Specialist Clothing Technology Magazine

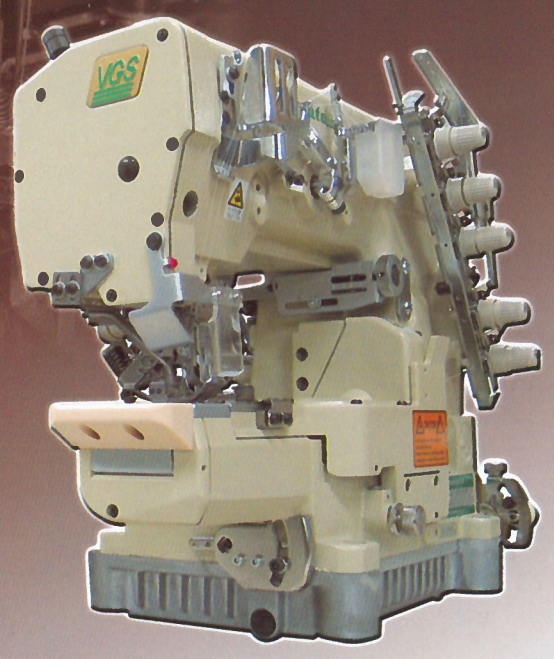
TEKSTİL konfeksiyon teknoloji

Mart/March 2009 • Yıl/Year: 7 • Sayı/Issue: 83 • Fiyatı: 8 YTL • www.dayeyayincilik.com

MACHINE - FASHION - ACCESSORY

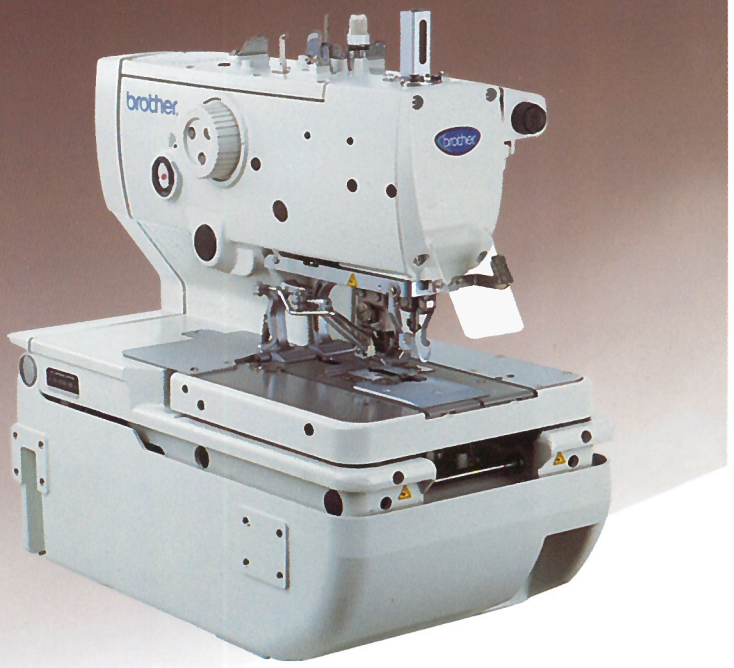
yamato® brother®

"En iyisini satın almak isteyenler için üretildiler."



VGS Serisi

%100 Japon
Yüksek Kaliteli Reçme Makinaları



RH9820

2500 Devir ile Dünyanın
En Hızlı Gözlü İlik Makinesi

UĞUR® MAKİNA

Tel: 0212 495 00 00 www.brothertr.com

daye YAYINCILIK

ISSN 1304-3102 03

9 771304 310034

İÇİNDEKİLER

Tekstil
konfeksiyon teknoloji

Mart / March 2009 • Sayı / Issue: 83

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

Katkıda Bulunanlar: Recai KAYA, Adnan UZBİL,
Mehmet KUMBARACI, Fehmi DEMİRBAĞ

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: Ekbil-2009, Evren Mah. Halkalı Cd.
Kuzu Sk. No: 3 Bağcılar-İstanbul
Tel: (0212) 550 49 49

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.


Fahrettin Göksel
Göksel Nakış

- "Bazen 10 lira ile 100 liralık iş yapıyoruz" 10
- Kronik İşsizlikte Yüzde 15 Tehlikesi 14
- "Krize Rağmen İhracatta Artış Sürüyor" 18
- Ekonomik Krize Önlem Tasarısı Yasalaştı 24
- Ak-Al Tekstil ile Aksu İplik Birleşiyor 34
- Gelecek Şimdiden Efsane Oluyor 42
- Defacto'dan Sezona Özel Renkler 46
- Astaş Juki'den Bir Teknoloji Devrimi Daha 60
- Lectra Optiplan® ile Tasarruf İmkanı 56
- SWF, Göksel Nakış İle Yoluna Devam Edecek 64
- Makale 68
- King Paolo İle Sağlığa Büyük Adımlar 80



TÜRK HAZIR GİYİM SANAYİNDE ALTERNATİF PAZARLAMA ARACI OLARAK İNTERNET

Ahmet ÖZBEK

Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitimi Bölümü Hazır Giyim Anabilim Dalı, Göztepe Kampusu Kadıköy, İstanbul,

Tel: 0216 3365770/401,

e-posta: aozbek@marmara.edu.tr

ÖZET

Hazır giyim üretimine yapılan yatırımlar, ülkeler arasındaki kalite farklılıklarının ortadan kalkmasına neden olarak, hazır giyim ticaretinde rekabetin maliyetler üzerinden gerçekleşmesine neden olmaktadır. Bu yeni ticaret ortamında, maliyetleri düşürmek ve tüketici taleplerine daha hızlı ve daha verimli cevap vermek zorunluluğu doğmuştur. İnternet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır.

