

Son 20 yıl içerisinde dokuma tezgahlarında işçi üretim veriminin yalnızca % 65'lik artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Yalnız bilinmesi gereken husus, 1967 yılında ABD'de 77.1 m²/işçi saati olan dokuma işçi üretim verimliliğinin o gün için diğer ülkelerin hepsindeki işçi üretim verimliliklerine nazaran çok daha yüksek olduğu hususudur. Örneğin 1967 yılında F.Almanya'da söz konusu olan dokuma işçi üretim verimlilikleri ABD'nin yarısı civarındadır. Halbuki 1988 yılında ise, F.Almanya'daki işçi üretim verimliliği rakamları ABD'dekiyle yaklaşık aynı seviyeye gelmiştir. Yani F.Almanya'da iyi bir dokuma işletmesinde:

1967'de 39 m²/işçi saati olan işçi üretim verimi

1988'de 120 m²/işçi saatine çıkararak

% 200 artmıştır. Sonuç olarak F.Almanya'da 1967 yılında 3 işçinin çalışması sonucu sağlanan dokuma üretimini sağlamak için 1988 yılında 1 işçinin çalışması yeterli olmaya başlamıştır.

Son 20-25 yıl içerisinde sanayileşmiş ülkelerdeki tekstil işletmelerinde çalışanların sayısının büyük ölçüde azaldığı malumdur. Örneğin F.Almanya'da 1964 yılında tekstil sanayiindeki işçi sayısı 555.575 iken, bu sayı 1988 yılında 218.100'e düşmüştür, yani % 60.7 azalmıştır. Yalnız unutulmaması gereken husus, bu azalmanın nedeninin büyük ölçüde yukarıda belirtilen yeni teknolojilerin, yani eskiden 3-4 işçinin yaptığı işi bir işçinin yapmasını sağlayan teknolojilerin yaygınlaşması olduğu unutulmamalıdır. Sanayileşmiş ülkeler işçi ve işletme sayısındaki azalmayı gösterip, bunun kalkınmakta olan ülkelere yaptıkları tekstil ithalatı nedeniyle kendi tekstil sanayilerinin ölmekte olduğunun en açık delili olduğunu söylerlerken samimi değillerdir. Örneğin F.Almanya'da son 25 yıl içerisinde tekstil işçi sayısı % 50'den fazla düşerken, üretimde önemli bir azalma meydana gelmemiştir. F.Almanya şu anda konfeksiyon hariç tutulduğunda dünyanın en büyük tekstil ihracatçısıdır ve F.Almanya'nın tekstil dış ticareti 1988 yılında 3 milyar 390 milyon DM fazlalık vermiştir.

Kısacası sanayileşmiş ülkelerde tekstil sanayilerinin işletme ve işçi sayısında meydana gelen azalmalar, bu ülkelerdeki tekstil sanayilerinin ölmekte olduğunun değil, tam tersine daha sağlıklı ve rekabet gücü daha yüksek bir yapı kazandığının işaretleridir.

3. TEKNOLOJİDEKİ GELİŞMELERİN ÜRETİM MALİYETLERİNE ETKİSİ

Bay Verret'in Textile Institute'in 1988 yılı Dünya

Toplantısında sunduğu tebliğde ABD ve Hong-Kong için verdiği maliyet değerlerine, Türkiye'nin şartlarının kısmen Hong-Kong'unkine benzediği kabulünden hareketle Türkiye'yi de dahil ederek bulunan sonuçlar Tablo 3 ve 4'de görülmektedir.

Yalnız işçilik, amortisman ve sermaye faizi kalemleri ele alınarak yapılan hesaplamalarda, 1967 yılında iplikçilikte Türkiye'deki maliyetler ABD'dekinden düşük, dokumacılıktaki maliyetler de yaklaşık aynı çıkmaktadır. 1988 yılında ise, aradan geçen süre içerisinde ABD'de işçi ücretleri % 268, Türkiye'de de yalnızca % 87.5 artmış olmasına rağmen veya başka bir karşılaştırma ile ABD'deki işçi ücretleri Türkiye'dekinin 6 katından daha fazla olmasına rağmen, Türkiye'deki maliyetler, hem iplikçilikte, hem de dokumada ABD'dekine nazaran oldukça daha yüksek çıkmaktadır.

