

+ Değer Katar...



Daha iyi hizmet verebilmek için;
BilKim Boya Yeni Yerinde!
Daima Sizlerle...



bilKim
boya

BİLKİM BOYA İNŞ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

0. S.B. Dökümcüler Sanayi Sitesi 196. Sokak No: 173 Sincan ANKARA / TÜRKİYE T +90 312 267 56 76 F +90 312 267 56 78 info@bilkimboya.com www.bilkimboya.com

ASOMEDYA

OCAK / ŞUBAT 2011

ANKARA SANAYİ ODASI YAYIN ORGANI

ASOMEDYA

OCAK / ŞUBAT 2011



Nurettin ÖZDEBİR:
İşsizlikle mücadelede işgücünün niteliğini
yükseltmek büyük önem taşımaktadır

- KASIM MECLİS : Rifat Hisarcıkloğlu: İşsizlik sorununun çözümünün tek bir ilacı var. Yatırım!
DOSYA : Öğrenme Yönlülük ve İnovasyon Yönlülüğün Müşteri Yönlülük Açısından Önemi
BÜYÜTEÇ : Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Firmalar İçin Önemi

ÇUHADAROĞLU

Alüminyum Sistemleri

Dünyanın İşini Yapıyoruz



57. *yıl*

Merkez: Hürriyet Mah. Cemil Bengü Cad. No:41 34403 Kağıthane / İstanbul / Türkiye Tel: 0212 224 20 20 (pbx) Faks: 0212 224 20 40

Fabrika: Yakuplu Mah. Hürriyet Bulvarı No:36-2 34900 Beylikdüzü / İstanbul / Türkiye Tel: 0212 875 35 80 (pbx) Faks: 0212 875 11 08

www.cuhadaroglu.com

...bir ÇUHADAROĞLU Holding kuruluşudur

ASOMEDYA

ANKARA SANAYİ ODASI
YAYIN ORGANI
OCAK / ŞUBAT 2011

ASO Adına İmtiyaz Sahibi
Yönetim Kurulu Başkanı
NURETTİN ÖZDEBİR

Yazı İşleri Müdürü
OKAN SAYKUN

Yayın Yönetmeni
NACİ CANPOLAT

ASOMEDYA Yönetim Yeri
Atatürk Bulvarı No:193
Kavaklıdere / ANKARA
Tel: 03 12 417 12 00
Faks: 03 12 417 52 05
Email: aso@aso.org.tr
www.aso.org.tr

Yapım

CAST GRAPHIC

Tokdemir Ajans

Prodüksiyon - Organizasyon - Yayıncılık
Ltd. Şti.

Turan Güneş Bulvarı 4. Cad. 7 12. Sk. 1/3
Yıldız - Çankaya/ANKARA
Tel: 03 12 440 87 07(Pbx)
Faks: 03 12 440 12 92
www.tokdemirajans.com

Baskı ve Cilt

TŞOF Trafik Matbaacılık San. Tic. A.Ş.
Organize San. Böl. Orhan Işık Cad. No: 3
Sincan- Ankara
Tel: 03 12 267 08 97 - 98
Faks: 03 12 267 06 93
plakamatbaa@tsoftrafik.com.tr

Reklam Rezervasyon
03 12 440 87 07

Yayın Türü

Yerel Süreli

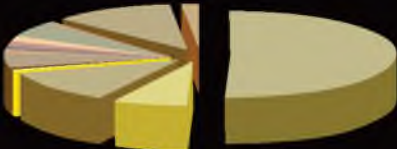
ANKARA SANAYİ ODASI
ÜCRETSİZ YAYIN ORGANIDIR.

Reklamların sorumluluğu reklam veren firmaya ait olup, Cast@Graphic Ajans hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz. Dergide yayınlanan yazılar, yazarların düşüncelerini kapsamaktadır.

Basım Tarihi

11 Şubat 2011

Okuyucu Dağılımı



| | | | | | |
|-----------------|-----|------------------|----|------------------|----|
| ASO Üyeleri | %50 | Üniversiteler | %5 | Basın | %6 |
| Valilikler | %2 | Demekler | %2 | Bankalar | %1 |
| Oda ve Borsalar | %12 | Büyükkelçilikler | %1 | Devlet Protokolü | %1 |
| Siyasi Partiler | %1 | Belediyeler | %2 | Bakanlıklar | %7 |



sunuş

Bu sayımızın Dosya bölümünde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Mehmet Marangoz'un "Öğrenme Yönlülük ve İnovasyon Yönlülüğün Müşteri Yönlülük Açısından Önemi" başlıklı yazısı yer alıyor. Günümüzün yoğun rekabet ortamında işletmelerin mevcut müşterilerini koruyabilmeleri için müşteri memnuniyetine odaklanmaları, bunun için de hedef müşteri kitlesinin istek ve ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmet sunmaları gerektiğini belirten Doç. Dr. Marangoz, bunu öğrenme odaklı işletmelerin daha kolay ve daha hızlı başarabileceklerini söylüyor.

