe companies were contacted by telephone and e-mail, only 9 company managers agreed to meet. The ideas and opinions of the participant company managers were learned through open-ended questions asked by pre-structured interview methods. The obtained data was interpreted with the descriptive analysis model and the knowledge, skills and qualifications that shoe designers should have were decided. Then, in order to have these qualifications, the courses that can be taken in the training program and the course contents were determined. Thus, by determining how shoe design education should be, an associate degree education program proposal was developed. As a result of this research, it has been evaluated that the graduates who successfully complete the recommended associate degree education program will provide the shoe designer human resources that the "shoe industry" needs..

Kaynak gösterimi: Türkdemir, P., Eryaşar, Z.G., (2023). "Ayakkabı Endüstrisinin Beklentilerine Uygun Ayakkabı Tasarımı Önlisans Eğitim Programı Önerisi", TJFDM, 2023, 5 (1): 16-35

How to cite: Türkdemir, P., Eryaşar, Z.G., (2023). "Shoe Design Education Program for Associate Degree Due to Expectations of Shoe Industry", TJFDM, 2023, 5 (1): 16-35

1. Giriş

Anadolu medeniyetleri ve göçebe toplumlarının birikimleriyle gelişen ve sosyal hayatın önemli göstergelerinden sayılan giyim, kuşam ve ayakkabı gibi el işçiliğinin ön planda olduğu ürün ve araçlardan oluşan zengin kültürel mirasımızın (Maktal Erbaş, 2019) ayakkabı tasarımına yön verebileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, günümüzde moda endüstrisinin önemli bir istihdam alanını da oluşturan ayakkabıcılık endüstrisi Türkiye gibi gelişmekte olan dünya ülkeleri için ekonomik kalkınmanın lokomotif gücü sayılmaktadır (Çelik, 2010). Ancak, sahip olduğu tarihi ve kültürel mirasa rağmen Türkiye’de ayakkabı ve ayakkabıcılığa yeterince sahip çıkılmaması (Tunç, 2013) bu çalışmanın önemsendiği bir konudur.

Ayakkabı endüstrisindeki bu potansiyelini kullanamadığı yapılan istatistiklerle her yıl ortaya konmaktadır (TASD, 2021). Hem üretim kapasitesi yeterince kullanılmamakta hem de doğru ve yenilikçi stratejilerle marka ve tasarımlar yaratılamamaktadır. Hatta, Türk ayak yapısına uygun olmayan İtalyan modelleri kopyalanarak çıkarılan kalıplar, yaratıcı tasarımların ortaya çıkmasına da engel olmaktadır (Sönmez, 2009). İstihdam açısından da önemli bir yer tutabilecek olan endüstride çalışan insanların alanlarından koştukları istatistiksel verilerde sıkça bahsi geçen önemli bir diğer sorun olma özelliğine sahiptir (Tunç, 2013).

Dünya genelinde adından söz ettiren bir ayakkabı markası bulunmayan Türkiye’de İDMİB (İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği)’nin rekor ihracat verisi olarak ilan ettiği 2021 ihracat verilerinde 932 milyon dolar, 277 milyon çift ayakkabı miktarına bölündüğünde ayakkabı başına kazanılan paranın 62 Türk Lirası olduğu ortaya çıkmaktadır. Aynı raporda İDMİB birim fiyatını 12 dolar olarak açıklamaktadır. Bu durum ayakkabı ihracatında katma değeri yüksek ürün üretilmediğinin bir göstergesidir. Adından söz ettiren bazı Türk ayakkabı tasarımcıları ise kendi özel çabaları ile dünyanın kabul ettiği başarıları imzalama şansını yakalıyorlar.

Dünyayı etkileyen COVID-19 pandemisi döneminde alınan önlemlerle birlikte, bazı ülkeler ve bazı sektörlerde faaliyetler durma noktasına gelmiştir (Öndoğan ve Öndoğan, 2021). Dünya ayakkabı üretiminde güçlü bir aktör olan Çin’de de son yıllarda 2 milyondan fazla ayakkabıyı daha az ürettiği ve %4’lük bir pazar payının Avrupa’ya kaydığı bildirilmektedir (The World Footwear Yearbook, 2020). Tam bu noktada, Türkiye, Avrupa pazarına yakınlığının avantaja dönüşebilecek olmasına rağmen ayakkabıcılıkta ihracat gücünü kullanamamaktadır. Türk ayakkabı endüstrisinin üretim kapasitesi Avrupa’nın üçüncüsü iken ayakkabı ihracatında %0,4’lük bir paya sahip olması (TCTB, 2021) ülke imkanlarının verimli kullanılmadığının bir göstergesidir (TASD, 2021). Çünkü Türkiye’deki ayakkabı endüstrisinin bakanlık raporlarına yansımış sorunlarının başında; nitelikli insan ve ara eleman eksikliği yanında tasarım ve markalaşma sorunları da görülmektedir (Çankaya, 2017).

Markalaşmaya yönelik moda endüstrisinin önemli bir parçası olan ayakkabıcılık sektöründe (Çelik, 2010); tasarımın önemi vurgulanırken (Şahin, 2015) kitlelerin beğenisini toplayabilecek tasarımların dünya pazarında yer bulabilecek milli markaların da yer alması beklenmektedir (Erdoğan, 2013). Dünya moda ve ayakkabı endüstrisinde geleneksel uygulamalar ve tarihi birikimlerin ayak sağlığı açısından önemi vurgulanmaktadır (Tunç, 2013). Türkiye coğrafi konum olarak Avrupa gibi büyük pazarlarda söz sahibi olabilecek potansiyele sahip gözükmemektedir (Utkun ve Ünal, 2020). Bu nedenle, ülkemizin bu birikim ve deneyimlerinin günümüzde eski değerini koruyabilmesi ve tasarımcı insan kaynağının eksikliği nedeniyle eğitim programlarının yetersizliği önemli bir tartışma konusudur.

Türkiye’de ayakkabı tasarımı ve markalaşma sorunu üzerine yapılan az sayıda çalışmada, ayakkabı endüstrisinde tasarım yönü kuvvetli çalışan yetiştirilmesinin yetersizliğinden söz edilmektedir (Genç, 2005). Türk ayakkabı endüstrisinin mevcut durumunda, ayakkabı eğitimi olarak teknik lise ve meslek okullarını bitiren gençlerin iyi birer ayakkabı imalatçısı olabildiği ancak, tasarıma ve markalaşmaya yönelik çalışmalarda zayıf oldukları görülmektedir (Çankaya, 2017). Bu durumda, ayakkabı üretiminin emek yoğun alanlarında düşük ücretlerle istihdam edilerek iş tatminsizliği yaşamakta ve işini bırakan insan kaynağının ülke ekonomisi için de kayıplara neden olması (Erdoğan, 2013), bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, ayakkabı üretimine yönelik ön lisans programlarının sunulduğu eğitimin tasarımcı yetiştirme eksikliğinin gözden geçirilmesinde ayakkabı endüstrisinde yer alan firma yöneticilerinin konuya ilişkin görüşlerinin öğrenilmesi gerekliliği görülmektedir. Böylece, geleneksel uygulamaların yok olmasının önüne geçilmesi için üniversite ve endüstri iş birliğinin kurulması umulabilir. Geçmişten gelen değerlerin yeni nesillere aktarılması ve kullanılması için en önemli aracın eğitim olduğu düşünülmektedir (Tunç, 2013).