Bu da açık bir şekilde göstermektedir ki tekstil teknolojisinde son 20 yılda sağlanan gelişmeler, Türkiye ve Hong-Kong gibi el emeğinin nispeten ucuz olduğu ülkelerin aleyhine olmuştur ve olmaya devam etmektedir. Türkiye'de Hong-Kong'tan farklı olarak para da pahalı olduğundan, bu yeni sermaye-yoğun teknolojilerin uygulanmasıyla ortaya çıkan maliyet artışları daha da fazla olmaktadır.

Acaba Türkiye'nin yeni sermaye-yoğun teknolojilerin uygulanması halinde hiç mi şans yoktur? Şimdi şöyle bir varsayım yapalım: Türkiye'de işçiye, ustaya, teknisyene, mühendise yöneticiye ödenen ücretlerin iki kat artırılmasına karşılık, bu, çok daha kaliteli ve gayretli personel verimliliği sağlansın ve işletmeler 7 posta uygulamasıyla Uzakdoğu'da olduğu gibi yılda 8400 saat çalışsınlar. Bu durumda dokumada 1988 yılında maliyetlerin nasıl etkileneceği Tablo 5'de görülmektedir:

Görüldüğü gibi bu takdirde Türkiye'de paranın pahalı olmasına rağmen, dokumadaki maliyetler

Tablo 5. Türkiye'de dokumada üretim verimliliği artışı ve 7 posta uygulamasının maliyetleri etkileyişi.

Yatırım \$/İşyeri	311236
Çalışma Saati/Yıl	127,200
İşçi başına Üretim (m ² /h)	8400
Yıllık Üretim (m ² /işyeri)	1068480
İşçi Saat Ücreti (\$)	3,00
Sermaye Faizi Oranı	%20
İşçilik (\$/m ²)	0,0236
Amortisman (\$/m ²)	0,0291
Sermaye Faizi (\$/m ²)	0,0583
MALİYETLER TOPLAMI (\$/m²)	0,1110

yalnız ABD'deki maliyetlerin değil, aynı zamanda Hong-Kong'dakilerin bile biraz altına düşmektedir.

Türkiye'de şu anda dünyanın en sermaye-yoğun teknolojiyle, milyarlar harcayarak yatırımlar yapılmakta ve sonra bu tesisler işin ehli olmayan kimselere teslim edilmektedir. İşçinin, ustanın, teknisyenin, mühendisin ücretinden tasarruf ederek maliyetler düşürülür zannedilmektedir. İşte size rakamlarla gösteriyorum, Türkiye'de bu yeni sermaye-yoğun teknolojilerle çalışırken maliyetleri düşürmenin tek etkili yolu üretim verimliliğini artırmaktır. Aynı makina parkıyla üretim verimliliğini artırmak ise, ancak kaliteli insan ile sağlanabilmektedir. Her seviyede kaliteli kalifiye insan gücü yetişmesi de her şeyden önce eğitim meselesidir.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, Türk tekstil sanayiinin temelde yatan en önemli sorunu, eğitim eksikliğidir. Tekstil Meslek Liseleri, Meslek Yüksekokulları, Mühendislik Bölümleri açılmıştır, ama yeterince öğretmeni, öğretim üyesi, laboratuvarı, atölyesi yoktur. Verilen bu maaşlarla, bütçeden ayrılan bu yatırım ödenekleriyle de ne kaliteli öğretmen, öğretim üyesi, ne de yeterli altyapının oluşturulması mümkün değildir. Bir avuç idealist öğretmen veya öğretim üyesinin çabalarıyla Türk Tekstil eğitiminin iyileştirilmesi mümkün değildir. Onun içindir ki her fırsatta tekstil sanayicilerine seslenerek, tekstil eğitime ve ARGE çalışmalarına sahip çıkmaları, destek olmaları gerektiğini hatırlatmak mecburiyetini hissediyoruz. Unutulmaması gereken husus şudur ki, eğitimin desteklenmesine ayrılacak para, sokağa atılan veya iane olarak dağıtılan bir para değildir. Bu para Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin gelecek için tek gerçek sigortasıdır. Bu para, iyi yetişmiş kalifiye eleman, daha yüksek üretim verimi ve nihayet daha ucuz maliyetler olarak yüzlerce kat fazlasıyla sanayiciye geri dönecek karlı bir yatırımdır.

