

**FİLİSTİN'DE AYAKAKKABI SEKTÖRÜNÜN İMALAT VE
PAZARLAMA PROBLEMLERİ: HEBRON'DA SEKTÖRÜN
REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
İşletme Anabilim Dalı
Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı**

Sajeda ABU SROUR

Danışman: Prof. Dr. Halil SAVAŞ

**Ekim 2021
DENİZLİ**

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

Sajeda Abusrour

ÖN SÖZ

Allah'a büyük nimetleri için şükrediyorum. Danışmanım Prof. Dr. Halil SAVAŞ'a minnet ve şükranlarımı sunarım.

Eğitim hayatım boyunca bana destek olan herkese, aileme, arkadaşlarıma teşekkür ederim.

İlk olarak anneme, şehit, yaralı ve esirlerin annesine, azim, kararlı ve sebatla mücadele edenlerin Filistin annelerine ithaf ediyorum.

Hayatımın temeli olan anne, baba ve kardeşlerime ithaf ediyorum.

Bunu canım ve sevgili eşime ve kızıma ithaf ediyorum.

ÖZET

FİLİSTİN'DE AYAKAKKABI SEKTÖRÜNÜN İMALAT VE PAZARLAMA PROBLEMLERİ: HEBRON'DA SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Abu Srour Sajeda
Yüksek Lisans Tezi
İşletme ABD

Üretim Yönetimi ve Pazarlama Programı
Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Halil Savaş

Ekim 2021, VIII + 57 Sayfa

Hebron'daki ayakkabı endüstrisi, Hebron'un üretimine yaptığı katkı nedeniyle Halili ayakkabı adını aldığından, Hebron şehrinin gurur duyduğu endüstrilerden biridir. Halili ayakkabısı, hammaddeleri tabaklandıktan sonra hayvan derilerinden doğal olarak elde edildiğinden kalitesiyle öne çıkıyor. Ancak Hebron'da ve genel olarak Filistin'de milli ayakkabıların yapılması ve pazarlanması birçok zorlukla karşı karşıya kaldı. Araştırmacı, tündengelimle yaklaşımı izledi, Analiz yöntemi, yerel ayakkabıların tüm dünya pazarlarında ihraç edilmesi ve pazarlanmasının önündeki en önemli zorlukları ve zorlukları ve küresel ayakkabı arasındaki rekabet gücünün nasıl artırılacağını bulmak için kullanıldı. Araştırmacı, hipotezleri test etmek için (t-testi) ve Filistin'deki önemli soruların düzeyi ile üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandığı istatistiksel yöntemleri kullanmıştır.

Çalışmanın sonuçları, ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlamasında karşılaşılan birçok zorluk olduğu sonucuna varmıştır. Bunlar, sınırların kapatılması, İsrail ablukası ve pazarın Çin ürünlerine açılmasında temsil ediliyor. Ayrıca, çevredeki çevrenin seviyesi, destekleyici ve tamamlayıcı endüstrilerin seviyesi, hükümetin yerel ürünlere verdiği destek, mevcut fırsatların seviyesi, ayakkabı endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Filistin ve rekabet gücünün artması. Araştırmacı, Filistin Ekonomi Bakanlığı'na bu eski zanaatı çöküşten korumak ve desteklemek için Çin ayakkabılarının ithalatını sınırlamasını, tüketicilerin Khalili ayakkabılarının kalitesine olan güvenini artırmasını, ihracatlarını artırmasını ve onlara dış ve bölgesel pazarlar açmasını tavsiye etti.

Anahtar Kelimeler: Ayakkabı Endüstrisi, İmalatve Pazarlama, Filistin Ayakkabı Sektörü, Rekabet Gücü.

ABSTRACT

MANUFACTURING AND MARKETING PROBLEMS OF THE SHOES INDUSTRY IN PALESTINE: A RESEARCH ON INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE INDUSTRY IN HEBRON

Abu Srour Sajeda

Master Thesis

Department of Business Administration

Production Management and Marketing Program

Adviser of Thesis: Prof. Dr. Halil Savas

October 2021, VIII+ 57 Pages

The shoe industry in Hebron is one of the industries that the city of Hebron is proud of, as the Khalili shoe was named due to Hebron's contribution to its manufacture in the first place. The Khalili shoe is distinguished of its quality as the raw materials are obtained naturally from animals' skins after tanning them. However, making and marketing the national shoes in Hebron, and in Palestine in general has faced many difficulties. The researcher followed the deductive approach, the analysis method was used to find out the most important challenges and challenges that stand in the way of exporting and marketing local shoes in all world markets, and how to increase competitiveness among global shoes .

The researcher used the statistical methods in which she used (t-test) to test hypotheses and (Pearson correlation) for the relationship between the level of important questions and the level of manufacturing and marketing problems in Palestine.

The results of the study concluded that there are many challenges that face making and marketing the shoe industry. These are represented in the closure of the boarders, the Israeli blockade and opening the market to Chinese products. It also concluded that there is a positive relationship among the level of the surrounding environment, the level of supporting and supplementary industries, the government's support for local products, the level of available opportunities, the level of manufacturing and marketing problems for the shoe industry in Palestine, and the increase in competitiveness. The researcher recommended the Palestinian Ministry of Economy to limit the import of Chinese shoes, enhance consumer confidence in the quality of Khalili shoes, increase their exports and open foreign and regional markets to them, in order to promote and protect this ancient craft from collapse.

Keywords: Shoe Industry, Manufacturing and Marketing, Palestinian Shoe Industry, Competitiveness.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
TABLolar DİZİNİ	vii
EKLER DİZİNİ	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

FİLİSTİNDE AYAKKABI SEKTÖRÜ

1.1. Filistin'de Ayakkabı Üretimi	2
1.2. Çalışmanın Problemi	3
1.3. Çalışmanın Amacı	4
1.4. Çalışmanın Önemi	4
1.5. Çalışmanın Hipotezleri	5
1.6. Çalışmanın Prosedürleri ve Kısaltmaları	5
1.7. Çalışmanın Terminolojisi / Prosedür Tanımı	5

İKİNCİ BÖLÜM

ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR VE TEORİK TANITIMI

2.1. Önceki Çalışmalar	6
2.2. Teorik Arka Plan	7
2.2.1. Hebron'daki Ayakkabılar ve Aşamaları	7
2.3. Tabaklama Süreci	8
2.3.1. Tabaklama İşleminin Aşamaları	8
2.3.2. Tabaklamada Kullanılan Doğal Derinin Özellikleri	9
2.4. Hebron'daki Ayakkabı Endüstrisinin Gerçekçi Modelleri	11
2.4.1. Ayakkabı Sektörü Kümesinin Meyvesi	11
2.4.2. Ayakkabı ve Deri Ürünleri Geliştirme Merkezi	12
2.4.3. Ayakkabı ve Deri Ürünleri Geliştirme Merkezinin Amaçları	12
2.5. Napoli Ayakkabı İmalat Şirketi	13
2.6. Filistin'deki Ayakkabı Endüstrisi Zorluklarla Karşı Karşıya	14
2.6.1. Tüm Zorlukları ve Cezaları Yenmeye Çalışmak	15
2.7. Yerli Ayakkabı Pazarlaması	16
2.7.1. Pazarlama Tanımı	16
2.7.2. Karma Pazarlama	17
2.7.3. Khalili Ayakkabıları Komşu ve Uluslararası Ülkelere Pazarlama	17
2.7.4. Uluslararası Pazarlarda Khalili Ayakkabı İhracatının Başarıları	18
2.8. Korona Virüsü Hebron'da Ayakkabı Sektörünü Canlandırıyor	19
2.9. Filistin'de Ayakkabı Sektörü ve İstatistikleri ve Karşılaşılan Zorluklar	20
2.10. Rekabet Gücü	20

2.10.1. Rekabetin Önemi	20
2.10.2. Rekabet Türleri	21
2.10.3. Yerli Ayakkabı ile İthal Ayakkabı Arasındaki Rekabet	21
2.11. Filistin Ulusal Ürünü.....	22

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SONUÇLAR VE ANALİZ

3.1. İstatistiksel Çözümleme	23
3.2. Enstrümanın Geçerliliği	25
3.3. Çalışmanın Güvenilirliği.....	26
3.4. Çalışma Sorularını Tartışma	26
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	39
ÖNERİLER	43
KAYNAKLAR	44
EKLER.....	46
ÖZ GEÇMİŞ	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Hebron'da Deri Tabaklama	9
Şekil 2: Hebron'da Canlı Endüstri.....	10
Şekil 3: Hebron İş Fuarında Küme Meclisi	11
Şekil 4: Napoli Ayakkabı İmalat Şirketi, Hebron'da.....	14
Şekil 5: Tossetti Ayakkabı Fabrikası	16
Şekil 6: Timsah Ayakkabı.....	16

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: Birçok Ülkeye İhraç Edilen Ayakkabıların Değeri(2007-2015)	18
Tablo 2: İstatistiksel Analiz Verileri	23
Tablo 3: Kişi Korelasyon Sonuçları.....	25
Tablo 4: Sonuçlar (Cronbach Alpha).....	26
Tablo 5: Üretim ve Pazarlama Sorunlarının Seviyesinin Araç ve Standart Sapmaları.....	27
Tablo 6: Araçlar ve Standart Sapmalar Önem Sıralaması	27
Tablo 7: Talep Faktörleri	29
Tablo 8: Tamamlayıcı Endüstriler	29
Tablo 9: Şirketin Stratejisi, Rekabeti ve Pazar Yapısı	30
Tablo 10: Devletin Rolü.....	30
Tablo 11: Değerlendirilebilir Fırsatlar	31
Tablo 12: İşletmenize Göre Hebron'daki Sektörün Rekabet Gücü	32
Tablo 13: Yasaya Göre Hebron'daki Endüstrinin Rekabet Gücü	32
Tablo 14: Üretim ve Pazarlama İçin Sayılar, Ortalamalar ve Standart Sapma	32
Tablo 15: İşletmenizin Türüne Göre (T-Testi) Sonuçları.	33
Tablo 16: İşletme Türüne Göre Tek Yönlü Varyans Analizinin Sonuçları	33
Tablo 17: İki Taraflı Karşılaştırmalar İçin Tukey Test Sonuçları, Hipotezler.....	34
Tablo 18: İşletmeden Fark, Ortalamalar ve Standart Sapma	34
Tablo 19: Ticaret Odası (T-Testi) Sonuçları	35
Tablo 20: Çevre * Üretim ve Pazarlama Malzemeleri.....	35
Tablo 21: Talep Faktörleri	36
Tablo 22: Destekleyici ve Tamamlayıcı Endüstriler.....	36
Tablo 23: Şirketin Stratejisi, Rekabeti ve Pazar Yapısı	37
Tablo 24: Devletin Rolü.....	37
Tablo 25: Mevcut Fırsatlar.....	38

EKLER DİZİNİ

Ek1: Anket Formu.....	47
-----------------------	----

GİRİŞ

Hebron'daki ayakkabı endüstrisi, “küreselleşme” ve pazar egemenliğine karşı mücadele eden ulusal ekonomi için her zaman bir kaldıraç olan bir şehrin en önemli ekonomik kollarından birini oluşturuyor. Filistin yaşamının tüm alanlarında, özellikle ekonomik ve politik alanlarda.

El Halil şehrinin mahallelerine yayılmış büyük fabrikaların yanı sıra belki de geleneksel ve el yapımı ayakkabı imalathaneleri, tüccarların pazarları düşük kaliteli ve çekici Çin ayakkabılarıyla doldurmasına rağmen, uluslararası özelliklere sahip “en iyi bilinen” malları üretmeye devam ediyor. Fiyatlar bir endüstrinin ortadan kaldırılmasına yol açan gerçek riskler taşıyan bir hareketle, Hebron'daki ilk sanayi sitesini işgal etti ve hala işgal ediyor.

Bu endüstri aynı zamanda, çeşitli faktörler ve mevcut nesnel koşullar nedeniyle, bu endüstrilerin kalitesini takdir eden İsraili tüccarların sömürülmesiyle de karşı karşıyadır.

Bu çalışma, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin karşılaştığı ve Hebron pazarında rekabet gücünü artıran sorunları ve zorlukları ele alacak, bu endüstrinin karşılaştığı sorunları belirleyecek ve fabrikalar, bireyler veya hükümet düzeyinde uygun çözümler geliştirecektir.

Araştırmacı, ayakkabı endüstrisinin birçok zorlukla karşı karşıya olduğuna dikkat çekiyor çünkü işgal yönetimi sanayi sektörüne kısıtlamalar getirmiştir. Ve bu Filistin pazarında ayakkabı endüstrisinin zarar görmesine neden olmuştur. Ayakkabı sektörü, rakip sayısında büyük bir artışla karşı karşıya kaldığı için vatandaşların yerel sanayiye kabulünü azaltmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

FİLİSTİNDE AYAKKABI SEKTÖRÜ

1.1. Filistin’de Ayakkabı Üretimi

Ayakkabı endüstrisi Filistin’deki en yaygın ihracat ve üretim sektörlerinden biridir. Hebron şehri Filistin’in ekonomi şehri olarak bilinmektedir. Aynı zamanda ayakkabı sektöründe öncüdür. Tahminlere göre Hebron şehrinde ayakkabı imalatçılarının sayısı 1,000’ e ulaşmıştır (Dudin and Nairokh, 2021:1).

Hebrondaki ayakkabı endüstrisi yıllar önce genişlemiştir. Hebron şehri eskiden “Hebron ayakkabıları “olarak adlandırılmıştır. Pazarlama, Hebron ayakkabısının dünya çapında ün yapmasını sağlamış ve bu da Filistin ekonomisinin iyileşmesine katkıda bulunmuştur.

PalTrade raporuna göre yıllık ayakkabı üretimi yaklaşık 4 milyon çifttir. Üretimin çoğu Hebron şehrinde olup 230 fabrika ve 12 tabakhanede gerçekleşmiştir.

Bu sektördeki yatırımların hacmine gelince,2009 yılında 70 milyon dolara ve ondan sonra 220 milyon dolara ulaşmıştır. İstatistiklere göre ayakkabı sektöründe yatırım hacmi 70 milyon dolardı ve yerel pazarda ayakkabı sektörü hissesi %20 idi (Atmeza, 2021:3).

Hebron'daki ayakkabı imalat ve pazarlama sektörünün elde ettiği yüksek verimliliğe rağmen, çok büyük zorluklarla karşı karşıya gelmesinden dolayı bu zorluklar üretimin verimliliğini düşürüp ekonomiyi etkilemiştir.