Bu sayımızın Bütçe bölümünde Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim üyelerinden Doç. Dr. Ummuhan Gökovalı'nın "Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Firmalar İçin Önemi" başlıklı yazısını yayınlıyoruz. Dr. Gökovalı yazısında, küreselleşen dünya ekonomisinde önemi giderek artan ve firmaların uluslararası rekabet gücünü önemli ölçüde etkileyen sınai mülkiyet hakları üzerinde yoğunlaşıyor. Fikri ve sınai mülkiyet haklarını iyi koruyan firmaların finansmana erişiminin de daha kolay olduğunu belirten Gökovalı, bu firmaların kârlarının, satışlarının ve piyasa değerlerinin de artacağını söylüyor.

Bu sayımızın söyleşisini Hayati Misman'la yaptık. Herhangi bir ekole bağlı olmadığını belirten Misman, "Ben resim yaparken, bir sanat eseri üretirken şu teknikte ya da şu tarzda olsun diye bir şey yapmıyorum" diyor. Gençlik yıllarından beri daha çok baskı ile uğraştığı için baskı sanatçısı olarak tanındığını ancak baskı yanında yağlı boya resim de yaptığını söyleyen Misman, resimlerine isim vermemesinin nedenini "ona bakanları yönlendirmem için" diye açıklıyor.

Naci Canpolat
naci.canpolat@aso.org.tr



içindekiler

6



Kasım Meclis

Kasım Meclis Toplantısı TOBB Başkanı Rifat HİSARCIKLIOĞLU'nun Katılımıyla Gerçekleşti

Aralık Meclis

ÖZDEBİR: Küresel Krizin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki En Kalıcı Etkisi İşsizlik Üzerinde Olmuştur



28

38



Dosya

Öğrenme Yönlülük ve İnovasyon Yönlülüğün Müşteri Yönlülük Açısından Önemi

Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ

Büyüteç

Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Firmalar İçin Önemi

Doç. Dr. Ummuhan GÖKOVALI



50

88



Söyleşi

Prof. Dr. Hayati MİSMAN



Nurettin ÖZDEBİR

THE CHAIRMAN OF THE BOARD OF DIRECTORS OF ACI

editorial

Austrian Model for Severance Pay

The unemployment rate decreases as economy improves. Nevertheless, it appears that it would take long for unemployment rate to decrease to pre-crisis level. Therefore, all prejudices should be eliminated and radical measures, which bring flexibility to the labour market, should be taken to fight unemployment. These measures should first of all focus on reducing cost of hiring and of dismissal. The severance pay has an important share in labour costs. The severance pay scheme has negative impacts on our competitiveness on the one hand as it increases labour costs and slows employment growth down on the other hand by making many employers cautious to hire new employees. Current severance pay scheme also adversely affects labour peace as it does not provide sufficient protection for rights of employees. In particular, most of the employees laid off during the economic crisis are not able to get severance pay and actions related with severance pay violations constitute significant part of the number of actions brought before labour courts. On the other hand, behaviours of workers who wish to terminate their employment contract but in order not to lose their entitlement to severance pay tries to have their employer dismiss them also disturbs efficiency and peace at the workplace. Current severance pay scheme prevents workers to work at a workplace for long time and, hence, limits their capacity to acquire knowledge, skills, and experience and reduce labour efficiency. And, the list of examples of adverse effects of current severance pay scheme can be extended.

We, as ACI (Ankara Chamber of Industry), have been suggesting that the severance pay scheme needs a reform for many years. Extending the length of service for entitlement to severance pay and reducing job tenure and establishment of a Severance Pay Fund constitute the keystones of our proposal. We think that the Austrian model may be the example for the severance pay scheme as Austria once had a scheme similar to the one that we have today in Turkey and then made a reform in the system in line with demands and suggestions mainly from labour unions in 2003. The reform implemented has completely changed the system and with the decision adopted a new fund has been introduced for the management of severance pays. In Austria, severance pays of all employees do not accumulate under a single account but each employee has his/her own severance pay account where funds are invested accordingly. Therefore, neither the employer nor the government has the access to the funds accumulated in employer's severance pay account and funds. An employee may receive his/her severance pay when s/he leaves the labour market or retires. Of course, there are differences between Turkey and Austria. However, we think that Turkey may benefit from the Austrian model whilst such differences and, hence invite all stakeholders to discuss the model.

Nurettin ÖZDEBİR

ASO YÖNETİM KURULU BAŞKANI



başyazı

Kıdem Tazminatında Avusturya Modeli

Ekonomi toparlandıkça işsizlik oranlarında bir düşüş olmaktadır. Ancak, işsizliğin kriz öncesi düzeylere inmesi oldukça uzun bir zaman alacak gibi görünüyor. Bu nedenle işsizlikle mücadelede önyargıları terkedip işgücü piyasasına esneklik getirecek köklü tedbirler almak gerekmektedir. Bu tedbirler, öncelikle işe alım ve işten çıkarma maliyetlerini düşürmek üzerinde yoğunlaşmalıdır.