4. TEKNOLOJİDEKİ GELİŞMELERİN ÜRETİMİN KALİTESİNE ETKİSİ

Bilinmesi gereken önemli bir husus da, yeni teknolojilerin yalnızca el emeğinden tasarruf sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kaliteyi de arttırdığıdır. Örneğin: 1967 yılında bir milyon metre iplikte 26.3 olan ortalama uç sayısı, 1988 yılında 9.5'a düşmüştür.

Yeni OE iplik teknolojiyle üretilen ipliklerin her ne kadar kopma dayanımları 1967 yılında üretilen ring ipliklere nazaran biraz daha düşük ise de, elastikiyet daha fazla olduğundan ve özellikle

iplik numara varyasyon katsayısı % 2.2'den % 1.7'ye düştüğünden, yeni teknoloji ile üretilen iplikler hem dokuma, hem de örme için daha makbuldürler.

Dokuma teknolojisindeki gelişmeler, daha kaliteli iplik kullanımı ile birleştiğinde, 1967 yılında çözgü hazırlamada bir milyon metrede 1.2 olan kopuş sayısı, 1988'de 0.8'e düşmüş, yani % 33 azalmıştır. Aynı şekilde 1000 metre atkı atışında 0.0358 olan ortalama duruş sayısı da, 1988 yılında 0.0315'e düşerek % 12'lik bir azalma göstermiştir. Önemli olan ise, 1967 yılında dokumada % 2 olan ikinci kalite ham bez oranının, 1988'de % 0.5'e düşmesi, yani % 75 azalmasıdır.

Bugün konfeksiyon sanayiinin gelişmiş olduğu ülkelere, 160 cm'den daha dar ende ve kontinü düz boyaya uygun olmayan bir ham bezin satılması mümkün değildir. Mamul kumaşlarda da baş son veya parti farkı olmamalı, hata sayısı mümkün derece sifra yaklaşmalı ve her şeyden önce yıkama çekmeleri % 1-3'ü geçmemelidir. Hepimiz biliriz ki, hanımlarımız terziye diktirilecek pamuklu bir kumaş aldıklarında, önce suya bastırır ve çektirirler. Terzi de kumaşı kesmeden önce iyice kontrol ederek, herhangi bir yerinde hata varsa bunu görülmeyecek bir yere getirmek için tedbirlerini alır. Konfeksiyonda ise bunlar mümkün değildir. Binlerce metre kumaş, kesim masasının boyuna göre üst üste konur ve kesilir. Daha sonra dikim sırasında kesilmiş parça yığınlarının bir alt-üst dönmesiyle elbisenin, ceketin yakası en alttaki tabakadan, cebi de en üstteki tabakadan olmak üzere yan yana gelirler ve kumaşın her metresi tamamen aynı renk tonu ve nüansında boyanmamış ise, dikilen giysi rezil olur. Kumaşta küçük büyüklü hatalar varsa, konfeksiyon kesimi sırasında bunların özel olarak görünmeyecek yerlere getirilmesi de mümkün olmadığından, şansa göre elbisenin, ceketin en görünecek yerine gelecek, ben ikinci kalite mal oldum diye sırtabilirler. Kumaşın kesilmeden önce suya bastırılıp çektilmesi de mümkün olmadığından, eğer kumaş fazla çekiyorsa dikilen giysi yıkanınca düdüğü gibi olur ki, Türk pamuklu konfeksiyon ihracatında en fazla rastlanan reklamasyon nedenlerinden birisi de, bu yüksek orandaki yıkama çekmeleridir.

Şimdiye kadar sunulan hususları özetlersek: Bugün dünya piyasalarında söz konusu olan ve yukarıda kısaca belirtilen kalitede malların büyük bir kısmını, eski basit, emek-yoğun tekstil teknolojileriyle üretmek zordur, hatta birçok durumda mümkün değildir. Yeni geliştirilen tekstil teknolojileri ise, son derece sermaye-yoğundur. Bugün modern bir iplik

veya dokuma işletmesinde bir işçi yeri açılması için gerekli yatırım miktarı bir milyar lirayı aşmaktadır. Önemli olan bir nokta da, teknolojiye bu gelişmenin bütün hızıyla devam etmesidir.

