

konfeksiyon teknoloji

Haziran/June 2009 • Yıl/Year: 8 • Sayı/Issue: 86 • www.dayeyayincilik.com

MACHINE - FASHION - ACCESSORY

DÜNYADA
İLK!



ÜN-TAS
KONFEKSİYON MAKİNALARI
SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.

Sizin İçin Teknoloji Üretir!



Regulalı Tela Yapıştırma Makinası

- ✓ 2,5-12,5 cm arası eninde ve 11-78 cm boyundaki ürünleri regule ederek tela yapıştırır.
- ✓ İstek üzerine biten işi istifler veya rulo haline getirir.
- ✓ Pantolon kemerine, cep karşılığına, patlete, peto cebine vs. ürünlere tela yapıştırır, istenirse overlok çeker ve dört tarafını regule eder.
- ✓ Takviyeli ve takviyesiz kemere tela yapıştırır.

TAŞINDIK!
YENİ
ADRESİMİZ

Eski Londra Asfaltı No: 127/A Güngören-İstanbul/TÜRKİYE Tel: +90 212 505 98 91 - 92 Faks: +90 212 505 98 93

www.un-tas.com • info@un-tas.com

İÇİNDEKİLER

Tekstil konfeksiyon teknoloji

Haziran / June 2009 • Sayı / Issue: 86

DAYE YAYINCILIK TANITIM SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
adına imtiyaz sahibi: Mehmet ARSLAN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: Murat ARSLAN

Genel Koordinatör: Erkan GÜLAÇTI

Yayın Editörü: Hakan ALKAN

Art Director: Mehmet Şebip ARVAS

Grafiker: Çiğdem KARAYAZI

Medya-İletişim: Sadık ARSLAN

Yayın Kurulu: Prof. Dr. Bülent ÖZİPEK,
Prof. Dr. Çetin ERDOĞAN, Prof. Dr. Emel ÖNDER,
Doç. Dr. Binnaz MERİÇ, Doç. Dr. Gülay ÖZCAN,
Yrd. Doç. Dr. Mücella G. GÜNER, Yrd. Doç. Dr.
Songül KURU, Yrd. Doç. Dr. Halime Yüceer ARSLAN,
Yüksek Müh. Nilgün ULUSOY,
Yrd. Doç. Dr. Fatma ÇİTOĞLU

Muhasebe: Muhlis ARSLAN

Halkla İlişkiler: Hatice ÜNAL

İzmir Temsilciliği: Fazıl BAYRAM

Tel: (0232) 422 40 40 Faks: (0232) 422 40 43

Bursa Temsilciliği: Sibel Ayhan

Tel/Faks: (0224) 211 20 88 - 211 13 85

Denizli Temsilciliği: Mehmet ÖZAYDIN

Almaty, Kazakistan: Osman YEREBAKAN,
Cordial Distribution LLC, 120/1 Maulenov Str.,
corner Abay Ave. Almaty,
Tel: +7 32 72 675 064 Faks: +7 3272 674 726

Baskı-Cilt: Aktif Matbaacılık-2009

Tel: (0212) 698 93 54 - 55

İDARE YERİ: Şenlikköy Mah. Işık Sk. No: 1/3
Florya-Bakırköy/İSTANBUL/TURKEY

Tel: +90 212 426 26 58 Faks: +90 212 601 00 60

web: www.dayeyayincilik.com

e-mail: info@dayeyayincilik.com

Dergide yayımlanan yazıların sorumlulukları yazarlarına aittir.