Bu özellikleriyle internet işletmeye; reklâm faaliyetlerini istendiği anda değiştirme olanağı, ürün tanıtımı için sınırsız alan, düşük maliyetli kampanya imkânı, tüm dünyaya erişim, bire bir pazarlama, dünya çapında 7/24 müşteriye hizmeti sağlama imkânı sağlayarak rekabet imkânını artırma olanağı sunmaktadır.

Bu araştırmada, Türk hazır giyim işletmelerinin internete satış faaliyetleri analiz edilmesi, internetten satış şekillerinin incelenmesi sonucunda; kendi sitesinden satış yapan işletmeler, ortak giyim sitelerinden satış yapan işletmeler ve kendi sitesinden ve ortak giyim sitelerinden satış yapan işletmelerin web siteleri incelenmiş ve internetten satış faaliyetleri irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hazır Giyim İşletmeleri, İnternetten Satış,

1. GİRİŞ

Tüm dünyada hazır giyim üretimi önemli bir istihdam kaynağı ve sanayileşme için başlangıç adımı olarak görülmekte ve bu sektöre yatırım yapılmaktadır. Hazır Giyim üretimine yapılan yatırımlar ülkeler arasındaki kalite farklılıklarını ortadan kalkmasına neden olmuştur. Günümüzde hazır giyim ticaretinde rekabet maliyetler üzerinden yapılmaya başlanmıştır. Hazır giyim ticaretindeki rekabet uluslar arası alanda gün geçtikçe artmakta ve ürünlerin fiyatları düşmektedir[1]. Uluslar arası rekabette ayakta kalmak için maliyetleri mümkün olduğunca düşürmek ve tüketici taleplerine daha hızlı ve daha verimli cevap vermek gerekmektedir. İşletmeler, dünyanın her bölgelerine dağılmış olan çok sayıda türeticiye kısa zamanda ulaşabilmeli; en ekonomik fiyatlarla ve en hızlı şekilde siparişlere cevap verebilmelidirler[2]. Üretim, satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetlerde, tüketici ilişkileri ve yeni ürün geliştirme vb faaliyetler için işletmelere hız rekabet avantajı sağlamaktadır. İnternet ise işletmelere gerekli hızı sağlayabilecek önemli bir olanaktır[3].

1.1. İNTERNETİN TANIMI VE DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI

Milyonlarca bilgisayardan oluşan, binlerce bilgisayar ağını birbirine bağlayan global ağa internet denir. İnternet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır[11].

1980'li yıllardan itibaren internet'te sayfalar oluşturarak sanal dünyada yer edinenler ve çeşitli amaçlarla internet'e giriş yapanların sayılarında hızlı bir artış gözlenmiştir. Birleşmiş Milletlerin 2005 istatistiklerine göre dünya genelinde internet kullanıcı sayısı, 2000'de 387 milyon iken 2002'de 620 milyona ulaşmış, 2004'te ise 875 milyon olmuştur. 2004'te dünyadaki internet kullanıcılarının 501 milyonu gelişmiş ülkelerde, geri kalanının ise gelişmekte olan ülkelerde yaşadığı tespit edilmiştir. İnternet kullanıcılarının artması ile beraber internet üzerinden alışverişte de artış gözlenmiştir. Birleşmiş Milletlerin 2004 istatistiklerinde dünya genelinde yapılan e-ticaretin 2003 yılında 1,4 ile 3,8 milyar dolar arasında olduğu tahmin edilirken, 2006 yılında ise e-ticaret hacminin 12 milyar doları geçeceği öngörülmüştür[13].

Amerika'da yapılan bir araştırmaya göre, 2000'li yılların başında hazır giyim müşterilerinin %18,9'unun alışveriş için interneti tercih ettikleri gözlemlenmiştir. ABD'de düzenli olarak bu konuyla ilgili araştırmaların yapılıp, müşterilerin beklentileri, alışkanlıkları ve isteklerinin tespit edilip, firmalarında bu sonuçlara göre stratejiler geliştirdikleri bilinmektedir[7].

Türkiye'de internet kullanıcıları üzerine yapılan çalışmada; Türk internet kullanıcılarının genel olarak; toplumun daha genç kesiminden oluştuğu, ortalama gelir düzeyinin üzerinde bir gelire sahip oldukları, genellikle yüksek öğrenim görmüş ve sosyal olarak aktif bir kesim oldukları görülmüştür[12].