Bu çalışma, tarihsel birikimi, coğrafi konumu ve kalkınma planlarında stratejik hedeflere konu olan Türk ayakkabı endüstrisinin hak ettiği başarıya ulaşamamasının nedenlerini tespit ederek ayakkabı tasarımı eğitiminin eksikliğini vurgulamaya çalışmaktadır. Böylece, moda müşterilerinin ihtiyaç ve taleplerine uygun yüksek katma değerli ürünlerin tasarlanıp üretilmesinde markaların ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücünün nasıl yetiştirileceği sorusunun cevabını araştırmaktadır. Bu nedenle bu çalışma, ayakkabı endüstrisinde istihdam edilecek tasarım yönü kuvvetli uzman kişilerin yetiştirilmesinde, “ayakkabı tasarımı” alanında uzmanlaşmayı sağlayacak bir ön lisans eğitim programı önerisi hazırlamayı amaçlamıştır. Araştırma sürecinde Türk ayakkabı endüstrisinde hizmet veren iş insanlarının görüşleri alınarak endüstrinin ihtiyaçları doğrultusunda, uygulanan mevcut eğitimin incelemesi yapıp muhtemel eksikliklerin giderilmesine yönelik bir ön lisans eğitim programı önerisi geliştirilmiştir.

2. Ana Konu

2.1. Ayakkabı ve Ayakkabıcılık

Ayak kelimesi Uygur Türkçesinde “ayağ” olarak ayakkabı da “ayağ kiyimi” olarak isimlendirilmiştir (Erkut, 2007). Mezopotamya bölgesinde M.Ö. 3000’li yıllarda tabaklanmış derilerden elde edilmiş, ilk deri sandaletin Firavun Kral I. Narmer’in kullandığı saptanmıştır (Çelik, 2010). Sandalet, köseleden ökçesiz bir taban ile buna halkalarla bağlanmış parmak arası ve ayak bileği kayışlardan ibaret basit ayakkabıyı ilk bulanların Sümerler olduğu ve Mısır ve Mezopotamya’dan sonra Asur ve Hitit gibi diğer Anadolu medeniyetlerine yayıldığı bildirilmektedir (Özdemir ve Kayabaşı, 2007). Türkler tarih boyunca, el sanatları ve zanaat potansiyellerini yaratıcılıkla birleştirerek deriyi çeşitli hammadde, bitki, maden ve taşlarla süsleyerek dericiliğin gelişimine katkı sunmuşlardır (Çankaya, 2017). Ayakkabı yapılırken kolay şekil alması ve konfor açısından yumuşak deriler tercih edilmektedir (Atalan, Demir ve Çoruh, 2022).

Osmanlı İmparatorluğu’nun yıkılışından sonra, Cumhuriyet’in ilanı ile İstanbul merkezli Dersaadet ve Biladî Selase Ayakkabıcı Esnafı Cemiyeti kurulmuştur (Ertürk, 2018). 1933 yılına gelindiğinde ise Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası kumaş üretimi ve özellikle bilinen basma ve pazen üretimi yapan Sümerbank’a devredilmiştir (Çankaya, 2017). Deri ve Kundura Sanayii adıyla anılan bu fabrika 185 yıllık birikiminin ardından her türlü ürünle endüstriye katkı sağlamış ancak 2003 yılı itibarıyla bazı özelleştirme girişimleri sonucu, özel sektöre devredilmiştir (Özdemir ve Kayabaşı, 2007). Türklerde ayakkabılar için başmak, çarık, çedik, çekme, çizme, edik, sokman, terlik, tomak gibi kelimelerin kullanılması bile ayakkabı kültürünün ne kadar zengin olduğunun işaretleridir (Çelik, 2010).

Ayakkabı insanların ayaklarını koruma işlevi gördüğü gibi kavramsal manada kültürleri etkileyen, sanat nesnelere konu olmuş, önemli anlamlar yüklenen giyim unsuru olarak kabul edilmektedir (Sönmez, 2009). Böylece, ayakkabı rahatlık, ayağa uygunluk ve estetik kaygılar açısından üç boyutlu yapıya sahip bir eşya olma özelliğiyle bir moda aksesuarı olarak ilgi uyandırmıştır (Çelik, 2010). Nihayetinde ayakkabı, ayağı koruma işlevi dışında, insanlar için manevi anlamlar içeren, sosyal statülerinin bir göstergesi, kişilik özelliklerinin bir ifade biçimi olan ve giyim kuşam kültürünün önemli bir unsuru olmuştur (Görünür, 2014).

Ayakkabı üretimi el aletleriyle, yarı makineleşmiş ya da tamamen makineleşmiş olarak üretilmektedir. Ancak ne şekilde üretilirse üretilsin insan iş gücü ve emeği yoğun tasarımı ve ayağa uygunluğu önemli bir eşya olma özelliğine sahip ayakkabılar moda endüstrisinin bir dalı olarak ele alınmaktadır (Çelik, 2010). Ayakkabı taban, iç astar ve ayakkabının üst kısmı olan saya olmak üzere üç parçada incelenebilir (Lin ve Chen, 2015). Deri, tekstil, plastik ve petrokimya ürünleri gibi birçok parçanın hassas bir

şekilde özenle birleştirilmesi sürecini kapsayan ayakkabı üretimi, perakendecilik ve mağazacılık sektörleriyle de yakın ilişkide olmak zorunluluğu taşımaktadır (Görünür, 2014).

2.2. Ayakkabı Eğitimi

İnsan emeğine dayalı ve basit aletlerle yapılan geleneksel ayakkabı uygulamaları halen çok benzer şekillerde devam etmekte, bazı teknolojik gelişmeler ve seri üretim uygulamalarına geçilse de geleneksel uygulamalar önemini korumaya devam etmektedir (Kastan, 2016). Bu nedenle, ayakkabıcılığın genel eğitim yapısı, usta çırak ilişkilerine dayanmakta ve meslekle ilgili detaylar nesilden nesille aktarılmaktadır (Tunç, 2013).

Ülkemizde 1989 yılında lise düzeyinde, ayakkabı mesleki teknik eğitimi olarak faaliyete geçmiştir (Kastan, 2016). 2022 yılı itibarıyla, “ayakkabı ve saraciye teknolojisi” bölümü bulunan 15 mesleki ve teknik eğitim lisesinde hem ustalık hem de kalfalık düzeyinde eğitim verilmektedir. Ayakkabı modelistliği ve ayakkabı üretimi şeklinde iki farklı eğitim programı bulunmaktadır. İlköğretim mezunlarının çıraklık eğitimi 3 yıl, ortaöğretim mezunlarının 1,5 yıl, kalfalık eğitimi ise 2 yıllık eğitim programları olarak belirlenmiştir (Tunç, 2013).

Yükseköğretim düzeyinde lisans ve ön lisans programları 2007 yılından itibaren kurulmaya başlanmıştır. ÖSYM'nin üniversite yerleştirme sınavlarıyla ya da mesleki teknik liselerden sınavsız olarak öğrenciler bu bölümlere yerleşmektedir. Ayrıca, lisans seviyesinde deri mühendisliği, konfeksiyon ve teknolojisi dışında ayakkabı tasarımı ve üretimi üzerine eğitim veren iki yıllık ön lisans programları bulunmaktadır (Tunç, 2013).

Türkiye’de ve dünyada, Tablo 1’de sunulan “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü” bulunan bazı üniversitelere bakıldığında daha çok ayakkabı üretimi ağırlıklı derslerin olmasına rağmen, tasarım ve markalaşmaya yönelik, üç boyut algısı gelişmiş, yeniliklere açık ve vizyon sahibi kişileri yetiştirmeye yönelik ön lisans programlarının olmadığı fark edilmektedir.