İsrail işgalinin ayakkabı endüstrisine getirdiği kısıtlamalara büyümeye ciddi bir şekilde engel olmuştur. Aynı zamanda bu kısıtlamalara rekabete yol açmıştır. Filistin otoritesinin Çin ve doğu asyadan ithal kapılarını açmasıyla yerel pazarda Filistin hissesinin düşmesine sebep olmuştur (Al-Falah, 2018:2).

Ayakkabı ihracatı, 2013 yılında %7'lik küresel büyümenin altında kalsa da %4'lük bir büyüme kaydetti. Bu büyüme, 1990'larda zirvedeyken intifadadan dolayı geriledi ve 2012'den tekrar canlanmıştır.

Ekonomik literatürüne göre ucuz fiyatlı mal sunarak rekabet sağlanmamaktadır lakin onun yerine teknolojiden yararlanarak yüksek kaliteli mal sunarak rekabet avantajı sağlanabilir.

Araştırmacı, ayakkabı endüstrisinin birçok zorlukla karşı karşıya olduğuna dikkat çekiyor çünkü işgal yönetimi sanayi sektörüne kısıtlamalar getirmiştir. Vebu Filistin pazarında ayakkabı endüstrisinin zarar görmesine neden olmuştur. Ayakkabı sektörü, rakip sayısında büyük bir artışla karşı karşıya kaldığı için vatandaşların yerel sanayiye kabulünü azaltmıştır.

1.2. Çalışmanın Problemi

Filistin'de ayakkabı sektörü 2017 yılında en zor dönemini yaşamıştır. Yerel ayakkabı üretimi %60 oranında düşüş yaşamıştır. Bu da İsrail pazarının ve Gazze pazarının kaybına yol açmıştır.

Yaşanan durum işçileri kötü bir şekilde etkilemiştir, fabrikalarda işçilerin çalışma saatleri yaklaşık 8 saattir. Hossam Al-Zaal (Deri Sanayicileri Federasyonu Başkanı) ayakkabı sanayi sektöründe durumun zorluğunu vurguladı. Aynı zamanda yurt dışından ve Türkiye'den ithal edilen ürünlerin yerel pazardaki ürünlere kalite ve şekil açısından benzediğini belirtmiştir. Buna ek olarak, tüccarların ithal edilen ürünün gerçek değerini düşürerek yerel fiyatları aleyhine manipüle etmeleri de sayılabilir.

İsrail'in Gazze Şeridi'ne uyguladığı abluka, ihracat pazarını Gazze'ye kapatmada önemli bir olumsuz rol oynadı. Ayakkabıcılık pazarının %40'ını oluşturduğu bilinmektedir.

Ayrıca zorlukların arasında, Uluslararası yardımda düşüş, Gazze Şeridi'ndeki ablukanın devamı, Korona salgını, küreselleşme ve uluslararası rekabet ve ticari geçişler üzerindeki kontrol eksikliği (Ministry of National Economy, 2020).

Hebron'daki ayakkabı sanayi sektörü, hükümet ve resmî kurumları yerel olarak üretilen ayakkabalara dikkat etmeye ve yerel pazardaki paylarının en az %50'sini garanti etmeye çağırırdı.

Bu program Milli Ekonomi Bakanlığı tarafından açıklanıp Moheeb Al-Jabari tarafından onaylanmıştır (Hebron Ulusal Ekonomi Müdürlüğü Sanayi ve Ticaret Müdürü), ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren sanayi kuruluşlarının yetkinliklerini geliştirmeye ve

iyileştirmeye ve yerel ürünün rekabet gücünü artırmalarını sağlayıp, Böylece yerel pazardaki varlığını güçlendirerek dış pazarlara ulaşmasını sağlar.

Son yıllarda çalışanların beceriklerini geliştirmek için makine, eğitimci ve ekipman temini için Filistin'de proje kurulmuştur. Ayrıca yüksek özelliklere sahip olan ürünleri talep eden tüketicilerin isteklerini gerçekleştirmek için Filistinli şirket ve kuruluşların rekabet gücünü artırarak modern teknolojiyi kullanılmıştır.

Ayrıca, iç ve rekabet yeteneklerini geliştirmek, ayakkabı ithalatçısı ile rekabet etmek, kalite ve şekil açısından rekabet etmekve burada üreticiler ile ithalatçılarınrolü belli oluyor (Life and Market Magazine).

Bu çalışma, Hebron'da ayakkabı üretimi ve pazarlamasının karşılaştığı zorluklar ve yurtdışındaki diğer pazarlarda rekabeti artırmak için nasıl çalışılacağı hakkında daha fazla bilgi edinmeye ve hükümetten yerel pazarı ve yerel ayakkabı endüstrisini geliştirecek önlemler almasını istemeye işaret ediyor. Ayrıca Hebron'daki ayakkabı sanayi tesislerinin iyileştirilmesine yönelik programlar sağlamaktır.

1.3. Çalışmanın Amacı

- Hebron'da ayakkabı endüstrisinin ve pazarlamasının gerçekliğine yönelik geniş bir şekilde değerlendirmek.
- Hebron'daki ayakkabı endüstrisinin karşılaştığı zorlukları belirlemek.
- Filistin'de ayakkabı pazarlamasının karşılaştığı zorlukları belirlenmek.
- Ayakkabının dış pazarlarla rekabet gücünü artırmak için rekabet edebilirliği incelemek ve çözüm önerileri üzerinde çalışmak.

1.4. Çalışmanın Önemi

Hebron'daki ayakkabı endüstrisi gerçeğinin bir incelemesini ve Filistin'deki üretim ve pazarlama sektörünün karşılaştığı zorlukları inceliyor.

Araştırmacılara Filistin ülkesinde ayakkabı sektöründe üretimi ve pazarlama hakkında tamamlayıcıbilimselaraştırma yapmalarına yol açacaktır.

Filistin'de rekabet gücünü artırmak için hükümete ve Ekonomi Bakanlığı'na teklifler sunmaktır.

1.5. Çalışmanın Hipotezleri

Hipotez No	Hipotez Tanımı
H1	Projenizin hukuki niteliğine göre, endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyinde hiçbir farklılık yoktur.
H2	Kuruluşunuzun türüne göre, endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyinde hiçbir farklılık yoktur.
H3	Ticari faaliyetin türüne göre, endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyinde hiçbir farklılık yoktur.
H4	Ticaret Odası üyesi iseniz, endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyinde hiçbir farklılık yoktur.
H5	Deri ve Ayakkabı Birliği'ne üye iseniz, endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyinde hiçbir farklılık yoktur.
H6	Toplam çalışan sayısına göre, endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyinde hiçbir farklılık yoktur.

1.6. Çalışmanın Prosedürleri ve Kısıltmaları

Analitik tanımlayıcı yaklaşım, masa başı anket yöntemine dayanılarak kullanılmıştır. Hebron'daki ayakkabı endüstrisi ve pazarlama sektörünün gerçekliğini değerlendirmek için bilimsel çalışmalar ve istatistiksel yöntemler kullanılmıştır.

Çalışmanın yer aldığı zaman: 2021-2022 çalışmanın yeri/ Hebron şehri, Filistin.

1.7. Çalışmanın Terminolojisi / Prosedür Tanımı

Üretme: Yerel Halili karakterini ve kimliğini yansıtan aynı zamanda dayanıklı ve belirgin bir ayakkabı üretmenin sürecidir.

Pazarlama: Bu çalışmada pazarlama, yerel ayakkabı ihraç etme sürecini ifade etmektedir. Ayrıca zorluklara meydan okumak ve dış pazarları Khalili ayakkabılarına kapı açmak ve Corona salgını sırasında, Khalili ayakkabı endüstrisinde e-pazarlama benimsendi.

Rekabet: Bu çalışmada, yerel ayakkabı endüstrisinin diğer uluslararası endüstrilerle rekabete tabi olduğu kastedilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR VE TEORİK TANITIMI

2.1. Önceki Çalışmalar

Çalışmanın problemi, Mısır'daki deri endüstrisinin karşılaştığı engelleri ve zorlukları analiz etmektir. Ancak çözülebilecek birçok temel nedenden dolayı ekonomik göstergeleri diğer sektörler göre düşüktür. Çalışma, devletin rolünün olmayışı ve pazarlama için uzmanlaşmış bir yönetimin olmaması ile tekelci uygulamaların varlığının yanı sıra modern teknolojik yöntemlerin yokluğunun deri endüstrisinin performansının daha düşük olmasına neden olabileceği varsayılmıştır. Çalışma, bu endüstrinin başarısızlığına yol açan en önemli nedenleri ortaya çıkarmak için bir alan araştırması yapmayı amaçlamaktadır. Çalışma, araştırma konusu için analitik istatistik yöntemi ve göstergeler aracılığıyla tımdengelim yaklaşımına dayanıyordu (Imam, 2021).

Çalışma, çalışma ekibi tarafından Hebron Mesleki Sergisi için bir reklam kampanyası tasarlayıp ve onu eski Filistin mirasının önemli bir parçası olarak kabul etmeyi amaçlamaktadır. Hebron iş fuarında yapılan çalışmada takip edilen pazar araştırması yoluyla nihai sonuçlara göre, hedef gruplar ve mevcut sorunları tespit ederek daha doğru bir şekilde anlaşıldı ve bu onları Hebron iş fuarının önündeki engellerle yüzleşmeye ve müşterilerinin yönlendirdiği sorunları çözmeye sevk etti. Güçlü ve zayıf iç ve dış faktörler ayrıca fırsatlar ve tehditler, incelenen şirketin açıklamasında vardı, pazarlama karmasializisi, doğrudan ve dolaylı rakiplerin analizi ve anket aracını kullanarak Pazar analizini, Hebron Mesleki Sergisinin önceki ve güncel pazarlama programlarını analiz etmek (Duden ve Nerokh, 2021).

Çalışma, Filistin gıda endüstrileri sektöründe rekabet edilebilirliği geliştirmeyi ve ulusal ürünün payını artırmayı amaçlıyor. İstenilen hedeflere ulaşmak için Filistin'deki gıda endüstrileri ile ilgili önceki çalışmaları ve raporlar gözden geçirilmiştir. Aynı zamanda bu çalışmanın katkısını vurgulamak ve netleştirmek için sektörle ilgili yasaları, kararları ve resmi stratejiler incelenip gıda endüstrileri sektörü ile ilgili hükümet ve resmî kurumlarla ayrıca gıda Endüstrileri Federasyonu temsilcileri ile görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışma, üretim sektörlerinin payını artıracak hükümet müdahalelerini güçlendirme ihtiyacını vurgulamaktadır. Gıda, mobilya, deri ve ayakkabı endüstrilerinden bir grup belirlenip, gıda sanayi sektörü ve rolü ile ilgili politikalar ve resmi stratejilerde çalışma yasalarının etkisini

gösterdi(uygulanırsa). Bu endüstrinin pazar payını etkileyen sorunların çözümünde roloynayacaktır (Al-Bitawi, 2019).

Çalışma, deri ve ayakkabı sektörünün karşılaştığı pazar payı ayrıca üretim faaliyetindeki düşüşle ilgili en önemli zorlukları belirlemeyi amaçlıyor. "Fark-in-fark" metodolojisi kullanılarak ithal edilen ayakkabıların değerleri ve miktarları hakkında tüketim modeli açısından benzer başka bir emtia ile karşılaştırıldığında bu trendlerdeki değişimi karşılaştırmıştır (Hazır giyim tarife politikası dışındadır. Sonuçlar, Çin'den ayakkabı ithal etme seviyesinin gümrük tarifesini yükseltme politikasından etkilenmediğini gösterdi. Ve bu politikanın eksikliğinin nedeni, Filistin Gümrük Departmanının Filistin pazarına ithal edilen malların akışını kontrol etmede karşılaştığı zorluklardan kaynaklanmaktadır (Al Falah, 2018).

Mevcut çalışma üretim, pazarlama ve rekabet gücünün çeşitli değişkenlerini ele alarak önceki çalışmalardan ayrılmıştır. Hebron'daki ayakkabı endüstrisindeki farklılığa ek olarak araştırmacının bilgisine, aynı amacı ele alan çalışmaların eksikliği görülmektedir (Al Falah, 2018).

2.2. Teorik Arka Plan

Ayakkabı endüstrisi, çok çeşitli malzemeleri kullanan ve çok sayıda farklı üretim süreci gerektiren, çeşitli yöntemleri olan bir endüstridir. Ayakkabı üretimi için sadece ürün güvenliği ve yüksek kalite değil, aynı zamanda üretim sürecinden genel çevre de sorumludur. Bu, ayakkabı testi ve kalite güvencesini zorlu ve profesyonel bir süreç haline getirir.

2.2.1. Hebron'daki Ayakkabılar ve Aşamaları

Endüstrinin tanımı: Doğada bulunan hammaddelerin belirli bir ihtiyacı karşılayabilmelerini sağlamak için uygun araçları kullanarak, şekil ve içeriklerinin değerini arttırmak için ara veya nihai olarak dönüştürülme işlemine endüstri denir (Ibn-Bakr, 1982: 81).

Ayakkabı yapım süreci, ana bileşen olan hammaddelerin temini ile başlayıp emtia üretim gereksinimlerinin değerinin yaklaşık %80'ini oluştururlar, buna karşın elektrik, su ve yakıt tüketimi %5'ini oluşturur. İşçi tazminatı, toplam üretim değerinin yaklaşık %21'ini oluşturmaktadır (Al Falah, 2018: 1).

Araştırmacı, Halili ayakkabı sektörünün daha önceleri, bu sektörün ileri teknolojik ekipmanların gelişine kadar manuel olarak yapıldığını belirtiyor. O zaman hammaddeler kasaplardan hayvan derileri toplanarak fabrikalarda tabaklanıp, ardından sanayilerde kullanılmıştır.

2.3. Tabaklama Süreci

Tabaklama, hayvan derilerinin biyolojik olarak parçalanabilen malzemelerden biyolojik olarak parçalanamayan malzemelere dönüştürülmesi olarak tanımlanabilir, esneklik ve dayanıklılık ile karakterize edilir (Shaheen, 2007: 713).

İnek ve keçilerin derileri ilkel yöntemlerle işlenir. Modern makinaları ve farklı kimyasal maddeleri kullanarak deri temizlenip çözümlenerek ayakkabı, çanta vb. ürünlerinin üretiminde kullanılır.

2.3.1. Tabaklama İşleminin Aşamaları

Deri ayakkabı yapmaya hazır olmadan önce tabaklama birkaç aşamadan geçmektedir.