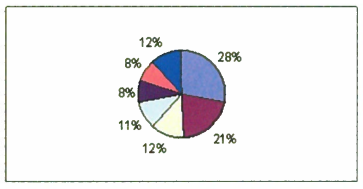
Tablo-1. Türkiye'de İnternet Kullanıcılarının Yıllara Göre Değişimi

Yıl	Nüfus	İnternet Kullanıcı Sayısı	Nüfus İçerisindeki (%)
2000	70.140.900	2.000.000	%2.29
2004	73.556.173	5.500.000	%7.5
2006	74.709.412	10.220.000	%13.7

Kaynak: [13]

Tablo-1'de görüldüğü gibi 2000'de internet kullanıcı sayısı 2.000.000 iken, 2004'te 5.500.000'e 2006'da 10.220.000 ulaştığı görülmüştür. Bu istatistikler, internet'in Türkiye'de hızlı bir şekilde yayıldığını göstermektedir[13].

2000'de internet kullanıcılarının %28'i elektronik ticaret yaparken bu oranının 2003'te %38'e çıktığı tahmin edilmektedir. 1999-2001 arası artış trendleri incelendiğinde Türkiye'nin 2005'te Batı Avrupa'nın 4. büyük internet kullanıcısı haline gelebileceği tahmin edilmektedir. Türkiye'deki internet kullanıcıların yaklaşık %42'si internet kafeden erişim sağladıkları görülmüştür[12].



Şekil-1. Türklerin İnternetten yaptıkları Alışverişteki Ürün ve Hizmetlerin Payları

Yapılan bir araştırmada; Türklerin internetten aldıkları ürün ve hizmetlerin (%)dağılımının Şekil-1'de göstermiştir. Türkler, internetten en fazla sipariş verdikleri ürün %28'lik payıyla kitaptır, kitabı %21'lik payla CD, %12'lik payla giyim daha sonra sırasıyla %11'lik payla yiyecek, %8'lik payla DVD-VCD ve % 8'lik payıyla bilgisayar parçaları almaktadır. Geriye kalan %12'lik kısmı ise diğer ürünler oluşturmaktadır[11].

Tablo-2. Türkiye'de E-ticaret Yapan İşletme Sayıları

	Kayıtlı İşyeri Sayısı	Aktif İşyeri Sayısı
2003-1	1.195	701
2003-2	1.347	810
2003-3	1.490	833
2003-4	1.933	898
2004-1	1.994	1.178
2004-2	2.499	1.481
2004-3	2.419	1.441
2004-4	2.609	1.543

Tablo-2'de de görüldüğü gibi 2003'ün ilk döneminden 2004'ün son dönemi arasında aktif şekilde e-ticaret yapan işletmelerin oranının %100'ün üzerinde arttığı görülmektedir. Yine bu tabloda; e-ticaret yapan kayıtlı işletme oranında 2003'ün ilk döneminden 2004'ün son dönemi arasında %100'ün üzerinde artış olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye'de e-ticaret yapan işletme oranının arttığını yani Türk işletmelerin e-ticaretin önemin anlamakta oldukları sonucuna varılmıştır.

1.3. İNTERNETİN SAĞLADIĞI FAYDALAR

1.3.1. İşletmeler İçin Faydaları

İnternet geleneksel pazarlama anlayışı ve stratejilerinde önemli değişikliklere neden olmuş önemli bir icattır. İnternet özellikle pazarlama uygulamalarında işletmelere bilgi paylaşımı ürün ve şirket tanıtımı, dünya çapında marka oluşturma ve yeni pazar fırsatları yaratmada sayısız yararlar sunmaktadır. İnternet dünya çapında medya ortamı özelliğiyle dünyanın her yerindeki tüketiciye son derece düşük maliyetlerle ulaşma imkânını da beraberinde getirmiştir[9].

Rakipler gerçek dünyada nerede olursa olsunlar artık sanal dünyada bilgisayarın klavyesindeki tuşlar kadar birbirlerine yakındır. Örneğin bir mağazanın rakibi artık yandaki mağaza olmaktan çıkmıştır. Dünyanın herhangi bir yerindeki mağaza olabilir ve müşteri internet sayfasından bir tıklamayla rakibe gidebilir. Dolayısıyla internet kullanan bir kitleye hitap etmek durumundaki bir mağaza ya da işletmenin rekabet üstünlüğünü kaybetmemek için web'de yer alması gerekmektedir[10].

Pazarlama politikası olarak elektronik ticaret alt yapısının kurulup, uluslararası tedarik zincirlerinin elektronik ticaret ortamlarına katılımı, alt yapı ve işletiminin sağlanması, finansman politikası olarak elektronik ticarette ortak portallar oluşturulması, sektörün daha sağlıklı gelişmesi için elektronik ortamda tasarım piyasası kurulması gibi uygulamaların bir an önce hayata geçirilmesi gerekmektedir[6].

İnternetten pazarlama; yenilikçi pazarlama, plan ve stratejiler gerektiren önemli bir araçtır. Etkin bir web sitesi, müşteri sadakatini geliştirir, kurumlara ve müşterilere tasarruf sağlar, satış süresini hızlandırır, maliyeti düşürür ve karı arttırır. İnternetten pazarlama yapabilmek için, işletmelerin gerekli alt yapıyı hazırlayıp satışlarını, elektronik ortamda da devam ettirmeleri gerekmektedir[5].