5.TÜRKİYE'DE TEKSTİL TEKNOLOJİSİ SEÇİMİNDE UYGULANABİLECEK STRATEJİLER

Bir taraftan teknolojiye bu gelişmeler meydana gelirken,diğer taraftan Türkiye'nin şartlarına baktığımızda çok kaba hatlarla: "Türkiye'de para kıt ve pahalıdır.El emeği ise nispeten ucuzdur ve herşeyden önce boldur,yani işsizlik Türkiye'nin gündeminden düşmeyen önemli bir sorundur".

Türkiye'nin şartlarıyla teknolojiye bu gelişmeler birlikte incelendiğinde, bu ikisinin birbiriyle bağdaştırılmasının mümkün olmadığı ortaya çıkmaktadır. Şartları da değiştiremediğimize göre, acaba Türk tekstil sanayiinde izlenecek yatırım stratejisi, politikası ne olmalıdır?

5.1. Dünyadaki gelişmelere ayak uydurabilmek için eski teknolojileri süratle ve tamamen terk ederek,tekstil sanayiini sürekli olarak yenilemektedir. F.Almanya'da başarıyla gerçekleştirilen bu strateji sonucu F.Alman tekstil sanayii son derece sağlıklı bir yapı kazanmıştır. Ancak 1980-1988 yılları arasında F.Almanya'da tekstil sektöründe 12.9 milyar DM'lik yeni yatırım yapılmış olmasına karşılık, üretim kapasitesinde bir artış meydana gelmediği gibi,işçi sayısında % 29.8'lik bir azalma meydana gelmiştir.

Eski makinaları devre dışı bırakarak bunların yerine yenilerinin ithal edilmesi için her yıl bir milyar dolar kadar döviz ödenmesi ve sonuçta üretimin aynı kalması,tekstil sanayiinde çalışan işçi sayısının ise yarı yarıya veya daha fazla azalması.Böyle bir stratejinin Türkiye için uygun olduğunu, özellikle şu andaki ülke şartları altında söyleyebilmek mümkün değildir.

5.2. Buna göre Türkiye için söz konusu olabilecek ikinci strateji: Türkiye'nin bugünkü şartlarına, yani "Paranın kıt ve pahalı,el emeğinin ise bol ve nispeten ucuz olması" durumuna uygun olduğu için,klasik emek-yoğun tekstil teknolojisinde ısrar etmektir.

Fakat biraz önce ayrıntılı bir şekilde anlatılmaya çalışıldığı gibi,dünya piyasalarında söz konusu olan kalite ve tiplerdeki tekstil mamullerinin önemli bir kısmının klasik tekstil teknolojileriyle üretilebilmesi mümkün değildir. Dolayısıyla gelişmeyi yeniliği red ederek,biz bu işi eski teknolojilerle yürütü.üz, sürdürürüz demek, uzun vadede

Türk tekstil sanayiini gözden çıkarmak anlamına gelir ki, böyle bir şeyi önerebilmek de mümkün değildir.

5.3. Demek ki ne tamamen yeni teknolojiye dönmek, ne de tamamen eski teknolojiye ısrar etmek Türkiye için çözüm yolu değildir. Acaba bir orta yol olarak, ne tam eski, ne de tam yeni,yani 5-15 yıllık teknolojiye ağırlık vermek, örneğin AT ülkelerinden sürekli olarak 3-10 yaşında kullanılmış makinaları ithal edip, bu arada Türkiye'deki çok eski ve yerli makinaları hurdaya çıkarmak bir çözüm yolu olabilir mi?

Ülkemizde çok sayıda taraftar bulan bu çözüm yolunu ben şahsen uzun vadeli olarak düşünüldüğünde, yanlış ve tehlikeli olarak buluyorum. Zira:

- Bu strateji, Türk tekstil makinaları sanayiinin doğmadan öldürülmesi demektir.

