

## 6. DAĞITIM SİSTEMİNDE YENİ BOYUTLAR

Toplumlardaki sosyal değişim dağıtım kanallarının yeni baştan gözden geçirilmesini gerektirecek boyutlara ulaşmıştır. Rakip mamullerle rekabet edebilmek için büyük oranda dağıtım kanallarının yapısına ve düzenli işleyişine de bağlı olduğuna göre, klasik dağıtım metodlarını günümüz koşulları doğrultusunda geliştirmek gerekmektedir. Pazarda yerleşmiş kanallar yanında, yararlanılabilecek tüm esnek kanallardan dağıtım yoluna gidildiği takdirde potansiyel pazarlara daha çabuk ulaşma imkanı doğmaktadır. Çünkü yaşam tarzındaki değişim tüketiciye alışveriş için fazla zaman bırakmamakta, bu durum mamulleri onların ayağına götürmeyi gerektirmektedir. Halihazırda pazarda yerleşmiş diğer mal ve hizmetlerinin dağıtım kanallarından da yararlanıldığı takdirde zamanı kıt tüketicilere daha çabuk ulaşmak yanında giriftleşmiş, sınırları belli olmayan pazar bölümlerine de ulaşılmıştır. Unutmamak gerekir ki ne kadar iyi bir dağıtım ağı kurulursa kurulsun ulaşılmamış hedef pazarlar mutlaka olacaktır. İşte esnek, yardımcı kanallar bu pazarlara ulaşmada işletmelerin en önemli araçlarından biridir.

Örneğin yalnızca büyük deparmanlı mağazalara dağıtım yapan bir iç çamaşırı dağıtıcısı bu gibi mağazalarda zaman kaybetmekten kaçınan tüketici kitlesini ayağına getiremez. Ancak özel bakımı için tüketicinin mutlaka zaman bulacağını bilen pazarlama yöneticisi "parfümeri" ve "Drugstore" gibi küçük dükkanlara dağıtım yapan kanallardan da yararlanarak pazardaki başarısını artırabilir.

Türk ihracatçıların AT'nin dağıtım kanallarında ne gibi yeni düzenlemeler yapabilecekleri, pazardaki mal ve hizmetler için yapacakları pazar araştırmaları sonucu belirlenecektir. Bir kısım mamuller aynı mamul dizisinde olmasalar bile tüketicilerin hayat tarzındaki değişim bunların tüketimini beraber kılabilir. Geçmiş yıllarda yalnızca spor mağazalarının selektif dağıtımını yoluyla tüketicilere iletilen spor eşofmanları bugün artık neredeyse benzin istasyonlarında bile satışa sunulmaktadırlar. Değişen yaşam biçimi pek çok mamulün daha yoğun dağıtımını gerektirmektedir. İşte bu noktada Türk işletmelerinin karşısına AT ile ilgili ekonomik antlaşmalar çıkmakta ve o pazarda yoğunlaşmayı engelleyici birtakım kısıtlamalarla karşılaşmaktadır. Bu durumu engellemenin etkili yollarından biri gelecekteki pazar potansiyelini

düşünerek AT üyesi ülkelerin üreticileriyle ortaklıklar kurmaktır. Konuya pazarlama imkanları açısından yaklaşıldığında Türk işletmelerinin çok geniş imkanlara kavuşacakları görülür. Alınan son AET kararları uyarınca, bir AT ülkesinin yerel üreticisinin, üye ülkelerden biri tarafından belirlenen standartlar çerçevesinde üretmekte olduğu mal ve hizmetler, hiçbir ön koşul aranmaksızın tüm üye ülkelerde pazarlama şansına sahip olmaktadır. AT ülkelerinin tam entegrasyona doğru gittiği son yıllarda alınan tüm ekonomik kararlar ülkelerden ziyade işletmeleri rekabete sokacak karakteristikler taşımaktadır. Örneğin devlet ihalelerinde yerel üreticileri koruma eğilimi giderek azalmakta, üye ülke üreticilerinin tümüne verimli ve kaliteli iş karşılığında eşit kazanma şansı tanınmaktadır. Türkiye'nin tekstil potansiyeli dikkate alınacak olursa, kurulacak ortaklıklar yoluyla bu tür ihalelerde büyük başarılar kazanılabileceği söylenebilir.

## 7. SONUÇ

Uluslararası ihracatta başarı şansı bugün yanında geleceği de tahmin edebilmekten geçer. Değişen hayat tarzına bağlı olarak tüketicilerin davranış biçimi, mal ve hizmetlere karşı beklentileri değişime uğramaktadır. Sorunlara klasik metodlarla çözüm bulmak yerine, değişimin nedenlerini araştırarak yeni bakış açıları geliştirmek rekabetten avantajlı çıkmaya yardımcı olacaktır. Pazarlama faaliyetleri bir vakum içerisinde oluşmamaktadır. Mal ve hizmetlere yönelen talebin geçirmekte olduğu yapısal değişim, pazarlama sisteminin tüm unsurlarını yakından etkilemektedir. Unutmamak gerekir ki, pazarlama tüketici için vardır ve tüketici de pazarın tek hakimidir.

## KAYNAKÇA

- CHASE, R.P. - GARVIN D.A. : " The Service Factory " Harvard Business Review, July - August 1989.
- FRIPER, Eric B. : " 1992 : Moves Europeans are Making, Harvard Business Review, May - June 1989.
- GALBRAITH - John Kerreth : " Ekonomi kimden yana ", Altın kitaplar yayınevi 1988.
- GILLY, Mary C. : " Sex roles in advertising ", Journal of Marketing, April 1988.
- KENNA, Regis Mc. : " Marketing in an age of diversity ", Harvard Business Review 1, September - October 1988.
- MAGEE, John F. : " 1992 Moves Americans must make ", Harvard Business Review, May - June 1989.
- SCOTT, Bruce R. : " Competitiveness : Self help for a worsening problem ", Harvard Business Review, July - August 1989, No:4.
- SHARAGE, Michael : " A Japanese giart rethinks globalization ", Harvard Business Review, July - August, 1989.