Pazarlamacılar web sayfalarının etkileşimli özelliklerini kullanarak tüketicilerin ilgileri ve tercihleri hakkında detaylı bilgi edinebilmektedir. Bu bilgileri elde etmek için on-line kayıt yapılırken müşterilere çeşitli sorular sorulması yolu izlenmekte ve bu araştırmaların sonucunda en çok tercih edildiği ve en çok satıldığı saptanan ürünler firmanın internet ana sayfasında gösterilmektedir. Pazarlamacılarda internet sitesini kullanarak, tüketicilerin ilgileri ve tercihleri hakkında detaylı bilgi edinebilmekte ve bu bilgiler fiyatlandırma, promosyon vb. amaçlarla kullanılabilmektedir[12].

Hazır giyim üretiminde karlılığı koruya bilmek ve tüketici taleplerine hızlı cevap verebilmek için kullanılacak pazarlama araçlarından birisi internet kullanımı olabilir. İnternetin Firmaya sağladığı faydalar;

- ✓ Reklâm faaliyetlerini istendiği anda değiştirme olanağı sağlar,
- ✓ Ürün tanıtımı için sınırsız alan sağlar,
- ✓ Düşük maliyetli kampanya imkânı sağlar,
- ✓ Tüm dünyaya erişim olanağı sağlar (fiziksel engelleri ortadan kaldırır),
- ✓ Bire bir pazarlama imkânı sağlar,
- ✓ Dünya çapında 7/24 müşteri hizmeti sağlar,
- ✓ Uluslararası firma olmayı sağlar[4], vb pek çok imkânı işletmeler internet kullanımıyla sağlama olanağına kavuşabilirler.

Pazarlama ve reklâm maliyetlerini düşürmek sipariş süresini kı-

saltmak için internetin kullanımı çözümlerden birisi olabilir.

1.3.2. Müşteri İçin Faydaları

İnternet müşterilere, aradıkları ürün uygun zaman diliminde, pek çok alternatifi bir arada göstererek, ikinci bir kişinin müdahalesine gerek kalmadan bulma ve satın alma kolaylığı sağlamaktadır. Böylece müşteriler zaman ve maliyet tasarrufu sağlama olanağına kavuşmaktadır.[8] İnternet hız ve maliyet açısından diğer araçlara göre avantaja sahiptir[14].

Tablo-3. Çeşitli Ürünler İçin İnternetten Alışverişte ve Geleneksel Alışverişte Harcanan Zamanın Süre Olarak Karşılaştırılması[14]

Alınan Ürün ya da Hizmetin Türü	Geleneksel Yöntemle Harcanan Zaman	İnternette Harcanan Zaman
Hediyelik Eşya	1 saat 35 dakika	9 dakika
Çiçek	33 dakika	3 dakika
Ev tekstil Ürünleri	42 dakika	5 dakika 30 saniye
Seyahat Danışmanlığı	30 dakika	4 dakika 15 saniye
Uçak Bileti	1 saat 5 dakika	11 dakika 45 saniye

Kaynak: Power Dergisi

Tablo-3'te geleneksel alışveriş yöntemiyle yapılan alışverişte harcanan zamanla internetten yapılan alışverişte harcanan zaman karşılaştırıldığında internetin önemli zaman kazanımı sağladığı görülmektedir.

Örneğin; ev tekstili ürünü satın almak isteyen bir tüketici geleneksel yöntemlerle bu ürünü satın almak için 42 dakika harcarken, aynı ürünü internetten satın almak için 5,5 dakika harcamaktadır.

Ev tekstili satın alırken tüketicinin geleneksel yöntem yerine internetten satın almayı seçmesi durumunda 36,5 dakika kazanmış olacaktır.

Yapılan bir araştırmaya göre New York – Tokyo arasındaki bir işlemin maliyet ve hızı aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

Tablo-4. Maliyet ve Hız Karşılaştırma Tablosu[14]

İşlem Aracı	Maliyeti (ABD $)	Zaman
Hava yolu	7.40	5 gün
Kurye	26.25	24 saat
Faks	28.83	31 dakika
İnternet	0.10	2 dakika

Kaynak: [14]

Tablo-4'te bir işlemin New York–Tokyo arasındaki maliyeti karşılaştırıldığında; bu işlem faksla yapıldığında en yüksek maliyet olan 28,83 $'a yapılırken, faksı 28,83 $'la kurye ve 7,40 $'la hava yolu izlemekte en ekonomik maliyetin ise 0,10 $'a internetten gerçekleştiği görülmektedir.

Aynı işlemin gerçekleşme süresinin hız olarak karşılaştırıldığında; işlem havayoluyla gerçekleştirildiğinde en uzun süre olan 5 günde gerçekleştirilirken, kuryeyle 24 saatte, faksla 31 dakikada gerçekleştirirken internette en kısa zaman olan 2 dakikada gerçekleşmektedir. Sonuç olarak internet, zaman ve maliyet olarak hava yolu, kurye ve faksla karşılaştırıldığında hava yolu, kurye ve faksa göre çok daha ekonomik ve hızlı olduğu ortaya çıkmaktadır.

2. UYGULAMA ÇALIŞMALARI

2.1. Kapsam

Araştırmamız kapsamında, İstanbul Sanayi Odası (İSO) ve İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB)'e kayıtlı olan hazır giyim işletmelerini kitle olarak alınmıştır. Bu kitlenin seçim nedeni İstanbul'daki bu kuruluşların Türk Hazır Giyim sektörünü temsil etme gücüne sahip olmalarıdır.

