

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 12 Sayı: 68 Yıl: 2019
www.sosyalarastirmalar.com
Issn: 1307-9581



Volume: 12 Issue: 68 Year: 2019
www.sosyalarastirmalar.com
Issn: 1307-9581

Doi Number:
<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3849>

ÖRME İŞLETMELERİNDE TASARIM SORUNU DESIGN PROBLEM IN KNITTING COMPANIES

Banu Hatice GÜRCÜM*
Arzu ARSLAN**

Öz

Tekstil, ülkelerin güçlü dinamiklerinden biri olmasının yanı sıra yoğun şekilde insan emeğine ve nitelikli insan gücüne ihtiyaç duyan bir sektördür. Tekstilin alt dallarından biri olan örme, ister triko örme şeklinde bireysel, ev tipi makinelerle küçük atölyelerde, istenirse örme kumaş olarak seri üretime uygun fabrikasyon üretim yapabilmeye imkân veren bir alandır. Her iki üretim şeklinin de temel yüzey yapısını ilmek adı verilen temel yapı birimi meydana getirmektedir. İlmeklerin yan yana ve üst üste dizilmeleri ile örme tekstil yüzeyi elde edilmektedir. Kuşkusuz bu yüzeylerin oluşturulmasında en önemli aşamalardan biri örme tasarımının gerek hayal gücü gerekse bilgi birikimi ile somutlaştırılmasıdır. Ancak kişiden kişiye değişiklik gösteren, farklı beğeni ve beklentilerin karşılanmasını da amaçlayan ürün tasarımı, günümüzde işletmelerin çözemediği temel sorunlardan biri olarak hala yerini korumaktadır. Bu nedenle örme işletmelerinde tasarımcı/desinatör olarak görev yapan kişilerin tasarım problemlerine bakış açılarını belirlemek ve bu süreçte kullandıkları çözüm stratejilerini ortaya koymak bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Tarama modelinin kullanıldığı bu çalışmada, verilere ulaşabilmek amacıyla öncelikle literatür taraması yapılmış ardından örneklem olarak seçilen örme işletmelerine gidilerek tasarımcılar/desinatörler ile görsel analiz, mekanik gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleri kullanılarak araştırma verileri elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örme, Tasarım, Örme İşletmeleri, Örme Tasarım Sorunu.

Abstract

Textile, besides being amongst the strong dynamics of the countries, is an industry requiring intensive human labor and qualified manpower. Knitting, one of the branches of textile, is a field that allows performing both production at small workshops with individual, domestic machines as double bed-knitting machines, and mass-production at production units or factories as knitted fabric. The basic surface structure of both production forms is constructed by the main structural unit called loop. Knitted textile surface is obtained through arrangement of the loops side by side and one over the other. Certainly one of the most important phases in creation of these surfaces is the embodiment of this design using both imagination and the know-how. However, product design varying from one person to another, aiming to fulfill the different tastes and expectations remains to be one of the basic problems of the knitting companies. Thus, determining the viewpoints of the individuals working as designer/ drafter at knitting companies towards design problems and revealing the solution strategies they use during this process form the basic aim of this study. In this research where survey research method is employed, a detailed literature review has been conducted and afterwards the knitting companies that were chosen as the target group have been visited and research data has been collected through visual analysis, mechanical observation and semi-structured interview techniques done with the designers/ drafters.

Keywords: Knitting, Design, Knitting Companies, Knitting Design Problem.

* Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Tekstil Tasarımı Bölümü, banugurcum@gmail.com

** Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi, Şebinkarahisar Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, arzu2867@gmail.com



1. GİRİŞ

Tekstil ve hazır giyim sektörü gelişen teknoloji ve artan üretim hacmi ile dünya genelinde ülkelerin kalkınmasında etkin payı olan bir endüstridir. Çakmakçoğlu (2012,22) tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat içerisindeki payının yüksekliği ve üretim sürecinde yaratılan katma değeri vurgular ve ülkelerin ekonomik olarak büyümelerinde ve yaşam koşullarının iyileştirilmesinde tekstil sektörünün önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade eder. Tekstil sektörünün pek çok ülkenin endüstriyel atılım hamlesinde etkin payı olduğu da bilinmektedir. Japonya, Kore Cumhuriyeti, Türkiye ve Çin gibi ülkeler sanayideki atılım hamlelerini ve sanayi kültürlerinin gelişimini ağırlıklı olarak tekstil endüstrisi sayesinde gerçekleştirmişlerdir (Ural). Dünya üzerinde ülkelerin ekonomik kalkınmasında bu sektörün itici bir güç olduğu açıktır.

Hammaddeden ipliğe, kumaştan giysiye kadar geçen tüm süreci içine alan genel bir kavram olan tekstil, bu yapısıyla bilim, teknoloji, zanaat ve sanat alanlarını kapsamaktadır. Endüstri Devrimi ile birlikte zanaat alanlarının yoğunluğu azalmış, teknik alanların yoğunluğu ise artmıştır. Zaman içerisinde ev tipi bir etkinlik alanı olmaktan sıyrılarak, örme makinelerinin gelişmesi ile bir sektör haline dönüşen örme üretimi, günümüzde tekstil endüstrisinin büyük ihracat kalemlerinden biri haline gelmiştir. Örme kumaşların kullanım miktarlarının genişlemesi ve üretimin artması sonucunda örme sektörü istihdam yaratma konusunda dokuma kumaşlarla yarışır hale gelmiştir. Örme sektörünü oluşturan segmentler arasında Örme Giyim Eşyaları Üretimi, yurt dışı talebin fazlalığı ve örme işletmelerinde emek yoğun istihdam yaratması ile önemli bir faaliyet alanı olarak kabul edilmektedir.

Örme işletmelerinin günümüzde karşı karşıya kaldığı önemli sorunları; fasoncu üretici konumundan kurtulamamak, teknolojik gelişmeleri geç takip etmek, marka yaratamamak, özgün koleksiyonlarla dünya modasına yön verecek atılımlar ortaya koyamamak olarak saymak mümkündür. Bunun yanı sıra Türk örme sektörü yüksek hammadde ve işçilik giderleri, temel ve standart ürün üretim kapasitesine karşılık yüksek katma değeri olan üretim ortaya koyamaması gibi nedenlerden dolayı düşük işçilik ücretleri ile ucuz ürün üretebilen Çin, Endonezya gibi ülkelerle rekabet etmek durumundadır. Ayrıca örme işletmelerinde nitelikli eleman yetersizliği ciddi boyutlardadır. Strateji eksikliği nedeniyle örme sektöründeki birçok işletme gelecek yatırımlarında hangi teknolojilere yer vermeleri gerektiğini vizyonel bir analizle değil genellikle geleneksel deneyimle belirlemektedir. Personel belgelendirme, Toplam Kalite Yönetimi (TKY), ekolojik üretim (Eco-friendly production) gibi yaklaşımlarından uzak üretim yapan birçok örme işletmesi, iş görenlere gereken yatırımı yapma gereksinimi duymamaktadır. Tüm bunların yanı sıra işletmelerde de tasarımcıların yaratıcı şekilde çalışmalarını teşvik edecek bir iklim de yaratılmamaktadır. Tasarımcı/desinatör kavramları arasında net bir ayrışma da görülememektedir. Yabancı tasarımcıların istihdam edilmesi nadir olsa da bu durum uzun süreli olamamaktadır. Bu önbilgilerden hareketle bu araştırma, örme işletmelerinde tasarım departmanlarının durumunun ve örme sektöründe çalışan tasarımcıların/desinatörlerin eğitim, bilgi ve etkinlik durumlarının ortaya konması amacıyla tasarlanmıştır.