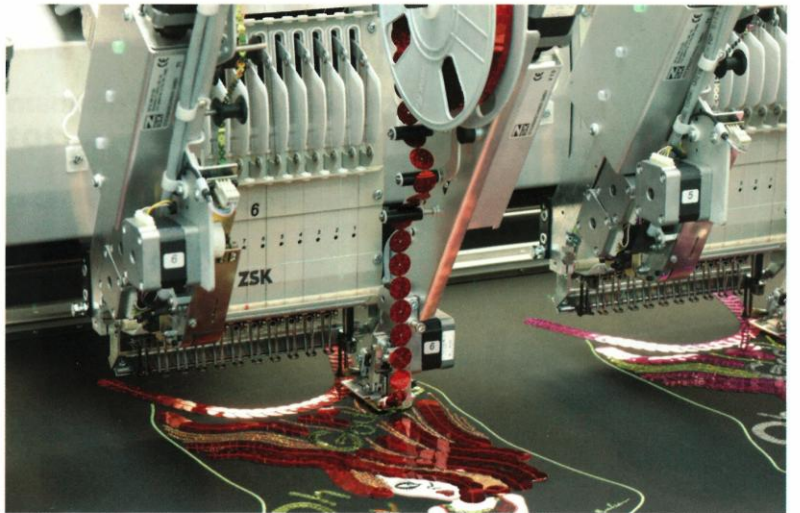
Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Tekstil KONFEKSİYON

Teknoloji dergisi bir DAYE yayınıdır. Ayda bir yayımlanır.

Tekstil Konfeksiyon Teknoloji Dergisi, "HAKEMLİ DERGİ"dir.



- ◆ Çin'in Süper Kahraman Olma Hayali İhracatla Suya Düştü12
- ◆ Hazırgiyimciden Morgan Stanley'e Dava16
- ◆ Türkiye, IMF Finansmanı Olmadan Ancak Yaz Aylarını İdare Edebilir18
- ◆ Malkan Makina'nın 2009 İMB Fuan Değerlendirmesi24
- ◆ Büyükeksi: AB'nin Üyelik İçin Tarih Vermediği Başka Aday Ülke Yok28
- ◆ 'Rusya'nın Sıkı Kontrolleri Satışları Düşürdü'32
- ◆ Kapasite Kullanımında Düşüş38
- ◆ Juki Mol 254 ile Fashion Jeans Üretimi Artık Daha Kolay42
- ◆ Dekat'tan Süper Bir Yenilik Daha48
- ◆ ABD'li Hazırgiyim Devi Türkiye Operasyonunu Kendisi Yürütecek72
- ◆ IMF Anlaşması, Türkiye'nin Kredi Notunu Etkilemeyecek76



Tekstil Tasarımcısının Markalaşma Sürecine Bir Örnek; "T-Gömlek Yarışması"

Arş. Gör. Vildan TOK

Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil Sanatları Bölümü, Araştırma Görevlisi

Arş. Gör. Semra GÜR

Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil Sanatları Bölümü, Araştırma Görevlisi

Türk Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi, günümüzün küresel düzeninde geçmişe oranla yaratıcı ve esnek düşünebilen, var olan bilgi ve teknolojiyi kendi özgün yöntemleriyle somut ürüne dönüştürebilen, farklılık yaratabilen ve girişimci tasarımcılara ihtiyaç duymaktadır. Özellikle rekabetçi piyasa koşullarını sağlamak noktasında; endüstrinin tasarımcılarla işbirliği yapması, bugün küresel pazarda yer edinebilmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri için ön koşul haline gelmiştir. Endüstriyel süreçte rol alacak tasarımcının girişimci-stratejist rolünü üstelenebilmesi için gerekli deneyime bilgi ve becerilere sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda tasarımcıdan beklenen, sadece ürüne odaklanmış bir yaklaşım değil, tasarıma ilişkin tüm sisteme ve sürece yönelik yaratıcı becerilerini yönetebilmesi ve disiplinler arası anlayışı benimsemiş olmasıdır. Disiplinler arası anlayış; yaratıcı fikrin ürüne dönüşmesi, ürünün tanıtımı, pazarlanması ve dağıtımındaki farklı uzmanlık alanlarını kullanabilme yetisidir.