2.2. Materyal Ve Yöntem

Çalışmamızın materyalini ikincil veriler oluşturmaktadır. Bu çerçevede; İSO ve İTKİB'e kayıtlı olarak hazır giyim ürünü satışı gerçekleştiren işletmeler dikkate alınmıştır. Bu işletmeler hakkındaki bilgiler, web sitesi olanların web sitelerinden, olmayanlarınki ise ortak elektronik ticaret sitelerinden elde edilmiştir. Diğer tamamlayıcı bilgiler konu ile ilgili web siteleri, süreli yayınlar ve elektronik dokümanlardan (Disket, CD, DVD) sağlanmıştır.

2.3. Bulgular

Araştırma sonucunda Türkiye'de internetten satış yapan hazır giyim işletmelerinin, satışlarını üç şekilde gerçekleştirdiği görülmektedir.

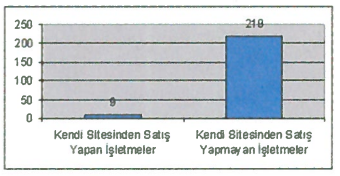
- ✓ Kendi web sitesinden satış yapan işletmeler,
- ✓ Ortak web ticaret sitelerinden satış yapan işletmeler
- ✓ Kendi web sitesinden ve ortak web ticaret sitelerinden satış yapan işletmelerdir.

2.3.1.Kendi Web Sitesinden Satış Yapan Hazır Giyim İşletmeleri

İşletmelerin, ürünlerinin pazarlandığı, ürünleri hakkında bilgilerin verildiği, üyelik sistemiyle alışverişin yapıldığı sitelerdir. İSO ve İTKİB'e kayıtlı olan işletmelerin 228'inin web sitesi olduğu tespit edilmiştir. Web sitesi olan bu 228 işletmenin sadece 9'unun kendi web sitesinden satış yaptığı tespit edilmiştir. Kendi sitesinden satış yapan 9 işletme ve web siteleri Tablo-5'te verilmiştir.

Tablo-5. İSO ve İTKİB'e Kayıtlı İnternetten Satış Yapan Hazır Giyim İşletmeleri

İşletmenin İsmi	Web Sitesi
AYYILDIZ İÇ GİYİM	www.ayyildiz.com.tr
TEN İÇ GİYİM	www.ten.com.tr
MUDO	www.mudo.com
OFRA İÇ GİYİM	www.ofra.com.tr
MAVIJEANS	www.mavijeans.com
SILK&CASHMERE	www.silkcashmere.com
GUDA TEKSTİL	www.guda.com.tr
GÜNKAR TEKSTİL	www.gunkar.com
ZEKİ TRİKO	www.zekitriko.com.tr



Şekil-2. İSO ve İTKİB'e Kayıtlı Hazır Giyim İşletmelerinde E-Ticaret Kullanım Durumları

İSO ve İTKİB'e kayıtlı olan ve kendi web sitesinden satış yapan 9 hazır giyim işletmesi dışında, Türk Hazır Giyim sanayinde internetten satış uygulamasında bulunan ayrıca 21 hazır giyim işletmesi daha tespit edilmiştir. Sonuç olarak araştırmanın yapıldığı tarihte ülkemizde kendi sitesinden satış yapan 30 adet hazır giyim işletmesi bulunduğu tespit edilmiştir. bu işletmeler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo-6. Kendi Web Sitesinden Satış Yapan Hazır giyim İşletmeleri

İşletmenin İsmi	Web Sitesi
YKM MAGAZALARI	www.ykm.com.tr
BOYNER MAGAZALARI	www.boyner.com.tr
AYYILDIZ İÇGİYİM	www.ayyildiz.com.tr
TEN İÇ GİYİM	www.ten.com.tr
T-BOX	www.t-box.com.tr
ALİN DERİ	www.alinderi.com
RİBASSO	www.ribasso.com
FENERİUM	www.fenerium.com
MODAL TEKSTİL	www.modaltekstil.com
OFRA İÇ GİYİM	www.ofra.com.tr
LİLA MAYO	www.lilamayo.com
LOTUS JEANS	www.lotusjeans.com.tr
GUDA TEKSTİL	www.guda.com.tr
ZEKİ TRİKO	www.zekitriko.com.tr
GÜNKAR TEKSTİL	www.gunkar.com
MUDO	www.mudo.com
LAURABARESSE	www.laurabaresse.com
LABONTESHIRT	www.labonteshirt.com
ROYALBREED	www.royalbreed.com.tr
HÜSNİYE MODA	www.gelinlikal.com
MAYOX SWIMWEAR	www.mayox.com
VOG	www.vog.com.tr
SUNSET	www.sunsetswimwear.com
ÇARŞIBAŞI	www.çarşidanal.com
MAVİJEANS	www.mavijeans.com
SUMAK	www.sumak.com.tr
CRENOMS	www.crenoms.com
SILK&CASHMERE	www.silkcashmere.com
GEBE ONLINE MAGAZA	www.gebe.com.tr
DESA	www.desa.com.tr