-Bu strateji,Türkiye'nin sanayileşmiş ülkeler ve özellikle zengin AT ülkeleri tekstil sanayilerini daima 5-10 yıl geriden takip etmesi demektir.

- Bu strateji,"Teknolojiyi geliştiren ve üreten ülkelerin, tekstil sanayiine her geçen gün daha sermaye-yoğun yapı kazandırarak, kendi tekstil sanayilerinin rekabet gücünü artırmak"şeklinde özetlenebilecek stratejilerinin, politikalarının kısmen Türkiye tarafından finanse edilmesi demektir.

Önemi nedeniyle konuyu biraz daha açacak olursak:Benim boyumdan büyük bir cümlem var. Diyorum ki "Ülkeler sanayileşmeye tekstil sanayii ile başlıyorlar,fakat tekstil sanayii ile sanayileşmiş ülke olunmuyor".

Bununla şunu anlatmak istiyorum.: İngiltere, Almanya, Fransa... gibi sanayileşmiş ülkelerde de, Türkiye, Pakistan, Hindistan, Brezilya...gibi kalkınmakta olan ülkelerde de ilk kurulan, geliştirilen sanayi dalı tekstil olmuştur. Ancak bunlardan İngiltere, Almanya, Fransa...gibi ülkeler tekstille birlikte makina ve kimya sanayilerini, son olarak da elektronik sanayilerini kurup geliştirebildiklerinden, bu ülkeler dünyanın önde gelen sanayileşmiş ülkeleri olmuşlardır.Türkiye ve diğerleri ise, üretimlerinde ve ihracatlarında arslan payı tekstil ve gıda sanayilerinde kaldığı sürece kalkınmakta olan ülke statüsünden, sanayileşmiş ülke statüsüne geçemeyeceklerdir.

Dünya'nın en önde gelen tekstil+konfeksiyon ihracatçı ülkesi olan İtalya, daha 1960'lı yıllarda net

tekstil makinaları ithalatçısı bir ülke iken, bugün dünyanın dördüncü büyük tekstil makinaları ihraç eden ülkesi haline gelmiştir.İtalya dünyanın en büyük tekstil+konfeksiyon ihracatçı ülkesidir, ama İtalyan ekonomisinde gerek üretimde,gerekse ihracatta tekstil+konfeksiyon sanayii,Türkiye'de olduğu gibi büyük fark ile en önde gelmemektedir ve dolayısıyla İtalya bugün artık önemli bir sanayileşmiş ülke olmuştur.

Sanayileşmeye Türkiye'den sonra ve Türkiye'den çok daha kötü bir noktadan başlayan,fakat kısa bir sürede Türkiye'yi geçen G.Kore tekstil sanayiinin durumunu inceleyelim:

G.Kore'nin sanayileşmesinde de lokomotif görevini tekstil sanayii yerine getirmekte olup, bu ülkenin 1987 yılındaki tekstil + konfeksiyon ihracatı 9 milyar dolar civarında olmuştur. 1991 yılına kadar bu ihracatın % 33'lük bir artış ile 12 milyar dolara çıkması beklenmektedir.1986 yılında G.Kore'nin toplam sanayi üretiminin 1/7'si,ihracatının da 1/4'ünü tekstil+konfeksiyon ürünleri oluşturmuştur.

1964-1984 yılları arasında G.Kore'nin tekstil üretimi yılda ortalama % 8.5 artmış ve böylece ülkenin en önemli sanayi dalı haline gelmiştir. 2000 yılında ise,bu büyüme hızı % 5'e düşmüş olacağı gibi, tekstil sanayii,elektronik ve makina sanayilerinden sonra ülkenin üçüncü önemli sanayi dalı olma durumuna da düşecektir. Ve işte o zaman G.Kore sanayileşmiş bir ülke olacaktır. G. Kore tekstil sanayii yeni makina ihtiyacının 1986 yılında % 36'sını yerli makina imalatı ile karşılarken, 1991 yılında bu oran % 51'e çıkacak ve 200 yılında G.Kore net tekstil makina ihracatçısı bir ülke haline gelecektir.