2. TÜRK ÖRME SANAYİ VE İHRACAT DEĞERİ

Tekstil üretim tekniklerinden birisi olan örme, ipliğin ilmek adı verilen kontrollü kıvrımlar oluşturması ve bu kıvrımların birbiri içerisinde geçerek sıra adı verilen yatay ve may adı verilen düşey düzenlemelerde dizilmesiyle oluşan bir yüzeydir. Örme tekniğinde kıvrımlı ipin (ilmeğin) oluşturduğu form için Udale (2014,82), iplik bir kumaş oluşturacak biçimde düz veya yuvarlak olarak veya kesimsiz (fully-fashioned) örülebilir diye yazar.

Yapısı itibarı ile makineleşmiş örme bir ya da birden fazla ilmek oluşturucu (örücü) elemanın, iplik aktarıcı eleman (mekik) ya da elemanlar aracılığıyla iletilen ipliği, 4 temel hareketle (düz ilmek, ters ilmek, askı, atlama) yan yana veya üst üste bağlaması ile oluşmaktadır. Makine tekniği açısından irdelediğimizde ise *iplik hareketli örücüler sabit* ya da *iplik sabit örücüler hareketli* olarak örme makinelerini temelde ikiye ayırmak mümkündür. Ayrıca örme prensibiyle çalışan makineleri; örücü elemanların yatakladığı yapının düz ya da yuvarlak olması ile (*düz örme makineleri* ve *yuvarlak örme makineleri*) de sınıflandırmak mümkündür.

Triko, atkılı örme (tek iplik besleme- yatay sırada bağlanma) prensibiyle çalışan iplik hareketli, iğneler sabit sistemde, düz yataklı makinelerde üretilen örme kumaştır. Ülkemizde ticari işletme olarak triko üretimi 1917 yılında Halil Karaca ve Çift Geyik Karaca şirketi ile başlamıştır. Cumhuriyet'in kurulmasından İkinci Dünya Savaşı'nın başladığı yıllara kadar örme üretiminin daha çok el örgüsü olarak kadın uğraşı düzeyinde kaldığı görülmektedir. Udale (2014,82) örmenin ilk olarak el örgüsü şeklinde başlamış olduğunu

ancak kitle üretimi için makine örgüsüne evrildiğini yazar. Bu dönüşüm kentlerdeki nüfus artışı ve toplumsal olaylarla birlikte değişen sosyal yaşam ile başlamış ve teknolojik gelişmeler ışığındaki yenilikler ile kısa bir zaman dilimi içerisinde tamamlanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise değişen bir dünya düzeni -ABD ve SSCB olarak iki kutuplu bir oluşum- söz konusudur. İki süper güç dışında savaşa katılan tüm ülkeler savaşın getirdiği yıkım içerisinde ve ekonomileri çökmüştür. Savaş boyunca bütün baskı ve zorluklara karşı tarafsız kalan Türkiye ise bu süre boyunca savaşın ortaya koyduğu ekonomik kısıtlarla mücadele etmiş ve sanayi hamlesi yapamamıştır. Buna rağmen 1950'li yıllarda örme giyim eşyalarının moda olmasıyla birlikte Türkiye'de girişimcilerin kurdukları triko imalat işletmelerinin sayısı artış göstermiş, 1960'larda ise triko üretiminde otomatik makineler Türkiye'ye girmeye başlamıştır. Neyir Triko, Kazova gibi yeni triko işletmeleri bu dönemlerde büyük üretim rakamlarına ulaşmış ve triko üretimi makine ve el örgüsü olarak ayrılmıştır (Görsel.1-3).

1960'lardan başlayarak Türk örme üreticilerinin makineleşme konusunda istekli olduğu görülmektedir. 1961 yılında Hayrettin Karaca tarafından ilk triko ihracatı gerçekleştirilmiştir. 1970 ve 1980'lerde de triko üretim sanayi gelişimini sürdürmüş ve 1970 yılından itibaren ihracatçı konumuna ulaşmıştır. 1980'li yıllara gelindiğinde sektör bu yıllarda devreye giren ihracata dönük kalkınma modeliyle beraber önemli bir atılım göstermiştir. Hükümetlerin uyguladığı teşvik politikaları sayesinde 90'lı yıllardan itibaren triko sektöründeki üreticiler en son teknoloji ürünü makinelerle üretime geçmişlerdir.



Görsel.1-1940-60 arasında bayan giyim sanayinde trikonun önemli olduğu dönemler yaşanmıştır (Url2)



Görsel.2-1947 yılında triko üretimine başlayan Kazova'nın reklamı (Url3)



Görsel.3- Neyir Triko ve jarseleri, yün garantisini Woolmark'tan, eşsiz güzelliğini Neyir'den alır. (1970) (Url4)

Günümüzde Türk triko sektörü dünyanın en gelişmiş teknolojilerine sahiptir. Türkiye dünyanın bir numaralı triko üreticisi olan İtalya'nın da teknoloji bazında önüne geçmiş olup dünyanın başta gelen triko üreticisi ülkelerinden birisidir. Buna rağmen İTHİB'in hazırladığı sektörel raporda yer alan 2019 yılında örme kumaş ihracat rakamları incelendiğinde örme ihracatının Ocak-Eylül döneminde %2,3 oranında gerileyerek yaklaşık 1.15 milyar dolar değerinde gerçekleştiği görülmektedir. 2019 yılı Ocak-Eylül döneminde "alt ürün grupları bazında örme kumaş ihracatı" rakamları incelendiğinde en önemli alt ürün grubunu 641 milyon dolar ihracat değeri ile "diğer örme kumaşlar" oluşturduğu görülmektedir (Tablo 1). Bu ürün grubunun toplam örme kumaş ihracatındaki payı %55,9'dur. İkinci sırada yer alan ve ürün grupları itibariyle örme kumaş ihracatı içindeki payı % 31,3 olan "elastomerik veya kauçuk iplik içeren örme kumaş" grubundan 2019 Ocak-Eylül döneminde 358.898 milyon dolarlık ihracat yapıldığı belirtilmektedir. Üçüncü sırada bulunan "çözgülü örme kumaş" grubunun 2019 Ocak-Eylül dönemi içerisindeki ihracatı 114.306 milyon dolardır. Toplam örme kumaş ihracatı içinde %10,0'luk bir paya sahiptir (Url5).