Kıdem tazminatı işgücü maliyetleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Kıdem tazminatı uygulaması bir yandan işgücü maliyetlerini yükselterek rekabet gücümüzü olumsuz etkilerken diğer yandan işverenlerin yeni eleman alımlarında ihtiyatlı davranmalarına yol açarak istihdam artışını frenlemektedir. Diğer yandan mevcut kıdem tazminatı uygulaması çalışanların haklarını yeterince koruyamadığı gibi çalışma barışını da olumsuz etkilemektedir. Özellikle ekonomik kriz dönemlerinde işten çıkarılan işçilerin büyük çoğunluğu kıdem tazminatlarını alamamakta, iş mahkemelerindeki davaların önemli bir bölümünü kıdem tazminatı ile ilgili davalar oluşturmaktadır. Diğer yandan işten ayrılmak isteyen ancak, kıdem tazminatı almak için de bunu işten atılarak sağlamayı amaçlayan çalışanların davranışları da verimliliği ve işyeri huzurunu da olumsuz etkilemektedir. Kıdem tazminatı, uygulamada işçilerin belli bir işletmede uzun süre çalışmalarını engellediği için işçilerin bilgi, beceri ve tecrübe birikimini sınırlamakta, işgücü verimliliğini de düşürmektedir. Mevcut kıdem tazminatı uygulamasının olumsuz sonuçları hakkındaki bu örnekler artırılabilir.

Biz ASO olarak yıllardır kıdem tazminatı sisteminde bir reform yapılmasını önermekteyiz. Önerimizin temel taşlarını kıdeme hak kazanmak için çalışması gereken sürenin uzatılarak kazanılan kıdem düşürülmesi ve bir Kıdem Tazminatı Fonu kurulması oluşturmaktadır. Oluşturulacak yeni kıdem tazminatı sisteminde Avusturya örneğinden yararlanılabileceğini düşünüyoruz. Çünkü Avusturya, önceleri bizimkine benzer bir kıdem tazminatı sistemine sahipken, esas olarak işçi sendikalarından gelen talepler doğrultusunda sisteminde 2003 yılında bir reform yapmıştır. Yapılan reformla kıdem tazminatı sistemi tamamen değiştirilmiş ve kıdem tazminatlarının bir fon tarafından yönetilmesi kararlaştırılmıştır. Avusturya'da çalışanların kıdem tazminatları bir havuzda değil, kendileri adına açılan bir hesapta birikmekte ve değerlendirilmektedir. Böylelikle işçinin hesabında biriken fona ne devlet ne de işverenler dokunamamaktadır. İşçi, fonda biriken parasını eğer işgücü piyasasından çıkarsa ya da emekli olursa alabiliyor.

Kuşkusuz Türkiye ile Avusturya arasında farklılıklar bulunmaktadır. Ancak, bu farklara rağmen Avusturya modelinden yararlanılabileceğini düşünüyor ve konunun taraflarını bu modeli tartışmaya davet ediyoruz.

ASO MECLİSİ



**Ankara Sanayi Odası
Meclis Toplantısı**

24 Kasım 2010

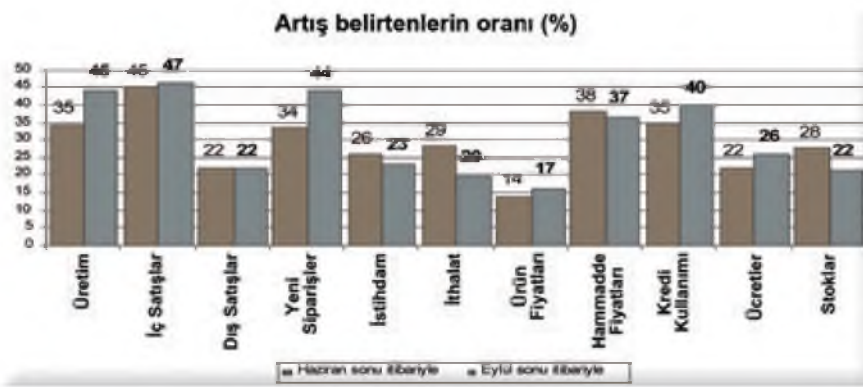
İşsizlikle mücadelede işgücünün niteliğini yükseltmek büyük önem taşımaktadır



NURETTİN ÖZDEBİR
ASO YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Sayın Başkan, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin çok değerli ve çalışkan Başkanı, Odalar ve Borsalar Birliğimizin Başkan Vekili ve Ankara Ticaret Borsamızın Başkanı, değerli Meclis üyeleri, basınımızın seçkin temsilcileri; hepimizi şahsım ve Ankara Sanayi Odası Yönetim Kurulu adına saygıyla selamlıyorum.

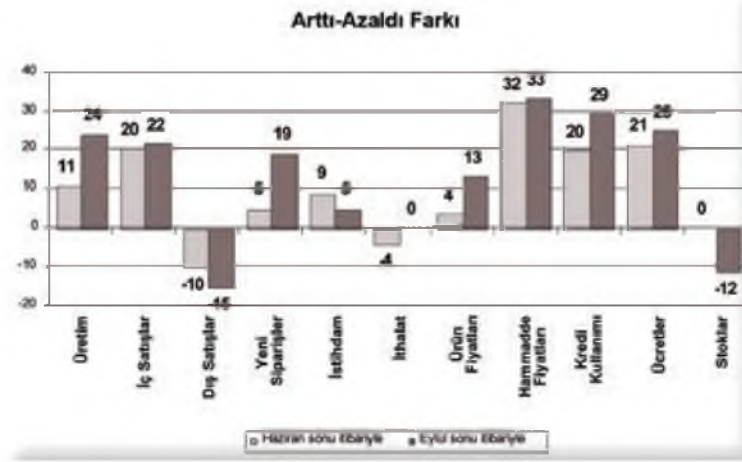
Değerli Meclis üyeleri, konuşmama üyelerimiz arasında yaptığımız anketin Eylül sonuçlarını değerlendirerek başlamak istiyorum. Anket sonuçları, Ankara sanayiinde toparlanmanın yılın 3. çeyreğinde de güçlü bir biçimde devam ettiğini göstermektedir.