- İşlem, kasaplardan alınan inek ve keçilerin derilerinin toplanıp üzerine tuz serpilerek çürümesini engellemek için başlar.
- Daha sonra kimyasallar kullanılarak yıkama, temizleme ve epilasyon işlemi gelmektedir.
- Özel renklerde deri kamçılama ve boyama.



Şekil 1: Hebron'da Deri Tabaklama
Kaynak: Sanad News Agency (2019)

2.3.2. Tabaklamada Kullanılan Doğal Derinin Özellikleri

Deriler Batı Şeria ve Gazze Şeridi'ndeki mezbahalardan toplanıyor ve çoğu işlendikten sonra Hebron'daki ayakkabıfabrikalarına satılıyor. Özelliklerinaşağıdaki gibi olduğu yerler.

- Yanıcı değildir.
- Uzun ömürlüdür.
- Su ve ateşe karşı dayanıklıdır.
- Kalitesi yüksektir.

İşgalin kimyasal hammaddelerin tüccarlara ve fabrika sahiplerine ulaşmasını engelleme niyetine ek olarak, son dönemde %50'ye varan oranda hammadde temininde güçlük yaşanmaktadır. Bu da sanayinin gerilemesine, endüstrilerinin azalmasına ve üretim hacminin azalmasına yol açar (Muhammad, 2005: 53).

Hammaddeler Irak, Ürdün ve Suriye'den ithal edilerek veya tabakhanelerden geçip gelen yerel koyun ve inek derilerinden elde edilmektedir.

Ayakkabı üretimi farklı aşamalardan geçmektedir. Bir ferden ayakkabı üretimi yarım saat sürmektedir. Tasarım ve kesimden başlar daha sonra makine işçisi "Maknji", deriyi dış çerçeve olacak şekilde örerek hazır bir model üzerine yerleştirilen özel yapıştırıcılar ile kaplandıktan sonra istenilen şekle getirilir, daha sonra tabanlara yapıştırılır, preslenir ve sarılır (Jradat, 2017:4).



Şekil 2: Hebron'da Canlı Endüstri
Kaynak: Watan News Network (2018)

Bazı fabrikalar kendilerine özel tasarımcı istihdam etmekte ve piyasada bulunan hazır tasarımları kullanmaktadırlar. Yıllık sezona göre üretilen sabit tasarımlardır. Bazı İsraili tüccarlar birçok çeşitleri satın alır, onları İbranice dilinde damgalar ve kendileri üretmiş gibi dış pazarlarda satarlar. Hebron'daki ticaret odasına göre bazı endüstriler Pazar ihtiyacına göre işçileri çağırırlar.

Hebron kentindeki Ticaret Odası verilerine göre, Ayakkabı üreten atölye ve fabrika sayısı yaklaşık 480 olup, yaklaşık yedi bin işçi çalıştırılmaktadır. İkinci İntifada öncesinde ise sayıları 1.000'e yakın fabrika 32.000 işçi çalıştırdığı beyan edilmiştir (Jradat, 2017).

Filistin Yönetimi, üreticiden çok ithalatçıdan finansal olarak yararlanıyor, hatta ithalatçıdan aldığı vergiler ile üreticiden kazandığı vergiler kıyaslanamayacak düzeydedir. Eski fabrikanın sahibi Zughayer ve şimdiki ithalatçı Fayez al-Qawasma'ya göre, Filistin Yönetimi'nin ithalatçıdan yılda en az 100 bin Şekel (27.532 \$) aldığını doğrularken, bir fabrika sahibinden aldığı para ise en fazla 4.000 şekeldir (1.101 \$).

2.4. Hebron'daki Ayakkabı Endüstrisinin Gerçekçi Modelleri

2.4.1. Ayakkabı Sektörü Kümesinin Meyvesi

Hebron Ayakkabı Mağazası, yenilenen fikirleri ve gelecek vizyonu ve ayakkabı üretimi birliği ile öne çıktı. (Mohammed Hussein), Bir mağaza müdürüdür, kümelenme projesinin, Ekonomi Bakanlığı tarafından Filistin Ticaret Odaları Federasyonu ile ortaklaşa yürütülen kümelenme projesinin desteğiyle 2013 yılında kurulan beş kümenin bir parçası olduğunu belirtmiştir. Bu projenin amacı Hebron kentindeki en eski endüstrilerden biri ayakkabı endüstrisini desteklemektedir. Bu endüstri, ekipman ve makinelerden daha fazla el emeğine bağlı olup 35.000 işçi istihdam etmektedir(Abu Heila, 2020:3).

Birliğin rolü, küçük ve orta ölçekli fabrikaların yerel pazardaki rekabet güçlerini artırmak ve dış pazarlara girebilmek için yardımlaşarak büyüme, gelişme ve inşaat için desteklemektir.



Şekil 3: Hebron İş Fuarında Küme Meclisi
Kaynak: Hebron Mesleki Sergisinin Kişisel Sayfası (2018).

Böylece reklamlar ve promosyon kampanyaları aracılığıyla Hebron Ayakkabı mağazası için bir logo tasarlayarak Filistinli tüketiciler arasındaki imajını geliştirmek için yerel ürünü pazarlama fikri ortaya çıktı, bu ürünü desteklemek demek Filistin ekonomisini desteklemek demektir. Küresel rekabette kalitesinin yanı sıra yeni emekçilerin artmasını da desteklemektedir. Yerel ürün ithal edilen ürüne göre her ne kadar fiyat avantajı sağlamasa da uzun vadede yüksek performans avantajıyla ithal edilen ürünü geçmektedir.

Hebron'daki ayakkabı üreticileri, ayakkabının her zevke uygun, uluslararası ürünlerle rekabet edebilecek kalitede, rahat ve medikal olması ve dış tasarımlara uygun olması konusunda hassas davranmışlardır.

Hussain, çeşitli ülkelerden gelen yabancı uzmanların yardımıyla fabrikaların teknik faaliyetlerini geliştirmek için özel bir ekip oluşturulduğunu, tasarım kursları ve uluslararası fuar ziyaretleri ile sözleşme imzalandığını söyledi.

Hebron Ayakkabı Mağazasının (Majed Siaj) satış müdürü, Hebron Mağazasının yerel ürününü göstermek ve Çin ürünleri için yüksek bir rakip yaratmak için birlik ile ortaklık hedefinden bahsetti.

2.4.2. Ayakkabı ve Deri Ürünleri Geliştirme Merkezi

Ayakkabı ve Deri Ürünleri Geliştirme Merkezi, sanayi için bir hizmet merkezi olan, dört temel birimden oluşan {Kalite Kontrol Birimi, Tasarım Birimi, Eğitim Birimi ve Bilgi Birimi} inşa edilmiştir.

Bu merkezin inşaatı {Filistin Politik Üniwersitesi, Ekonomi Bakanlığı, Hebron Odası ve ayakkabı ve deri sanayi birliği}'nine katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

2.4.3. Ayakkabı ve Deri Ürünleri Geliştirme Merkezinin Amaçları

Ayakkabı ve Deri Ürünleri Geliştirme Merkezi, Ulusal Ekonomi Bakanlığı, Filistin Politeknik Üniversitesi, Filistin Standartları ve Metroloji Kurumu ve Hebron Ticaret ve Sanayi Odası'nı içeren çok taraflı bir ortaklıkla kurulduğundan 7 Mart 2020'de açıldı. Ayakkabı ve Deri Grubu, Deri Sanayicileri Federasyonu, Filistin Ticaret, Sanayi ve Tarım Odaları Federasyonu ile tam işbirliği ve blok projesinin bir parçası olarak Fransız Kalkınma Ajansı'nın desteğiyle, uluslararası bir inceleme yapıldıktan sonra. Bu alandaki çeşitli deneyimler,hedefler (<https://www.ppu.edu/p/en/Community-Service/lfpdc>).

- Merkez, yüksek kaliteli ürünün tüketiciye ulaşmasını sağlamak için kaliteyi yükseltmeyi, piyasayı kontrol etmeyi ve düşük kaliteli ürünleri kontrol etmeyi ve Filistin'deki ekonomik büyümeyi destekleyen Hebron ürünü hakkında yüksek güven oluşturmayı hedefliyor.
- Ayakkabı ve deri endüstrisinde mesleki ve teknik eğitim programları ve özel eğitim kurslarının geliştirilmesi yoluyla ayakkabı endüstrisinde uzmanlaşmış teknik kadroların yetiştirilmesi.
- Tasarımda ürünler geliştirmek.

- Ayakkabı ve deri sektörü ile ilgili alanlarda kalite yönetim sistemlerinin uygulanmasının önemi konusunda farkındalığın artmasına katkıda bulunmak.
- Ayakkabı ve deri ürünleri pazarlamasında aktif rol oynamak.
- Ayakkabı ve deri sektörünün gelişimini destekleyen bilimsel ve uygulamalı araştırmalar yapmak, yaratıcı ve öncü projeleri hayata geçirmek Özel çalışmalar ve istatistikler hazırlamak, bilgi ve veri tabanları ağı oluşturmak.
- Milli ürünü özendirmek ve korumak, üreticiyi ve tüketiciyi korumak için kamuoyu bilincini ve kültürünü yaygınlaştırmak.
- Ayakkabı ve deri sektörü ile ilgili tüm alanlarda eğitim, tasarım, test, bilgi ve danışmanlık hizmeti vermede ayakkabı ve deri sektörünün gereksinimlerini karşılayacak şekilde merkezin lider bir otorite olarak akredite edilmesi için çalışmak.
- Ürünün gelişimini sağlamak için ve gerekli mevzuatın çıkarılması için baskı yapmak ve Filistin'deki ayakkabı ve deri endüstrisi için zorunlu teknik mevzuatın uygulanmasına yönelik baskı yapmak.

Filistin Ulusal Ekonomi Bakanlığı, ayakkabı ve deri endüstrisini geliştirmek için başlatılan bir projenin sonuçlarından biri olan Hebron Ticaret ve Sanayi Odası adına “Made in Hebron” adı altında ilk toplu ticari markayı çıkardı. Filistin Ticaret Odaları Federasyonu 2013 yılında, Fransız Ajansı finansmanıyla iş birliği gerçekleştirmiştir (Barghouti, 2015:1).

2.5. Napoli Ayakkabı İmalat Şirketi

Naples şirketi, ürünleri Filistin'de toplanan, tabaklanan ve boyanan hammaddeler olan doğal deriden oluşan yüksek kaliteli ayakkabılar üreten bir şirkettir. Napoli Şirketi, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinde köklü olan şirketlerden kabul edilir.1989 yılında kurulmuştur. Ayakkabı imalatı ve pazarlamasında garanti ve süreklilik sağlayan kalite sloganı ile öne çıkmıştır(Watan Media Network, 2020:1).

Napoli Ayakkabı Endüstrisi Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı Fadl Al-Natsheh, bir ayakkabının yapım sürecinin, üretimnin başlangıcından son hazırlığına kadar 35 işçiden geçtiğini belirterek, pazarlama sürecinden bahsederken, yerel ürün komşu uluslararası pazarlara ulaştı ve Ürdün pazarı komşu ülkelerle pazarlamanın anahtarıydı (Irak, Saudi Arabia, AL-khalij).



Şekil 4: Napoli Ayakkabı İmalat Şirketi, Hebron'da
Kaynak: Akıllı Dizin

2.6. Filistin'deki Ayakkabı Endüstrisi Zorluklarla Karşı Karşıya

Hebron şehri, bir yüzyıldan fazla bir süredir ayakkabı endüstrisinde gelişiyor. Rahat, yüksek kaliteli tıbbi ayakkabılar tüketicilerin onayını kazandı ve Filistin'deki ayakkabı endüstrisi çeşitli zorluklara maruz kaldı (Barghouti, 2015:2).

- Geçitlerin işgali ve kontrolü politikası.
- Geçişleri sürekli kapatmak.
- Hammadde temininde zorluk.
- Dış pazarlarda pazarlama zorluğu.
- Çin ve ithal ayakkabı rekabeti.
- Yerel ayakkabılara yönelik zayıf üretim ve düşük talep, İsraililerin Hebron İşgal, ayakkabı üretimi için gerekli hammaddelerin ithal edilmesi sürecinde menkul kıymetler bahanesiyle ve Filistin ekonomisini kanatları altına almak için zorluklar yaratmaya çalıştı Buna rağmen, Al-Khalili ayakkabı sahip olduğu olumlu avantajlardan dolayı küresel pazarlara girerken, uluslararası kalite standartları ve şartnamelerine uygun özellik ve standartlarını korumuştur.

2.6.1. Tüm Zorlukları ve Cezaları Yenmeye Çalışmak

Hebron'daki ayakkabı endüstrisi ve ayakkabıları pazarlayan yerlerin karşılaştığı zorluklar fazladır, bu nedenle fabrikalar ve ayakkabı şirketleri bu zorlukların üstesinden gelmek için başvurdu ve üç kategoriye ayrıldı.

- Bazıları ayakkabı imalatını uluslararası şartnamelere uygun bir şekilde takip etmiş ve bu nedenle ayakkabı ile orijinalini ayırt etmek mümkün olmamaktadır.
- İkinci kategori Çin'den kendi hazır ayakkabılarını ve etiketlerini satın alır ve ardından fabrikalar bu işaretleri tüccarlar arasında (Kawchuk) olarak bilinen ayakkabılara koyar.
- Bu kategori, üzerinde ticari marka damgası bulunan sahte ayakkabıları Çin'den ithal etmektedir (Reuters Staff, 2009:2).

Kendini iddia etmekten ve tüm zorlukların üstesinden gelmekten bahsetmişken, Tusiti fabrikasının sahibi (Fatehi Siag), İsrail'deki büyük ayakkabı mağazalarına markalı ayakkabı tedarik etme yöntemini kullandı, böylece kar elde etti ve rakiplerini geride bıraktı.

Reuters tarafından (Siyga) ile yapılan bir röportajda (Reuters Staff, 2009:1) satışı bu şekilde tamamlama arzusundan bahsetti ancak ürünlerine İsrail mağazalarının isimlerini koymayı reddetmesi ve satış fırsatını artırmak için uzmanları bu konuda birleşmeye çağırmıştır.

Siaj, Filistinli tüketicinin düşük fiyatlı ürünleri daha çok tercih ettiklerini Ama bu durum kendi endüstrisinde ürünlerin kalitesinde bir düşüşe sebep olmadığını belirtti. Daha çok müşterilerin hem bütçesine hem de tercihlerine uygun olacak ürünleri üretmeye önem göstermiştir.

Çin ürünleri ile kalitesi ve özgünlüğü ile öne çıkan fabrika ürünleri arasında hiçbir karşılaştırma ve rekabet yoktur.



