

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği İletişim Çalıştayı Raporu



TÜRKİYE
GIYİM
SANAYİCİLERİ
DERNEĞİ



TURKISH
CLOTHING
MANUFACTURERS'
ASSOCIATION

Gülden Ohri Akkoyun-Tüge Oyman

Prekare İletişim Dairesi

8 Haziran 2017

GİRİŞ:

TGSD (Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği) olarak 8 Haziran tarihinde derneğin üyeleri ve üst yönetim temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen İletişim Çalıştayı, derneğin gelecek yıllarda topluma, sektöre, Türkiye ekonomisine ve üyelerine vaadi açısından yeniden konumlandırılması hedefiyle gerçekleştirilmiştir. Çalıştayda katılımcıların verdiği bilgiler, işaret ettikleri konular ve görüşlerinden yararlanılarak derneğin mevcut durumu ve gelecek dönem iletişim stratejisi oluşturulmuştur. Bu çalıştay raporu siz değerli katılımcılarımıza çalıştay sonrası bir “yönetici özeti” sunabilmek düşüncesiyle hazırlanmıştır. Bu raporun üst yönetimle birlikte değerlendirilmesini takiben TGSD Stratejik İletişim Planı nihai şeklini alacaktır.

KATILIMCILAR:

Sıra	Adı Soyadı	Firma	Ünvanı
1	Şeref Fayat	TGSD	Başkan
2	Cevdet Karahasanoğlu	TGSD	Başkan Yrd.
3	A.Hadi Karasu	TGSD	Başkan Yrd.
4	Murat Aydın	TGSD	Başkan Yrd.
5	Ramazan Kaya	TGSD	Başkan Yrd.
6	Toygar Narbay	TGSD	Başkan Yrd.
7	Cem Altan	TGSD	YK Üyesi
8	Servet Karaalioğlu	TGSD	YK Üyesi
9	Ümit Özüren	TGSD	YK Üyesi
10	Murat Şimşek	TGSD	YK Üyesi
11	Kemal Genç	TGSD	YK Üyesi
12	Bülent Alkanlı	TGSD	YK Üyesi
13	İsmet Özcan		Geçmiş Dönem TGSD Başkanı
14	Turan Sarıgülle		Geçmiş Dönem TGSD Başkanı
15	Aynur Bektaş		Geçmiş Dönem TGSD Başkanı
16	Umut Oran		Geçmiş Dönem TGSD Başkanı
17	Nedim Örün	Örünler Tekstil	Yüksek İstişare Kurulu Üyesi
18	Prof.Dr. Bülent Özipek	İTÜ	Yüksek İstişare Kurulu Üyesi
19	Sevda Aydın	Aytim	Yüksek İstişare Kurulu Üyesi
20	Leyla Bolluk	Aytim	Yüksek İstişare Kurulu Üyesi
21	Ali Osman Kilitçioğlu	Altınıyıldız	Yüksek İstişare Kurulu Üyesi
22	Güliden Ohri Akkoyun	TGSD	İletişim Danışmanı
23	N.Tüge Oyman	TGSD	İletişim Danışmanı
24	Ülkem Genç Yaman	TGSD	Genel Sekreter
25	Osman Kürşat Ardıç	TGSD	Pazarlama Sorumlusu
26	Fatih Uyar	TGSD	Dış İlişkiler Sorumlusu
27	Züleyha Özcan	TGSD	Muhasebe Sorumlusu

ÇALIŞTAY AKIŞI:

Çalıştay gerçekleştiği sırada hedef akışa belli nispette sadık kalınmış, belli ölçüde de serbest konuşmalar teşvik edilmiştir. İlan edilen akış aşağıdaki gibidir.

1.Oturum Bugünü Tanımlamak 09:15-10:00

- Dünyada ve Türkiye’de hazır giyim sektörünün güncel trendleri ve gündem konuları nelerdir?
- Bu gündem içinde TGSD’nin marka vaadi nasıl tanımlanmıştır?
- Bugün TGSD hazır giyim sektörü için hangi işlevleri yerine getirmektedir?