Tablo 1. 2019 yılı (Ocak-Eylül) ürün grupları itibariyle örme kumaş ihracatı (Url5).

Ürün Grupları İtibariyle Örme Kumaş İhracatı							
Birim: 1.000 ABD \$	2018 Eylül	2019 Eylül	Değişim %	2018 Ocak - Eylül	2019 Ocak - Eylül	Değişim %	Pay %
Diğer Örme Kumaş	73.805	81.382	10,3%	621.995	641.221	3,1%	55,9%
Elastomerik veya Kauçuk İplik İçeren Örme Kumaş	37.405	36.079	-3,5%	369.888	358.898	-3,0%	31,3%
Çözümlü Örme Kumaş	17.649	11.847	-32,9%	150.877	114.306	-24,2%	10,0%
Örme Tüylü Kumaş	4.567	3.632	-20,5%	28.880	30.443	5,4%	2,7%
Eni 30 cm'yi Geçmeyen Örme Kumaş	150	112	-25,6%	1.333	1.231	-7,6%	0,1%
ÖRME KUMAŞ İHRACATI	133.579	133.052	-0,4%	1.172.979	1.146.103	-2,3%	100%

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları /Ekim 2019

Ülkeler bazında örme kumaş ihracatı incelendiğinde 2019 yılı Ocak - Eylül döneminde örme kumaş ihracatında en önemli ülke İtalya'dır. İtalya'ya Türk örme sanayiinden 167 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. 2019 yılında örme kumaş ihracatında öne çıkan diğer önemli ülkeler Bulgaristan ve Rusya'dır. 2019 yılı Ocak - Eylül döneminde örme kumaş ihracatında en çok gerileme gösterilen ülke % 11,5 oranında gerilemeyle Beyaz Rusya olurken ihracatın en fazla yükseldiği ülke %450,2 oranında artış kaydedilen Kırgızistan'dır. Örme kumaş satışında %50,7 oranda bir paya sahip AB ülkelerine 2019 Ocak - Eylül döneminde %8,1 oranında gerilemeyle 581 milyon dolar ihracat, 2019 yılı Eylül ayında ise %9,4 oranında bir gerilemeyle yaklaşık 61 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir. Benzer şekilde 2019 yılı Eylül ayında örme kumaş ihracatında bazı ürün gruplarında gerilemeler de görülmüştür. Örneğin 2019 yılı Eylül ayında örme kumaş ihracatında %0,4 oranında; "elastomerik veya kauçuk iplik içeren örme kumaş" ihracatında %3,0 oranında; "çözümlü örme kumaş" grubunda %24,2 oranında azalma kaydedilmiştir. Ayrıca Türkiye'den oldukça önemli triko alımı gerçekleştiren İtalya'ya yapılan örme kumaş ihracatı da 2019 yılı Eylül ayında %0,7 oranında gerileyerek yaklaşık 19 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir (Url5). Bu sonuçlardan dünya genelinde yaşanan ekonomik gerginliğin Türk örme sektörünü etkilediğini ve katma değer yaratan tasarımların örme sektöründe üretim yapan işletmeler tarafından pazar hacmi daha fazla daralmadan piyasaya arz edilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

3. ÖRME SEKTÖRÜ VE TASARIM

Teknoloji, maddenin dönüştürülmesinde insan emeği ile madde arasında gerçekleşen özgün bir ilişki türü olarak tanımlanmaktadır. İnsanın yaşamı boyunca bilgi ve yeteneğinin sürekli olarak gelişmesi nedeniyle teknolojik değişimin kesintisiz olarak sürmekte olduğu kabul edilmektedir. Bilim ve teknoloji tarihine bakıldığında insanların sahip olduğu teknolojiyle maddeyi amacına uygun olarak dönüştürdüğü ve bu amaçla faydalandığı enerji türünün üretimde kullanılan teknolojiyi oluşturduğu görülmektedir (Erbil ve Akıncı,2009,273).

Teknoloji tarihinde yaşanan üç büyük devrim tasarımı şekillendirmiştir. Bunlar; buhar makinesinin icadı, elektrik enerjisi ve elektronik sistemlerdir. 18. yüzyılda İngiltere'de başlayan ve Avrupa'ya yayılan "İngiliz Devrimi" yaşamın her alanında köklü değişikliklere sebep olmuş, üretimde makineleşmenin sosyal yaşamda ise kültürel değişimlerin kapısını açmıştır (Güvenç, 1999,185). "Dünya'nın Atölyesi" olarak anılan İngiltere'nin öncülüğünde başlayan bu yenilikçi süreç günümüzde dahi etkisini hala devam ettirmektedir. Tüm yenilikler ve değişimin etkisiyle tekstil sektörü de kendi içinde pek çok yenilikçi gelişmelerin ışığında kalmıştır. Gerek dokuma gerekse örme alanında yaşanan teknolojik yenilikler farklı özelliklere sahip kumaş türlerinin de hızlı ve seri şekilde üretilmesine olanak sağlamıştır. Dias (2003; akt. Gülsevin,2005,1) [İngiliz Devrimi'nden bu yana gerçekleşen] makineleşme ve üretim hızı kazanma açısından yaşanan gelişmelerin önemli olduğunu söylese de en son elli yıl içinde gerçekleşen yeniliklerin daha önemli olduğunu vurgular.

Bundan sonra teknolojik ve bilimsel gelişmeler insan hayatını kolaylaştırmış, teknoloji ile yaşamın hızı insanın iletişim kurma ve bilgi edinme biçimlerini geliştirmiştir. Buna bağlı olarak 1900'lerin başından itibaren teknolojinin yaşamda yer almaya başlaması ve toplumsal ve kültürel yıkımlara neden olan Dünya Savaşları, ifade araçlarının ve üretim tekniklerinin değişime uğramasında da önemli bir nedendir. II. Dünya Savaşı sonrası bilgisayarın icadı bu değişimi artık geri dönüşü olmayan bir noktaya taşımıştır. Modern çağın



başlangıcını oluşturan bu büyük buluş; teknolojinin iletişime yön verdiği, gelişmelerin hızına yetişilemediği, sanatın da teknoloji ile buluşacağı dönemlerin habercisi olmuştur (Beriş ve Kaplanoğlu,2018,49).

1950-1960'lı yıllarda örme tekniği ile kumaş üretiminin artmaya başlaması örme makinelerinin de geliştirilmesinde itici bir güç olmuştur. 1967 yılına gelindiğinde örme teknolojisindeki teknolojik gelişmeler ve makinelerden elde edilen ürünlerdeki güvenilirlik doruk noktasına ulaşmıştır. Özellikle sentetik elyaftan yapılan ipliklerin örme makinelerinde yoğun ve yaygın bir şekilde kullanılması örmenin sektörel anlamda büyümesini sağlamıştır. Hatta bu dönemlerde örme kumaşların dokuma kumaşların hâkim olduğu "erkek üst giysi alanını" üretim açısından ele geçirmeye başladığı görülmüştür (Dölen,1992,334).