# Ring İplik Makinalarının Olası Hızları\*

Erhan KIRTAY

Prof. Dr.

Ege Üni. Teks. Müh. Böl. İZMİR

*Yeni ring iplik makinaları inanılmaz performansları ile iplik fabrikası yöneticilerini hayrete düşürmüştür. Bizim tebliğimiz yeni makinaların kopçalarının çalışması, iplik gerginliği gibi birkaç fiziksel parametreyi analiz ederek artık niçin inanılmaz derecede yüksek performansın mümkün olduğunu açıklamaktadır. Biz bu sonuca geçmişe ait işletme performansını gösteren verileri dikkatle inceleyerek ulaştık.*

## POSSIBLE SPEEDS OF RING SPINNING FRAMES

*The latest ring spinning frames astonish the spinning mill managers by their apparently incredible performance. Our paper analyses a number of physical parameters of the new frames such as traveller work and yarn tension and explains why today's incredibly high performance is not impossible after all. We arrived to this conclusion by carefully studying our records showing spinning mill performance data of the past.*

## 1. GİRİŞ

Greenville SC'de (USA) düzenlenen ATME 89 tekstil makinaları fuarında sergilenen yeni iplik makinalarının hızlarına erişilemez gözü ile bakılıyordu. Bu nedenle iplikçilerin şaşkınlıkları çok fazla olmuştur. Onların hepsi fevkalade bir şeyin başarılacağını düşünüyorlardı, ancak bazı iplik makinası üreticilerinin yeni bir bilezik tipinin kullanımına dair ard arda gelen yazılı ve sözlü iddiaları üzerine şaşkınlıkları daha da artmıştır.

Bu makalenin amacı, yeni iplik makinaları için önemli olan birkaç fiziksel parametrenin anlaşılmasına katkıda bulunmak ve boyut açısından yeni iplik makinalarının eğilimlerinin tahmin edilme olanağı görmektir.

Daha açık deyişle bileziklerin ve kopçaların ne yaptıkları, balonun geliştirdiği gerilim ve geleceğin iplik makinaları hakkında bilgi vereceğiz. Bu nedenle geleceğin iplik makinaları için tamamiyle yeni tip bileziklerin gerçekten lüzumlu olup ol-

\* Dr. Carlo Alberto PROSINO'nun ITB Yarn Forming 3/89'da yayınlanan " Possible Speeds of Ring Spinning Frames " başlıklı yazısından çevrilmiştir.

madığını anlayabileceğiz. Aynı zamanda, hangi gerginlik değerlerinin oluşturulduğunu kanıtlamaya çalışacağız. Daha sonra iplik kopuş sayılarını mümkün olduğunca düşük düzeyde tutabilmek için iplik gerginliğinin ve üniformitenin ne denli yüksek olması gerektiğini göreceğiz.

## 2. BİLEZİKLERİN VE KOPÇALARIN ÇALIŞMASI

### 2.1. Kopça Ağırlığının Etkisi

Bütün dünyada hala çok sayıda iplikçi bir iğn 28 m/saniye'den (5500 feet/dak) daha düşük linear (çevresel) kopça hızı oluşturacağı bir hızda iplik makinasının kolayca çalıştırılabileceğine inanmaktadır. Onlar aynı zamanda kopçanın 35 m/saniyenin (6900 feet/dak.) üzerindeki hızlara çıkmasının çok güç olduğuna da inanmışlardır.

Eğer çeşitli iplik işletmelerinin 70'li yıllara ait performanslarına göz atacak olursak (Tablo 1) kopçanın belli bir çevresel hızı aşamayacağı kanısının nasıl yerleştiğini kolaylıkla anlayabiliriz.

Bu performans değerleri, İtalya'daki Borsgasesia Bilezikleri veri bankasından alınmış olup, tüm dünyadaki iplik işletmelerine ait yaklaşık 3000 örnekten derlenmiştir.

Bu tabloda belirtilen performans değerleri, günümüzde de hala oldukça geçerli olup sadece büyük bir özen ve tüm detaylarla ilgilenmek suretiyle elde edilebilir. Bir önceki tablodan iki kartezyen eksenine göre iğ devrinin ve kopça tarafından geliştirilen m/saniyenin (Şekil 1) elde edilmesi, olayı anlamaya yardımcı olmaz.

Öyleki,

35 m/saniyenin (6900 feet/dakika) yani "çok güç şartlar" - üstün de ve 28 m/saniyenin (5500 feet/dakika) - yani " rahat ulaşılabilir şartlar" altında hiç bir noktanın bulunmadığı bir dağılım ortaya çık-

Tablo 1. İplik işletmelerinin 70'li yıllara ait tipik performans değerleri

Bilezik Çapı mm.	Devir	Kopça ISO	m/saniye	Ne
48	13150	50	33.1	36
48	12850	56	32.3	30
48	12200	71	30.6	24
48	11600	90	29.1	20
50	12750	50	33.4	30
50	12100	63	31.7	24
51	12600	50	33.6	33
51	12250	56	32.7	30
54	11750	56	33.2	28
54	10800	80	30.6	20
57	10650	71	31.8	20
57	9900	100	29.5	16