Üyelerimiz arasında yaptığımız anketin Eylül sonuçları, Ankara sanayiinde toparlanmanın yılın 3. çeyreğinde de güçlü bir biçimde devam ettiğini göstermektedir.

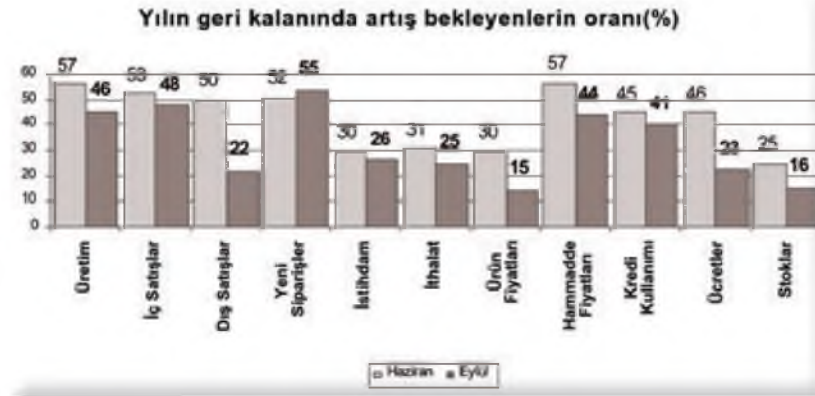
Haziran anketine göre, Eylül anketinde artış belirtenlerin oranı; üretimde yüzde 34,5'ten 45'e, yeni siparişlerde yüzde 34'ten yüzde 44'e, kredi kullanımında yüzde 35'ten

yüzde 40'a yükselirken, stoklarda yüzde 28'den yüzde 22'ye gerilemiş, dış satışlarda artış belirtenlerin oranında ise bir değişiklik olmamıştır.



Haziran anketine göre, Eylül anketinde artış belirtenlerle azalış belirtenler arasındaki fark; üretimde 11 puan dan 24'e, yeni siparişlerde 5'ten 19'a, kredi kullanımında 20'den 29'a yükselirken, dış satışlarda bu fark 5 puan daha düşerek eksi 10'dan eksi 15'e gerilemiştir. Kredi kul-

lanımındaki artış belirtenlerin oranındaki yükseliş, finansal darboğaz içerisinde olan üyelerimizin oranında geçen yılın Eylül ayına göre yaklaşık 7 puanlık bir düşüşe yol açmıştır. Bu memnuniyet verici bir gelişmedir.



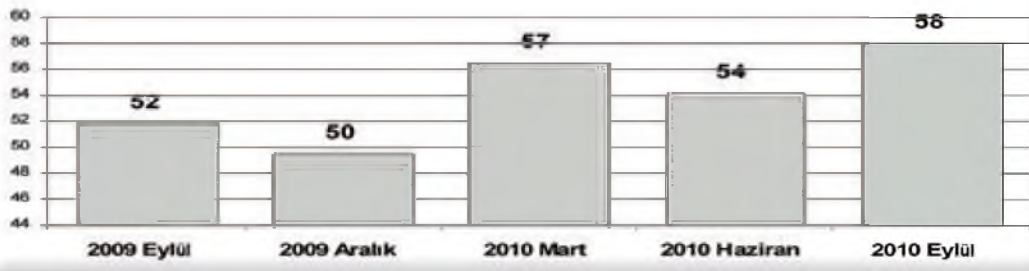
Yıl sonuna yaklaşıyoruz ve beklentilerin önemli bir bölümü de gerçekleşmiş durumdadır. Ancak dış satışlardaki beklentilerin de olumsuzluğa dönüşmesini hafife almamak gerekir. Üyelerimizin ihracat performansında bir bozulma vardır. Üyelerimizin çoğu artan maliyetlerin kâr marjlarını sıfıra yaklaştırdığını, hatta zararına ihracat yapmak zorunda kaldıklarını ifade etmektedirler. Bu durumun sürdürülemez olduğu açıktır.

İhracat ve sanayi üretimindeki gelişmeler, TL'deki değerlenmenin sanayimiz üzerindeki baskısının giderek arttığını göstermektedir. İşte ben buna "SANAYİSİZLEŞME" diyorum. Dünyada herkes parasının değer kazanmasını engellemek için tedbirler alırken, bizim TL'deki değerlenmeyi kayıtsızlıkla izlememiz doğru değildir. Bu süreç devam ederse sanayimizdeki kan kaybı devam edecek. Nasıl ki Osmanlı İmparatorluğu döneminde ucuz İngiliz malları sanayimizi ve ekonomimizi çökertmişse, şimdi de ucuz Çin malları sanayimizi çökertecektir. Bu konuda Hükümet mutlaka tedbir almalıdır.