Çizelge 1. Türkiye ve Dünyada Ayakkabı Tasarımı Programı olan Üniversite Örnekleri**Table 1. Examples of Universities with Shoe Design Programs in Turkey and in the World**

ÜLKE	OKULLAR	PROGRAM ADI	EĞİTİM SEVİYESİ	EĞİTİM SÜRESİ	DERSLER
Türkiye	İstanbul Aydın Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Ön lisans	2 yıl	ÖSYM tarafından belirlenen taban ve tavan puanları alan ve meslek lisesinden gelen öğrencilere ayakkabı eğitimi verir, modelist ya da montajcı yetiştirir
	İstanbul Cerrahpaşa Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Ön lisans	2 yıl	
	Ankara Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Ön lisans	2 yıl	
	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Ön lisans	2 yıl	
	Gaziantep Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Ön lisans	2 yıl	
	Konya Teknik Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Ön lisans	2 yıl	
	Selçuk Üniversitesi	Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü	Lisans	4 yıl	
İtalya	Domus Academy Milano	Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	3+1 yıl	Lisans derecesine sahip kişilere sektörle bağlantılı tasarım atölyeleri ve İtalyan ayakkabı standartları eğitimi veriliyor
	Naba Academia	Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans	1/2+2 hafta 1/2+ 4 hafta 1/2+ 6 hafta	1 veya 2 yıllık mezun kişilere İtalyan ayakkabı ve tasarım eğitimi veriliyor
	İstituto Marangoni	Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	3+1 yıl	Sektörel tasarım, markalaşma, satış ve pazarlama eğitimi veriliyor
	Polimoda	Ayakkabı ve Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	3+1 yıl	Sektör bağlantılı, tasarım ve yenilikçilik eğitimi veriliyor
	Politecnico Calzaturiero	Ayakkabı tasarımı, Ayakkabı üretimi	Ön Lisans Lisans	3+1 yıl	Üretim, satış, pazarlama ağıyla tedarik ihtiyaçlarını karşılayan teknik bir okul
İngiltere	London College of Fashion	Ayakkabı Tasarımı ve Ürün Geliştirme	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	3+1 yıl	Kültür, tarih ve yaratıcılığa yönelik atölye yönetimi
	Leicester College	Ayakkabı	Ön Lisans	3 yıl	Ayakkabı teknolojisi ve

		Tasarımı Teknolojisi ve Üretimi	Lisans Lisansüstü		yenilikçiliği geliştirme eğitimi veriliyor
	Northampton University	Ayakkabı, Tekstil, Moda	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	3 yıl	2 yıl ortak tasarım eğitimidenden sonra ayakkabıda özelleşen eğitim veriliyor
Amerika Birleşik Devletleri	Fashion Institute of Technology	Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	4 yıl	Performans ve spor ayakkabı, şapka ve aksesuar atölyeleri
Fransa	Français de la Mode Enstitüt	Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans Lisans Lisansüstü	1 yıl 3 yıl 4 yıl	Tarih, kültür ve tasarımla ilişkili mesleki uygulama ve araştırmaya yönelik
	Esmod	Aksesuar Tasarımı	Ön Lisans Lisans	2+1 yıl veya 2+2 yıl	Tasarım, çizim, trend ve sektörel pazarlama eğitimi veriliyor
	Lycée polyvalent d'Alembert	Deri bölümü meslek lisesi alt bölümü	Lise	3 yıl	El becerisi, yaratıcılık, estetik becerileri gelişir, modelist ya da montajcı
Almanya	Berufsbildende Schule Pirmasens	Meslek lisesi	Lise	2 yıl	Ayakkabıcılıkta en eski teknisyen okulu, mezunlar yüksek okula devam edebiliyor

Yükseköğretimde lisans düzeyinde ilk olarak Konya Selçuk Üniversitesi'nde "ayakkabı tasarımı ve üretimi" bölümü 2011 yılında kurulmuş ve ilk öğrencilerini 2019-2020 eğitim, öğretim yılında kabul etmiştir. Bazı devlet (Dokuz Eylül Üniversitesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi vb.) ve vakıf (Başkent Üniversitesi) üniversitelerinde bulunan tekstil ve moda tasarımı ile endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde ayakkabı tasarımına yönelik derslerin verildiği de dikkat çekmektedir (Bashimov, 2021).

2.3. Ayakkabı Tasarımı ve Markalaşma

İnsanoğlu, ayakkabıyı hem ayaklarını korumak hem de "güzelleşmek" ve "süslenmek" için kullanmıştır (Sottsass, 2006). Ayakkabı tasarımı işlevsellik, ayak sağlığı, ergonomi, ayağa uygunluk gibi pek çok konuyu içinde barındırmaktadır (Tunç, 2013). Bu nedenle, ayakkabı tasarımcısının, ayak anatomisi ve ayak sağlığına yönelerek ayak kalıbı üzerinde çalışması ve işlevselliği iyi kavrayabilmesi beklenmektedir (Kastan, 2016). Buradan da anlaşılabilir üzere, ayakkabı tasarımı yapmak için bilgi, beceri ve yaratıcılık gibi yetkinliklere ihtiyaç duyulmaktadır (Çakıroğlu, 2013). Türk ayakkabı endüstrisine ayakkabı tasarım eğitiminin önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir (Karavana, 2008; Erkmen, 2009; Kastan, 2009; Ocak ve Gülümser, 2009; Erdoğan, 2013; Tunç, 2013).

Marka yaratmak karmaşık bir süreçtir ve üretimden son müşteriye kadar tüm aşamaların ayrıntılı olarak incelenmesi gerekir (Bozkaya, Hepsöğütlü, Karabay, (2020). Tüketiciler açısından bakıldığında, lüks markaları tercih eden tüketiciler statülerini, başarı ve zenginliklerinin bir göstergesi olarak o ürünleri kullanırlar (Shukla ve Purani,

2012). Markalaşmış lüks ürün üretimi hızlı büyüyen ve kar marjları yüksek firmaları doğurmuştur. Burada marka algısı devreye girmekte ve ürün seçme eylemi çok hızlı gerçekleşmektedir Türkiye’de lüks markalara olan eğilim her geçen yıl artmaktadır (Çıkmaz, 2021).

Katma değeri yüksek kaliteli ürün üretmek kadar önemli bir diğer konu da marka yaratmaktır. Oturmuş markalarda fiyat, maliyet avantajları ortaya çıkmaktadır (Karaman ve Akyüz, 2015). Ancak ayakkabı endüstrisinde markalaşma ile ilgili sıkıntılar tıpkı tasarım ürün üretmekte olduğu gibi benzer sorunları paylaşmaktadır. Tasarım üretmek ve markalaşmak birbirinden pek de ayrı düşünülemez iki olgudur ve birbirlerini desteklemektedirler. Ayakkabı endüstrisinin markalaşmaya yoğunlaşabilmesi için eğitilmiş çalışanlar ve üniversitelerle iş birliği gerekli görünmektedir (Tunç, 2013).

3. Materyal ve Yöntem

3.1. Araştırmanın Modeli

Türk ayakkabı endüstrisindeki uluslararası markalaşmanın en önemli engellerinden birisi olan nitelikli “ayakkabı tasarımcısı” eksikliğini gidermek için ön lisans eğitim programı önerisinin geliştirilmesi amacıyla, nitel araştırma yöntemlerinden alan araştırması deseniyle planlanan bu çalışmada, tasarım ayakkabı üreten firmaların bakış açısından aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır:

- Ayakkabı endüstrisinde istihdam edilen çalışanların eğitimleri içerik olarak yeterli midir?
- Ayakkabı endüstrisinde istihdam edilecek kişilerin sahip olması gereken bilgi, beceri ve nitelikler nasıl olmalıdır?
- Ayakkabı endüstrisinde istihdam edilecek kişilerin ayakkabı tasarımı eğitimlerinin içeriği nasıl olmalıdır?