Şekil 5: Tossetti Ayakkabı Fabrikası

Kaynak: Tossetti Ayakkabı Facebook Sayfası

İsrail ve Hebron'daki Amerika merkezli Crocs'tan bahsetmişken, markanın deri ayakkabıları 280 İsrail şeykeli 1 (75 dolar), sahte Çin ayakkabıları ise 13 İsrail şeykeli (üç dolar) satıyor (Barguti, 2015:2).



Şekil 6: Timsah Ayakkabı

Kaynak: Godfather Blogu (2017)

2.7. Yerli Ayakkabı Pazarlaması

2.7.1. Pazarlama Tanımı

Amerikan Sosyali, mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye akışını yönlendiren bir ticari faaliyet olarak tanımlamaktadır.

Könler, bunu, değişim süreci yoluyla istek ve ihtiyaçları karşılamayı amaçlayan insan etkinliği olarak tanımladı (Al-Qahtani, 2009: 15).

Tüketicinin ne istediğinin belirlenmesi, bu ihtiyacı karşılayacak malın planlanması ve en iyi şekilde fiyatlandırılması, tanıtılması ve dağıtılması için çalışmayı içeren bir faaliyettir (Hlaq,2020: 4).

Araştırmacı pazarı bu şekilde tanımladı; belli bir coğrafyanın üzerinde yaşayan fertler ve kuruluşlar arasında yapılan mal ve hizmet değiş tokuştan ibarettir.

2.7.2. Karma Pazarlama

Pazarlama fonksiyonunun planlandığı gibi yerine getirilmesi amacıyla birbirine bağlı ve birbiriyle ilişkili pazarlama faaliyetleri bütünüdür.

Dört temel unsurdan oluşur (Sliman,2019: 6).

1. **Ürün:** Ekonomik veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından müşterilerine mal, hizmet veya fikir sağlayanları ifade eder.
2. **Fiyat: Alıcı** veya tüketici tarafından elde edilen faydaların ödenebilecek parasal olarak dengelenmesi işlemidir. Müşteri parasıyla şirketin ürünlerini satın aldığı gibi, şirket de ürünleriyle Müşterinin parasını satın alır.
3. **Yer dağıtımı:** Mal ve hizmetlerin müşteriye nasıl ulaştığı, doğru yer ve zamanda, farkındalığının ve pratikliğinin nasıl sağlanacağı, tüketici veya müşteri tarafından mülkiyeti {uygun bir dağıtım stratejisinin nakliyesi, taşınması, depolanması ve seçimi}.
4. **Tanıtım:** Ürünün pazarlanması için tanıtım, tanıtım ve reklam süreci.

Khalili ayakkabılarını Arap pazarlarında pazarlamak, üreticilerin yerel olarak kötü ekonomik gerçeklikten kaçmaya çalıştıkları girişimlerden biridir. Tüketici, Khalili ayakkabılarının diğerlerinden daha iyi olduğundan çok emin olmasına rağmen, maddi durum onu en ucuz ayakkabıyı almaya itiyor.

Hebron Valiliği Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Üyesi Mohieldin Sayed Ahmed ise, ayakkabılar da dahil olmak üzere yerel ürünler için birçok satış ve siparişin çevrimiçi olarak ve genel olarak Filistin el sanatlarını ve geleneksel endüstrileri ve özel olarak Hebron'u teşvik etme alanında çalışan "Hebron Store" web sitesi aracılığıyla yapıldığını ortaya koydu (Alhijin, 2020:1).

2.7.3. Khalili Ayakkabıları Komşu ve Uluslararası Ülkelere Pazarlama

İsrail'deki büyük şirketler ve dükkânlar ayakkabılarını Hebron'da üretiyor ve herhangi bir İsraili ayakkabı satın almak isterse, Khalili ayakkabılarını satın alır. Yüksek kaliteli Hebron ayakkabı endüstrisinin ne kadar kaliteli olduğunu biliyorlar ve onu takdir ediyorlar, buna rağmen işgal yönetimi Hebron ayakkabılarını dünyaya ihraç etme sürecini daraltıyor ve zorlaştırıyor.2007'de Hebron ayakkabılarının %94'üne hâkim olan cephe İsrail pazarıydı. Dış pazarlara ihracat yapamamanın nedenleri.

- Ayakkabı fabrikalarında nitelikli pazarlama kadrosunun olmamasın nedeniyle dış pazarlara erişim eksikliği.
- Dış pazarlardaki müşteriler, Filistin topraklarındaki siyasi dalgalanmalar nedeniyle üreticilerin üretim taleplerini karşılayamayacaklarından korkmaktadır.
- İşgalin mal taşımacılığına getirdiği kısıtlamalar nedeniyle hammadde nakliyesinin yüksek maliyeti.

Tablo 1: Birçok Ülkeye İhraç Edilen Ayakkabıların Değeri (2007-2015)

Yıl	İsrail	Arabistan	Ürdün	Diğerleri	Toplam ihracat	İsrail pazarına yapılan ihracatın yüzdesi
2007	23438	347	480	66	24331	0.96
2008	24811	629	427	271	26139	0.95
2009	21572	665	1267	1858	25363	0.85
2010	20956	536	504	3049	25045	0.84
2011	31251	2946	682	546	35424	0.88
2012	28410	959	640	835	30844	0.92
2013	34873	614	564	608	36659	0.95
2014	39443	1072	1082	771	42368	0.93
2015	36037	1087	773	428	38325	0.94

Kaynak: Filistin Merkez İstatistik Bürosu

Ayakkabı ihracat sürecinin karşılaştığı zorluklara rağmen Khalili ayakkabılarını uluslararası pazara sunma konusunda büyük başarılar elde etti. Bu başarılarından alıntılar sunuyoruz:

2.7.4. Uluslararası Pazarlarda Khalili Ayakkabı İhracatının Başarıları

Filistin ekonomisinin yükselişini artırmak ve güçlendirmek amacıyla (Hebron Ayakkabı Mağazası, Vento di Terra Derneği ve Hebron Sanayi ve Ticaret Odası) arasında. Avrupa ve İtalya pazarlarında pazarlama yapılması şartıyla Hebron ayakkabı ürünlerini adil ticaret yöntemiyle pazarlamak için bir sözleşme imzalandı (B. news, 2019:1).

Bu anlaşma, yerel ayakkabıları dünya çapında pazarlamak için fabrikaların becerileri geliştirmeye, işçileri eğitmeye ve kadın ve engellileri istihdam etmeye dayanıyordu. Ekonomik güçlendirmenin temel hedeflerine ulaşılması şartıyla üç yıllık bir süre kararlaştırıldı.

Küçük ve orta ölçekli iktisadi işletmeler Filistin'in %95'ini oluşturuyor ve Filistin Ticaret Odası ana başkanı Dünya Watan Media Network (Abdo İdris) ile yaptığı röportajda bu anlaşmanın önemini ve kadın çalışma birimlerinin sağlanmasını, eğitim birimleri ve iş kuluçka ön merkezleri sağlanmasını (o da Filistin ticaret odasına ilk girenlerden biridir) ayrıca engellilerin istihdam edilmekte başarılı olduklarını vurguladı (alhijin,2020:2).

Uygulanan başarılar arasında, Ürdün'de Halili ayakkabılarının üç sergisinin açılması, Filistin ayakkabılarını almak için Ürdün pazarının açılması ve Ürdün'deki Deri Endüstrileri Federasyonu ile iş birliği içinde elektronik pazarlama sürecinin benimsenmesi, Ürdün pazarına uyacak şekilde pazar payının artmasına yardımcı olmuştur (alhijin,2020:2).

Federasyon, üretim kapasitesinin %25'e ulaştığı küresel pazarlarda ayakkabı fabrikalarının tanıtımını yaparak üretim kapasitesini 3 katına çıkarmak için çalışıyor (B. news, 2019:3).

Filistin ayakkabılarının Başarıları arasında Suudi, Mısır ve Afrika pazarlarının yanı sıra Amerika Birleşik Devletleri, Yemen, Nijerya ve bazı Avrupa ülkelerine de girmek olmuştur.

Siyonist işgal yönetimi, Filistin ayakkabılarının hem ihracat sürecinin hem de hammadde ithalatının önüne dikenler ve engeller koymaya hevesliydi. Bunun amacı İsrail ayakkabılarıyla rekabet etmesini engellemek ve Filistin'in yerel ekonomisinin artışı önlemektir.

Filistin Ekonomi Bakanlığı tarafından bildirildiği üzere işgal makamı, ithal ayakkabılara uygulanan gümrük vergilerini (%12) iptal etti ve bu karar, birçok zarar yaşanmasına neden oldu. Bunlardan bazıları (Jaradat, 2017:1).

- Yerli üretimde azalma
- Ayakkabı fabrikası çalışanları için işsizlik oranının artırılması.
- Yabancı rekabetin yerelden üstün olması.
- Birçok yerel sergi ve fabrikanın kapatılması.

Araştırmacı, Hebron'daki ayakkabı fabrikası sayısının (300 fabrika, 70.000 işçi), ikinci intifada öncesi sayının ise (1200 fabrika, 32.000 işçi) olduğunu belirtiyor.

2.8. Korona Virüsü Hebron'da Ayakkabı Sektörünü Canlandırıyor

Filistin ayakkabı fabrikalarının ve pazarlamasının karşı karşıya olduğu en önemli zorluklardan birinin Çin ayakkabılarının yerel ve küresel pazarlara hâkim olması olduğu

belirtiliyor. Ancak bir kişi için iyi haber, bir başkası için kötü haber olabilir. Korona virüsünün Çin'de yayılması Filistin'deki ayakkabı mağazaların üzerinde büyük olumlu etki yapmıştır. Çin ayakkabı ithalatının durması nedeniyle Filistin'deki ürünlere talebin artmasına neden olmuştur (Izghair, 2020:4).

2.9. Filistin'de Ayakkabı Sektörü ve İstatistikleri ve Karşılaşılan Zorluklar

- On dokuzuncu yüzyılın başında, ayakkabı endüstrisi Hebron ekonomisinin ortalama %35'ini oluşturuyordu.
- (1975-2000) döneminde ayakkabı ve deri fabrikası sayısı 1000'e ulaştı.
- 2000 İntifada olaylarından sonra üretim günlük 700.000 çift ayakkabıya gerilemiştir.
- 2012 yılında üretim günlük 24.000 çift ayakkabıya düştü.
- 2016 yılında fabrika sayısı 1000'den 280'e düşmüş, çalışan sayısı (30-40) bin işçiye ulaşmıştır.

Filistin yerel ayakkabı satışlarının 2016'da (220 milyon dolardan 60 milyon dolara) 2000 yılında düştüğünü ve buna bağlı olarak ayakkabı üretiminin (10 milyon çiftten 3 milyona) düştüğünü belirtti (Abdul-Hadi,2020:4).

2.10. Rekabet Gücü

Rekabetçilik, uzun vadede sürekli büyümeyi sağlamak için pazardan pay almayı sağlayan üretkenliği artırmaya yansıyan, kuruluş için mevcut kaynakların rakiplerle yüzleşecek şekilde kullanılması olarak tanımlanır.

Devlet Kendini rakiplerden ayırt etmeyi sağlayan prosedürler belirlemektedir. Bu prosedürlerin sayesinde hem ferdin refah seviyesini yükseltmek hem de yerel ekonominin yükselmesini hedeflemektedir (Zaghdar, 2011: 24).

2.10.1. Rekabetin Önemi

- Küresel ekonominin sağladığı avantajlardan yararlanmak ve olumsuz yönlerini azaltmak.
- Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu'na göre, küçük bir ülke, rekabet gücünden büyük ülkelere göre daha fazla yararlanabilmektedir.

- Rekabetçilik, küçük ülkelerin sınırlı pazardan pazarın genişliğine geçişinin yolunu açar.
- Ekonomik verimliliğin sağlanması ve ekonomik büyümenin desteklenmesi.
- Yaşam standartlarının iyileştirilmesi.
- Kaynakların verimli tahsisi ve kullanımının sağlanması.
- Yenilikçiliği ve yaratıcılığı teşvik etmek ve böylece üretkenliği artırmak ve iyileştirmek.
- Maliyetleri ve fiyatları düşürerek tüketicilerin yaşam standartlarını iyileştirmek (Diop, 2006: 26).

2.10.2. Rekabet Türleri

- Birincisi, temel rekabet gücü Uzun vadede rekabet gücünü artırmaya katkıda bulunan faktörleri (insan sermayesine yatırım, inovasyon gibi) içerir.
- İkinci olarak, devam eden rekabet mevcut rekabet edebilirlik düzeyine, iş ortamına, ortaklık operasyonlarına ve stratejilerine odaklanır.
- Üçüncüsü, fiyat rekabet gücü: Düşük maliyetli bir ülke, dış pazarlara diğer ülkelere göre daha iyi mal ihraç edebilmektedir ve ulusal para biriminin döviz kurunun rekabet gücü üzerinde önemli bir etkisi vardır. (Dünya Ekonomik Forumu, 2019:1).
- Dördüncüsü, fiyat dışı rekabetçilik/ (AbdelSalam, 2019:176). Niteliksel rekabet edebilirlik ve kültürel rekabet edebilirlik olarak ikiye ayrılır.

Niteliksel rekabet gücü: Ülkenin yenilikçi ve kaliteli ürünleri yüksek fiyatlarla ihraç edebilmesi için yüksek kaliteli ürünler üretir.

Kültürel rekabet gücü: Katma değeri yüksek, yüksek teknolojik endüstrilere bağlıdır.

2.10.3. Yerli Ayakkabı ile İthal Ayakkabı Arasındaki Rekabet

Her yıl 18 milyon Çin ayakkabısı ithal edildiği için Filistin pazarlarında Çin ayakkabıları hakimdir. Buna rağmen, Hebron şehri, ayakkabı fabrikalarının %85'ine sahip ve burada yerel Khalili ayakkabıları ile ithal Çin ayakkabıları arasındaki rekabet yatıyor.

Hebron ayakkabılarının Çin ayakkabılarına göre daha kaliteli ve daha uzun ömürlü olduğu iyi biliniyor ve Çin ve diğer ülkelerden ithalat kapılarının açılması nedeniyle Hebron'daki birçok fabrika kapandı ve işçileri işten çıkardı (Abu Samra, 2018:2).

Yerel ayakkabıların kalitesine rağmen düşük fiyatları nedeniyle tüketicilerin ve vatandaşların yerel ayakkabılara kıyasla Çin ayakkabılarını satın almaya daha istekli olduklarını bulduk. Çin ayakkabılarının fiyatı (30 shekel) hakiki derili halili ayakkabısının fiyatı ise (150 Şekel) idi.