Yılın geri kalan bölümüne baktığımızda, Haziran anketine göre artış bekleyenlerin oranı; üretimde yüzde 57'den 46'ya, dış satışlarda yüzde 50'den 22'ye, kredi kullanımında yüzde 45'ten 41'e, stoklarda yüzde 25'ten 16'ya gerilemiştir. Oranlardaki bu düşüşü normal karşılamak gerekir. Ne de olsa yıl sonuna yaklaşıyoruz ve beklentilerin önemli bir bölümü de gerçekleşmiş durumdadır. Ancak dış satışlardaki beklentilerin de olumsuz dönüşmesini hafife

almamak gerekir. Üyelerimizin ihracat performansında bir bozulma vardır. İhracatın toplam ciro içindeki payı Haziran sonuna göre 2,5 puan, geçen yılın Eylül sonuna göre ise 5 puan düşmüştür. Üyelerimizin çoğu artan maliyetlerin kâr marjlarını sifıra yaklaştırdığını, hatta zararına ihracat yapmak zorunda kaldıklarını ifade etmektedirler. Bu durumun sürdürülemez olduğu açıktır.

Ankara sanayiinde kapasite kullanım oranı (%)



Değerli Meclis üyeleri, Ankara sanayiinde kapasite kullanım oranında Haziran ayına göre 4 puanlık, geçen yılın Eylül ayına göre 6 puanlık bir artış olmuş ve ortalama kapasite kullanım oranı yüzde 58'e yükselmiştir. Özet olarak, Eylül ayı sonu itibariyle Ankara sanayiinde görünüm dış satışlar dışında olumludur.

Toplam sanayi üretimindeki değişim (%)



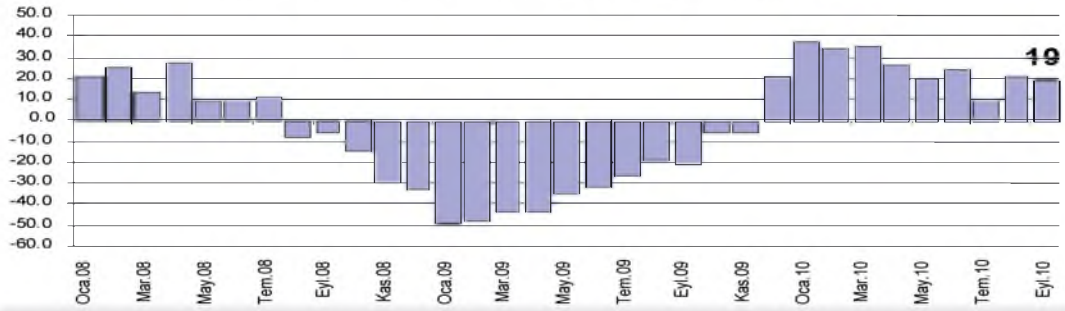


İşsizlik en önemli ekonomik ve sosyal sorun olmaya devam etmektedir. Bu nedenle istihdam üzerindeki yüklerin azaltılması ve işgücü piyasasına esneklik kazandıracak işe alma ve işten çıkarma, özellikle kıdem tazminatı maliyetlerini düşürecek tedbirler mutlaka alınmalıdır.

Değerli Meclis üyeleri, Eylül ayında ülkemizde toplam sanayi üretimi, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 10,4 artmıştır. Takvim etkisinden arındırılmış endeks geçen yılın aynı ayına göre, yüzde 12,9 artarken, mevsim ve tak-

vim etkilerinden arındırılmış endeks ise bir önceki aya göre binde 4 azalmıştır. Bu veriler, sanayi üretim artış hızında bir yavaşlamaya işaret etmektedir.

Yatırım malları üretimindeki değişim (%)



Diğer yandan yatırım malları üretimindeki artış devam etmektedir. Eylül ayında yatırım malları üretimi geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19 artmıştır. Bu durum reel kesimde iyimserliğin korunduğunu ve yatırım yapma isteğinin devam ettiğini göstermektedir.

| Sanayi Ciro Endeksi | | | | |
|---------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| ANA SANAYİ GRUPLARI | Eylül 2010 | | Eylül 2009 | |
| | Yıllık Değişim (%) | Aylık Değişim (%) | Yıllık Değişim (%) | Aylık Değişim (%) |
| Ara Mali İmalatı | 25,6 | 0.1 | -20.4 | -2.7 |
| Dayanıklı Tüketim Mali İmalatı | 2.1 | 1.7 | -6 | 6.9 |
| Dayanaksız Tüketim Mali İmalatı | 13.2 | -8.1 | -4.1 | -6 |
| Enerji | 8.9 | -12.1 | -23.8 | -14.3 |
| Sermaye Mali İmalatı | 1.7 | 12.8 | 4.3 | 31.4 |

Sanayideki ciro ve siparişler de artmakla birlikte, artış hızları yavaşlamaktadır. Sanayi ciro endeksi 2010 yılı Eylül ayında yüzde 15,2 artmış, bir önceki aya göre ise yüzde