Özetlersek, G.Kore'de ilk kurulan ve 1970'li,1980'li yıllarda en önde gelen sanayi dalı tekstil sanayiidir. G.Kore'nin tekstil+konfeksiyon ihracatı Türkiye ihracatının 3 katından fazladır. G.Kore tekstil+konfeksiyon sanayii önümüzdeki yıllarda da büyümeye devam edecektir.Fakat büyüme hızı yavaşlayacağından ve bu arada elektronik ve makina sanayileri daha hızlı büyüyeceklerinden tekstil sanayiinin önüne geçeceklerdir. Halen net tekstil makina ithalatçısı olan G.Kore, 2000 yılına kadar net tekstil makina ihracatçısı haline gelecektir.

Kanımcı ,bu yüzyılın başlarında İngiltere, Almanya, Fransa, gibi ülkelerdeki, 1960'lardan sonra İtalya'daki ve 1980'lerden sonra G.Kore'deki gelişmelerden çıkarılabilecek sonuç şudur:

- Birinci adımda tekstil sanayii bir ülkenin sanayileşmesini başlatarak önemli bir görev görmektedir.

- İkinci adımda ise, gelişen tekstil sanayii zamanla tekstil makinaları,boyarmadde ve tekstil yardımcı maddeleri ve hatta kimyasal lifler sanayilerinin kurulup gelişmesini destekleyerek,ülkede makina,kimya ve elektronik sanayilerinin kurulmasında da sürükleyici bir rol (marş motoru rolü) oynamakta ve böylece ikinci önemli bir görevi daha yerine getirmektedir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii özellikle 1970'li yılların başından itibaren büyük gelişmeler göstererek, birinci görevini yerine getirmiştir.Şimdi eğer kısa vadeli ve dar kapsamlı olarak düşünmeyecek isek, tekstil sanayimiz ikinci görevini yerine getirmeye başlaması, yani Türk tekstil makinaları ve tekstil kimyası sanayilerinin kurulmasına destek vermesi gerekmektedir.

Sonuç olarak,kısa vadede olumlu bir alternatif gibi görünmesine rağmen,uzun vadede Türk tekstil makina sanayii'nin kurulup gelişmesini ve dolayısıyla Türkiye'nin gerçek sanayileşmiş ülke statüsüne geçişini önleyebileceği için, kullanılmış tekstil makinaları ithalatını da gerçekçi bir çözüm yolu olarak görmemek gerekmektedir.

5.4. Türk Tekstil Sanayii İçin Önerdiğim Strateji

"Türkiye'de tekstil sanayiinin daha bir süre iki hatlı olarak yürütülmesidir. Yani Türkiye'de daha bir süre,hem klasik emek-yoğun,hem de en yeni high-tech makinalar,teknolojiler,iyi tespit edilmiş bir denge ve işbölümü çerçevesinde birlikte kullanılmalıdırlar.

5.4.1. Daha ziyade kaliteli özel mamüllerin üretiminde kullanılacak olan ithal malı, üretim hızı yüksek, otomasyonu bol, fakat pahalı en son teknoloji ürünü makinalarla kurulacak olan işletmelerin, kalite ve üretim maliyeti bakımından dış pazarlarda rekabet edebilmesi için tek çare, bu işletmelerde sağlanacak üretim verimliliğinin optimal olmasıdır. Yani bu tesisler yılda 350-360 gün hiç durmadan, en yüksek randımanla, en uygun tipleri çalıştırdıktan değerlendirilirse, ancak o zaman maliyetler ve kalite bakımından rekabet şansımız söz konusu olabilir. Optimal üretim verimliliği ise,daha önce de belirtildiği gibi, ancak Türkiye'de yeterince kaliteli işçi, usta, teknisyen, mühendis ve yönetici yetiştirildiğinde sağlanabilecektir.Yani her seviyedeki tekstil eğitimimizde var olan eksiklikler,yetersizlikler,hatalar giderilmediği sürece

gelecek parlak değildir.