2. Oturum: Yarını Tanımlamak 10:00-10:45

- Sektör dernek ve birliklerinden TGSD’yi farklı kılan ve bundan sonra kılacak olan varlıklarımız neler?
- Gelecek 10 yılda üye beklentisi nereye doğru evrilecektir? (öz ve biçim olarak)
- Gelecek 10 yılda varlığımızın üyelerimize, sektöre ve ülke ekonomisine katkısı ne düzeyde olacak?

10:45-11:00 Kahve Molası

3. Oturum: Bizi Yarına Taşıyacak Hedefleri Belirlemek 11:00-12:00

- 2017 yılından itibaren gelecek 10 yılda TGSD’nin hedef konumlaması ve marka vaadi ne olmalıdır?
- Çözüm bekleyen sorunlarımız nelerdir?
- İş hedeflerimiz nelerdir?
- Algılama hedefleri nelerdir?
- Öncelikli hedef kitle kimlerdir?
- Öncelikli sosyal paydaşlar kimlerdir?

ÇALIŞTAYDA ÖNE ÇIKAN KONU BAŞLIKLARI:

Burada ele alınan başlıklar konuşmacıların özet ifadeleriyle çalıştay sırasında ortaya çıkan fikirleri ortaya koymaktadır.

Politik Konjonktür:

Politik konjonktür, sadece Türkiye için değil tüm dünya ve özellikle bölge açısından sıkıntılı bir noktaya gelmiştir. Suriye’de devam etmekte olan savaş komşusu olan Türkiye’de de güvenlik sorunlarına yol açmaktadır.

15 Temmuz sonrası Türkiye’de gerçekleşen istikrarsızlık, Türkiye’nin artık emniyetli bir ülke olmadığı algısından hareketle tekstil sektörü ile elele giden turizm sektöründeki yıpranma, Rusya ile yok olma noktasına kadar giden ticari ilişkiler, demokrasi ve insan hakları konusunda açılan Türkiye merkezli tartışmalar sonucu AB ile kopma noktasına giden

Türkiye’de, hazır giyim sektörünü talep açısından geriletmiş, geçmiş yılların ihracat rakamlarının güçlükle yakalanmasına neden olmuştur.

İş gücü dengeleri:

Dünyada güç dengeleri değişmektedir. İş gücü maliyetleri belirleyici olmakta bu anlamda üretim ve üretimden gelen ekonomik güç Çin ve Doğu Asya’ya doğru kaymaktadır. Doğu Asya’ya oradan da Bangladesh ve Afrika’ya kayan üretim, iş gücü maliyetlerini düşürürken Türkiye göreceli olarak iş gücü maliyetlerinde pahalı bir ülke haline gelmiştir.

Hazır giyim pazarının yönü:

Dünyada hazır giyim sektörü konsolide olmaktadır. Dünya çapında bilinirliği olan büyük markalar küçük markaları zayıf düşürmekte ve ortadan kaldırmaktadır.

Bugün Avrupalı alıcının en önemli beklentisi hızdır. Hızlı dönüş yapabilme kabiliyetimizi artırmamız, bunu uygun maliyetler içinde kalarak verebilmemiz ve sürekli inovatif olmamız beklenmektedir. Müşterilerimizle ilişkilerimizi ve diyalogumuzu hızlı etkin ve eş zamanlı yürütebilmemiz için dijitalleşmenin tüm sektör sathında yaygınlaşması gerekmektedir.

Öte yandan Türkiye hazır giyim sektörünün dijital devrimini gerçekleştirmesi lazımdır. Hazır giyimde payı artan e-ticaret hacmini ve yetkinliklerimizi artırmalıyız. Bugün yüzde 40’ı mobil olarak yapılan e-ticarette bu oranın sadece iki yıl önce yüzde 15’lerde olduğu gözönüne alınmalıdır.

TGSD’nin bir iş örgütü olarak konumu:

TGSD adında Bakanlar Kurulu kararıyla alınmış “Türkiye” ibaresi olan ilk sivil toplum kuruluşlarından biridir. Bir işveren derneği olmasıyla beraber sektörü tüm taraflarıyla temsil ettiğinin bilincindedir. Sektörün tüm paydaşlarıyla birlikte doğru şekilde işlemlerini sağlamak üzere çalışmaktadır. Sektörün tedarik zincirinin her halkası eşit şekilde temsil edilmektedir.