Tasarımcının yaklaşımında ve tasarladığı ürünün niteliklerinde markalaşma sürecini oluşturan değerler; markanın fiziksel özellikleri ve nitelikleri, marka farkındalığı, marka imajı, markaya bağlılık, iletişimdeki tutarlılık, marka duyarlılığı, ürün kalitesi, pazar payı, dağıtım, fiyatlandırma ve ürün yeniliği olarak sıralanabilir. Bu süreçte en önemli bileşen tasarım nitelikleri olsa da markalaşmada büyük önem taşıyan tanıtım ve pazarlamaya ilişkin bütçe ve organizasyon desteği olmaksızın bu süreci oluşturmak mümkün gözükmemektedir. Tasarımcının kendi imzasıyla var olabilmesi ve markalaşma sürecinin işleyişi, tasarımcının rol aldığı konumun farklılıklarına göre değişiklik göstermektedir. Tasarımcının sahip olduğu yaratıcı fikirlerin ürüne dönüşmesini temel olarak beş farklı konumda ele alabiliriz.



1. Tasarımcı, kendi ofisi veya atölyesinde tasarım yapar ve pazarlama organizasyonunu da kendisi gerçekleştirebilir. Bu koşulda ortaya çıkan ürünler genellikle tek parça sanat-tasarım nesnesi niteliği taşımaktadır. Bu süreçte tasarımcının farklı uzmanlar, tasarım disiplinleri, mesleki örgütler ve endüstri ile ilişkisi ve işbirliği büyük önem taşımaktadır. Tasarımcının girişimci ve yönetici nitelikleri bu konumda önemli rol oynar.

2. Tasarımcı kendi ofisi ve atölyesinde tasarlar ancak üretim ve pazarlama organizasyonu konusunda dışarıdan destek alır. Ürünler tek parça veya sınırlı sayıda üretilen özel koleksiyonları oluşturur.

3. Tasarımcı endüstriyel süreçte proje temelli tasarlar, endüstrinin gereksinim duyduğu projeleri kendi özgün yöntemiyle gerçekleştirir. Üretim ve pazarlama organizasyonu endüstriye aittir.

4. Tasarımcı bir firmaya bağlı olarak çalışır, firmanın tasarımlarını yapar veya yönlendirir. Firma markası yanında, kendi imzasını taşıyan ürünler de tasarlar, tanıtım ve pazarlamadan firma sorumludur.

5. Tasarımcının ürün odaklı yaklaşım ile sınırlı kalmadığı, tasarım kavramını ve kültürünün endüstriyel süreçlerde doğru algılanıp yönlendirilmesine öncülük eden tasarım danışmanlığı firmalarında yer almasıdır.

Tüm bu konular içerisinde düşünülen, tasarımcının kendi

imzasını ürün veya süreçlere taşıması özellikle ileri teknolojilerin ve hız faktörünün etken olduğu endüstriyel süreçlerde bireysel çabanın ötesinde bir olgudur. Kısaca tasarımcının markalaşması olarak adlandırabileceğimiz bu süreç, sırasıyla tasarımcının nitelikleri, firma veya ülkenin tasarım kültürü ve tasarımda geniş görüşlülüğü, tanıtım ve pazarlama yöntemi, sahip olunan sermaye ve teknolojinin gücünden etkilenmektedir.

Tasarımcının kendi imzasını taşıyan ürünleri üretip, sunması konusundaki organizasyon yapısı ve tasarımcı-endüstri işbirliğine dikkat çekmeyi hedefleyen bir proje, 1957'de Bauhaus anlayışı ile eğitime başlayan ve geçen 50 yıl süresince yaratıcı nitelikleri kuvvetli tasarımcılar yetiştirmekte öncü olan, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nin 50. yıl kuruluş etkinliklerinde gerçekleştirilmiştir. Tekstil Sanatları Bölümü, bu etkinlikler kapsamında "T-Gömlük Ödüllü Öğrenci Yarışması" nı düzenlemiştir. Tasarımcının markalaşması gerekliliğini vurgulayan yarışmada, Tekstil Sanatları Bölümü Öğretim Üyeleri ve ana sponsor Dizayn Empirme Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Doğan'dan oluşan jürinin değerlendirmesi sonucunda sekiz adet eser ödüle layık görülmüştür. Seçilen bu tasarımlar, tasarımcı adaylarının üretim sürecine doğrudan katılımıyla ürüne dönüştürülmüştür. Ürüne dönüştürülme aşaması SenkoTeks firmasının desteğiyle gerçekleştirilmiştir.