5.4.2. Daha ziyade sıradan ucuz mamüllerin üretimini sağlayacak emek-yoğun eski teknolojiye sahip fabrikaların veya örgütsüz tekstil sektörünün bakımları, modernizasyonu kendi imkanlarımızla sağlanabilmeli ve gerektiğinde yenilenmeleri de Türkiye'de geliştirilip üretilecek ucuz, fakat belirli bir kaliteye sahip makinalarla yapılmalıdır. Yerli tekstil makinalarının kullanımı, başta bunların büyük vade farkları ödemedi uzun vadeli taksitlerle satın alınmasını sağlamak olmak üzere, alınacak bir seri tedbir ile devlet tarafından desteklenmeli ve böylece Türk tekstil makina sanayiinin kurulup geliştirilmesi için gerekli fedakarlığın, desteğin yalnızca tekstilcilerin sırtında kalması önlenmelidir. Aksi takdirde Türk tekstil sanayii, Türkiye'nin sanayileşmiş ülke statüsüne geçişindeki "marş motoru" görevini yerine getiremeyeceği gibi, bu ağır yükün altında ezilerek büyük ölçüde zarar görmesi tehlikesi de söz konusudur.

5.5. Şu anda Türkiye'de saydığım stratejilerden hangisinin uygulandığını sorarsanız, cevabım "Hiçbiri-dir". Benim şahsi görüşüme göre, 1970'li yılların başından beri bütün iktidarların ve şu anda iktidarıyla, muhalefetiyle bütün partilerin, tekstil sanayiini Türk ekonomisinin göz bebeği, medarı iftihar olarak gördüklerini belirtmelerine rağmen, Türkiye Cumhuriyeti'nin tekstil ve konfeksiyon konusunda bir devlet politikası yoktur. Hatta korkarım mevcut

Hükümetimizin de bir tekstil politikası yoktur.

Tabii, uzun vadeli bir strateji tespit etmeden, ülkedeki ve dışarıdaki teknolojik ve ekonomik gelişmelere ve bir de çıkar çevrelerinden esinini en fazla duyurabilenlerin isteklerine bağlı olarak, sürekli değiştirilebilen kısa vadeli kararlarla durumu gittiği yere kadar götürmeyi, strateji veya hükümet politikası olarak nitelendiriyor-sanız, Türkiye'nin bir tekstil politikası vardır.

6. SONUÇ

Özetleyecek olursak, Türkiye'de tekstil sanayii daha bir süre iki hatlı olarak yürütülmelidir. Yani Türkiye'de daha bir süre hem basit hem de en yeni High-Tech makinalar, teknolojiler iyi tespit edilmiş bir denge ve işbölümü çerçevesinde birlikte kullanılmalıdır. Bu arada daha basit makinaların imalatından başlayarak ilerleyecek, gelişecek bir Türk tekstil makinaları sanayiinin kurulması devlet politikası olarak teşvik edilmeli ve desteklenmelidir.

Türk tekstil sanayiinin temeldeki en önemli sorunu ise, Türkiye'deki tekstil eğitim ve ARGE çalışmalarının nitelik ve nicelik bakımından yetersiz olmasıdır. Bu eksikliğin giderilmesi için ise, her şeyden önce tekstil sanayicilerinin konunun önemine inanmaları gerekmektedir.

AT'a Tekstil Ürünleri İhracatında Yeni Boyutlar

Neriman ENER

Araş. Gör.

U.Ü.İ.İ.B. Fak. İşletme Böl. BURSA

Bu makale dünya pazarlarında yaşamakta olan toplumsal gelişmeler ışığında, ihracatta başarıya etkileyen tüketici davranışlarındaki değişimleri genel hatlarıyla ele almaktadır. Bu değişimler AT pazarlarına girmek isteyen tekstil ihracatçıları için de geçerli olup, özellikle pazar bölümlendirmesi, pazar payı, mamul, fiyatlandırma ve dağıtım gibi pazarlama kavramlarına yeni boyutlar çerçevesinde yaklaşmayı gerektirmektedir.

NEW DIMENSION FOR TEXTILE EXPORTING TO EC COUNTRIES

In this article emphasis is given upon the importance of the changing dimensions of the social life and the consumer behaviour in the world markets in global. The same principles are valid for the textile exporters trying to enter the EC markets. The concepts such as market segmentation, market share, product, pricing and distribution have to be reevaluated in the light of these social changes.