1975 yılına gelindiğinde örme kumaşların dokuma kumaşlar karşısında önem kaybettiği ve dokuma sektörünün yeniden kuvvetlendiği görülür. Dölen (1992,334)'e göre örme sektörünün önem kaybetmesinin temel sebebi sanayi tipi dokuma kumaşın yerini örme kumaşların tutmamasıdır. 1980'lerden sonra ise boş zaman giysisi (athleisure clothing), spor giyim, rahat giyim olarak kuvvetlenen bir giyim akımı ile örme sektörü yeniden güçlenmiştir. Gür Üstüner (2017,50) günümüz teknolojik gelişmelerinin de katkısıyla dokuma tekniği ile tasarlanması zor olan kumaşların örme tekniği ile daha kolay üretilmesi ve insanların iş ve yaşam temposu içerisinde daha rahat giysileri tercih etmeleri, örme kumaşları tekstil endüstrisinde önemli bir konuma getirmiştir diye yazar.

Günümüzde seri üretilen katma değeri düşük ürünlerin pazar hacminin daralttığı buna karşın kişiye özel üretim, özellikli ve sürdürülebilir üretim, eko üretim, yeşil üretim gibi yüksek katma değerli üretim çeşitlerinin ön plana geldiği görülmektedir. Temel ve standart ürün üretim kapasitesi yüksek olan Türk örme sanayi ise bu durumda bir dönüşüm hamlesi zorunluluğu ile karşı karşıya kalmaktadır. Örme işletmelerinde mevcut personelin yetiştirilmesi, hammadde ve işçilik girdilerinde niteliksel yükseltmelere gidilmesi ve imaj tazelenmesi ve tasarım alt yapısını kuvvetlendirmesi sektörün atması gereken acil adımlardır.

Tasarımın sözlük anlamı bir plan ya da eskizi yapmak üzere zihinde canlandırmaktır; biçim vermek ya da üretilmek üzere zihinde canlandırılan bir plan ya da şeydir. Tasarımı Bayazit (2008,174) bir sonucu hazırlayan adımların ortaya konulduğu zihni bir proje ya da şema olarak tanımlanmaktadır. Öyleyse tasarım bağlama, kapsama, içeriğe ve tasarlayan kişiye özel heterojen bir süreçtir. Yaklaşımlar, stratejiler ve yöntemler çoğunlukla tasarımcının kendi deneyimlerinden ve sosyokültürel geçmişinden etkilenir; bunların yanında teknik ve ekonomik koşullar da belirleyicidir. Jormakka (2016,7) tasarımın bir yanıyla kişinin yaratıcı gücüne dayanırken diğer yanıyla çeşitli temel yaklaşım ve süreçleri yansıtan metodolojik kurallara bağlı olduğunu ifade etmektedir. Tasarım işlevsel olması gerektiği kadar estetik ve duruma uyumlu olmalıdır. Öpöz ve Gür Üstüner (2018,250) bu nedenle tasarım ilkeleri arasında yer alan bir amaca hizmet etme (işlevsellik) ve yeniyi arama özelliklerinin ürünün estetik ve teknik açıdan tasarlanmasından üretilmesine kadar olan geniş bir süreci kapsadığını belirtmektedirler.

Tasarımcı, kumaşın kullanım amacı ve alanı doğrultusunda hangi değişkenlerin ne şekilde uygulanacağına karar vermelidir. Tasarlanacak kumaşın kullanım yeri, kullanılacağı mevsim, pazara sunulacağı dönemde geçerli olacak moda renkleri gibi unsurlar, bu değişkenlerin seçiminde belirleyici olmaktadır (Badur Özkendirci,2012,21). Cross (2006,15)'a göre tasarımın kalitesi doğrudan hayat kalitemizi etkiler (akt. Özkendirci,2010:120). Özkendirci bu konuda şunları ekler:

Tasarımcının yaratıcılığı, yeterliliği ve oluşturduğu etki hepimiz için değer taşır. Çünkü tasarımcının ya da tasarım ekibinin başarısı, ürünün hem işlevsel hem de estetik değerleri ile kullanıcının memnuniyeti ile doğru orantılıdır. Endüstriyel ürün yüzlerce kullanıcıya ulaşır. Bu nedenle ürünü kullanması hedeflenen kitlenin memnuniyetleri düşünülerek tasarlanmalıdır (Özkendirci,2010,120).

Ürün tasarımı süreci, tasarımcının pek çok alternatif üretmesi ve geliştirmesi gereken bir süreçtir. Bu sürecin başlangıcında pek çok tasarımcı kâğıt ve kalem kullanır. Tasarım eğitimi veren pek çok okul, eğitim sürecinin ilk yıllarında Bilgisayar Destekli Tasarım araçlarının kullanılmasının yerine kâğıt ve kalem kullanımını teşvik ederek öğrencilerin fikirlerini kısa zamanda sunmaları pratiklerini geliştirmeye çalışır. Eğitim kurumlarında genel olarak kabul görmüş ve desteklenen bu uygulamanın amacı öğrencilere geliştirecekleri tasarım fikirlerini ve alternatiflerini oluşturmak için gerekli düşünce pratiğini ve hızını kazandırmaktır. Bu süreci içselleştiren tasarımcı adayı eğitim sürecinin ilerleyen zamanlarında tasarlama aracı olarak bilgisayar destekli tasarım araçlarını kullanmaya başlar (Eryayar,2017,15). Bilgisayar ortamındaki bilgilerin, fabrikaya yine bilgisayar ortamında ulaştırıldığı ve burada tasarım bilgisinin malzeme, strüktür verileriyle eşlenerek hızla üretim bilgisine dönüştürüldüğü çağımızda, dijital üretim



teknolojilerinin üretim ekonomilerini yeniden şekillendirdiği, ürün çeşitliliği ve esnekliği konusunda önemli bir değişim yarattığı kabul edilmektedir (Erbil ve Akıncıtürk,2009,275).