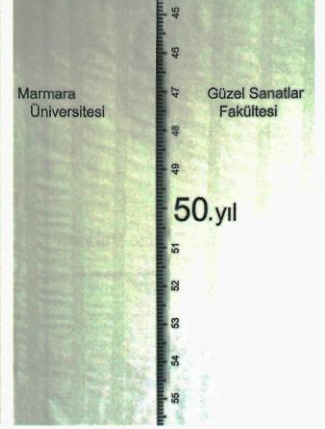
Tasarımcı imzasını taşıyan etiketler ise Dizayn Etiket'in katkılarıyla, projenin tanıtımı için grafik tasarım çalışmaları da bölüm öğrencisi Murat Bingöl tarafından yapılmıştır. Tekstil Sanatları Bölümü Galerisi'nde sergilenen sekiz adet ödüllü T-gömlük, 50.yıl anısına beş renk varyantı ile sınırlı sayıda üretilmiş olup Fakülte'nin mezunlar gününde davetlilere sunulmuştur. Ürüne dönüştürülmüş sekiz eserin ve yarışmaya katılmış tüm eserlerin yer aldığı "T-Gömlük Ödüllü Öğrenci Yarışması Sergi"si 19 Haziran tarihine kadar görülebilir.

Bu projenin başarısı, Bölüm öğrencileri, öğretim üyeleri, eğitim destek veren Bölüm mezunları ve bu konuya duyarlı tekstil firmalarının beraberliğinden doğan işbirliği sonucunda ortaya çıkmıştır.

Bu işbirliği, eğitim sürecini tamamlamamış olan tasarımcı adayların, yaratıcı fikirlerini hayata geçirilebilmesi konusunda gereksinim duydukları profesyonel ve endüstriyel desteğin önemine dikkat çekmeyi hedeflemiştir. Ayrıca tasarımcı adaylarının yaratıcı fikirlerini endüstriyel süreçte ürüne dönüştürme becerisi, kendilerini ifade edebilme ve bu süreçte rol alma konusunda deneyim kazanmaları açısından da örnek bir uygulama olmuştur.