1. GİRİŞ

Teknolojideki başdöndürücü gelişmeler önemli bir sosyal değişimi de beraberinde getirmiş, pazarlamayla ilgili kalıplaşmış birtakım inanışlar değişime uğramıştır. Üretim sisteminde bilgisayarların tüm süreçlerde yaygınlaşmasıyla birlikte üretici - aracı - tüketici ilişkisi yepyeni boyutlar kazanmış, iletişimde sağlanan teknolojik imkanlar sayesinde ise evrenselleşmiştir. Bu durum, tüm modern toplumlarda tüketicileri pazarın en önemli hakim konumuna yerleştirerek, üreticileri yeri bakış açıları geliştirmeye zorlamıştır. Mal ve hizmet akımı yanında ülkeler arasında mobilitenin de süratle artması tüm ülkelerde homojen talep özellikleri yaratırken, zevkler ve alışkanlıklarda heterojenlik yaşanmaktadır.

31 Aralık 1992 tarihinde tam anlamıyla entegrasyona doğru giden 12 üyeli AT pazarı 320 milyonluk tüketici kitlesiyle Türk müteşebbislerinin daha yakından izlemeleri gereken son derece gelişmeye açık, karlı bir pazarı oluşturmaktadır. Ülkemizde " tam üye olalım mı, olmayalım mı " tartışmasının yıllardan beri devam ettiği dikkate alınacak olursa, mevcut ihracat olanaklarını artırmada pazarlama yöneticilerinin bu gibi tartışmaları bir kenara bırakarak toplumlarda oluşmakta olan büyük sosyal değişime daha dikkatli bir şekilde yaklaşımlarının gereği ortaya çıkmaktadır. AT üyesi ülkelerle ilgili kararlar çoğunlukla ekonomik yönleriyle ele alınmakta ve aslında bunları yönlendiren insan davranışlarındaki değişimler dikkatlerden kaçmaktadır. Dolayısıyla salt karşılıklı antlaşmalar çerçevesinde yönlendirilen ihracat faaliyetleri, istenildiği kadar mevzuatlara uygun olarak yürütülünler, sosyal değişimlere uyulanamadıkları sürece bu pazarlarda arzu edilen başarı seviyesine ulaşmak mümkün olamayacaktır. Yalnız AT pazarı için değil, tüm uluslararası pazarlar için geçerli olan bu değişimlerin önemi pazarlama yöneticilerince zamanında kavranır ve pazarlama planlamalarında dikkate alınır potansiyel pazarlardan daha büyük pay kapma olanağı artacaktır. Her ne kadar kotalar ve birtakım engellemelerle bilhassa tekstil ürünleri ihracatımızı engellemeye çalışılıyor olsa da, " itici " pazarlama stratejileri yerine, tüketicileri kanallara doğru kendiliğinden getiren " çekici " stratejiler uygulandığı takdirde hükümetlerin Türk Mallarına karşı tavırlarında birtakım değişiklikler oluşacağı şüphesizdir. O halde hep miktarlar, fiyatlar ve mevzuatlar arasında boğuşmak yerine gelecekte belki umduğumuzun çok üzerinde ihracat olanaklarına kavuşabileceğimiz bu pazarlara hazırlıklı olabilmek için nasıl bir bakış açısıyla yola çıkılması gerektiğine kısaca değinmek yararlı olacaktır. Çünkü sosyal değişimle birlikte, bir takım pazarlama kavramları eski önemini kaybederken, birtakım kavramlar, üzerinde daha ciddi düşünmeyi gerektirecek boyutlara ulaşmışlardır. Bunlar arasında pazar bölümlendirmesi, pazar payı, mamul, fiyatlandırma ve dağıtım sistemi özellikle incelenmesi gereken konuları oluşturmaya başlamışlardır.

2. PAZAR BÖLÜMLENDİRMESİNDE YENİ BOYUTLAR

Klasik pazar bölümlendirmesi potansiyel tüketiciyi coğrafik (Bölgelere göre), demografik (yaş, cinsiyet, meslek v.s.) veya psikolojik (davranışsal) bölümlere ayırarak, talebin özelliklerine uygun mal ve hizmet üretimini esas almaktadır. Bu sistem global bir bölümlendirmeyi temel almakta ve mümkün olan çok sayıda tüketiciyi kapsamaya