Şüphesiz çağımız dijital tasarım imkânlarının kullanılması hatta dijital üretimin geliştirildiği bir çağdır. Bu nedenle tüm tekstil sektörlerinde görev yapan tasarımcılar bilgisayar destekli tasarım araçlarını ve programlarını kullanmak konusunda yetkin olmalıdır. Örme makinelerinde de tasarım ve üretim işlemleri birleşik olarak bilgisayar destekli yapılmaktadır. Örme teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda örme üretiminde hız ve netlik ve desenlendirme imkânlarında büyük bir çeşitlilik söz konusudur. En basit örme sistemi olan triko el makinelerinde desen ve dokuyu oluşturacak iğneleri seçmek için elden bile daha hızlı işleyen delgili kartlar kullanılır. Kart, makineye yerleştirilir ve sıra sıra iğne pozisyonlarını seçer. Önceden delinmiş kartlar satın alınabilir veya desene özel olarak kart delinebilir. Bu makinelerden daha karmaşık bilgisayarlı jakar ve örme makineleri ise çizimden veya fotoğraftan karmaşık iğne seçimleri yoluyla çok karışık desenli kumaşları üretebilirler ve tasarımlar çok geniş bir alanda çalışılabilir. CAD kullanımı da desenlerin kolayca değiştirilebilmesine ve moda uyum sağlamasına imkân verir (Udale, 2014,82). Burada açıklandığı şekliyle örme tasarımcısının dijital tasarım yöntemlerine yatkın olması gibi pekçok eğitsel özellikle donatılmış olması gerekmektedir. Bu durumun irdelenmesi amacıyla düzenlenen araştırmanın yöntem kısmı aşağıda açıklanmıştır.

4. YÖNTEM

Bu araştırma örme işletmelerinde desinatör/ tasarımcı olarak çalışan kişilerin tasarım altyapılarını ve tasarım süreçlerini yönetme biçimlerini ortaya koymayı amaçlayan tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırmanın evrenini ÖRSAD (Örme Sanayicileri Derneği)'a üye olan ve İstanbul ilinde faaliyet gösteren 13 yuvarlak örme işletmesi oluşturmaktadır. Örneklemi ise bu işletmelerin bünyesinde çalışmakta olan ve araştırmamıza katılmaya istekli 8 tasarımcı/desinatör oluşturmaktadır. Araştırma verilerine ulaşabilmek için öncelikle literatür taraması yapılmış sonrasında ise işletmelere gidilerek görsel analiz, mekanik gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleri yoluyla veriler toplanmıştır.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma verilerinin işlenmesinin ardından ulaşılan sonuçlar sıralanmaktadır:

Örme işletmeleri tasarımlarını %80 oranında üst gelir grubuna; %20 oranında ise alt gelir grubuna üretmektedirler. Buradan işletmelerin kumaş ve/veya ürün tasarımlarının gelir düzeyi yüksek müşteri kitlesinin tasarım açıdan beklentilerini karşılayan, kaliteli ürünler olduğu sonucuna varılabilir.

Araştırmaya katılan 8 desinatörün 3'ü kadın, 5'i erkektir. Tasarımcıların yaş gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında 18-23 yaş aralığında 1 kişi; 24-29 yaş aralığında 2 kişi; 30-35 yaş aralığında 2 kişi ve 36-41 yaş aralığında 2 kişi; 42-47 yaş aralığında 1 kişi olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan kişilerin eğitim durumlarına bakıldığında 5 kişinin lisans mezunu; 3 kişinin lise mezunu oldukları belirlenmiştir. Lise mezunu katılımcıların 36-47 yaş aralığında oldukları belirlenmiştir. Buradan genç tasarımcıların işe alınmaları sırasında lisans mezunu olmalarına dikkat edildiği sonucuna varılabilir.

Tasarımcıların örme sektöründe çalıştıkları yıl dağılımları incelendiğinde 1-5 yıl aralığında 1 kişi; 24-29 yıl aralığında 1 kişi; 6-11 yıl aralığında 2 kişi; 12-17 yıl aralığında 2 kişi; 18-23 yıl aralığında da yine 2 kişinin olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulardan örme sektöründe tasarım departmanlarında uzun sürelerde çalışıldığı ve desinatör sirkülasyon oranının fazla olmadığı söylenebilir.

Örme işletmelerinde tasarımcıların %62,5'i (5 kişi) desen/örme tasarımı için bilgisayar destekli tasarım programı (CAD) kullandıklarını; %37,5'i (3 kişi) ise tasarım programı kullanmadıklarını belirtmiştir. Tasarımcılar %50 oranında (4 kişi) Photoshop; %25 oranında (2 kişi) Corel Draw; %12,5 oranında (1 kişi) Illustrator ve %12,5 oranında (1 kişi) SDS-One tasarım programlarını kullanmaktadır. Bu tasarım programlarının yanı sıra ayrıca %37,5 oranında (3 kişi) Pic3; %25 oranında (2 kişi) Metatex ve Wacdes ile %12,5 oranında (1 kişi) Pic4 programlarını da kullandıklarını belirtmiştir. Lisans mezunu tasarımcıların vektörel ve raster tasarım programları kullanabildikleri buna rağmen lise mezunu olanların ise daha çok işletme içerisinde bulunan Metateks, Pic3 gibi programları kullandıkları ortaya konmuştur.

Tasarımcıların tamamı (8 kişi) işletme bünyesinde tasarım eğitimi almadıklarını belirtmiştir.

Örme işletmelerinde yeni bir tasarım fikrini ortaya koyan kişinin kim olduğu sorulduğunda denekler %70 oranında tasarımcı /desinatör; %12,5 oranında firma yöneticileri; %12,5 oranında ustabaşı olarak görev yapan kişi; %12,5 oranında tasarım ekibi olarak yanıtlamışlardır.



Tasarımcıların tasarım yaratma sürecine temel yaklaşımları incelendiğinde, %42 oranında yeni bir ürün oluşturma olarak; %32 oranında bir soruna çözüm bulma ve %26 oranında süreci geliştirme olarak değerlendirildikleri belirlenmiştir. Yapılan yüzyüze görüşmelerde tasarımcıların tasarım yaratım sürecine bütüncül bir bakış açısıyla yaklaştıkları görülmektedir. Tasarım probleminin çözümünde özgün fikirler oluşturmaya odaklanmaları ve çalıştıkları işletmelerin pazarda söz sahibi olmasını sağlamaya çalıştıkları şeklinde yorumlanabilir.

Tasarımcılar bir tasarım probleminin çözümünün %62,5 oranında özgün fikirlerden oluştuğunu; %37,5 oranında problemin farkına varma; %37,5 oranında problemi doğru tanımlama; %25 oranında tasarım için araştırma yapmaktan geçtiğini belirtmiştir. Toplanan tüm verilerle uygulama aşamasını önemseyenlerin oranı %12,5; var olan ihtiyacı tam anlamıyla karşılama aşamasını önemseyenlerin oranı ise %12,5 dir.

Tasarımcıların tasarım yaratma sürecine girmeden önce tasarımın %24 oranında kumaş, fiyat, işlevsellik, performans vb. ölçütleri ile müşteri alıcı kitlesini (hedef pazar) profilini dikkate aldıklarını; %21 oranında tasarımın hangi sezon için yapılacağını; %17 oranında tasarımın kısıtlamalarına; %14 oranında fiyat aralığına dikkate aldıkları belirlenmiştir. Bu bulgu tasarımcıların temel olarak müşteri alıcı kitlesine uygun tasarım yapmaya odaklandığını ifade etmektedir ki böyle bir ortamda çalışan tasarımcının yenilikçi fikirlerini uygulamaya sokma imkânı hemen hemen hiç yoktur.