Bu çalışmada, “olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal (kasıtlı) örnekleme yöntemi” kullanılarak ulaşılan ayakkabı üreten firma yetkilisi katılımcıların konuyla ilgili değerlendirmelerini almak için “önceden yapılandırılmış görüşme yöntemi” kullanılmıştır. Aynı zamanda, “genel tarama modeli” kullanılarak çevrimiçi veri tabanları üzerinden erişim sağlanarak literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen veri araştırmacı tarafından “betimsel analiz” yöntemiyle yorumlanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de tasarım ayakkabı üreten firmaların ve tasarım departmanlarının yöneticileri oluşturmaktadır. Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)’nin 2018-2021 faaliyet raporunda, derneğe üye olan firma sayısının 450 olduğu belirtilmiş olmasına rağmen hangisinin fason üretim yaptığı, hangisinin tasarımcı istihdam ettiği bilgisine ulaşılamamıştır. Tam sayısı belirlenemeyen bir evrende olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal (kasıtlı) örnekleme yöntemiyle ulaşılan katılımcı firmaların yetkilileriyle açık uçlu sorularla yapılandırılmış görüşmeler yapılarak nitel araştırma yapılmıştır. Türkiye’de ayakkabı üretimi yapılan şehirlerden olan İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Gaziantep illerinde, tasarım departmanına sahip ya da tasarımcı çalıştıran ayakkabı üretim firmaları ve bireysel çalışan tasarımcılar tespit edilmiştir. 30 firma yöneticisi veya sahiplerinden internet, telefon, e-posta, sosyal medya gibi yöntemler kullanılarak randevu talep edilmiştir. Randevu talebini kabul eden firma yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu doğrultuda İstanbul’da 2, Ankara’da 5, Gaziantep’te 1, İzmir’de ise 1 firma olmak üzere, toplam 9 firma örneklem grubuna dahil edilmiştir. Ulaşılabilen firma sayısının 10 ile sınırlı olması tasarım ayakkabı üreten firmaların sayısının yetersiz olmasından da kaynaklanmaktadır.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada, tarama yöntemiyle kitap, dergi, makale, bildiri, tez ve internet kaynaklarından faydalanılmıştır. Alan araştırmasında ise görüşme tekniğinden, “önceden yapılandırılmış görüşme” türü ve araştırmanın amacına yönelik hazırlanan yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Tasarımcı istihdam eden ayakkabı firma yöneticilerinin görüşlerini belirlemeye yönelik, firmalara bağlı çalışan tasarımcılar için 10 adet soru hazırlanmıştır. Firma yöneticileri ile görüşmeler araştırmacı tarafından yapılmış, 6 firma yöneticisi ile yüz yüze, 2 firma yöneticisi ile zaman problemi yüzünden telefon üzerinden görüşme yapılmış, 1 firma yöneticisinin Gaziantep’te bulunması nedeniyle e-posta yoluyla veri sağlanmıştır.

4. Araştırma Bulguları

Çalışmada, yüz yüze görüşmelerde ses kayıt cihazı ve önceden yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak görüşme kaydedilmiştir. Ardından, görüşme soruları ve alınan yanıtların daha sistemli değerlendirilmesi amacıyla katılımcılara ortak olduğu fikirler kodlanarak Çizelge 2’de sunulmuştur.

Çizelge 2. Açık Uçlu Görüşme Soruları ve Alınan Yanıtların Kodlanması

Table 2. Open-Ended Interview Questions and Coding of the Responses

		A	B	C	D	E	F	G	H	I
1.	Firmanız bünyesinde tasarım departmanı var mı?	Evet	Evet	AR-GE	Evet	Kendim	Evet	Kendim	Kendim	Evet
2.	Varsa; departmanda kaç tasarımcı istihdam ediyorsunuz?	4	3	3	1	1	2	1	2	3
3.	Firmanız bünyesinde çalışan tasarımcıların mezun oldukları okullar nelerdir?	Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü, 7 tasarımcı, İstanbul Üniversitesi, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü, 4 tasarımcı, Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü mezunu, 3 tasarımcı, Gaziantep Naci Topcu MYO, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü mezunu, 2 tasarımcı, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstriyel Ürünler Tasarımı Bölümü mezunu, 1 tasarımcı, Mimar Sinan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü, 1 tasarımcı, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Heykel Bölümü mezunu, 1 tasarımcı Hacettepe Üniversitesi Konservatuar, Keman ve Piyano bölümlerinden mezun, 1 tasarımcı								
4.	Tasarımcıların aldığı eğitim sizin sektörel beklentilerinizi karşılıyor mu? Karşılıyorsa eksikleri nelerdir?	80%	60%	70%	60%	70%	60%	50%	60%	60%
		Tasarım	Tasarım	Tasarım ve malzeme bilgisi	Mesleğe bağlılık	Tasarım	Tasarım ve malzeme bilgisi	Tasarım ve malzeme bilgisi	Tasarım	Tasarım
5.	Türkiye’de verilen ayakkabı tasarımı eğitimi hakkında ne düşünüyorsunuz?	Tasarım ve uygulama eksik	Yetersiz	Tasarım ve uygulama eksik	Anatomi bilgisi eksik	Tasarım ve Marka bilgisi eksik	Tasarım ve Meslek sevgisi	Tasarım ve Meslek sevgisi	Tasarım ve Anatomi bilgisi eksik	Tasarım ve Anatomi bilgisi eksik
6.	Türkiye’de ayakkabı tasarımı eğitimi ve ayakkabı endüstrisi arasında kopukluk olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise; sizce bu kopukluk hangi alanlardadır?	İmalat bilgisi ile tasarım becerisi uyumsuz	Tasarım ve Anatomi bilgisi imalata uyumsuz	İmalat bilgisi ile tasarım becerisi uyumsuz		Tasarım ve Anatomi bilgisi imalata uyumsuz	-	İmalat bilgisi ile tasarım becerisi uyumsuz		

		A	B	C	D	E	F	G	H	I
7.	Türkiye’de özellikle ayakkabı tasarımına yönelik ön-lisans (iki yıllık üniversite) düzeyinde eğitim veren bölümlere ihtiyaç var mı?	Dört yıllık Ayakkabı tasarım eğitimi olmalı	Ara elemana ihtiyaç var. Ön lisans tasarım eğitim olmalı		Dört yıllık Ayakkabı tasarım eğitimi olmalı	Ara elemana ihtiyaç var. Ön lisans tasarım eğitimi olmalı				
8.	Bu bölümlerden mezun olacak tasarımcıların özellikle hangi alanlarda uzmanlaşmış olmasını beklersiniz?	Anatomi, ergonomi, çizim, tasarım, yaratıcılık ve İngilizce								
9.	Yukarıda bahsi geçen kurumlarda ayakkabı tasarımı eğitimi alarak mezun olan bir kişiyi tasarımcı olarak istihdam etmeyi tercih eder misiniz?	Kesinlikle evet								
10.	Yukarıda bahsi geçen kurumlarda ayakkabı tasarımı eğitimi almaya devam eden bir öğrenciyi stajyer olarak firmanızda değerlendirme k ister misiniz?	Kesinlikle evet								

Sonuçta, önceden yapılandırılmış görüşmeye katılan katılımcıların, açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlardan oluşan nitel veri “betimleyici analiz yöntemi” kullanılarak değerlendirilmiş ve yorumlamaları Çizelge 3.’de sunulmuştur:

Çizelge 3. Görüşmede Alınan Yanıtların Betimleyici Analizi

Table 3. Descriptive Analysis of the Responses Received in the Interview

SORU	CEVAPLARIN YORUMLANMASI
1.	Olumlu yanıt veren 7 firma olmuştur. Diğer 2 firma yöneticisi tasarımları kendisinin gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Sanayi tipi, büyük üretim yapan firmalar dahil olmak üzere, küçük butik işletmelerde de firma yöneticileri, tasarım departmanında görev almakta ya da yakın temas halinde çalışmaktadır. Büyük çapta endüstriyel üretim yapan firmalar bu soruya 'ARGE departmanımız var' şeklinde cevap vermektedir.
2.	Bu soruya firma yöneticileri; 1, 2, 3, 4 şeklinde cevap vermişlerdir. Pandemi dolayısıyla 8'e kadar çıkan tasarımcı sayısının 3'e azaltıldığı bilgisi ek olarak cevaplarda yansıtılmıştır.
3.	Bu soruya verilen yanıtlar çok çeşitlilik göstermektedir; daha çok endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinden ve ayakkabı üzerine eğitim veren eğitim kurumlarından mezun olmuş kişilerin, sanayi tipi büyük ölçekli üretim yapan firmalarda tasarımcı olarak istihdam edildiği dikkat çekmektedir. Ancak daha küçük ölçekli, tasarıma ve el yapımına yönelik, butik çalışan firmaların usta çırak ilişkisi ile eğitim almış ya da çeşitli fakültelerden mezun olmuş ve ayakkabı tasarımı üzerine eğitim almamış kişileri istihdam ettikleri gözlemlenmektedir.
4.	Bu soruya verilen cevaplar bakıldığında "tam olarak karşılamıyor, eski yıllara göre daha iyi ama tam değil, kısmen" şeklinde ne olumlu ne de olumsuz yönde cevap vermeyi tercih etmişlerdir. Daha negatif yönde görüş bildiren firma yöneticileri; endüstrinin beklentilerinin yüksek olmasından, malzeme bilgisi, tasarım tarihi ve sanatsal yetilerin eksikliğinin, genç kişilerin işlerine yeterli saygı duymamasının endüstri ihtiyaçlarını karşılamada eksiklikler doğurduğundan bahsetmişlerdir.
5.	Cevaplar, tasarım eğitimi eksikliğinin çok olduğu yönündedir. Endüstri ve tasarım tarihi, pazarlama ve markalaşma, temel sanat eğitimi, prototip hazırlama gibi derslerin ders programlarına eklenmesi gerektiği önerilmektedir. Endüstrinin genel olarak moda dergilerinden modelleri değiştirerek kalıp üretmesiyle karşılaştığında genç personelin mutsuz olduğu ve beklentilerinin karşılanmadığı da ek olarak belirtilmiştir. Bu da genel olarak endüstrideki büyük firmaların genel tasarım algısındaki yanlışlarının bir göstergesi olarak kabul edilebilir.
6.	Türkiye'de ayakkabı eğitimi ile endüstri arasında kopukluk olmadığını belirten 1 firma yöneticisi bulunmaktadır. Ayakkabı eğitimi ile endüstri arasında kopukluk olduğunu düşünen firma yöneticileri branşlaşma eksiklerinin olduğunu, endüstri içerisine kopukluklar olduğunu belirtmişlerdir. En çok dikkat çeken konulardan biri katılımcıların endüstride ciddi algı hataları olduğunu vurgulamalarıdır. Endüstride modelist ile tasarımcının ayırt edilemediği, endüstrinin tasarımın ne olduğu ile ilgili algısal bir eksikliğe dikkat çekmektedirler.
7.	Firma yöneticilerinin tamamı ayakkabı tasarımı ile ilgili ön lisans programlarına ihtiyaç olduğunu belirtmiştir. Ayakkabı endüstrisi ile ilgili her alanda yetişmiş personele ihtiyaç olduğunu belirten 1 firma yöneticisi bulunmaktadır. Kesinlikle cevabı vererek ihtiyacın altını çizen 3 firma yöneticisi olmuştur. Sadece iki yıllık eğitim değil, dört yıllık üniversite programlarının daha iyi ve yeterli olacağını düşündüklerini belirten firma yöneticilerinin sayısı ise; 2'dir. İki yıllık ön lisans programlarının tek başına yetersiz kalabileceğini düşünenler de bulunmaktadır.
8.	Bu bölümlerden mezun olmuş tasarımcıların hangi konularda uzmanlaşmış olmasını beklersiniz sorusuna verilen yanıtlar; çizim, illüstrasyon, tasarım süreçleri, temel sanat eğitimi, koleksiyon hazırlama, markalaşma, prototip hazırlama, ergonomi, ayak sağlığı, 3 boyutlu çizim, 2 boyutlu bilgisayar çizim programları kullanmayı bilen, yaratıcı ve sanatsal düzeyde daha iyi gelişmiş, el becerileri gelişmiş, yüzyılın gelişmelerinden haberdar, bilgisayar kullanabilen, İngilizce bilen ve hatta daha fazla dil bilen kişilere ihtiyaçları olduğunu belirtmektedirler.
9.	Yukarıda bahsi geçen özelliklere sahip kişileri istihdam etmek ister misiniz sorusuna; katılımcıların tamamı olumlu cevap vermiştir.
10.	Aynı şekilde bu soruya da tüm katılımcılar ihtiyaçlarının olduğunu vurgulayarak; işe alır mısınız sorusuna kıyasla daha çok hevesli bir şekilde olumlu yanıt vermişlerdir.

5. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırma Türkiye’de ayakkabı endüstrisinin, kısıtlı da olsa makale, tez ve raporlara yansımış nitelikli insan kaynağı eksikliğinin nedenini, öncelikle beklentilere cevap veremeyen eğitim programları olduğunu varsayılmıştır. Bu varsayım doğrultusunda, ayakkabı endüstrisinde istihdam edilen çalışanların eğitim içeriklerinin yeterli olup olmadığı, insan kaynağının sahip olması gereken bilgi ve beceri ve özelliklerin nasıl olması gerektiği ve endüstrinin beklentilerine uygun ayakkabı tasarımı eğitiminin nasıl olması gerektiği gibi soruların cevapları aranmıştır.

Böylece, Türkiye için önemli endüstrilerden olduğu düşünülen “ayakkabı endüstrisi” için insan kaynağı yetiştiren ön lisans eğitimi veren eğitim kurumlarının ihtiyaçları nasıl karşılayabileceği merak edilmiştir. Türkiye’de ayakkabı kullanımının tarihi, kültürü, günümüzdeki durumu, ayakkabı eğitiminin geçmişten gelen ve günümüzde uygulanan hali nitel araştırma yöntemiyle incelenmiştir. Ayakkabı Endüstrisi içerisinde tasarım ve markalaşmaya yönelik üretim yapan 30 ayakkabı firması ile iletişime girilmeye çalışılmış, 9 firma yöneticisi ile önceden yapılandırılmış görüşme formu düzenlenerek ayakkabı tasarımı eğitimi veren kurumların, ayakkabı endüstrisi içerisinde yer alan firmaların ihtiyaçlarına yönelik olarak, eğitim eksiklerini tespit etmek için açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Verilen cevapların değerlendirilmesi ile Türkiye’de eğitim veren ön lisans programları için ders içerikleri önerisi belirlenmiştir.