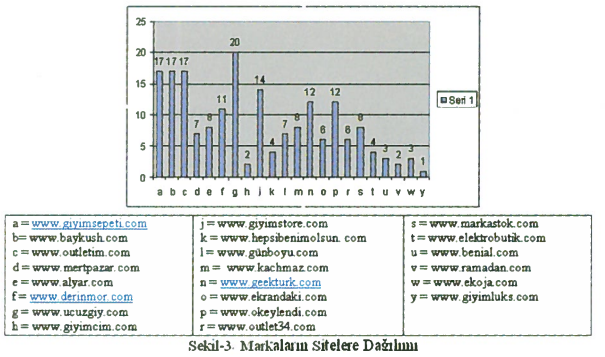
2.3.2. Ortak Web Ticaret Sitelerinden Satış Yapan Hazır Giyim İşletmeleri

Araştırmada, işletmelerin genelde ortak giyim siteleri yoluyla internette yer aldığını sonucuna varılmıştır. Bu sonuca göre de Türkiye'deki ortak hazır giyim siteleri inceleme konusuna dahil edilmiştir. Ortak hazır giyim siteleri, bünyelerinde birçok giyim işletmesinin markasını bulunduran ve bu markaların ürünlerinin satıldığı sitelerdir. Bünyelerinde birçok markanın ve her çeşit ürünün yer almasından dolayı işletmeler tarafından daha yaygın olarak kullanılmakta oldukları gözlemlenmiştir. Kendi markasına ait ürünleri kendi sitesinden pazarlayan sitelerle kıyaslandığında, ortak siteler tüketiciler açısından ürün ve marka çeşitliliği bakımından avantaj sağlarken, ürün ve fiyatların karşılaştırılması bakımından da ön plana çıkmaktadır. Araştırmanın yapıldığı tarihlerde, elde ettiğimiz sonuçlar doğrultusunda birçok ortak giyim sitesini inceledik. Bu siteleri kendi içerisinde de bay, bayan, çocuk, marka ve ürün türü bakımından kategorize edilerek aşağıda sunulmuştur.

Tablo-7. Ortak Hazır Giyim Siteleri ve İçerikleri

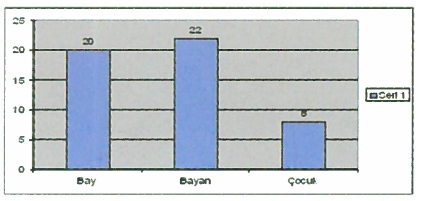
Site Adı	Kateg	Markalar	Ürünler
www.giyimsepeti.com	Bay Bayan Çocuk	Devberry, Abercrombie, Ben Sherman, Celtic Franklin Marshall, Henleys, Here And There, Lilli Lui, Punk Makaraki, Oneill Mexx, Morgan, Soul Paramita, Pepe Jeans Playmate,Glamour,Superdry, Tough, Sovet	T_Shirt, Gömlek Sweatshort, Mont Kaban, Etek, Ceket, Elbise Pardesü, Kazak, Triko, Bluz
www.baykush.com	Bay Bayan	Adidas, Converse, Crazy,Diesel, DKNY, Efor, Ekol, Esprit, Guess, Iceboy, Lacoste, Piere Cardin, Puma, Reebok, TBox, Ten, Terry	T-Shirt, Kot, Pantolon Gömlek, Sweet
www.outletim.com	Bay Bayan	Adidas, Banana, Benetton, Calvin Klein, Camel, Camper, Converse, Kappa Guess, Daniel Hacter, Diesel, DKNY Dockers, Ellese Esprit, Gap Sisley, Tommy Wrangler, Zara Polo, Puma, Quicksilver Reebok Massimo Dutti, Nike, No Fear	Pantolon, Şort, Kazak, Triko Mont, Ceket, İçgiyim, Aksesuar, Gömlek, T.Shirt Bluz, Elbise
www.mertpazar.com	Bay Bayan Çocuk	Cubus, George Selec,Henry Koton,Oui Moments,Soccx	İş Elbisesi, Tulum, Gömlek, Triko, Takım Bluz, Badi, Capri Çanta, Elbise, Etek Gecelik, İç Giyim Kot Pantolon Şapka T.Shirt, Abiye
www.alyar.com	Bay Bayan	Mavi, Quicksilver Colins, Fabrika, Loft Levis, Dockers, Puma	Pantolon, T.Shirt Gömlek, Kapri Etek Ceket, Mont Takım Elbise Kazak, Triko Şapka, Kemer

Araştırma yapıldığı tarihte 22 adet ortak site tespit edilmiştir. Bu sitelerde 189 adet markanın hazır giyim ürünleri satılmaktadır.



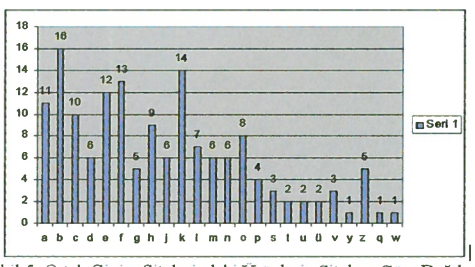
Sekil-3. Markaların Sitelere Dağılımı

Markaların sitelere göre dağılımına bakıldığında 20 markayla www.ucuzgiy.com sitesinin en fazla markaya sahip olduğunu ve bu siteyi 17 şer markayla www.giyimsepeti.com, www.baykush.com ve www.outletim.com'un aldığı en az markaya sahip olan ortak giyim web sitesinin ise www.giyimluks.com olduğu görülmektedir.