Tasarımcıların tamamı temel esin kaynağı olarak diğer tasarımlardan yararlanmaktadırlar. Tasarımcılar ayrıca temel esin kaynağının yanında ikincil kaynak olarak %50 oranında seyahat notlarından ve %37,5 oranında arşivlerden de destek aldıklarını belirtmişlerdir. Bu bulgulardan tasarımcıların adaptasyon yöntemiyle yani önceden yapılmış tasarımlar üzerinde manipülasyonla yeni ürünler elde etmeye çalıştıkları söylenebilir. Ancak bu durum tasarımcıların yeni bir tasarım ürün oluşturmaya yönelik bakış açıları ile çelişkilidir.

Tasarımcıların tamamı fikirlerini özgür bir şekilde uygulamaya dökebileceklerini belirtmiştir. Tasarımcılar etkili tasarım çalışması yöntemi olarak %57 oranında ekip çalışması; %43 oranında bireysel çalışma olarak değerlendirmişlerdir. Tasarımcıların beyin fırtınası yaparak pek çok yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağlamak açısından ekip çalışmasını önemsemelerine rağmen bireysel yeteneklerini ve tasarım yetilerini tam olarak kullanabilmek amacıyla bireysel çalışmayı da tercih ettikleri söylenebilir.

Tasarımcıların tamamı yeni bir ürün geliştirirken pazar araştırması yaptıklarını belirtmişlerdir. Tasarımlarda kullanılacak olan örgü tekniğini seçme nedenlerini %24 oranında desene göre; %24 oranında ipliğe göre ve yine %24 oranında tasarımı oluşturan detayların en kolay uygulanacağı örgü tekniğine göre şeklinde ifade etmişlerdir. Bunlara ilaveten örgü tekniği seçerken günün trendlerini (%14) ve örgü makinesinin yenilikçi uygulamalarını (%14) yine eşit düzeyde dikkate aldıkları tespit edilmiştir.

Tasarımcılara göre örgü tasarımında yenilikçi olabilmenin en önemli koşulu %62,5 oranla farklı doku ve yüzey tasarımları oluşturulmasına bağlıdır. Buna ilaveten %37,5 oranla yeni ve yaratıcı tasarımların geleneksel tekniklerle harmanlanması ile müşteri talepleri ve pazar farkındalığı yaratılmasını; %12,5 oranında teknolojik gelişmelerin takip edilmesi ve tasarımın el işi ile desteklenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Tasarımcıların tamamı (8 kişi) teknolojik gelişmelerin yaratıcılık üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirterek yenilikçi makine uygulamalarının pazara uygun şekilde kullanımının sağlanması gerektiği sonucuna varılabilir.

Tasarımcıların tasarımlarında neyi önemsediklerini belirleyebilmek amacıyla en önemli buldukları öğeye "1", en önemsiz buldukları öğeye "7" verecek şekilde bir derecelendirme sorusu yöneltilmiştir. Sonuçların yığılmasına bakıldığında tasarımcılar, tasarımlarının satılabilir ve kaliteli olmasını 1.derecede önemli; ekonomik ve estetik olmasını 2.derecede önemli; işlevsel olmasını 3.derecede; özgün olmasını 5. ve 6. derecede ve doğa dostu olmasını 7.derecede önemli bulmuşlardır. Bilindiği gibi tasarımların işletmelerin sektörde ayakta kalabilmelerini sağlayabilmeleri için satılabilir ve kaliteli olması hedef pazarın beklentilerini karşılama açısından önemlidir. Ürünün estetik ve işlevsel olma özelliği tasarımın alıcılar tarafından dikkat edilen, birbiri ile ilişkili iki önemli unsurdur. Ancak tasarımcıların ürünün özgün olmasına verdikleri düşük önem çelişkilidir. Buradan özgünlük ile ilgili tasarım departmanlarının yeterli hazırbulunuşlukta olmadığı sonucunu çıkartabiliriz. Özgün bir tasarım ürünü, hedef pazarın dikkatini çekmesi açısından önemli olmasına rağmen desinatör/tasarımcılar tarafından bu yönde bir yanıt verilmemesi dikkat çekicidir. Aynı zamanda doğa dostu olmasını seçeneğinin de önemli bulunmaması örme işletmelerinin tasarım departmanlarının bu konuda ne denli eksik kaldığını ortaya koymaktadır. Tasarım yaklaşımlarında bir başka dönüşüm de dünyada yaşamın sürdürülebilmesi ve insanın hayatta kalabilmesi için gerekli olan çevresel bilincin ve bilinçli tüketicinin temel üretim odağına oturmasıyla olmuştur. Ancak bu araştırma bulgularından elde edildiğine göre desinatörlerde/ tasarımcılarda sürdürülebilirlik bilinci yerleşmemiştir.



Tasarımcıların tamamının deneme çizimleri yaparken araştırmaya da devam ettikleri belirlenmiştir. Tasarımcıların yine tasarımlarını “sık sık” kişiselleştirmeye çalıştıkları; farklı tasarım çıktıları elde edebilmek için hem 2 hem de 3 boyutlu çalıştıkları belirlenmiştir. Tasarımcıların “ara-sıra” tasarımlarını bir kavram etrafında oluşturdukları; tasarımlarını eskiz defterinde somutlaştırdığı, geçmiş tasarımlardan taklit yoluyla ilerledikleri ve hedef kitleyi düşünüp tasarımın bitmiş ölçülerinde değişikliğe gittikleri belirlenmiştir. Tasarımcılar “hiçbir zaman” geçen sezonda talep gören tasarımlardan yararlanmadıklarını, esin kaynağı panosu oluşturmadıklarını ve farklı doku örnekleri oluşturmak amacıyla manipülasyon çalışması yapmadıklarını belirtmişlerdir.

Tasarımlarda konsept/ tema belirlemenin tasarımlar üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla tasarımcıların en önemli buldukları öğeye “1”, en önemsiz buldukları öğeye “5” verecek şekilde derecelendirme yapmaları istenmiştir. Buna göre tasarımcılar koleksiyonun görsel bir etki yaratmasını 1. derecede önemli; tasarımlarda devamlılığın ve bütünlüğün kurulmasını 2. derecede; koleksiyonun tarzını yansıtmasını 3. derecede; tasarım ekibinin dikkatini tek bir noktaya toplamasına yardımcı olmasını 4.derecede önemli bulmuşlardır. Konsept /tema belirlemenin ise tasarım sürecini kolaylaştırmadığını düşünerek en önemsiz görmüşlerdir.

Tasarımcılar eskiz çalışmaları için sıklıkla moda dergilerinden, internetten, defile ve fuarlardan yararlandıklarını; kütüphanelerden ise yararlanmadıklarını belirtmişlerdir. Günümüz bilişim teknolojileri tasarımcıların pek çok veri tabanına ulaşmalarını sağlamakta, önemli tasarımcıları takip etmelerini kolaylaştırmakta ve sektörde yaşanan gelişmeleri yakından takip etmelerine yardımcı olmaktadır. Ancak geçmişi araştırmak, eski tasarımları yeniden yorumlamak, ürünlerdeki detayları gün yüzüne çıkarmak noktasında kütüphanelerden de yararlanmak oldukça önemlidir.