Ayakkabı üretimi firmalarının yöneticileri ile yapılan önceden yapılandırılmış yüz yüze görüşmelerde yukarıda bahsi geçen konulara benzer ihtiyaçların olduğu ve mevcut eğitim programlarının ayakkabı tasarımcısı yetiştirmediği ortaya çıkmıştır. Tasarım departmanı bulunan bu firmalarda çalışan tasarımcıların dışarıdan çeşitli yöntemlere baş vurarak ayakkabı yapımını öğrenerek bu endüstri içerisinde yer alabildiklerini görülmüştür. Öncelikle meslek liselerinin eğitiminin yetersizliğinin ve kurulabilecek tasarım üzerine yoğunlaşmış bir ön lisans programına ihtiyaç olduğundan bahsetmişler, meslek liselerinde verilen eğitimin bu şekilde tamamlanabileceğinin altını çizmişlerdir. Ayakkabı üretimine yönelik emek yoğun uygulamaların, ayakkabı eğitimi veren eğitim kurumlarında iyi bir şekilde öğretilmediği ancak gençlerin endüstri içerisinde başarı elde edebilecek, bu mesleği sevip geliştirebilecek derslerin yetersizliğine dikkati çekmektedirler. Gençlerin bu işi yapabilmek için en az bir yabancı dil bilmeleri gerektiği, 2D ve 3D bilgisayar programlarını kullanabilen, ayakkabı tarihi, Türk ayakkabı tarihini, sanat ve kültür tarihini, tasarım tarihini bilen, temel sanat eğitimi almış ve el çizimi yapabilen, prototip üretebilen kişiler olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Ayakkabı üretimi yapan firma yöneticilerinin farklı sanat disiplinleri içerisinde eğitim alarak bu mesleği seçmiş olmaları da bu tarz sanatsal ve kişisel gelişime yönelik dersler veren eğitim kurumlarına ihtiyaç olduğunu vurgulamak ve şu an yetişen öğrencilerin bu konularda yetersiz olduğunun altını çizmektedirler. Firma yöneticileri çalıştırdıkları

personeler bu konularda ve ayakkabı endüstrisi hakkında kendileri eğitim vermek zorunda kaldıklarını dile getirmişlerdir. Bu sebeple bu okullardan mezun olacak öğrenciler ve okullarla iş birliği içerisinde olmaktan mutluluk duyduklarını ifade etmişlerdir. Tasarıma ve markalaşmaya yönelik eğitimin sektörde fason üretim ya da var olan marka ürünlerde ufak değişiklikler yaparak yeniden üretilmesine yönelik sorunlar yaşanabileceğini belirtmişlerdir. Bu durum endüstri içerisinde de algı olarak tasarım ve markalaşmaya yönelik bir problem olduğunun bir göstergesi niteliği taşımaktadır.

Katılımcılar ayakkabı eğitiminde, ayak anatomisi, ayak sağlığı gibi konuların da diğer yetersiz konulardan olduğunu belirtmişlerdir. Endüstriyel tasarımcıların fazla teorik; moda tasarımı öğrencilerinin ise fazla çizime ve görselliğe takılı kalarak endüstrinin ihtiyaçlarına cevap verecek yeterlilikleri göstermediğinden bahsetmişlerdir. Endüstri ile eğitim arasında kopukluk olduğunu belirten firma yöneticileri, branşlaşmanın önemini, tasarım yapacak kişilerle üretim yapacak kişilerin farklı eğitimlerden geçmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bu sebeple firma yöneticileri ön lisans ve lisans programlarına ihtiyaç olduğuna ve özellikle branşlaşmaya gidilmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Bu veriler ışığında değerlendirdiğimizde ayakkabı endüstrisinin kendi içerisinde kavram karışıklıkları olduğu, endüstrinin eksiklerinin ve standardizasyon problemlerinin yaşanmasının yanı sıra bu eksikliklerin bir sebebi olarak bu konuda verilen eğitimin branşlaşmış olmaması, bu konuda ön lisans ve lisans düzeyinde yapılan eğitim ve araştırmaların yetersiz olduğu; markalaşma, pazarlama, yabancı dil, bilgisayar kullanımı, anatomi, sanat ve tasarım tarihi, sanatsal beceri ve bilgi gibi konulardaki eksiklikler ön plana çıkmaktadır.

Türkiye'deki meslek liseleri ve meslek yüksek okulları incelendiğinde ayakkabı yapımı ile ilgili teknik bilgilerin oldukça iyi öğretildiği, öğrencilerin kendini kültürel anlamda geliştirebileceği ve ön lisans programları için bir gereklilik olduğuna inanılan sosyal derslerin oldukça yoğunlukta olduğu ancak tasarım ve markalaşmaya yönelik eğitimle ilgili kısmın eksik kaldığı sonucuna varılabilir. Örneğin tasarım yapabilme yetisine sahip olması gereken öğrencilerin desen, heykel gibi sanata yönelik derslerinin azlığı ve üçüncü veya dördüncü yarıyıldaki bu dersleri görmeye başlamaları eğitimin verimliliği açısından yeterli olmayacağı düşünülmektedir. Bu tarz sanata yönelik derslerin bazı okul programlarında hiç yer almaması da ayakkabı tasarımı adı altında eğitim veren bu kurumların aslında tasarımcıdan çok meslek liselerinin bir devamı gibi işlediğinin bir göstergesi olabilir.

Tasarım eğitimi ister markalaşma çerçevesinde olsun ister ürün geliştirme konusunda olsun özgür düşünce, iyi araştırma yapma, yenilikleri takip etme, deney ve sentez yapma gibi becerilerin çoğunu kapsamaktadır. Bu nedenle, ülkemizde var olan ön lisans eğitimlerinden farklı olarak daha yoğun bir şekilde tasarıma ve markalaşmaya yönelmiş eğitim içerikleri hazırlanmış, meslek liselerinden gelip bu konularda

uzmanlaşmak isteyen öğrencilerin, sanatsal ve bilimsel araştırmaya yönelik becerilerini geliştirebileceği bir ayakkabı tasarımı ön lisans bölümü kurulması ihtiyacı olduğu sonucuna varılabilir. Ayağın anatomisi ile eğitime başlayarak hareket kabiliyetini algılayıp tasarımlarında ergonomi seviyesini doğru uygulayabilen, ayak sağlığı gibi konulara yönelik çalışabilen, üç boyut algısı gelişmiş, moda ve trendlere uygun ayakkabı kalıbı tasarlayabilen, renk, doku, form, strüktür gibi sanatsal algıları kuvvetli, çizim yapma becerisi gelişmiş ve tasarımlarını dünya standartlarına uygun tasarlayabilen özgün ayakkabı tasarımcıları yetiştirmeyi hedefleyen bir okulun eksikliğinin giderilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Hızla gelişen teknolojik gelişmeleri takip edip ayak uydurabilecek yetişmiş kişilerin endüstrideki en önemli ihtiyaçların başında geldiği belirtilebilir.

Türkiye’de 1932 yılında başlayan “Tatbiki Güzel Sanatlar” eğitiminin dayandığı temelleri ve bu temellerin başarısının bağlandığı “dersler arası geçişkenlik” ve “deney atölyeleri” fikrinden yola çıkarak ayakkabı endüstrisi ihtiyaçlarına yönelik ayakkabı eğitimi ders programı önerisi tez çalışmasında ihtiyaç duyulan dersler ve içeriklerinin aşağıdakiler gibi olmasının uygun olacağı değerlendirilmektedir:

Ayak Anatomisi: Öğrencilerin ayak anatomisi ve ergonomisini öğrenerek ayak sağlığı, ayak konforu, deri ile uyumlu malzeme seçimi, ayak anatomisine yönelik çizim ve 3 boyutlu modelleme yaparak veya aljinat ve plasterin gibi basit malzemelerle ayak anatomisini algılayabildikleri, ayak sağlığı ve konforunu koruyarak tasarımlar geliştirmelerini hedefleyen bir ders programı içeriği ile sunulması düşünülebilir. Dersin problem çözmeye yönelik araştırmalar ve deneyler yapılarak teorik bir anatomi dersinden farklı tasarlanmasının sağlıklı olacağı düşünülmektedir. Dersin; çizim ve 3 boyutlu modelleme, malzeme bilgisi, prototip hazırlama dersi için ve destekli olması geçişkenliği açısından önemlidir.