Araştırmacı, Hebron'daki ayakkabı fabrikalarının yılda 4 milyon ayakkabı ürettiğini ve uzmanların yerel sanayiye canlandırmak için Çin ve diğer ülkelerden ithalatı yasaklaması gerektiğini ileri sürüyor.

Hebron'daki ayakkabı endüstrisi, Filistin'deki endüstrilerin gururu olarak kabul edilir ve bu nedenle, gelecek vaat eden Filistin sektörlerinden rekabete girmek için yeterli beceriye sahiptir. Ancak küresel pazarlara yerel ayakkabı ihracatının kapısını açmak, böylece üretimi artırmak, işsizlik oranını azaltmak ve işgücünü artırmak için Çin'den ve diğer ülkelerden ithalatın yasaklanması kararı alınması gerekiyor.

Watan Medya Ağı Hebron Valiliği Deri Endüstrileri Federasyonu başkanı (Hussam Al-Zaghal) ile yaptığı röportajda, Çin ve uluslararası ayakkabı ithal etme süreci yerel ayakkabı talebini azalttı ve yerel ayakkabı üretimi yaklaşık %15 oldu diye ifade etti (Alhijin, 2020:3).

Hebron'da bir ayakkabı fabrikasının sahibi olan Ezz El-Din Al-Zaatari, ayakkabı geliştirmek için gerekli ekipmanın yetersiz olduğunu beyan etti. (Bazı tüccarların onları işgale gözetimsiz sattığı veya tekelleştirdiği için hammadde eksikliği, yerel pazardaki ithal ayakkabılar (Alhijin, 2020:3).

2.11. Filistin Ulusal Ürünü

Filistin İstatistik Kurumu rakamlarına göre, Hebron'daki ayakkabı endüstrisinin Filistin ulusal ürününün %1'ine katkıda bulunduğunu ve işgal makamlarının, Hebron ayakkabılarının üretimi için gerekli olan Gazze'den ithal edilen deriye özel kısıtlamalar getirdiğini gösteriyor (Abdul Hadi, 2020:3).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇLAR VE ANALİZ

3.1. İstatistiksel Çözümleme

Araştırmacı araştırma verilerini topladıktan sonra gözden geçirip bilgisayara girmek üzere hazırlar. Cevaplar sözlüden dijitale dönüştürülmüş olup belirli rakamlar verilerek bilgisayara girilmiştir. Örneğin; cevaba kesinlikle katılıyorum için 5 puan, katılıyorum için 4, kararsızım için 3, katılmıyorum için 2 ve kesinlikle katılmıyorum için 1 puan verilmiştir. Yani puan ne kadar yüksek olursa, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de o kadar yüksek olur. Hebron'daki sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırmada veriler, sayılar, yüzdeler, ortalamalar ve standart sapmalar çıkarılarak istatistiksel olarak işlenmiştir. Hipotezler aşağıdaki istatistiksel testler tarafından $\alpha = 0,05$ düzeyinde incelenmiştir: T testi, (Varyans Tek Yönlü Analizi), (Tukey testi), (Pearson Korelasyonu), (Cronbach Alpha), Bilgisayarı Sosyal Bilimler (Spss) için istatistiksel paketlerle kullanarak.

Tablo 2: İstatistiksel Analiz Verileri

Değişkenler	Sayı	Geçerli yüzde	Sistem eksik
İşletmenizin yasal niteliği			2
Birey	13	27.1	
Ortak girişim	29	60.4	
Sınırlı sorumluluk	6	12.5	
Kuruluşunuzun türü			3
Aile şirketin	36	76.6	
Sahip olunan Aile Dışı	11	23.4	
İş türü			2
Tabakhaneler	3	6.3	
Ayakkabı hammadde malzemelere	5	10.4	
Tasarımcı	2	4.2	
Üretici	28	58.3	
Pazar	10	20.8	
Ticaret odası üyesi misiniz?			4

Evet	38	82.6	
Hayır	8	17.4	
Deri ve ayakkabı birliği üyesidir			
Evet	22	46.8	3
Hayır	25	53.2	
Toplam çalışan sayısı			
4 ve daha az	17	40.5	8
5-7	18	42.9	
9 ve üzeri	7	16.7	
Kuruluş yılı			
1980 ve daha az	6	14.6	9
1981-1989	5	12.2	
1990 ve üstü	30	73.2	
Kurumsal konum			
Hebron	31	75.6	9
AL- Fahes- Güney bölgesi	2	4.9	
Ean- Sara	2	4.9	
AL- Haouz al thani	2	4.9	
AL Jala	1	2.4	
Haret AL Shekh	2	4.9	
Wad Abonelik Ketela	1	2.4	
Kurumsal konum			
Şehir	23	88.5	24
Köy	1	3.8	
Sanayi Bölgesi	2	7.7	
Girişimcinin yaşı			
11 yaş ve altı	5	12.2	9
12-20 yaş	10	24.4	
21 yaş ve üzeri	26	63.4	
Yöneticinin yılların deneyimi			
10 yıl ve daha az	8	19.5	9
11-20 yıl	4	9.8	

21 yıl ve üzeri	29	70.7	
-----------------	----	------	--

3.2. Enstrümanın Geçerliliği

Araştırmacı, aracı jüri grubuna sunarak geçerliliğini doğrulayıp anketin hazırlanması için yorum ve önerileri dikkate almıştır. Filistin'de ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi hakkında çalışma: Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılması üzerine bir araştırma.

Tablo 3: Kişi Korelasyon Sonuçları

N	Kişi korelasyonu	Sigma	N	Kişi korelasyonu	Sigma
1	0.483	0.000	26	0.469	0.001
2	0.424	0.002	27	0.405	0.004
3	0.626	0.000	28	0.371	0.008
4	0.725	0.000	26	0.430	0.002
5	0.572	0.000	30	0.292	0.039
6	0.496	0.000	31	0.519	0.000
7	0.337	0.017	32	0.703	0.000
8	0.202	0.160	33	0.685	0.000
9	0.582	0.000	34	0.671	0.000
10	0.573	0.000	35	0.680	0.000
11	0.352	0.012	36	0.646	0.000
12	0.382	0.006	37	0.549	0.000
13	0.425	0.002	38	0.496	0.000
14	0.653	0.000	39	0.726	0.000
15	0.343	0.015	40	0.419	0.002
16	0.365	0.009	41	0.466	0.001
17	0.377	0.007	42	0.413	0.003
18	0.541	0.000	43	0.574	0.000
19	0.405	0.004	44	0.351	0.012

20	0.188	0.192	45	0.013	0.928
21	0.279	0.050	46	0.521	0.000
22	0.143	0.323	47	0.614	0.000
23	0.441	0.001	48	0.540	0.000
24	0.442	0.001	49	0.465	0.001
25	0.506	0.000	50	0.661	0.000

Sonuçlar, paragrafların çoğunun toplamla ilişkili olduğunu gösterdi

3.3. Çalışmanın Güvenilirliği

İç uyumluluğu ve hesap güvenilirliğini sağlamak için (Cronbach Alpha) Tablo 4’de gösterildiği gibi kullanılmıştır.

Tablo 4: Sonuçlar (Cronbach Alpha).

	Vaka sayısı	Öge sayısı	Cronbach Alfa
Çevredeki ortam	50	23	0.84
Talep faktörleri	50	7	0.62
Destekleyici ve tamamlayıcı endüstriler	50	7	0.87
Şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısı	50	4	0.63
Devlet rolü	50	4	0.56
Değerlendirilebilir fırsatlar	50	5	0.79
Toplam puan	50	50	0.92

Güvenilirlik doğrulandıktan sonra araç çalışması ve aracın paragraflarının iç tutarlılığı incelenmiş ve toplam çalışma örneğindeki Cronbach Alfa katsayısının tutarlılık değeri (0,92) olarak hesaplanmıştır. Böylece alet en yüksek tutarlılık puanına ulaşmıştır

3.4. Çalışma Sorularını Tartışma

Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının boyutu.

Filistin'de ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi ne ölçüde?

Bu soruyu cevaplamak için Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesini bulmak için soruların sayılarını, araçlarını ve standart sapmalarını analiz edilmiştir. Tablo 5’de gösterildiği gibi.

Tablo 5: Üretim ve Pazarlama Sorunlarının Seviyesinin Araç ve Standart Sapmaları

	Sayı	Araç	Standart Sapmalar
Çevredeki ortam	50	3.27	0.45
Talep faktörleri	50	3.25	0.54
Destekleyici ve tamamlayıcı endüstriler	50	3.27	0.74
Şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısı	50	3.04	0.66
Devlet rolü	50	2.98	0.65
Değerlendirilebilir Fırsatlar	50	2.97	0.78
Toplam puan	50	3.20	0.46

Filistin’de ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının puanlamasının olduğu bir önceki tablodan da gösterildiği gibi Hebron’da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma orta seviyede idi, bu puanlamanın ortalaması (3.20) ve standart sapma (0.46) idi.

Çalışmadaki (Çevredeki ortam hakkında) en önemli sorular nelerdir?

Bu soruyu cevaplamak adına çalışmadaki en **önemli** soruları bulmak için araçlar ve standart sapmalar analiz edilip ve sonuçlar tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Araçlar ve Standart Sapmalar Önem Sıralaması

	Veriler	Ortalama	Std. Sapma	Derece
S21	Politik durumun kötü.	4.26	0.85	Yüksek
S22	Ekonomik durumun kötü.	4.24	0.77	Yüksek
S20	Altyapı maliyetinin yüksek olduğuna inanıyorum.	3.82	0.89	Yüksek
S18	Hammadde kalitesindeki dengesizliği fark ediyorum.	3.74	0.85	Yüksek
S11	Filistin’de ayakkabı yapımı sektörü ile ilgili özel bilgilere ulaşmak kolaydır.	3.60	0.80	Orta
S23	Filistin’de yürürlükteki kural ve yönetmelikler endüstri gelişimini olumsuz etkilemektedir.	3.58	0.92	Orta
S16	Ayakkabı yapımı için gerekli hammaddeleri elde etmek kolaydır.	3.58	0.70	Orta
S8	Ayakkabı alanında yaratıcı uzmanlara ulaşmak kolaydır.	3.56	0.90	Orta
S17	Aynı kalite ve renkte büyük miktarlarda ayakkabı sağlama imkânı olduğuna inanıyorum.	3.50	1.05	Orta
S15	Ayakkabı endüstrisi ile ilgili hammaddeler Filistin’de bol miktarda mevcuttur.	3.48	0.88	Orta

S19	Mevcut altyapının yeterli olduğuna inanıyorum.	3.46	0.86	Orta
S13	Yerel sanayiye geliştirmek için bilgi edinmek kolaydır.	3.38	0.85	Orta
S12	Yönetimin bilgisine ulaşmak kolaydır.	3.38	0.75	Orta
S7	Deneyimli teknisyenlere ulaşmak kolaydır.	3.34	1.04	Orta
S9	Farklı seviyelerde teknik deneyimlere ulaşmak kolaydır	3.20	0.96	Orta
S4	Özel veya sivil yatırımlara erişmek kolaydır.	2.90	0.95	Orta
S14	Devlet kurumlarından üretim teknolojisine ulaşmanın kolay olduğuna inanıyorum	2.84	1.07	Orta
S3	Sermaye piyasalarına erişmek kolaydır.	2.82	1.00	Orta
S2	Finansal kuruluşlar tarafından sunulan kredi olanaklarına erişmek kolaydır.	2.74	1.17	Orta
S10	Devlet kurumları, kolejler, üniversiteler ve araştırma merkezleri aracılığıyla insan kaynaklarına ulaşmanın kolay olduğuna inanıyorum.	2.72	1.16	Orta
S1	Yerel endüstri gelişimi için sermaye almak kolaydır	2.62	1.04	Orta
S6	Sermaye enjeksiyonu konusunda resmi onay almak mümkündür.	2.42	1.14	Orta
S5	Kolayca devlet desteği alabileceğime inanıyorum.	2.12	1.04	Alçak
	Toplam puan	3.27	0.45	Orta

Bir önceki tablodan da anlaşılacağı üzere yüksek değerler elde edilen çalışmada (çevredeki çevre) en önemli sorular şu sorulardır (Siyasi durumların kötü olduğuna inanıyorum, ekonomik durumların kötü olduğuna inanıyorum, altyapı maliyeti yüksek Hammadde kalitesindeki istikrarsızlığı fark edebiliyorum).

Çalışmadaki (Talep faktörleri) en önemli sorular nelerdir?

Bu soruyu cevaplamak için çalışmadaki en önemli sorular bulunup araçlar ve standart sapmalar analiz edildi. Sonuçlar Tablo7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Talep Faktörleri

	Veriler	Ortalama	Std. Sapma	Derece
S29	Müşteriler teknik özelliklerin ve ayakkabıların kalitesinin farkındadır.	3.80	0.67	Yüksek
S30	Müşteri sürekli olarak ürünlerin sürekli bir şekilde geliştirilmesini ve iyileştirilmesini talep ediyor.	3.76	0.65	Yüksek
S28	Filistin ayakkabı kalitesinin uluslararası pazarlardaki itibarı iyidir.	3.68	1.03	Yüksek
S24	Yerel pazarlara girmek kolaydır.	3.42	1.10	Orta
S26	Ayakkabılara yerel talep seviyesi yüksektir.	2.84	1.13	Orta
S27	Ayakkabılara olan uluslararası talep seviyesi yüksektir.	2.80	1.03	Orta
S25	Uluslararası pazarlara girmek kolaydır.	2.50	1.11	Orta
	Toplam puan	3.25	0.54	Orta

Çalışmadaki (Destekleyici ve tamamlayıcı endüstriler) en önemli sorular nelerdir?

Bu soruyu cevaplamak için çalışmadaki en önemli sorular bulunup araçlar ve standart sapmalar analiz edildi. Sonuçlar Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: Tamamlayıcı Endüstriler

	Veriler	Ortalama	Std. Sapma	Derece
S31	Satış ve satın almadaki kişisel ilişkiler yerel endüstri gelişimini destekler.	3.64	1.06	Orta
S37	Ayakkabı sektöründen diğer işletmelerle kurumsal iş birliğinizin seviyesi iyidir.	3.60	0.67	Orta
S32	Yerel sigorta kurumları arasında iş birliği olduğunu görüyorum.	3.28	1.03	Orta
S36	Devletin, kurumlarıyla bir tür iş birliği olduğunu fark ettim.	3.22	1.01	Orta
S35	Kamu kurumları (Hebron Ticaret Odası, Sendikalar ve belediye) arasında iş birliği vardır.	3.16	1.01	Orta
S33	Eğitim merkezleri, danışma merkezleri ve	3.00	1.05	Orta

	üniversiteler arasında iş birliği vardır.			
S34	Yerel ekipman ve cihaz üreticileri ile bir tür iş birliği vardır.	3.00	1.01	Orta
	Toplam puan	3.27	0.74	Orta

Çalışmadaki (Şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısı) en önemli sorular nelerdir?