Şekil-4. Ortak Giyim Sitelerinde Bay, Bayan ve Çocuk Giysilerinin Bulunma Sıklığı

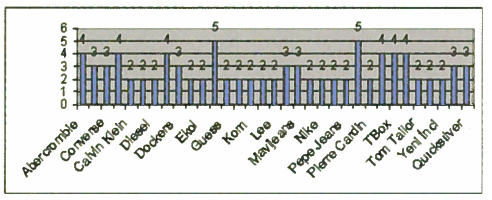
Ortak giyim sitelerinde bay bayan çocuk kategorilerinin incelenmesi sonucunda; bayan giyiminin tüm sitelerde, bay giyiminin 22 sitenin 20 sinde, çocuk giyiminin ise 22 sitenin 8 inde yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu durum, bayan giysi ürünlerinin ortak e-ticaret sitelerinde en fazla yere sahip olan giysiler olduğunu göstermektedir.



Şekil-5. Ortak Giyim Sitelerindeki Ürünlerin Sitelere Göre Dağılımı

İç Giyim	Tshirt	Sweet shirt	Ceket	Gömlek	Mont	Kaban	Kazak	Bluz	Pantolon	Şort	Etek
a	b	c	d	e	f	g	h	j	k	l	m
Triko	**Elbise**	**Eşofman**	**Hırka**	**Süveter**	**Tulum**	**Yelek**	**Polar**	**Tunik**	**Şapka**	**İş Elbisesi**	**Atkı**
n	o	p	s	t	u	ü	v	y	z	q	w

Ortak giyim siteleri ürün bazında incelendiğinde, ürünlerin sitelere göre dağılımında en fazla t-shirt, pantolon, mont, gömlek, iç giyim, ve sweetlerin yer aldığı, bu ürünleri kazak, etek, triko gibi ürünlerin takip ettiği, azda olsa bu sitelerde tunik şapka iş elbiseleri gibi ürünlerinde olduğu gözlemlenmiştir.



Şekil-6. Markaların Ortak Sitelerde Yer Alma Sıklığı

Tüm ortak sitelerdeki marka sayısı 189'dur. Fakat yukarıdaki şekilde birkezden fazla ortak sitede yer alan 33 marka görülmektedir. Esprit ve Puma markaları 22 ortak sitenin 5'inde yer alarak ortak sitelerde en fazla yer alan marklar olmuşlardır.

2.3.3. Kendi web sitesinden ve ortak web ticaret Sitelerinden Satış Yapan Hazır Giyim İşletmeleri

Bu işletmeler ürünlerini, kendi web sitelerinin yanı sıra bir de ortak giyim sitelerinden satmaktadırlar. Bu uygulamayla birlikte ürünlerini 3 farklı ortamda pazarlama fırsatı bulmuşlardır. Bu şekilde satış mağazalarından, kendi web sitelerinden ve ortak satış sitelerinden müşterilerine ulaşmayı hedeflemişlerdir. Araştırmanın yapıldığı tarihlerde bu uygulamayı yapan 6 işletmeye rastlanmıştır. Bunlar; Mudo, Mavi, Ten, Tbox, Ayyıldız ve Sılk&Cashmere markalarıdır.

2.4. İnternette Hazır Giyim Satışı Gerçekleştiren İtelerin Genel Özellikleri

Bu sitelerin genelinde bir üyelik sistemi yer almaktadır (siteye üye olmadan alışveriş yapılamamaktadır). Sitelerin içeriğinde; ürüne ait bilgiler, ürün kategorileri, ürün arama bölümleri, en çok satan ürün istatistikleri, kampanyalı ürünleri gösteren bölümler, yeni ürünleri gösteren bölümler, ürünlerin fotoğrafları, ürünlerin fiyatları, ürün ile ilgili yorumlar, ürün kullanım bilgileri yer almaktadır. Ayrıca, sitelere ait birer anket bölümü yer almakta, bu bölümde şikayet bölümü, adres ve telefonlarının yer aldığı iletişim bölümleri de bulunmaktadır.

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İSO ve İTKİB'e kayıtlı olup kendi web sitesinden satış yapan 9 hazır giyim işletmesiyle birlikte, İSO ve İTKİB'te kaydı olmayan, internetten yapılan araştırmalar sonucu, kendi web sitesinden satış yapan 21 hazır giyim işletmesi daha bulunmaktadır. Sonuç olarak ülkemizde kendi web sitesinden satış yapan toplam 30 hazır giyim işletmesi tespit edilmiştir.

Ayrıca, bünyesinde yerli ve yabancı birçok giyim markasının yer aldığı ve sadece internet üzerinden satış yapma amacıyla kurulmuş, 22 tane ortak giyim sitesi ile ürünlerinin satışını hem kendi sitesinden hem de ortak sitelerden yapan 6 hazır giyim işletmesi bulunmaktadır. Bu yapılan çalışma, sadece hazır giyim ürünlerinin satıldığı toplamda 52 tane internet sitesinin varlığını ortaya koymuştur.