Çizim Dersi: Ayak Anatomisi dersi ile desteklenen ayağın anatomik yapısına uygun, sanatsal ve görsel yönden kendini ifade etmekte zorlanılmamasını hedefleyen ders; sanatsal uygulamaları çizimlere taşıyabilecekleri ve estetik değerleri kavrayıp geliştirebilmelerine yardım etmeyi amaçlar. Desin öğrencilere el becerisi, estetik algı, kendini görsel yolla ifade edebilme becerisi gibi temel yeterlilikleri kazandırması beklenir. Temel Sanat Eğitimi dersini ve Dijital ve 3 Boyutlu Çizim derslerini destekler.

Modelaj Dersi; Heykel yapmanın en temel ve kolay yöntemlerinden bir kaçının (ör: kilden modelleme) 3 boyutlu algı, temel el becerileri, doku, yüzey, boşluk gibi becerilerinin geliştirilmesi ve problem çözme konusunda deneyimler yaşayabilecekleri, deneysel yöntemlerle taban kalıpları, prototip, ayakkabı kalıbı hazırlama ve böylelikle özgün tasarımlarını uygulama ve tasarım konusunda sıkıntı çekmeden üretim yapabilmelerini hedefleyen 3 boyutlu dijital çizim dersleri, taban ve kalıp derslerine temel oluşturabilecek önemli olduğu düşünülen bir derstir.

Temel Sanat Eğitimi; Nokta, çizgi, leke, doku, modüler parçalanma, yorumlama, dönüştürme, renk algısı gibi temel sanat ilkelerini, bu ilkeleri tasarımlarına aktarabilme becerilerini geliştirmesi hedeflenen bir derstir. Tüm derslerin temelini oluşturan problem çözmeyi, yaratıcılığı ve estetik algıyı geliştirecek bir ders olarak tüm tasarım ve güzel sanatlar fakültelerinin en temel derslerinin başında gelmektedir.

3D ve 2D Bilgisayar Çizim Dersleri: Öğrenilen el çizimlerinin dijital çizime dönüştürme ve 3 boyutlu modelleme programlarını kullanabilme becerisini geliştirmeyi hedefleyen, öğrencilerin teknolojik gelişmelere açık olması amacıyla düzenlenen bir ders olmalıdır. Ayakkabı kalıplarının 3 boyutlu yazıcılarla hazırlanabilmesi, ayakkabının; taban, topuk, saya parçaları gibi birçok işleminin bilgisayar yardımıyla yapılabilmesini sağlayabilecek bir derstir.

Ayakkabı Kalıbı ve Taban Tasarımı Dersi: Firma yöneticilerinin de görüşlerinde yer alan taban, topuk, kalıp gibi ayakkabı sektörü için oldukça önemli olan parçaların tasarlanarak üretebilmelerini hedefleyen bir ders olabilir. Bu parçaların üretiminde kullanılan yeni teknolojik gelişmeleri, malzemeleri araştırıp kullanabilme yönünde kendilerini geliştirebilecekleri, ayak anatomisi, modelaj, 3 boyutlu çizim gibi derslerle geçişkenliği olan önemli derslerden bir tanesi olduğu düşünülmektedir. Problem çözme, yaratıcılık, araştırma ve geliştirme becerilerini kullanabilecekleri bir derstir.

Malzeme Teknolojisi Dersi: Ayakkabı sektörü ve endüstrisindeki gelişmeleri araştırıp öğrenebilmelerini hedefleyen bu derste; makine teknolojisi, ayakkabı yapım ve üretiminde kullanılan yenilikçi malzemelerin, aksesuarların deneysel yöntemlerle denenip, öğrenildiği bir derstir. Saya yapımında kullanılacak teknolojik tekstiller, taban ve topuk malzemeleri, deri özellikleri ve geleneksel yöntemlerden teknolojik yöntemlere geçiş sağlayacak bir ders olarak tasarlanabilir.

Saya Hazırlama Dersi: Her ayakkabı eğitimi programında yer alan ve ayakkabı parçaları arasında en önemli parçalardan bir diğeri olan saya hazırlama ve tabana monte etme yöntemlerini öğrenip geliştirecekleri, tasarımlarını uygulayabilecekleri her dönem devam etmesi faydalı olabilecek bir derstir. Tüm sanatsal ve teknik derslerle ilişkili bir ders olarak karşımıza çıkar.

Sanat ve Tasarım Tarihi: Antik çağlardan başlayarak Dünya Sanat Tarihi'ni oluşturan ve halen moda sektörü içerisinde çok fazla konu edilen, temel akımların ve Türk Sanat Tarihi, Modern Sanat Tarihi, Tasarım Tarihi gibi konuları öğrencilere aktarmayı hedefler. Genel kültür, yaratıcılık, okuma ve yazma becerilerini geliştirici bir derstir. Dünya'yı algılayabilme, dünya moda sektörünün nerelerden beslendiğini ve nasıl şekillendiğini algılayabilmek için önem teşkil eden bir ders olduğu düşünülmektedir.

Moda ve Ayakkabı Tarihi: Ayakkabı modasının yüzyıllar boyunca nasıl bir ihtiyaçtan sanatsal bir objeye dönüştüğünü ve çağın gerekleri ve getirdikleri ile giyim kültürünün nasıl şekillendiğini hem Dünya hem Türkiye özelinde öğrenebilmelerini hedefler. Dünya moda endüstrisinin geleceği ve getirdiklerini anlayıp içinde yer alabilmeleri için

önemli bir ders olduğu düşünölmektedir. Öğrencilerin genel költürünü artırır ve yaptıkları mesleğin inceliklerini, dünyada yer edebilmelerini sağlar.

Pazarlama ve Markalaşma Dersi: Endüstrinin en önemli gereklerinden bir tanesi olan ürün pazarlama ve markalaşma dersi öğrencilerin ürettikleri ayakkabı ve tasarımları; doğru bir taktiksel tavır ile doğru pazarlama, sunma, ambalajlama gibi temel ve hayati konuları öğrenmelerini hedefler.

Yabancı Dil: Ayakkabı firma yöneticilerinin altını çizdiği önemli sektörel ihtiyaçların en önemlilerinden bir tanesi yabancı dil olarak belirtilmektedir. Öğrencilerin kendilerini geliştirebilmeleri, yabancı kaynaklara ulaşabilmeleri, kendilerini dünyaya tanıtabilme ve anlayabilmeleri için önem teşkil eden derslerden bir tanesidir.

Staj: Endüstri ile eğitim arasındaki kopuklukların giderilebilmesi ve öğrencilerin ayakkabı endüstrisinin içinde yer alarak gözlemleyip deneyimleyebilmesini sağlayacak önemli bir diğer konu da stajdır. Firma yöneticilerinin tecrübe edinme konusunda önem verdikleri bu uygulamaya olumlu dönütler vererek, eğitime katkı sağlanabilecek bir yol olarak değerlendirmişlerdir.

Aşağıdaki program çalışılırken Yükseköğretim Kurulu Bologna Sürecinde var olan AKTS, staj, %25 seçmeli ders oranları vb. kriterler dikkate alınmıştır.