Bu soruyu cevaplamak için çalışmadaki en önemli sorular bulunup araçlar ve standart sapmalar analiz edildi. Sonuçlar Tablo 9’de gösterilmiştir.

Tablo 9: Şirketin Stratejisi, Rekabeti ve Pazar Yapısı

	Veriler	Ortalama	Std. Sapma	Derece
S41	İşletmeniz düşük maliyetli değildir ve pazarda çeşitli segmentlere hizmet vermek için seçkin ürünler üretir.	3.22	0.97	Orta
S38	İşletmeniz düşük maliyetlidir ve piyasadaki çeşitli segmentlere hizmet vermek için standart ürünler (diğer üreticiler gibi) üretir.	3.20	0.90	Orta
S40	İşletmeniz düşük maliyetli değildir ve piyasadaki çeşitli segmentlere hizmet etmek için standart ürünler (diğer üreticiler gibi) üretir.	2.92	1.04	Orta
S39	İşletmeniz düşük maliyetlidir ve pazarda çeşitli segmentlere hizmet vermek için seçkin ürünler üretir.	2.84	0.93	Orta
	Toplam puan	3.04	0.66	Orta

Çalışmadaki (Devlet rolü) en önemli sorular nelerdir?

Bu soruyu cevaplamak için çalışmadaki en önemli sorular bulunup araçlar ve standart sapmalar analiz edildi. Sonuçlar Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10: Devletin Rolü

	Veriler	Ortalama	Std. Sapma	Derece
S45	Devlet ithalatı sanayiden daha fazla destekliyor.	3.46	1.07	Orta
S44	Sektör üzerindeki en fazla devlet etkisi prosedürlerde, yasalarda ve politikalarda temsil edilir.	3.18	0.94	Orta
S42	Filistin’de sanayiye teşvik eden devlet politikaları	3.16	1.03	Orta

	var.			
S43	İşletmeniz, ayakkabı endüstrisini teşvik eden resmi politikalardan yararlandı.	3.06	0.93	Orta
	Toplam puan	2.98	0.65	Orta

Bir önceki tablodan da anlaşılacağı gibi, çalışmada en önemli sorular (devlet rolü) tüm sorular bir dereceye kadar aracılık elde etmiş ve bu da ayakkabı üreticilerinin devlet desteği aldığını göstermektedir.

Çalışmadaki (Değerlendirilebilir fırsatlar) en önemli sorular nelerdir?

Bu soruyu cevaplamak için çalışmadaki en önemli sorular bulunup araçlar ve standart sapmalar analiz edildi. Sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11: Değerlendirilebilir Fırsatlar

	Veriler	Ortalama	Std. Sapma	Derece
S49	Ülkemizde, mevcut fırsatlar yeni pazarlarda temsil edilmektedir.	3.32	1.03	Orta
S47	Profesyonel işçi bulmakta zorlanmıyorum.	3.00	1.03	Orta
S48	İyileştirilen deriyi temin etmek zordur.	3.00	0.99	Orta
S50	Şirketleri finansal olarak desteklemek ve ana üretim hatlarını geliştirmek için fırsatlar mevcuttur.	2.80	1.22	Orta
S46	Şirketler yeni işçilere ihtiyaç duyarsa ucuz işgücü her zaman mevcuttur.	2.76	1.04	Orta
	Toplam puan	2.97	0.78	Orta

Bir önceki tablodan anlaşılacağı üzere çalışmadaki en önemli sorular (Mevcut Olanaklar). Tüm sorular bir dereceye kadar arabuluculuk elde etti ve bu, Filistin'deki yeni pazarlarda mevcut fırsatların benzerliğini ve yüzleşme eksikliğini, Profesyonel işçi bulmanın zorluğu, tedavi edilmiş cilt sağlamanın mümkün olduğunu ve finansal şirketler için fırsatlar sağlamanın mümkün olduğunu gösteriyor.

Hipotezleri Test ve Tartışma

İşletmenize Göre Hebron'daki Sektörün Rekabet Gücü, H1.

Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorularının seviyesinin $\alpha=0,05$ 'inde önemli bir fark yoktur. İşletmenizin Yasal niteliğine göre Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesine ilişkin hipotezleri test etmek için (Varyantın tek yönlü analizi) kullandık. İşletmenizin Yasal niteliğine göre Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Tablo 12: İşletmenize Göre Hebron'daki Sektörün Rekabet Gücü

	DF	Karelerin toplamı	Karelerin ortalaması	F	Sig
Gruplar arasında	2	1.735	0.868	4.821	0.013
Gruplar içinde	45	8.099	0.180		
Toplam	47	9.834			

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi $\alpha=0,05$ 'te ve önemli farklılıklar olduğunu belirtmiştir. Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesinin ikili karşılaştırmalar için çıkarılan bu farklılıkların kaynağı Tukey testinde bulunmaktadır. İşletmenizin Yasal niteliğine göre Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Tablo 13: Yasaya Göre Hebron'daki Endüstrinin Rekabet Gücü

İşletmenizin yasal niteliği	Birey	Ortak girişim	Sınırlı sorumluluk
Birey		-0.09125	*0.62538
Ortak girişim			*0.53414
Sınırlı sorumluluk			

Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesinin ikili karşılaştırmalar için Türkiye test sonuçları: İşletmenizin Yasal doğasına göre Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma. Bireysel ve sınırlı sorumluluk arasındaki farklar birey lehine ve ortak girişim ile sınırlı sorumluluk arasındaki farklar ortak girişim lehine, Tablo 14'de açıkça belirtildiği gibi başka farklılıklar vardır.

Tablo 14: Üretim ve Pazarlama İçin Sayılar, Ortalamalar ve Standart Sapma.

İşletmenizin Yasal Yapısı	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
Birey	13	3.35	0.52
Ortak girişim	29	3.26	0.38

Sınırlı sorumluluk	6	2.73	0.33
--------------------	---	------	------

İşletmenizin Türüne Göre (T-Testi) Sonuçları, H2.

Filistin'deki ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının $\alpha=0,05$ seviyesinde önemli bir fark yoktu. İşletmenizin türüne göre Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma. Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesinin farklılıkları için hipotezleri test etmek için (t-test) kullandık.

Tablo 15: İşletmenizin Türüne Göre (T-Testi) Sonuçları.

	Kuruluşun uzun türü	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	Df	T
Aile şirketi	36	3.19	0.40	45	-0.824	0.425
Aile dışı mülki şirket	11	3.35	0.60			

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Filistin'deki ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi için $\alpha=0,05$ 'te önemli bir fark olmadığını belirtmiştir. İşletmenizin türüne göre Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma.

İşletme Türüne Göre Tek Yönlü Varyans Analizinin Sonuçları, H3.

Filistin'de ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının $\alpha=0,05$ seviyesinde önemli bir fark yoktu. Hebron'da sektörün rekabet gücünün iş türüne göre artırılmasına yönelik bir araştırma. Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesine ilişkin hipotezleri test etmek için (Varyans analizi) kullandık.

Tablo 16: İşletme Türüne Göre Tek Yönlü Varyans Analizinin Sonuçları

		DF	Karelerin toplamı	Karelerinin ortalaması	F
Gruplar arasında	4	3.042	0.761	4.615	0.003
Gruplar içinde	43	7.086	0.165		
Toplam	47	10.129			

Toplam puan: Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi için $\alpha=0,05$ seviyesinde önemli farklılıklar olduğunu belirtmiştir. Hebron'da sektörün rekabet gücünün iş türüne göre

arttırılmasına yönelik bir araştırmada ikili karşılaştırmalar için çıkarılan bu farklılıkların kaynağını bulmak için (Tukey testi) kullanılmıştır. Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesinin arka plan hipotezleri: Hebron'da sektörün rekabet gücünün iş türüne göre arttırılması üzerine yapılan araştırma.

Tablo 17: İki Taraflı Karşılaştırmalar İçin Tukey Test Sonuçları, Hipotezler.

	İş türü	Tabakhaneler	Ayakkabı hammadde malzemeleri	Tasarımcı	Üretici
Tabakhaneler		- 0.30400	-0.90000	-0.19643	-0.08200
Ayakkabı hammadde malzemelere			-0.59600	-0.50043	-0.38600
Tasarımcı				*1.09643	*0.98200
Üretici					-0.11443
Pazar					

Filistin'de ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyine ilişkin ikili karşılaştırmalar için Tukey test sonuçları: İş türüne göre Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma. Tasarımcı ve Üretici arasındaki farklar Tasarımcı lehine, Tasarımcı ile Pazar arasında Tasarımcı lehine başka farklılıklar da tablodan da anlaşılacağı üzere vardı.

Tablo 18: İşletmeden Fark, Ortalamalar ve Standart Sapma

	Sayı	Kastetmek	Std. Sapma
Tabakhaneler	3	3.28	0.88
Ayakkabı Hammadde malzemeleri	5	3.58	0.47
Tasarımcı	2	4.18	0.11
Üretici	28	3.08	0.35
Pazar	10	3.19	0.36

Ticaret Odası (T-Testi) Sonuçları, H4.

Filistin'deki ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının $\alpha=0,05$ seviyesinde önemli bir fark yoktu. Ticaret Odası üyesiyseniz, Hebron'da sektörün rekabet

gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma. Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesinin farklılıkları için hipotezleri test etmek için (t-test) kullandık. Ticaret Odası üyesiyseniz, Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Tablo 19: Ticaret Odası (T-Testi) Sonuçları

Ticaret Odası Üyesiyseniz	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	Df	T	Sigma
Evet	38	3.24	0.47	44	0.788	0.435
Hayır	8	3.10	0.44			

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Filistin'deki ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının $\alpha=0,05$ seviyesinde önemli bir fark olmadığını belirtmiştir.

Çevre * Üretim ve Pazarlama Sorunları, H5.

Çevrenin seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında $\alpha=0.05$ 'te bir ilişki yoktu. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılması üzerine bir araştırma.

Çevrenin seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandık. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma.

Tablo 20: Çevre * Üretim ve Pazarlama Malzemeleri

	Sayı	Bireyin Korelasyonu	Sigma
Çevre * Üretim ve pazarlama malzemeleri	50	0.908**	0.000

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, çevre ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında (Olumlu) bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma. Çevre seviyesinin puanı ne zaman artmışsa, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de artmıştır. Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Talep faktörleri * Üretim ve pazarlama sorunları, H6.

Talep faktörlerinin seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında $\alpha=0,05$ düzeyinde bir ilişki yoktu. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılması üzerine bir araştırma.

Talep faktörlerinin düzeyi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandık. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma.

Tablo 21: Talep Faktörleri

	Sayı	Pearson Korelasyonu	Sigma
Talep faktörleri * Üretim ve pazarlama sorunları	50	0.752**	0.000

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Talep faktörlerinin düzeyi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında (Olumlu) bir ilişki olduğunu belirtmiştir: Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma. Talep faktörlerinin seviyesi ne zaman artmışsa, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de artmıştır. Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Destekleyici Ve Tamamlayıcı Endüstriler * Üretim Ve Pazarlama Sorunları,H7.

Destekleyici ve tamamlayıcı endüstrilerin seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandık: Hebron'da sektörün rekabet gücünü arttırmaya yönelik bir araştırma.

Tablo 22: Destekleyici ve Tamamlayıcı Endüstriler

	Sayı	Pearson Korelasyonu	Sigma
Destekleyici ve tamamlayıcı endüstriler * Üretim ve pazarlama sorunları	50	0.847**	0.000

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Destekleyici ve tamamlayıcı endüstrilerin seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında (Olumlu) bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma.

Destekleyici ve tamamlayıcı endüstrilerin seviyesi ne zaman artmışsa, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de artmıştır. Hebron'da sektörün rekabet gücünü artırmaya yönelik bir araştırma.

Şirketin Stratejisi, Rekabeti Ve Pazar Yapısı, H8.

Şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısı ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandık: Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma.

Tablo 23: Şirketin Stratejisi, Rekabeti ve Pazar Yapısı

	Sayı	Pearson Korelasyonu	Kendisi
Şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısı	50	0.756**	0.000
Üretim ve pazarlama sorunları			

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısının düzeyi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında (Olumlu) bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma: şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısının seviyesi ne zaman artmışsa, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de artmıştır: Hebron'da sektörün rekabet gücünü artırmaya yönelik bir araştırma.

Devletin rolü * Üretim ve pazarlama sorunları, H9.

Hükümetin rolü ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandık. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılması üzerine bir araştırma.

Tablo 24: Devletin Rolü

	Sayı	Pearson Korelasyonu	Kendisi
Devletin rolü * Üretim ve pazarlama sorunları	50	0.499**	0.000

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, devletin rolü ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında (Olumlu) bir ilişki olduğunu belirtilmiştir: Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir

araştırma. Devletin rolünün seviyesi ne zaman artmışsa, Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de artmıştır.

(Mevcut Fırsatlar * Üretim ve Pazarlama Sorunları), H10.

Değerlendirilebilir fırsatlar seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasındaki ilişki için (Pearson korelasyonu) kullandık. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma.

Tablo 25: Mevcut Fırsatlar

	Sayı	Pearson Korelasyonu	Sigma
Mevcut Fırsatlar * Üretim ve pazarlama sorunları	50	0.762	0.000

Yukarıdaki tabloda yer alan analiz sonuçları, Değerlendirilebilir fırsatlar seviyesi ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi arasında (Olumlu) bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Hebron'da sektörün rekabet gücünün artırılmasına yönelik bir araştırma. Mevcut Fırsatlar seviyesinin puanı ne zaman artmışsa, Filistin'deki ayakkabı sektörünün üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi de artmıştır. Hebron'da sektörün rekabet gücünü artırmaya yönelik bir araştırma.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi ortalama olarak ortaya çıktı. Ayakkabı endüstrisi, hammadde elde etme ve pazarın Çin ürünlerinin ithalatına açılmasından kaynaklanan zorluklardan mustarip olması sebebiyle yerel ürünlere olan talebi azalmış olup, sınırların kapanmasıyla yerel ürünlerin ihracatı küresel ürünlerle rekabet etmeyi engellemiştir.