Kendi web sitelerinin yanı sıra ortak giyim sitelerinden de satış yapan işletmeler bulunmaktadır. Araştırmanın yapıldığı tarihlerde bu uygulamayı yapan 6 işletmeye rastlanmıştır.

Sonuç olarak; Türk hazır giyim sektöründe pazarlamada internetin kullanılmakta olduğunu sonucunu varılırken internetten satışların genel olarak ortak siteler aracılığıyla yapılmakta olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durumun da en büyük nedeninin, internetten satış için site bilinirliğinin, marka ve ürün bakımından zenginliğin ve bu alanda uzmanlaşmanın ortak siteleri daha avantajlı duruma koymasıdır.

KAYNAKLAR

[1] DAL V., ÖZBEK A.; "E-commerce Applications At Turkish Textile and Apparel Industry" 5 th International İstanbul Textile Conference, 19-21 May 2005, İstanbul-Turkey

[2] DAL V., ÖZBEK A.;"Avrupa Birliği ve Türk Hazır Giyim Sanayiindeki E-Ticaret Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi.", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, C.5 S.18, s.106 (Güz 2006)

[3] DENİZ, R.B.; "Türkiye'de Ağırlıklı Olarak Gıda Maddeleri Satan Zincir Marketlerin İnternette Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Bir Araştırma" Öneri Dergisi C.5.S.20 Haziran 2003. ss.55-66

[4] İYİLER, Z.; "Elektronik Ticaret ve Pazarlama" T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2007

[5] KUŞCU F.;"E-Ticaretin Kobiler Açısından İncelenmesi ve Otomotiv Sektöründe E-Tedarik Uygulaması." s.13, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir 2007

[6] KAYALI, S. ; "Tekstil ve Hazırgiyim Sektöründe Elektronik Ticaret", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul 2004

[7] GÖKTEPE, Ö.; "İnternet Hazırgiyim Alışverişi İçin Uygun Bir Ortam mı?", sayı 190, Tekstil Teknik Dergisi, (Kasım 2000)

[8] ÖZGENER, Ş.; " KOBİ'lerin E-ticarette Karşılaştıkları Sorunların Çözümüne Yönelik Alternatif Stratejiler" Öneri Dergisi C.6.S.22 Haziran 2004. ss.167-181

[9] ERDAL, M.; " Sağlık Sektöründe İşletmeden Tüketiciye (B2C) ve İşletmeler Arası (B2B) Elektronik Ticaret Uygulamaları" Öneri Dergisi C.4.S.16 Haziran 2001. ss.193-202

[10] ÖZMEN, Ş.; " Elektronik Pazarlamanın Çerçevesi ve Türkiye'deki KOBİ'lerin Konuyla İlgili Bilgi Düzeyleri ve Beklentileri" Öneri Dergisi C.5.S.20 Haziran 2003. ss.7-14

[11] KIRIM, M.; "İnternet Kullanan Tüketicilerin İnternetle Alışveriş Yapma Durumları ve Buna İlişkin Görüşleri" T.C. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara (2007)

[12] GÜRSES, A.T.; "Internet Perakendeciliği ve Türkiye'de Turizm Sektöründe Uygulamaları" T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (2006)

[13] ACILAR, A.; "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin İnternet Kullanımını Etkileyen Faktörler (KOSGEB Bursa Alt Bölgesinde Bir Alan Araştırması), T.C. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kütahya (2007)

[14] BÜBERCİ, H.E.; " Elektronik Ticaret ve Web Sayfalarına İlişkin Değerlendirmeler: Otobüs Taşımacılığı sektörü Yöneticileri Üzerine Bir Uygulama, T.C. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya (2007)

[15] www.iso.org.tr	[41] www.mavijeans.com
[16] www.itkib.org.tr	[42] www.sumak.com.tr
[17] www.ykm.com.tr	[43] www.crenoms.com
[18] www.boyner.com.tr	[44] www.silkcashmere.com
[19] www.ayyildiz.com.tr	[45] www.gebe.com.tr
[20] www.ten.com.tr	[46] www.desa.com.tr
[21] www.t-box.com.tr	[47] www.giyimsepeti.com
[22] www.alinderi.com	[48] www.baykush.com
[23] www.ribasso.com	[49] www.outletim.com
[24] www.fenerium.com	[50] www.mertpazar.com
[25] www.modaltekstil.com	[51] www.alvar.com
[26] www.ofra.com.tr	[52] www.giyimcim.com
[27] www.lilamayo.com	[53] www.giyimstore.com
[28] www.lotusjeans.com.tr	[54] www.hepsibenimolsun.com
[29] www.guda.com.tr	[55] www.günboyu.com
[30] www.zekitriko.com.tr	[56] www.kachmaz.com
[31] www.gunkar.com	[57] www.geekturk.com
[32] www.mudo.com	[58] www.ekrandaki.com
[33] www.laurabaresse.com	[59] www.okeylendi.com
[34] www.labonteshurt.com	[60] www.outlet34.com
[35] www.royalbreed.com.tr	[61] www.markastok.com
[36] www.gelinlikal.com	[62] www.elektrobutik.com
[37] www.mayox.com	[63] www.benial.com
[38] www.vog.com.tr	[64] www.ramadan.com
[39] www.sunsetswimwear.com	[65] www.ekoja.com
[40] www.carsidanal.com	[66] www.giyimluks.com