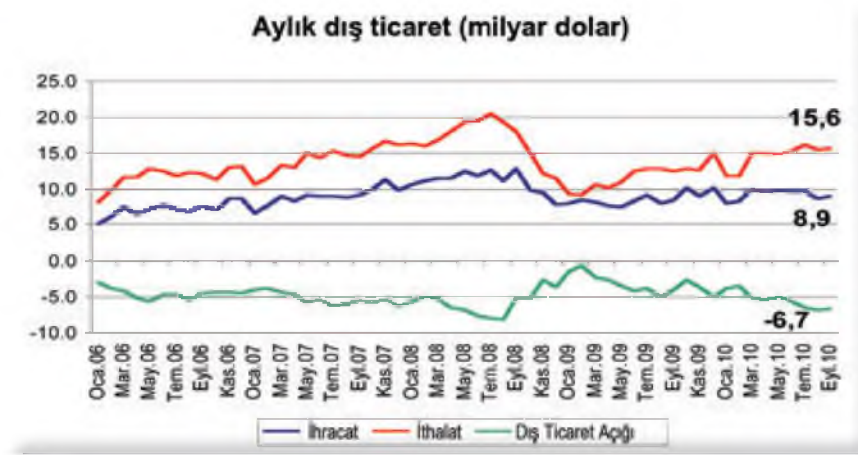
1,3 azalmıştır. Eylül ayında bir önceki yılın aynı ayına göre cirolar; madencilik ve taş ocakçılığında yüzde 13,4, imalat sanayinde ise yüzde 15,3 artmıştır.

| Sanayi Sipariş Endeksi | | | | |
|---------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| ANA SANAYİ GRUPLARI | Eylül 2010 | | Eylül 2009 | |
| | Yıllık Değişim (%) | Aylık Değişim (%) | Yıllık Değişim (%) | Aylık Değişim (%) |
| Ara Mali İmalatı | 31,1 | 6.1 | -25.2 | -0.3 |
| Dayanıklı Tüketim Mali İmalatı | 5.6 | 1.3 | -13.3 | 8 |
| Dayanaksız Tüketim Mali İmalatı | 11.6 | 2.1 | -1.1 | 1 |
| Sermaye Mali İmalatı | 11.5 | 21.7 | 1.1 | 3 |

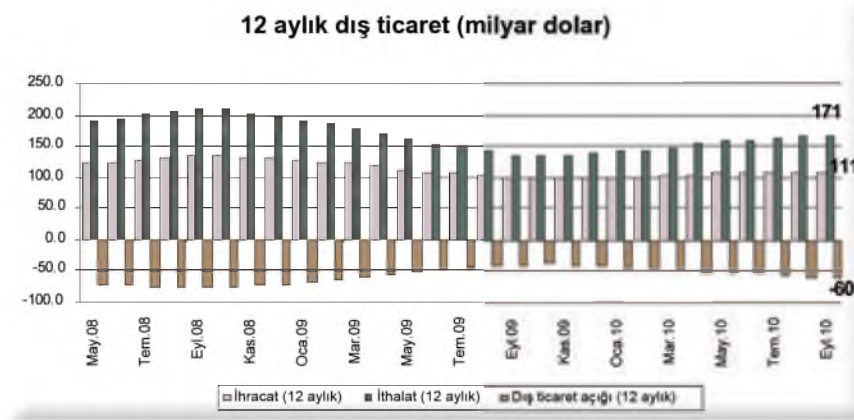
Sanayi sipariş endeksi Eylül ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 19,6, bir önceki aya göre ise yüzde 8,2 artmıştır. Ana sanayi grupları sınıflamasına göre Eylül ayında ciroda ve siparişlerde en yüksek artış ara mali imalatında görülmüştür. İmalat sanayi alt gruplarında en yüksek ciro ve sipariş artışı, bilgisayarların, elektronik ve optik ürünle-

rin imalatında gerçekleşmiştir. Bu sektördeki sipariş artışının yüzde 80'i aşmış olması da reel kesimde iyimserliğin devam ettiğini teyit etmektedir. Çünkü bu sektör, yeni iş yeri sayısındaki artışta öncü bir gösterge niteliği taşımaktadır.

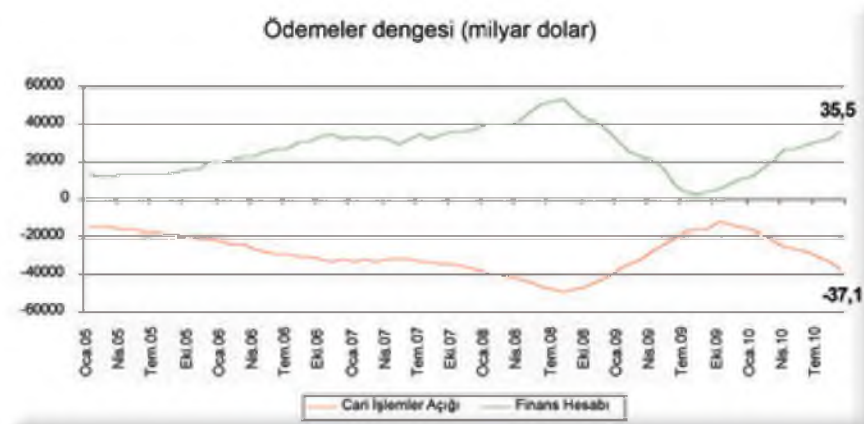
Biz mikro reformları geciktirdikçe başka ülkeler bizi geçiyor. Doing Business 2011 raporuna göre, Türkiye iş yapma kolaylığında 2010 yılına göre 5 sıra gerileyerek 65'nci sıraya düşmüştür. Yani 5 ülke daha rekabette bizi geride bırakmıştır.