Hükümet nezdinde sektörü temsil eden ve 41 yıllık köklü bir kuruluş olan TGSD, meslek örgütleri arasında sivil kalmış gerçek bir STK olarak hareket etmiştir. Bugüne kadar siyasileşmemiş ve hiçbir siyasi parti ile bir diğerinden daha yakın bir duruş sergilememiştir.

Sektörün gelişim aşamalarına bakıldığında, yeniliklerin sektöre her dönemde TGSD’nin çabalarıyla geldiği görülmektedir. TGSD’nin yüzü her zaman batıya dönüktür. Sektörü AB’nin muadil STK’ları nezdinde en iyi şekilde temsil etmektedir. Hatta irtibat büroları aracılığıyla TGSD’nin sektörü en çok ihracat yapılan ülkelerde temsil edebilme olanağı yaratılması düşünülebilir.

Sektörün bugünü ve geleceği konusunda akademik çalışmalar yapan, sektörün gelişimine yönelik yol haritaları oluşturup sunan gerçek bir lider kuruluştur. (Ufuk 2030 vb)

TGSD Yönetim Kurulu’nda bulunan ve üye olan şirketler, tüm hazır giyimciler için model olabilecek kurumlardan oluşmaktadır. Kurumsallaşmaları, iş kaliteleri ve dünyayla entegrasyonlarını sağlamış bu kurumların iş anlayışı sektör genelinde, kurulacak rehberlik mekanizmalarıyla yaygınlaştırılmalıdır.

Öncelikli Hedef Çalışmalar:

TGSD'nin iletişim hedeflerine yön verecek öncelikli iş hedefleri Çalıştay'da net bir şekilde ortaya koyulmuştur. Katılımcılar tarafından belirtilen öncelikli hedefler şu şekilde sıralanabilir;

- Nitelikli üye sayısını artırmak, üyelik şartları ve üyelik modellerini çeşitlendirmek
- Pazar genişletme ve iş geliştirme konusunda üyelerine vaatleri olan etkin bir TGSD yaratmak
- Hazır giyim sektörünü tekstil mühendislerinin tercih ettiği bir sektör haline getirmek, tekstil mühendislerini ve kaliteli çalışanı sektöre çekebilmek üzere sektörün global açılımlarını ve gücünü vurgulamak konusunda çalışmalara devam etmek
- Hazır giyim ve tekstil alanında eğitim müfredatları geliştirilmesi, alt uzmanlık dallarında bölümler açılması, eğitim kurumlarıyla işbirliğine devam edilmesi
- Tekstil meslek liselerinin özendirilmesi
- Hükümet nezdinde sorun çözücü olmak
- Sanayi 4.0'a yönelik yeniliklere doğru sektörün hareket etmesine liderlik etmek ve böylece işgücü bağımlılığını azaltmak yolunda gerekli düşünsel reformun temellerini atmak
- Sektörün iletişimini dijitalleştirmek yolunda teşvik edici ve yol gösterici olmak
- Döngüsel ekonomi ve geri dönüşüm politikaları alanında fikir ve bilgi üretmek
- Organik üretim ve organik moda kavramına bir gündem maddesi olarak hazır giyim sektörünün dikkatini çekmek, çalışmalar yapmak

ÇALIŞTAY SONUÇLARI:

TGSD İletişim Çalıştayı neticesinde Derneğin iletişim çalışmalarını destekleyecek 4 ana noktada çıktılara ulaşılmıştır. Üst yönetimle birlikte yapılan değerlendirme sonucunda aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır.

1-TGSD'İN SOSYAL PAYDAŞLARI BELİRLENDİ:



2-TGSD'NİN MARKA VAADI BELİRLENDİ:

Türkiye hazır giyim sektörünün,

kurumsallaşarak,

inovasyon ve sürdürülebilirlik konusunda kararlılık göstererek

ürün ve hizmet kalitesiyle

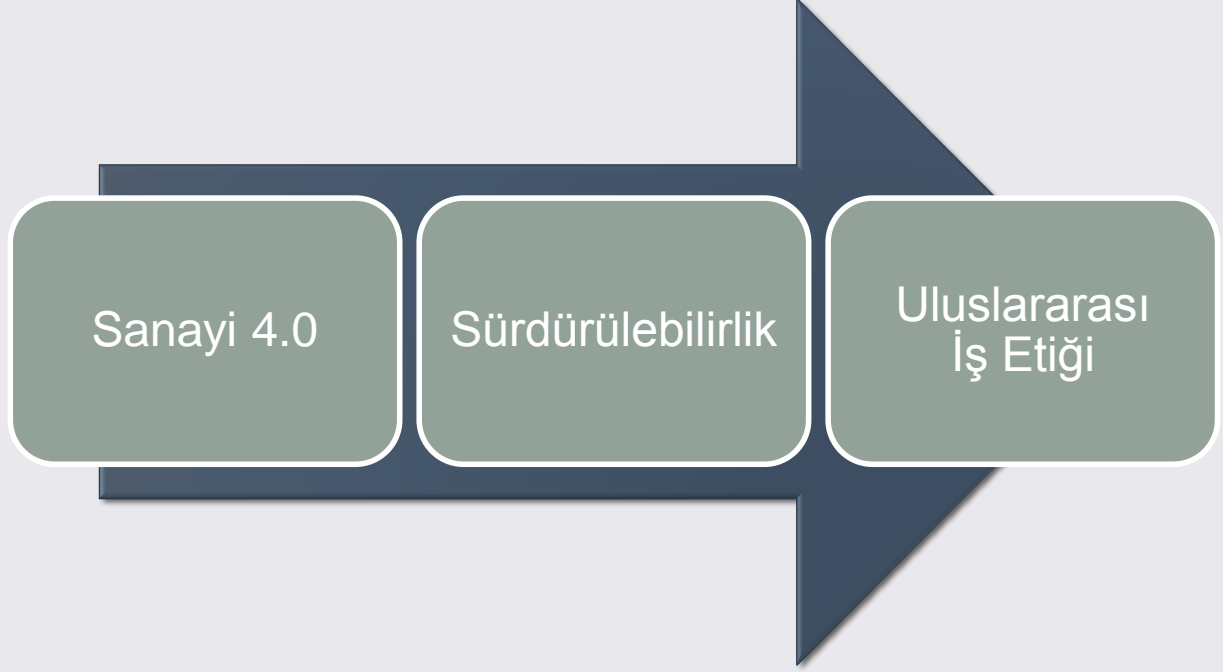
dünya markası haline gelmesine

liderlik etmek

3-TGSD'NİN İLETİŞİM HEDEFLERİ BELİRLENDİ:

- Türkiye hazır giyim sektörünün lider STK'sı olmak ve itibarını artırmak
- Türkiye hazır giyim sektöründe kurumsallaşma yolunda olan firmalara sürdürülebilirlik konusunda lider ve rehber olmak
- Hazır giyim sektörünün üretim niteliğini ve niceliğini artırmaya yönelik destek projeleri hayata geçirmek
- Hazır giyim sektörünün mühendis iş gücü ve nitelikli ara eleman kazanmasını sağlamak
- Hazır giyim sektörünün dijitalleşmesi ve Sanayi 4.0 vizyonu kazanması yolunda rehberlik etmek

4-TGSD'İN ÖNCELİKLİ İLETİŞİM KONULARI VE MESAJ ÇERÇEVESİ BELİRLENDİ:



DEĞERLENDİRME:

TGSD İletişim Çalıştayı gösterilen katılım, oturumlar sırasında yapılan katkılar ve alınan sonuçlar itibariyle hedefine uygun şekilde gerçekleşmiştir.

Çalıştayın sağladığı ortam üye-üst yönetim ilişkileri açısından önemli faydalar sağlamış ve Derneğin iletişimini ilgilendiren pek çok konu detaylı şekilde konuşulmuştur. Üyelerin ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin katma değerli yorum ve düşünceleri bundan sonra tüm paydaşlar nezdinde gerçekleşecek iletişimin omurgasını oluşturacaktır. Tamamen demokratik yöntemler sayesinde tüm katılımcılar Stratejik İletişim Planlaması'nın girdilerine önemli miktarda deneyim, bilgi ve fikir katkısında bulunmuşlardır.

Katılımcılardan gelen geribildirimler Çalıştay'ın tekrarlanması yönündedir. Bir yıllık süre içerisinde iletişime yön verecek nitelikte bir Çalıştay'ın daha hayata geçirilmesi TGSD Yönetim Kurulu'nun gündeminde.