Tasarımcılar örgü tasarımlarını her zaman makinede denemeler yaparak ve bilgisayar destekli tasarım programlarını kullanarak görselleştirmektedirler. Kâğıdı ya da eskiz defterini hiçbir zaman kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Tasarımcılar müşterilere hızlı ve farklı özelliklere sahip koleksiyon örnekleri hazırlamak, tasarım sürecinde zamandan kazanmak ve tasarım örneklerini görsel olarak somutlaştırabilmek amacıyla CAD sistemlerini kullandıkları görülmektedir.

Tasarımcıların fikir panosu oluşturmadaki amaçlarını belirleyebilmek için en önemli buldukları öğeye “1”, en önemsiz buldukları öğeye “5” verecek şekilde derecelendirme yapmaları istenmiştir. Tasarımcılar fikir panosunu koleksiyonu satmak ve sipariş almak için 1.derecede önemli; tasarımları görsel olarak tanıtp etkileyici olmayı 2.derecede; tasarımların renk, tema ve duygusunu karşı tarafa iletmeyi 3.derecede; tasarımlarda kullanılan orijinal işleri göstermeyi 4.derecede önemsediklerini belirtmişlerdir. Müşterilere ürün detayları ile ilgili açıklama yapmayı ise önemsemediklerini belirtmişlerdir.

Bilgisayar destekli örme/tasarım programlarının avantajlarını tespit edebilmek amacıyla tasarımcıların en önemli buldukları öğeye “1”, en önemsiz buldukları öğeye “5” verecek şekilde derecelendirme yapmaları istenmiştir. Tasarımların 2 boyutlu oluşturma süreçlerini kısalttığını 1.derecede önemli; tek bir tasarım düşüncesinden pek çok yeni tasarım seçeneklerinin türetilmesini 2.derecede; etkili bir tasarım sürecinin oluşmasında tasarımcının yalnız kalmamasına imkân sağladığı düşüncesini 3.derecede; düşünce noktasındaki tasarımların somutlaştırılmasını sağlamasını 4.derecede önemli bulmuşlardır. Sektör açısından tasarım programlarının zaman kaybını azaltmasını ve üretimi hızlandırmasını ise önemsiz bulmuşlardır.

6. SONUÇ

Bu araştırmadan elde edilen bulgular örme işletmelerinde örme ve tasarım eğitimi almış üniversite mezunu, genç ve dinamik kişiler yerine alaylı - işletme içi eğitimle kendisini geliştirmiş buluş yoluyla öğrenmiş - usta düzeyindeki işgörenlerin istihdam edilme oranının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Araştırma sırasında ziyaret edilen işletmelerin teknik açıdan yeterli makine ve teçhizat kullandığı, bilgisayar destekli üretim sistemlerinin mevcut olduğu ve teknolojik yenilikleri yakından takip etmeye çalıştığı gözlenmiştir. Bu işletmelerde bilgisayar destekli tasarım programlarını kullanan kişilerin teknik yeterliliğe sahip olmalarına rağmen tasarım eğitimi almamış olmaları da örme sektörünün katma değeri yüksek, özellikli ve özgün ürün pazara sunma konusunda başarılı olamamasını açıklamaktadır. Ayrıca örme işletmelerinde üretilen tasarım ürünlerin üst gelir grubuna hitap etmesi, tasarım departmanının bu üst gelir grubunun ihtiyaç ve isteklerini yönetmesi açısından da bir eksiklik ortaya koymaktadır. Oysa tekstil tasarımcısı hem ürünü meydana getirmek için gerekli teknik bilgiye sahip olmalı hem de pazarın ve müşterinin taleplerini karşılamak için renk, malzeme, teknik, ebat, doku, tuşe vb. gerekli sanatsal unsurları



kullanacak yetkinliğe sahip olmalıdır. Örne işletmelerinin genelinde bu yetkinliği gösterecek tasarımcıların mevcut olmadığı yapılan araştırma sonucunda görülmüştür.

İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için ürün geliştirmeleri varoluşlarından beri süregelmektedir. Geliştirilen ürünler toplumsal gelişim sürecini de doğrudan etkilemiş ve yaşam şekillerinde önemli rol oynamıştır. Örne tasarımcısı toplumda tercih edilen trend, eğilim ve yönelimleri analiz edebilme ve bunların sonucunda çıkarımlarını örme tekniğine transfer etme becerisine de sahip olmalıdır.

İşletmelerin yeterli makine sayısına, nitelikli personel ile tecrübeli tasarımcılara sahip olmaları, tasarımcıların yeni ürün geliştirirken yeni hedef kitlelere ve yeni pazar arayışlarına da girmelerini sağlamaktadır. Yenilikçi üretim departmanı tasarımcıların /desinatörlerin yeni ürünlere yönelik deneme çalışmaları yapmalarına ve böylece daha özgün yüzey ve doku tasarımlarının oluşmasına da yardımcı olmaktadır. Ancak hedef pazara yönelik tasarımlar oluştururken tasarımcıların/desinatörlerin hedef ülke pazarını ve kültürlerini tanımalarına imkân verilmeli, tasarımcıların çeşitli fuar ve bilimsel toplantılara katılarak küresel bir anlayışa ve hedef ülkeler konusunda yerel bir fikre sahip olmaları desteklenmelidir.

Araştırmanın sonucunda tasarımcıların yeni bir tasarım fikrine ulaşırken geçmişte üretilmiş tasarım ürünlerden de yararlandıkları görülmüştür. Bu durumun tasarımcının yaratıcılığını kısıtlayıcı bir durum olduğu ve örme işlemlerinin pazardaki mevcut payı kaybetmemek için statükocu davrandıkları sonucu çıkarılmaktadır. Oysa özgün bir trend ya da derinliği olan farklı bir ürünün pazara sunumu risk de içermektedir. Örne işletmelerinin analitik araştırmalar ve tasarım bilimine bağlı olan yaklaşımlarla mantıklı riskler almalarının pazarda kendilerini ön plana çıkartacağı düşünülmektedir.

Zira teknolojik ve işgücü kalitesi açısından Türk örme sektörünün en avantajlı olduğu durum termin avantajı ve Avrupa Amerika pazarlarına yakınlık olarak sıralanabilir. Örne işletmelerin müşteri koleksiyonlarını hızlı, başarılı ve kaliteli bir şekilde mümkün olan en erken zamanda teslim ettikleri görülmüştür.