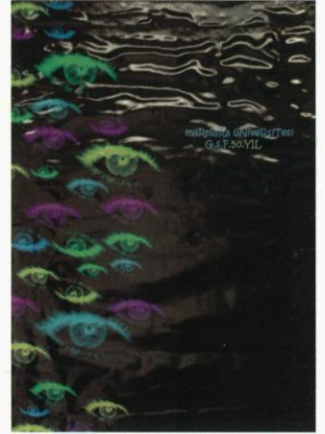
1. Murat Bingöl



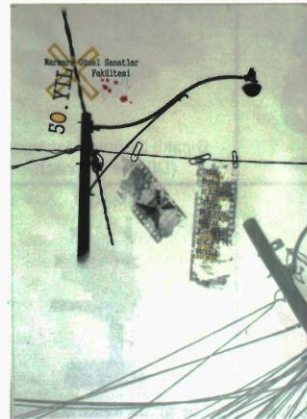
2. Zeynep Özdemir



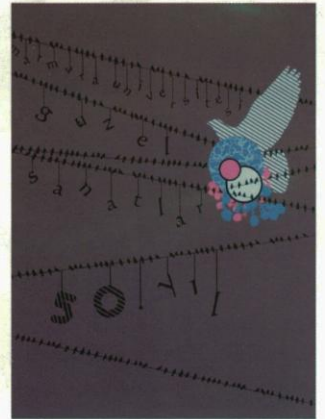
3. Sinan Saydık



4. Serenay Yargıç



5. Evrim Yavuz



6. Gizem Tezeren



7. Burcu Demir



8. Murat Bingöl

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Sanatları Bölümü, tasarımcı yetiştirmedeki öncü tavrını "T-Gömlek Ödüllü Öğrenci Yarışma"sını düzenleyerek ve bu süreci tasarımcı adaylarına yaşatarak göstermeyi hedeflemiştir. Türk Tekstil Sanayi'nin yenilikçi tasarımcılara olan ihtiyacı düşünüldüğünde sanayinin, tasarım eğitimi "yerede eğitim" gibi projelerle desteklemesi gerektiği görülmektedir.

Bu konuda İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB), "3. Halı Tasarımı Yarışması" kapsamında mağazalar ve üretim alanları ile hem geleneksel hem de endüstriyel halı üretimine ilişkin tanıtımın, görsel eğitimin ve uygulamanın yararını örnek olarak gösterebiliriz.

Tasarımcının markalaşma sürecinde, üniversitelerarası ve üniversite-sanayi işbirliğinde gerçekleştirilecek ortak projeler büyük önem taşımaktadır.

Üniversitelerde kurulacak proje ekipleri ve endüstriyi temsil eden birim veya komisyonlar arasında her iki tarafın da gereksinim ve beklentilerini karşılayacak uzun vadeli proje çalışmaları, tasarım kültürünü tanıtip yerleştirmek ve iş yapma koşullarını anlamak açısından önem taşımaktadır.

Bu kapsamda, öğrencilerin katılabileceği eş zamanlı disiplinler arası içeriğe sahip projeler de tasarımcı adayının tasarım ve tasarıma ilişkin diğer çalışma alanlarına ait bilgi ve deneyim kazanmalarında yararlı olacaktır.

Eğitim ayağının yanında, profesyonel aşamaya gelindiğinde tasarımcının iyi bir iletişimci, girişimci, fırsatçı olması ve kendini sürekli farklı alanlarda geliştirmesi bireysel yaratıcılığı öne çıkarmak için önem taşımaktadır. Tasarımcının meslek örgütleri ile ilişkisi, işbirliği, endüstriye olan yakınlığı, ulusal ve uluslararası platformda kendini sunabilme becerileri de markalaşma sürecinde büyük rol oynamaktadır.

Tüm bunların ötesinde tasarımcıya ve tasarıma öncelikli önem veren işletmeler için devlet desteği birçok alanda bu süreci kolaylaştırmakta, özendirilmekte ve hızlandırmaktadır. Bu bağlamda devlet politikaları, meslek örgütleri, ticari işletmeler ve diğer kurumlar tasarımın önemine dikkat çekerken tasarımcının kendi imzası ile var olabilmesini de desteklemelidirler.

Çünkü tasarımcı yaratıcılığının simgeleşmesi olan imzasının kullanılması, tanıtılması yaratıcılığın nesnesi olan ürünün de aranılan değer olma etkisini artırır.

KAYNAKÇA

Mike Press and Rachel Cooper, The Design Experience, The Role of Design and Designers in the Twenty-First Century, Ashgate, 2007.

Cross, Nigel, Designerly Ways of Knowing, Springer, London, 2006.

Heuffer, Gerhard, Design Basics, From Ideas to Products, Niggli AG, Zurich, 2004.

M. Damien Newnon. The Designer's Guide to Brand Strategy

Er. H.A. (1998) "1990'lı yıllarda Türkiye'de Endüstriyel Tasarım" Yapı, Haziran, 1998.

Kotler, Philip (2000), Kotler ve Pazarlama, Sistem Yayınları, İstanbul.

Öztuğ, Ferruh (1997), "Marka Değeri: Kavramı ve Yönetimi" Pazarlama Dünyası, Sayı 61, İstanbul.

III. Ulusal Tasarım Kongresi: Türkiye'de Tasarım Tartışmak, Bildiri Kitabı, 19-22 Haziran 2006.