Değerli Meclis üyeleri, Eylül ayında ihracat yüzde 5,5 artarak 9 milyar dolar, ithalat ise yüzde 25 artarak 16 milyar dolar oldu. Aynı dönemde dış ticaret açığı 4 milyar dolardan 6,7 milyar dolara ulaştı. Geçen yıl yüzde 68 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı, bu yıl yüzde 57'ye geriledi.



Bu gelişmeler sonucunda 12 aylık dış ticaret açığı Eylül sonunda 60 milyar doları bulmuş, cari işlemler açığı da 37 milyar doları aşmıştır.

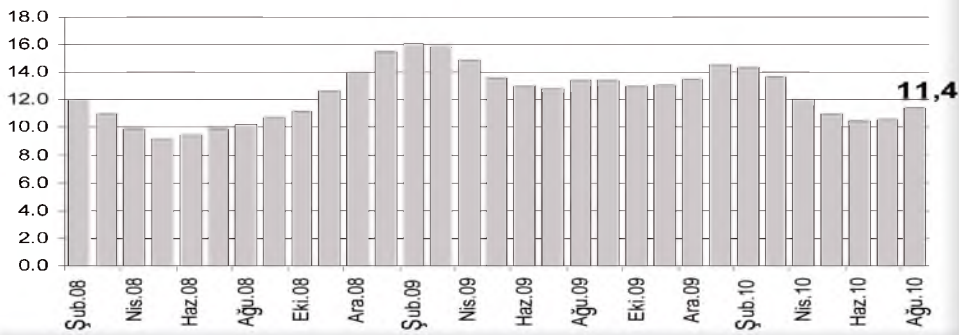




Değerli Meclis üyeleri, ihracat ve sanayi üretimindeki gelişmeler, TL'deki değerlenmenin sanayimiz üzerindeki baskısının giderek arttığını göstermektedir. Abant'taki toplantıda değerli bir sanayicimiz, önceleri cirosunun yüzde 80'ini kendi üretimi oluştururken, şimdi ise yüzde 70'ini Çin'den ithal ettiği ürünlerin oluşturduğunu ifade etmişti. İşte ben buna "SANAYİSİZLEŞME" diyorum. Dünyada herkes parasının değer kazanmasını engellemek

için tedbirler alırken, bizim TL'deki değerlenmeyi kayıtsızlıkla izlememiz doğru değildir. Bu süreç devam ederse sanayimizdeki kan kaybı devam edecek. Nasıl ki Osmanlı İmparatorluğu döneminde ucuz İngiliz malları sanayimizi ve ekonomimizi çökertmişse, şimdi de ucuz Çin malları sanayimizi çökertecektir. Bu konuda Hükümet mutlaka tedbirler almalıdır.

İşsizlik Oranı (%)



Değerli Meclis üyeleri, Birleşmiş Milletler tahminine göre 2009 yılında dünyadaki işsiz sayısı 212 milyondur. Bu sayı, küresel işgücünün yüzde 6,6'sına karşılık geliyor. 2009'da bizdeki işsiz sayısı 3,4 milyon, işsizlik oranı ise yüzde 14'tür. Ekonomik toparlanmayla birlikte işsiz sayısında ve işsizlik oranında bir düşüş yaşanmıştır. Ağustos döneminde işsizlik oranı, geçen yılın aynı dönemine

göre 2 puan düşerek yüzde 11,4, işsiz sayısı da 458 bin kişi azalarak 2 milyon 971 bin kişiye düşmüştür. Ancak, işsizlik oranındaki bu düşüş bizleri yanıltmamalıdır. Mevsim etkilerinden arındırılmış verilere baktığımızda, istihdamdaki gelişmelerin pek olumlu olduğunu söyleyemeyiz. İşsizlikle mücadelede yeni tedbirler alınmazsa işsizlik oranlarındaki düşüşün hız kesmesi, hatta işsizliğin

artması mümkündür. İşsizlik en önemli ekonomik ve sosyal sorun olmaya devam etmektedir. Bu nedenle istihdam üzerindeki yüklerin azaltılması ve işgücü piyasasına esneklik kazandıracak işe alma ve işten çıkarma, özellikle kıdem tazminatı maliyetlerini düşürecek tedbirler mutlaka alınmalıdır. Her ne kadar işsizlik yüksekse de iş yerleri nitelikli eleman sıkıntısı çekmektedir. Bu nedenle işsizlikle mücadelede işgücünün niteliğini yükseltmek büyük önem taşımaktadır.