Jenkins ve Barbosa (2012), Çin ürünlerinin Brezilya iç pazarı üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Yazarlar Çin ürünlerinin hem Brezilya hem Latin Amerika pazarlarına nüfuz ettiğini bildirmiştir. Ve bu da brezilyanın Amerika'ya ve Avrupa birliği ülkelerine ihracat gücü, yerel pazara da olumsuz bir şekilde etki etmiştir. Bu sonuçlar, Çin ürünlerinin Filistin yerel pazarında, özellikle Hebron'daki olumsuz etkisine ilişkin bulgularımız ile uyumludur.

Ayrıca, Edwards ve Jenkins (2013) Çin ticaretinin 1992-2010 yılları arasında Güney Afrika'daki yerel üretim üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamış, sonuçlar yerel pazarda Çin ürünlerinin arttığını ve bunun da yerel üretimde 2010 yılında %5 düşüşe yol açtığını ortaya koymuştur. 1992'ye kıyasla Çin'in Güney Afrika ile ticaretinde aynı zamanda %8 daha yüksek olması, Çin ürünlerinin dünya çapındaki yerel üretimler üzerindeki olumsuz etkisini açıklamıştır.

Öte yandan, sonuçlarımız çevreleyen ortamın Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi ile rekabet gücü artması arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir.

El Halil'de ayakkabı ve deri sektörünün üretim ve pazarlamasında rekabet gücünü değerlendirmeyi amaçlayan bir Filistin araştırmasına göre, araştırmacılar, ayakkabı ve deri imalatının iyileştirilmesi ve rekabet edebilirlik elde edilmesi arasında önemli bir nedensel ilişki buldular. Buna ek olarak, yazarlar birlik sektörünün bu imalat sektörlerinde rekabet gücü elde edebileceğini öne sürdüler (Awad ve Amro, 2017), bu çalışma, rekabet gücü ile ayakkabı üretimi arasındaki sıkı ilişki hakkındaki sonuçlarımızla uyumluydu.

Küresel olarak, yakın zamanda yapılan bir araştırma, ayakkabı sektöründe Endonezya ve Vietnam arasındaki rekabet gücünü tartışmayı amaçlayarak özellikle ihracat

alanında, iki ürün arasında karşılaştırmalı üstünlük ve ticari uzmanlaşma endeksini kullanmıştır. Çalışma Endonezya ayakkabılarının ihracatı Vietnam ürünlerinden etkilendiğini belirtmiştir. Ayrıca Endonezya'nın Vietnam'a nazaran daha düşük bir rekabet kabiliyetine sahip olduğunu Vietnam'ın rekabet skoru 9 iken Endonezya'nın rekabet skoru 4 olduğu gözlemlenmiştir. Bundan dolayı rekabet üretim sektörünün üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. (Abdulkadir, Afriana, and Azis, 2020)

Sonuçlarımızın yanı sıra, talep faktörleri ile Hebron, Filistin'de ayakkabı ürünlerinin üretimi ve pazarlanması arasında pozitif bir ilişki vardır. (2002-2006).

Ayrıca, çıkardığımız sonuç gibi diğer uluslararası araştırmalarda üretim büyümesinin, ürün talebi ile bu ürünlerin (ayakkabı) üretimi ve pazarlanması arasında güçlü bir ilişki anlamına gelen ürünlerin talep oranındaki artışla ilişkili olduğunu bildirmiştir (Zhang, Prajapati ve Peden, 2010).

Öte yandan, çalışmamız, Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının önlenmesine ve rekabet gücünün artırılmasına yardımcı olan yerel endüstriyi desteklemede hükümetin önemli rolünü ortaya koydu.

Çin araştırması, 2011-2015 yılları arasında firma düzeyindeki şirketlerin kullanılan verileriyle Çin'in imalat sanayii üzerindeki devlet sübvansiyonlarının rolünü açıklamayı amaçladı, sonuçlar, araştırma, geliştirme, performans ve fabrikaların ve firmaların hükümet sübvansiyonlarının sonucu olarak üretiminde bir iyileşme gösterdi (Jin), Shang ve Xu, 2018).

Ayrıca, Zhang ve diğerleri (2014), yerel ürünlerin üretimi ve pazarlanmasının desteklenmesinde devlet sübvansiyonlarının önemli rolünü bildirmiştir; bu çalışmalar, Hebron'da devlet sübvansiyonlarının önemi ve ayakkabı imalatının desteklenmesi konusundaki bulgularımızla uyumludur.

Sonuçlarımız aynı zamanda destekleyici ve tamamlayıcı endüstrilerin seviyesi ile ayakkabı endüstrisinin sürekli çalışmasının yanı sıra Filistin'de köpük hammaddesinin mevcudiyeti arasında pozitif bir ilişki buldu.

Purbasari (2017) çalışması, Cibaduyut bölgesinde deri hammaddesi ve yardımcı sanayinin bulunabilirliğinin ayakkabı imalatı üzerindeki etkisini bulmayı amaçlamıştır. Batı

Java; Sonuçlar, deri kıtlığının bu alandaki ayakkabı üretimi üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkisi olduğunu ve Cibaduyut bölgesinde deri ayakkabı üretiminin sürekliliğini büyük ölçüde etkileyen hammadde olarak derinin yetersizliği ve tamamlayıcı sanayinin olmaması sonucuna varılmıştır. Bu çalışmanın sonucu, Filistin, Hebron'da ayakkabı sektörünün imalatının sürekliliği ve geliştirilmesinde destekleyici ve tamamlayıcı sanayinin rolü hakkındaki sonuçlarımızla uyumludur.

Ayakkabı endüstrisi Filistin'deki ünlü ihracat ve üretim endüstrilerinden biridir ve Hebron şehri Filistin ekonomisinin kalesi olarak kabul edilir ve pazarlama, Khalili ayakkabısını tüm dünyada yapmayı başarılı olmayı sağlamış olup, bu da Filistin ekonomisinin toparlanmasına yol açmıştır.

Hebron'daki ayakkabı endüstrisi ve pazarlama sektörü birçok zorlukla karşılaşmıştır. Bunun en önemli faktörü olarak da İsrail işgalinin getirdiği kısıtlamalar ve yerel ürünün kalitesine rağmen Çin ve uluslararası ürünlerin yerel pazarlara yerel ürünlerden daha düşük fiyatlarla girmesine izin verilmesi ve tüketicinin düşük fiyat nedeniyle Çin ürünü satın alma ihtiyacı denilebilir.

Araştırmacı, Filistin Ekonomi Bakanlığı'nı Çin ayakkabı ithalatını azaltmaya, Hebron ayakkabılarının kalitesinde tüketici güvenini artırmaya ve ihracatı artırmaya ve onlara dış ve bölgesel pazarlar açmaya, bu eski zanaatı tanıtmaya ve çöküşten korumaya çağırıyor.

Ayakkabı endüstrisi, onu korumak ve tüketicilerin kendisine olan güvenini artırmak için yetkili makamların desteğine ihtiyaç duyduğundan ve onu korumak için bir dizi kanunun çıkarılmasına ihtiyaç duyuyor. Çin ayakkabı ithalatını durdurmak, 2000 yılının başında yılda 11 milyondan fazla ayakkabı üreten ve yılda 200 milyon dolardan fazla finansal getiri elde eden Khalili ayakkabı endüstrisine yeniden hayat verecektir. Yerel ayakkabı talebinin artmasının önünü açacak ve insan gücüne ve piyasa taleplerinin karşılanmasına ihtiyaç duyan işçiler için kapıları açacaktır.

- Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi ortalama olarak ortaya çıktı. Ayakkabı endüstrisi, hammadde elde etme ve pazarın Çin ürünlerinin ithalatına açılmasından kaynaklanan zorluklardan mustarip olması sebebiyle

yerel ürünlere olan talebi azalmış olup, sınırların kapanmasıyla yerel ürünlerin ihracatı küresel ürünlerle rekabet etmeyi engellemiştir.

- Çalışmanın sonuçları gösteriyor ki Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için çevredeki ortamın düzeyi ile üretim ve pazarlama sorunlarının seviyesi ve yerli rekabet gücünün artması arasında pozitif bir ilişki vardır.
- Çalışmanın sonuçları, talep faktörleri ile Filistin'deki ayakkabı endüstrisinin üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi ve rekabet gücünün artması arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Pazarlama süreci böylece yerel ürünlerin rekabet gücünü artırır.
- Filistin'de ayakkabı endüstrisi için destekleyici ve tamamlayıcı endüstrilerin düzeyi ile üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi arasında (pozitif) bir ilişki vardır.
- Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için şirketin stratejisi, rekabeti, pazar yapısı ve üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi arasında (pozitif) bir ilişki vardır.
- Çalışmanın sonuçları, hükümetin, Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için üretim ve pazarlama sorunlarından kaçınmaya ve rekabet gücünü artırmaya yardımcı olan yerel endüstriyi desteklemedeki önemli rolünü göstermektedir.
- Filistin'deki ayakkabı endüstrisi için mevcut fırsatların düzeyi ile üretim ve pazarlama sorunlarının düzeyi arasında (pozitif) bir ilişki vardır.

ÖNERİLER

Sonunda, deri ve ayakkabı koleksiyonunun geliştirilmesi için temel olarak birkaç tavsiye kararlaştırıldı. Araştırmanın sonuçlarına göre, aşağıdaki gibi bir dizi öneri çıkarılabilir:

- Araştırmacı, Filistin Ekonomi Bakanlığı'nı Çin ayakkabı ithalatını azaltmaya,
- Hebron ayakkabılarının kalitesine tüketici güvenini artırmaya, ihracatlarını artırmaya ve onlara dış ve bölgesel pazarlar açmaya, bu eski zanaatı tanıtmaya ve çöküşten korumaya çağırıyor.
- Endüstriyel kümelenmelerde teknik ve teknolojik destek merkezlerinin kurulması, üretken sanatların geliştirilmesi ve üretim maliyetlerinin düşürülmesi.
- Endüstriyel birlik kavramının kullanılması ve geliştirilmesi.
- Devlet tarafından üreticilere sağlanan teşvikler ve onları organize işgücüne entegre etmek ve kalifiye elleri korumak.
- Sermaye ekipmanı üzerindeki gümrük vergilerinin düşürülmesi
- Araştırmacılar, yerel endüstrilerin rekabet gücünü ve pazarlamasını artırmaya yönelik çeşitli çalışmalar üzerinde çalışmayı önermektedir.
- Uluslararası ürünlerle rekabet gücünü artırmak için Hebron'daki ayakkabı endüstrisi fuarları için modern tanıtım reklamlarının düzenlenmesini teşvik etmek.

KAYNAKLAR

- AbdelSalam, R. (2019). "Competitiveness of the Libyan Economy", 8th ed. *Al-Zaytoonah University Journal*, Libya, pp. 176-189.
- Abdulkadir, A., Afriana, W., Azis, H. (2020). "Footwear Export Competitiveness of Indonesia and Vietnam. Signifikan", *Jurnal Ilmu Ekonomi*, XI/2, 269-284.
- Al-Bitawi, W. (2019). " *Developing Competitiveness and Increasing the Share of the National Product: the Palestinian Food Industry Sector*", 1st ed. Palestinian Economic Policy Research Institute MAS, Ramallah, pp. 33-52.
- Al-Falah, B. (2018) ."*Developing Competitiveness and Increasing the Share of the National Product in Palestine: the Leather and Footwear Sector*", 1st ed. Palestinian Economic Policy Research Institute (MAS), Ramallah, pp. 17-22.
- Awad, I., Amro, A. (2017). "The Effect of Clustering on Competitiveness Improvement in Hebron: A Structural Equation Modeling Analysis", *Journal of Manufacturing Technology management*, XXVIII/5, 1741-038X.
- Diop, A. (2006). "*Factors Enhancing Competitiveness and the Extent To Which It Can Be Activated in Syrian Industries*", Damascus University, Syria, pp. 133-190.
- Edwards, L., Jenkins, R. (2015). "The Impact of Chinese Import Penetration on the South African Manufacturing Sector", *The Journal of Development Studies*, LI/4, 447-463.
- Hlaq, P. (2020). "*Principles of Marketing, Syrian Virtual University*", Syrian Virtual University, Syria, pp. 4-32.
- Ibn-Bakr, A. (1982). " *The Role of Universities in the Industry Study and Foundation*", 1st ed. Arab Bureau of Education for the Gulf States, Bahrain, pp. 81-107.
- Imam, K. (2021). "Determinants of the Competitiveness of the Leather Industry in Egypt", *Journal of Financial and Commercial Research*, XXII/1, 579-619.
- Jin, Z., Shang, Y., Xu, J. (2018). "The Impact of Government Subsidies on Private R&D and Firm Performance: Does Ownership Matter in China's Manufacturing Industry", *Sustainability*, X/7, 2205-2225.
- Ministry of National Economy, (2020). "*Sectoral Strategy for the Development of the National Economy Ministry of National Economy (2021-2023)*", Ramallah, Avialabl from: <http://eservices.mne.gov.ps/images/economicdevplan21-23.pdf>.
- Rhys, J., Freitas, B. (2012). " Fear for Manufacturing? China and the Future of Industry in Brazil and Latin America", *The China Quarterl*, CCIX, 59-81.
- Roberts, M., Xu, D., Fan, X., Zhang, S. (2018). "The Role of Firm Factors in Demand, Cost, and Export Market Selection for Chinese Footwear Producers", *The Review of Economic Studies*, LXXXV/4, 2429-2461
- Shaheen, M. (2007). "Economics of the Shoe Industry in Egypt", *Ain Shams University*, Egypt, pp. 713-766.

- Zhang, H., Li, L., Zhou, D., Zhou, P. (2014). " Political Connections, Government Subsidies and Firm Financial Performance: Evidence From Renewable Energy Manufacturing in China", *Renewable Energy*, LXIII, 330-336.
- Zhang, X., Prajapati, M., Peden, E. (2010). "A Stochastic Production Planning Model Under Uncertain Seasonal Demand and Market Growth", *International Journal of Production Research*, IL/7, 1957-1975.