Çizelge 4. Ayakkabı Tasarımı Ön Lisans Eğitimi Ders Katalođu Önerisi

Table 4. Shoe Design Associate Degree Program Course Catalog Suggestion

YARIYIL	DESLER	T	U	K	AKTS
Birinci Yarıyıl (Güz)	Temel Sanat Eğitimi	3	2	4	5
	Çizim I	3	2	4	6
	Ayak Anatomisi	2	2	3	6
	Taban ve Saya Hazırlama Giriş	4	2	5	6
	İngilizce I	4	-	4	5
	Türk Dili I	2	-	2	2
İkinci Yarıyıl (Bahar)	Modelaj ve Çizim	3	2	4	5
	Seçmeli Ders I	3	-	3	5
	Taban ve Saya Hazırlama	2	2	3	4
	Moda ve Ayakkabı Tasarım Tarihi	2	-	3	4
	Staj	-	-	-	5
	İngilizce II	4	-	4	5
	Türk Dili II	2	-	2	2
Üçüncü Yarıyıl (Güz)	At. İl. ve İnk. Tar. I	2	-	2	2
	Seçmeli Ders II	2	2	3	5
	Seçmeli Ders III	3	-	3	5

	Malzeme Teknolojisi	2	2	3	4
	Bilgisayar Destekli 2 Boyutlu Çizim	4	2	5	6
	Saya Hazırlama	2	2	3	4
	Taban Hazırlama	2	1	3	4
Dördüncü Yarıyıl (Bahar)	At. İl. Ve İnk. Tar. II	2	-	2	2
	Koleksiyon Hazırlama	2	1	3	3
	Seçmeli Ders IV	2	2	3	5
	Seçmeli Ders V	3	-	3	5
	Seçmeli Ders VI	2	2	3	5
	Sanat ve Tasarım Tarihi	3	-	3	3
	Markalaşma ve Pazarlama	3	-	-	3
	3 Boyutlu Bilgisayar Çizimi	2	2	3	4
Seçimlik Dersler	Çizim II	2	2	3	5
	Malzeme Teknolojisi II	2	2	3	5
	Erkek Ayakkabısı Tasarımı	2	2	3	5
	Çocuk Ayakkabısı Tasarımı	2	2	3	5
	Spor Ayakkabı Tasarımı	2	2	3	5
	2 Boyutlu Bilgisayar Çizimi II	2	2	3	5
	3 Boyutlu Bilgisayar Çizimi II	2	2	3	5
	Ambalaj Tasarımı	2	2	3	5
	Logo Tasarımı	2	2	3	5
	Saya Hazırlama II	2	2	3	5
	Taban Tasarımı	2	2	3	5
	İtalyanca I	3	-	3	5
	İtalyanca II	3	-	3	5
	İtalyanca III	3	-	3	5
	İtalyanca IV	3	-	3	5
	Almanca I	3	-	3	5
	Almanca II	3	-	3	5
	Almanca III	3	-	3	5
	Almanca IV	3	-	3	5
	İngilizce III	3	-	3	5
	İngilizce IV	3	-	3	5
	Modada Markalaşma	3	-	3	5
	Türk Ayakkabı Tarihi	3	-	3	5
	Maliyet Hesabı	3	-	3	5
Dijital Pazarlama	3	-	3	5	

T: Teorik Ders Saati, U: Uygulama Saati, K: Kredi, AKTS: Avrupa Kredi Transfer Sistemi, Öğrenci toplam 120 AKTS ile mezun olabilir.

Kaynakça

- Atalan DN, Demir Ö, Çoruh E, 2022. “Deri Üzerine Ebru Uygulaması ve Örnek Ürün Çalışmalarının Değerlendirilmesi”, Turkish Journal of Fashion Design and Management, 4 (3): 173-188
- Bashimov G, 2021. “Türkiye Ayakkabı Endüstrisinin İhracat Performansı ve Karşılaştırmalı Üstünlüğü”, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, F10, F14
- Bici E, 2007. “Aynı Ürün İki Farklı Disiplin. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, İstanbul.
- Bozkaya B., Hepsöğütlü Ç., Karabay G., 2020. “Bir Tasarım Ürününün İncelenmesi: Tullaa Örme Çanta”, Turkish Journal of Fashion Design and Management, 2 (2): 47-52
- Çakıroğlu AG, 2013. Türk Ayakkabı Firmalarının rekabet stratejilerinde Tasarımın Rolü. İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Doktora tezi, İstanbul
- Çelik N, 2010. “Anadolu'nun Geleneksel Ayakkabı Formlarından Günümüz Tasarım Anlayışına Ayakkabı Kültürü”, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğan FD, 2013. “European Union And Turkish Footwear Industry: A Case Of Top-Down Europeanization?”, Yüksek Lisans Tezi, ODTÜ, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Ankara.
- Erkmen N, 2009. “Bauhaus”, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ertürk N, 2018. “Orta Asya'dan Osmanlı İmparatorluğu'na Türklerde Giyim Kuşam”, Hayalperest Yayınevi, İstanbul.
- Genç Ö, 2005. “Ayakkabı Sektörü Araştırması”, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş, Ankara.
- IDDMIB (İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği), 2020. “2020 Yılı Faaliyet Raporu”, Erişim Tarihi: 03.04 2022.
- Karaman, D. ve Akyüz, F. 2015. Ayakkabı Üretimi ve Pazarlamada Yeni Bir Yöntem Olarak ‘Tasarla ve Satıl’ Uygulama Örnekleri. Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi, Sayı: 5, Ağustos
- Kastan C, 2016. “İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamaya Yönelik İnovasyon Modelleri: İstanbul Ayakkabı Endüstrisinde Bir Araştırma”. Doktora Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Leblebici D, 2003. “Türk Ayakkabı Sanayii ve Tasarım Sorunu”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2003, İstanbul.
- Maktal Erbaş A, Uyan S, 2019. “Türk Sanatlarında Ebru'nun Hat ve Tezhip Disiplinleriyle Tasarlanmasında Yeni Yaklaşımlar”, Turkish Journal of Fashion Design and Management., 1 (1): 47-60.
- Öndoğan EN, Öndoğan Z, 2021. “COVID-19 Salgını Sürecinde Hazır Giyim Markalarının Pazarlama Stratejileri”, Turkish Journal of Fashion Design and Management, 3 (3): 89-118.
- Özdemir M, Kayabaşı N, 2007. “Geçmişten Günümüze Dericilik”. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.

- Sakaoğlu N, Akbayer N, 2002. “Derinin Anadolu’da Bin Yıllık Öyküsü”. İstanbul: Creative yayıncılık.
- Shukla P, Purani K, 2012. “Comparing The Importance of Luxury Value Perceptions in Cross-National Contexts”. Journal of Business Research, 65(10):1417-1424.
- Sönmez NM, 2009. “Ayakkabı Sektörünün Gelişiminde Ayakkabı Tasarımının Önemi”. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Şahin D, 2015. “Türkiye ve Çin’in Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücünün Analizi”. Akademik Bakış Dergisi, 47, 155-171
- TASD (Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği), 2021. İhracat ve İthalat Raporları”. <https://tasd.com.tr/> Erişim Tarihi: 03.04.2022
- TCTB (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı), 2022. “Ayakkabı Sektör Raporu”, https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Ayakkabi_Sektoru.pdf Erişim Tarihi: 10.12.2022
- Tunç P, 2013. “Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi”. Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Utkun E, Ünal N, 2020. “Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Sürdürülebilir Tasarımlar için Kalıp Formu Uygulamaları (Kadın Giysileri Örneği)”, Turkish Journal of Fashion Design and Management, 2 (1): 37-46.