Örne işletmelerinde tasarımcı/desinatör olarak çalışanların çoğunluğunun lisans mezunu olduğu göz önüne alınırsa tasarım eğitimi almış kişilere sektörün ihtiyaçları doğrultusunda yeni uzgörüşt tanımlamalarının yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. İşletmeler tarafından sağlanacak olan eğitim programları tasarımcı/desinatörlerin sektörün ve pazarın taleplerini daha iyi karşılayabilecek yenilikçi ve özgün tasarımların yapılmasının da kapısını aralayacaktır.

Örne işletmelerinin moda ve trendleri belirleme gücüne sahip tasarımlar ortaya koyabilmeleri için sahip oldukları yüksek teknolojiyi tasarım eğitimi almış kişilerin çeşitli tasarım yaklaşımlarıyla (neolojik, morfolojik uygulamalar ya da alegorik yorumlamalar gibi) özgürce uygulayabilmelerinin sağlanması gerekmektedir. Örne işletmeleri genç tasarımcıları bünyelerine katarak tasarım problemlerine dinamik ve akılcı çözümler bulmaya çalışmalıdır. Tasarımcıları/desinatörleri kendi bünyelerinde ya da yurtdışına tasarım eğitimine göndererek yeni tecrübeler elde etmeleri sağlanmalıdır. Böylece işletmeler kalifiyeli ve tecrübeli tasarımcıların da yetiştirilmesine olanak sağlamış olacaklardır.

Nitelikli iş gücü her sektörün olmazsa olmazıdır. İşletmelerin kaliteli ve satılabilir ürünler üretebilmesi, hedef pazarın beklentilerini karşılayabilecek ürünler oluşturabilmesi için yenilikçi, vizyonel ve tasarım tabanlı bilgilerin hızlıca yön bulduğu üniversitelerle işbirliği arttırmalıdır. Böylece tasarım, markalaşma ve örme kumaş modası yaratmak açısından yeni kapıların açılması sağlanabilir. Böylece işletmelerin müşterilerden gelen hazır koleksiyonları üretmelerinin yanında kendilerine ait yeni ve yaratıcı ürünlerin de mevcut ve yeni hedef pazarlarda satışını sağlayabilirler.

İşletmelerin büyük bir çoğunluğu Avrupa pazarı ile çalıştıklarından dolayı uluslararası pazarlara uygunluk belgelerine sahip olmayı önemsemelidirler. Tasarımcıların özgün ürünleri, hedef kitlenin dikkatini çekecek doğa dostu olması ürünler şeklinde tasarımları, işletmelerin de pazardaki payını arttıracaktır. İşletmelerin tasarım departmanlarına gereken önemi vererek tasarım kabiliyeti güçlü tasarım ekipleri kurmalıdırlar. Böylece markalaşma ve koleksiyon odaklı ihracatın da kapılarını açarak katma değeri yüksek parçaların üretilmesini sağlayabileceklerdir.

Avrupa müşterisi karmaşık, üretimi nispeten zor ürünleri Türkiye’de üretmek eğilimdedir. Bundan dolayı işletmelerin tasarım departmanlarına gereken önceliği vererek, bilimsel adımlarla da ilerleyen tasarım ekipleri kurmaları sağlanmalıdır. Bu kadar zor ürünleri fasoncu kimliği ile üreten Türkiye’nin kendi markasının kalite gereklerini ortaya koymak için çok iyi eğitilmiş tasarım gücüne ihtiyacı olduğu bilinmelidir.

Şüphesiz araştırmanın sektörün tamamında yaygınlaştırılması ve örme sektörünün tüm segmentlerinden veri alınması, bu verilerin analiz edilmesi, araştırmanın güvenilirliğini daha da arttıracaktır. Ancak araştırmacıların kendi imkânlarıyla ulaşabildikleri 13 işletmeden alınan veri burada değerlendirilmiştir. Bu araştırmanın yaygınlaştırılması da önerilmektedir.



KAYNAKÇA

- Badur Özkendirci, Başak (2012). Çözgümlü Örmecilikte İplik Değişkenleri Konusunda Görüş ve Değerlendirmeler. *Sanat Dergisi*, 0 (21), s.21-36.
- Bayazıt, Nigan (2008). *Tasarımı Anlamak*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Beriş, Yeter ve Kaplanoğlu Lütfü (2018). Dijital Baskı Teknolojisi ve Günümüz Baskıresim Sanatına Etkileri. *Yıldız Journal Of Art And Design*, Volume: 5, Issue: 1, pp. 48- 62.
- Çakmaklıoğlu, Pınar (2012). *Haber Atatürk Organize İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Dergisi*. Temmuz- Sayı:81, s.20-27.
- Dölen, Emre (1992). *Tekstil Tarihi Dünyada ve Türkiye'de Tekstil Teknolojisinin ve Sanayinin Tarihsel Gelişimi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Erbil, Yasemin ve Akıncıtürk, Nilüfer (2009). Bilişim Teknolojilerinin Evriminin Yapı Tasarım ve üretim Sürecindeki Etkileri. *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume: 4, Number: 3, pp.272-281.
- Eryayar, Erkut (2017). Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitiminde Hesaplamalı Tasarım Yaklaşımı. *Sanat-Tasarım Dergisi*, Sayı: 8, s.15-19.
- Gülsevin, Nida (2005). *Spor Giysilerin Konfor Özellikleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gür Üstüner, Semra (2017). Tekstil Tasarım Tarihine Genel Bir Bakış. *Sanat-Tasarım Dergisi*, Sayı: 8, s.49-58.
- Güvenç, Bozkurt (1999). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Jormakka, Kari (2016). *Adım Adım Tasarım Yöntemleri*. İstanbul: YEM Yayınevi.
- Öpöz, Neslihan ve Gür Üstüner, Semra (2018). 21. Yüzyılda Teknoloji ve Zanaat ile Biçimlenen Tekstil Tasarımı. *Uluslararası Sanatta Yüksek Teknoloji Kullanımı Kongresi Bildiriler Kitabı*, s.247-261.
- Özkendirci, Başak (2010). *Tasarım Yöntemleri Açısından Çözgümlü Örmecilik*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Udale, Jenny (2014). *Moda Tasarımında Tekstil ve Moda*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- URL1- <http://www.uib.org.tr/tr/kbfile/turkiye-tekstil-sektoru-ve-bursa> adresinden alınmıştır (Erişim tarihi: 27.10.2019).
- URL2- <https://vintagedancer.com/1940s/vintage-sweaters-1940s-1960s/> (Erişim tarihi: 27.10.2019).
- URL3- https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRAvTpX5eVyjT5Op7ANrobsjnUgu_xd6AnNQLdBi3be5V2BbHfShA (Erişim tarihi: 27.10.2019).
- URL4- <https://tr.pinterest.com/pin/368450813259813206/> (Erişim tarihi: 27.10.2019).
- URL5- <http://www.ithib.org.tr/tr/bilgi-merkezi-raporlar-aylik-ihracat-degerlendirme-bilgi-notlari-2019.html> adresinden alınmıştır (Erişim tarihi: 27.10.2019).