Gazeteler

- Abu-Samra, Q. (2018)." Between Imported Shoes and Israeli Restrictions", *Anadolu Media*, 14 February.
- Alhijin, A. (2020). "The Manufacture of Khalili Shoes Was Done Manually İn An Earlier Time, Until The İntroduction of Advanced Technological Equipment", *Donia Al Watan Media*, pp. 3-12.
- Al-Qahtani, A. (2009). "The Reality of Marketing Among Practitioners", *Arab Organization for Administrative Development*, Egypt, pp. 15-21.
- B. News. (2019). "Footwear and Leather Products from Hebron to Italy", *World Economic Forum*, The Global Competitiveness, pp. 23-41.
- Barghouti, A. (2015). "The Shoe İndustry in Palestine İs Facing Challenges", *Iram Media*, 28 November.
- Dudin, N., Nairokh, M. (2021). "Advertising Campaign For the Hebron Job Fair", *Palestine Polytechnic University*, Hebron, pp. 44-57.
- Izghair, M. (2020). "Corona Virus Revives the Shoe İndustry in Hebron", *fossils magazine*, Review on 12/8/2021.
- Jaradat, S. (2017). "Marketing Recovery Solutions", *Palestine Economy Portal*, Review on 11/8/2021.
- Palestine Polytechnic University, (2019). "Article on the Shoe İndustry in Palestine", *Palestinian Central Bureau of Statistics*, Review on 12/8/2021.
- Sliman, I. (2019). "*Marketing the Quality of University Services*", *Suez Canal University*, Ismailia, pp. 70-96..
- Watan Media Network, (2020). "An İnterview With the Naples Shoe Industry Companya Long History That Established A Palestinian İndustry With İnternational Quality", Reviewed on 8/13/2021.
- Zaghdar, A. (2011). "Competitiveness and Strategic Alternatives", 1st ed.*New House for Publishing and Distribution*, Jordan, pp. 101-142.

EKLER

Ek1: ANKET FORMU

FİLİSTİN'DE AYAKKABI SEKTÖRÜNÜN ÜRETİM VE PAZARLAMA SORUNLARI: HEBRON'DA SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Araştırmacı, Pamukkale Üniversitesi'nde öğretim üyesi olan Prof. Dr. Halil SAVAŞ'ın danışmanlığında "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Rekabet Gücü Elde Etmek İçin Kümelerin Uygulanması ve Yönetilmesinin Rolü - Hebron Valiliği'nde Ayakkabı ve Deri Sektörünün Örnek Çalışması" konulu bir araştırma çalışması hakkında sizi bilgilendirmenin mutluluğunu duyacaktır.

Filistin'de ayakkabı ve deri sanayi sektörü en önemli sanayi sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Filistin Merkezi İstatistik Bürosu (PCBS) uyarınca, bu sektör genel olarak Filistin sanayi sektörlerinin genel gelirinin %1'i ile katkıda bulunur, ancak Hebron Valiliği, ayakkabı endüstrisini Filistin Yerli Gelirini artırmaya somut olarak katkıda bulunabilecek en önemli ve umut verici endüstrilerden biri haline getiren konu olan bu endüstrinin genelinden %75 ile katkıda bulunmaktadır.

- Bu anket (4) bölümden oluşur ve tamamlanması yaklaşık (20) dakika sürer.
- Araştırma bulgularının bir kopyasını almak istiyorsanız, lütfen e-posta adresinizi yazınız:

Lütfen derin takdir ve saygımızı kabul edin

Araştırmacı: Sajida abu srou /Mobile: 00970569053443

Bölüm I: İlk bölüm: Yanıtlayan hakkında bilgiler

(İşletmenin sahibi, genel müdürü veya yöneticisi)

Pozisyon :

İşletmenin Adı :

Adres :

Genel bilgiler

1. İşletmenizin yasal niteliği nedir?

1. () Bireysel 2. () ortak girişim 3. () sınırlı sorumluluk 4. () diğerleri, belirtiniz.

2. İşletmenizin türü nedir?

1.() Aile şirketi 2. () Aile dışı sahip olunan

3. İş türünüzdür:

1. () Tabakhaneler 2. () Ayakkabı hammaddeleri temini 3. () Tasarımcı 4. () Üretici 5. () Pazar

4. Ticaret Odası üyesi misiniz: Evet Hayır

5. Deri ve Ayakkabı Birliği üyesidir: Evet Hayır

6. Toplam çalışan sayısı :

7. Kuruluş Yılı :

6. İşletmenin Konumu : 1. () Şehir 2. () Köy 3. () Sanayi Bölgesi

9. İşletmenin yaşı :

10. Yöneticinin yıl tecrübesi:

Birincisi: Çevre: Filistin'de ayakkabı ve deri sektörü için firmaların mevcut ve rekabetçi durumlarını aşağıdakiler açısından ölçmek için gerekli kaynakları içermektedir:

Lütfen bakış açınıza göre doğru kutuyu işaretleyerek (/) aşağıdaki soruları cevaplayınız.

1. Yerel endüstri gelişimi için sermaye almak kolaydır

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

2. Finansal kuruluşlar tarafından sunulan kredi olanaklarına erişmek kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

3. Sermaye piyasalarına erişmek kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

4. Özel veya sivil yatırımlara erişmek kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

5. Kolayca devlet desteği alabileceğime inanıyorum.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

6. Sermaye enjeksiyonu konusunda resmi onay almak mümkündür.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

7. Deneyimli teknisyenlere ulaşmak kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

8. Ayakkabı alanında yaratıcı uzmanlara ulaşmak kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

9. Farklı seviyelerde teknik deneyimlere ulaşmak kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

10. Devlet kurumları, kolejler, üniversiteler ve araştırma merkezleri aracılığıyla insan kaynaklarına ulaşmanın kolay olduğuna inanıyorum.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

11. Filistin'de ayakkabı yapımı sektörü ile ilgili özel bilgilere ulaşmak kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

12. Yönetimin bilgisine ulaşmak kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

13. Yerel sanayiye geliştirmek için bilgi edinmek kolaydır.

1. () Kesinlikle Katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

14.Devlet kurumlarından üretim teknolojisine erişmenin kolay olduğuna inanıyorum

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

15. Ayakkabı endüstrisi ile ilgili hammadde Filistin'de bol miktarda mevcuttur.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

16. Ayakkabı yapımı için gerekli hammaddeleri almak kolaydır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

17. Aynı kalite ve renkte büyük miktarlarda ayakkabı sağlama imkanı olduğuna inanıyorum.

1.() Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

18. Hammadde kalitesindeki istikrarsızlığı fark edebilirim.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

19. Mevcut altyapının kabul edilebilir olduğuna inanıyorum.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Kabul 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

20. Altyapı maliyetinin yüksek olduğuna inanıyorum.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Kabul 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

21. Politik durumların kötü olduğuna inanıyorum.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Kabul 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

22. Ekonomik durumların kötü olduğuna inanıyorum

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

23. Filistin'deki geçerli kural ve düzenlemeler endüstri gelişimini olumsuz yönde etkiler.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

B: Talep faktörleri: Yerel olarak, gelişmiş ürünlerin varlığı, yüksek kalite ve talep seviyesi ile rekabet özellikleri oluşturmak için şirketlerin pazarında yardımcı olurlar.**24. Yerel pazarlara girmek kolaydır.**

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

25. Uluslararası pazarlara girmek kolaydır.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

26. Ayakkabılarda yerel talep seviyesi yüksektir.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

27. Ayakkabıda uluslararası talep seviyesi yüksektir.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

28. Filistin ayakkabı kalitesinin uluslararası pazarlarda itibarı iyidir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

29. Müşteriler teknik özellikleri ve ayakkabı kalitesinin farkındadır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

30. Müşteri sürekli olarak sürekli geliştirme ve ürünlerin iyileştirilmesini talep ediyor.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

C: Destekleyici ve tamamlayıcı endüstriler: Bu tür endüstrilerin varlığı, temel endüstrinin yanı sıra, yaratıcılığın önemli üretken faktörlerini kullanmayı kolaylaştıracaktır. Yaratıcılığı ve düşünce ve fikir alışverişini kolaylaştıran bireysel ve besleme endüstrilerini içerir.

31. Satış ve satın almadaki kişisel ilişkiler yerel endüstri gelişimini destekler.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

32. Yerel sigorta kurumları arasında duyu işbirliği görüyorum.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

33. Araştırma eğitimleri, danışma merkezleri ve üniversiteler ile işbirliği vardır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

34. E ekipman ve cihaz yerel üreticileri ile bir tür işbirliği vardır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

35. Kamu kurumları (Hebron Ticaret Odası, Sendikalar ve belediye) ile iş birliği vardır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

36. Devlet kurumlarıyla bir tür işbirliği olduğunu fark ediyorum.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

37. Ayakkabı sektöründen diğer işletmelerle kurumsal işbirliğinizin seviyesi iyidir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

38. Diğer sektörlerden (tasarım, pazarlama ve kalite denetimi) diğer işletmelerle kurumsal işbirliğinizin seviyesi iyidir.

İşletmeniz düşük maliyetlidir ve piyasadaki çeşitli segmentlere hizmet vermek için standart ürünler (diğer üreticiler gibi) üretir.

D: Şirketin stratejisi, rekabeti ve pazar yapısı: Şirketler tarafından başarı hedeflerini ve mekanizmalarını belirleyerek bunu uygulamak için izlenebilecek yöntem.

39. İşletmeniz düşük maliyetlidir ve piyasadaki çeşitli segmentlere hizmet vermek için standart ürünler (diğer üreticiler gibi) üretir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

40. İşletmeniz düşük maliyetlidir ve pazarda çeşitli segmentlere hizmet etmek için seçkin ürünler üretir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

41. İşletmeniz düşük maliyetli değildir ve piyasadaki çeşitli segmentlere hizmet etmek için standart ürünler (diğer üreticiler gibi) üretir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

42. İşletmeniz düşük maliyetli değildir ve pazarda çeşitli segmentlere hizmet etmek için seçkin ürünler üretir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

E: Devletin Rolü: Rekabet gücünü artırmak amacıyla şirketi etkiler. Örneğin, üretim faktörlerini etkileyerek teklif ve talep üzerindeki etkisi.

43. Filistin'de sanayiye teşvik eden hükümet politikaları vardır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

44. İşletmeniz ayakkabı endüstrisini teşvik eden devlet politikalarından yararlandı.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

45. Sektör üzerindeki hükümet etkisi prosedürlerde, yasalarda ve politikalarda temsil edilir.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

46. Şu anda, hükümet sanayiden daha fazla ithalatı desteklemektedir.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

F: Mevcut Fırsatlar: Üretim süreçleri için önemli olan bazı doğal unsurların keşfedilmeleri gibi şirketlerin isteklerine ek olarak üretim unsurlarının kontrol edilemez olması meydana gelir.

47. Şirketin yeni işçiler gerektirmesi durumunda ucuz işgücü her zaman mevcuttur.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

48. Profesyonel işçi almakta zorlukla karşılaşmıyorum.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

49. İşlem görmüş deri sağlamak zordur.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

50. Ülkemizde, mevcut fırsatlar yeni pazarlarda temsil edilmektedir.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

51. Şirketleri finansal olarak desteklemek ve ana üretim hatlarını geliştirmek için fırsatlar mevcuttur.

1. Kesinlikle katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Nötr 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

İkinci: İşletmenizdeki tehditlerine göre aşağıdaki faktörleri nasıl değerlendirirsiniz: sayı (1) en önemli faktörü temsil eder; sayı (2) en az önemli faktörü temsil eder?

Lütfen bakış açınıza göre doğru kutuyu işaretleyerek (/) aşağıdaki soruları cevaplayınız.

52. İşletmeler arasındaki rekabetin yoğunluğu.

1 2 3 4 5

53. Alıcının kontrol derecesi (satıcı/müşteri)

1 2 3 4 5

54. Alıcının kontrol derecesi (Ayakkabı dükkanı sahibi)

1 2 3 4 5

55. Alternatif bir emtiaya sahip olma tehdidi.

1 2 3 4 5

56. Deri ve ayakkabı sektörlerinde yeni rakiplere sahip olma tehdidi

1 2 3 4 5

İşletmenizdeki rekabet özelliğinin belirtimiyle ilgili aşağıdaki unsurları nasıl değerlendiriyorsunuz?

Lütfen bakış açınıza göre doğru kutuyu işaretleyerek (/) aşağıdaki soruları cevaplayınız.

"Finansal Boyut": Hissedarlar tarafından başarı nasıl ölçülür

57. Yatırım büyüklüğüne kıyasla gelirlerde kayda değer bir artış olduğunu fark ediyorum.

1. Çok büyük ölçüde 2. Büyük ölçüde 3. Biraz 4. Küçük ölçüde 5. Çok küçük bir ölçüde

58. Genel olarak, gelirlerde bir iyileşme vardır.

1. Çok büyük ölçüde 2. Büyük ölçüde 3. Biraz 4. Küçük ölçüde 5. Çok küçük bir ölçüde

59. Faaliyet kârında dikkate değer bir artış var.

1. Çok büyük ölçüde 2. Büyük ölçüde 3. Biraz 4. Küçük ölçüde 5. Çok küçük bir ölçüde

60. Üretim maliyetlerinde gözle görülür bir düşüş vardır.

1. Çok büyük ölçüde 2. Büyük ölçüde 3. Biraz 4. Küçük ölçüde 5. Çok küçük bir ölçüde

61. Karlılıkta bir iyileşme var.

1. Çok büyük ölçüde 2. Büyük ölçüde 3. Biraz 4. Küçük ölçüde 5. Çok küçük bir ölçüde

Müşteriler için bir değer oluşturulması da dahil olmak üzere müşteriler arasındaki ilişkiler.

62. Müşterinin emtia üzerindeki kontrolü yüksektir.

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

63. Tedarikçinin bir kontrolü vardır.

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

64. Yeni rakiplere sahip olma tehdidi.

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

65. Yerel pazarda deri ve ayakkabı payınız yüksektir.

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

66. Müşteri ürünlerinizden memnundur.

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

67. İhraç ettiğiniz miktar yüksektir.

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

68. Yeni alternatif ürünlere girme tehdidi var (ithal ayakkabılar için)

1. () Çok büyük ölçüde 2. () Büyük ölçüde 3. () Biraz 4. () Küçük ölçüde 5. () Çok küçük bir ölçüde

Soru Formunun Değerlendirmesi

69. Anket açık ve doğrudandır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

70. Anketin amacı açıktır ve soru hedefleri yansıtır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

71. Sorular farklıdır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

72. Sorular mantıklı ve düzenlidir.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

73. Sorular sıkıcı ve çok uzun.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

74. Sorular tekrarlanır.

1. () Kesinlikle katılıyorum 2. () Katılıyorum 3. () Nötr 4. () Katılmıyorum 5. () Kesinlikle Katılmıyorum

Değerli Katılımcılar,

Bu anketi tamamladığınız için teşekkür ederiz.