Sayın Başkanım, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği öncülüğünde istihdamı ve işgücü niteliğini arttırmak için yaptığınız çalışmaları büyük bir memnuniyetle izliyoruz. Bu vesileyle, işletmelerin ihtiyaç duydukları nitelikte eleman yetiştirilmesi amacıyla ve yakında devreye girecek olan UMEM BECERİ 2010 Projesi hakkında gelişmeleri

projenin sahibinden dinlemeyi tercih ederiz. Bu arada 19 ilde pilot olarak başlatılan bu çalışmada Ankara ilinde de Odamız görevlendirilmiştir. Bununla ilgili Pazartesi günü Odamızda çevre illeri de ihtiva eden bir toplantı yapacağız. TEPAV'dan gelen arkadaşlarımız da konu hakkında bilgilendirilecek. Farkındalığı artırmak için çok geniş bir katılımcı kitlesi davet ettik.

Değerli Meclis üyeleri, biz mikro reformları geciktirdikçe başka ülkeler bizi geçiyor. Doing Business 2011 raporuna göre, Türkiye iş yapma kolaylığında 2010 yılına göre 5 sıra gerileyerek 65'nci sıraya düşmüştür. Yani 5 ülke daha rekabette bizi geride bırakmıştır. 2011 raporunda iş yapma kolaylığındaki karnemizdeki bozulmanın nedenlerini tabloda görebiliyoruz.

| | 2011 sıralaması | 2010 sıralaması | Sıralamadaki değişim |
|---------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|
| İşe başlama | 63 | 56 | -7 |
| İnşaat izinleri | 137 | 133 | -4 |
| Tapu kaydı | 38 | 35 | -3 |
| Kredi alma | 72 | 69 | -3 |
| Yatırımcıların korunması | 59 | 57 | -2 |
| Vergilerin ödenmesi | 75 | 73 | -2 |
| Uluslararası ticaret | 76 | 72 | -4 |
| Sözleşmelerin uygulanması | 26 | 25 | -1 |
| İşyeri Kapatma | 115 | 119 | 4 |

2010 yılına göre işe başlamada 7 sıra, inşaat izinlerinde 4 sıra, tapu işlemlerinde 3 sıra, kredi alma kolaylığında 3 sıra, yatırımcıların korunmasında 2 sıra, vergilerin ödenmesinde 2 sıra, uluslararası ticaret kolaylığında 4

sıra, sözleşmelerin uygulanmasında 1 sıra gerilerken, işyeri kapatma kolaylığında 4 sıra yükselmişiz. Ama genel olarak iş yapma kolaylığında 5 sıra gerilemişiz. Bu gerilemenin temelinde yapısal reformlardaki gecikme yatmak-



Kamuya olan borçların yeniden yapılandırılmasına ilişkin uzunca bir süredir dile getirdiğimiz talebimize Hükümetten olumlu cevap gelmiş ve "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Kanun Tasarısı" açıklanmıştır. Tasarırı olumlu buluyor ve Hükümete teşekkür ediyoruz. Ancak yeniden yapılandırma sürecinin 36 aydan daha uzun tutulması yerinde olacaktır.

tadır. Biz yerimizde sayarken başka ülkeler bizi geçtikleri için geride kalıyoruz. Bu nedenle yapısal reformları geciktirmeden gerçekleştirmemiz gerekmektedir.

Değerli Meclis üyeleri, kamuya olan borçların yeniden yapılandırılmasına ilişkin uzunca bir süredir dile getirdiğimiz talebimize Hükümetten olumlu cevap gelmiş ve "Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına İlişkin Kanun Tasarısı" açıklanmıştır. Tasarırı olumlu buluyor ve Hükümete teşekkür ediyoruz. Ancak, yeniden yapılandırma sürecinin 36 aydan daha uzun tutulması yerinde olacaktır. Bu arada vergisini düzenli ödeyenler için de bir ayrıcalığın yapılması mutlaka gereklidir, bu da bir vicdani sorundur.

Ayrıca Karşılıklar Kararnamesi'nin süresi Mart ayında dolmaktadır. Bu Kararname sayesinde bankalar ödemelerinde sorun yaşayan kredileri yüzdürebilmekteydiler.

Karşılıklar Kararnamesi'nin süresi uzatılmazsa bankalar bu kredileri yüzdüremeyecekler ve sorunlu kredilerin sayısında bir patlama yaşanacaktır. Bu nedenle zaman geçirilmeden Karşılıklar Kararnamesi'nin süresi uzatılmalıdır. Aksi takdirde borçları yeniden yapılandırmanın etkisi çok sınırlı kalacaktır. Gelişmiş ülkelerde ayakta sağlam banka kalmamışken, bizim bankalarımız güçlü mali yapıları ve elde ettikleri kârlarla göz kamaştırmaktadırlar. Bankalara olan borçların da yeniden yapılandırılması için gerekli çalışmalara zaman geçirilmeden başlanılmasını ve bankalarımızın da bu konuda çaba göstermelerini diliyoruz.

Değerli Meclis üyeleri, bugün 24 Kasım "Öğretmenler Günü". Sözlerime son verirken, ülkemizin geleceğinin temellerini atan tüm öğretmenlerimizin Öğretmenler Günü'nü sevgi ve saygıyla kutluyor, Sayın Başkanımıza toplantımıza katıldığı için bir kez daha teşekkür ediyor, hepimizi saygıyla selamlıyorum.

İşsizlik sorununu çözmek istiyorsak Türkiye ekonomisinin büyümeye devam etmesi lazım



RİFAT HİSARCIKLIOĞLU

TOBB BAŞKANI

Ankara Sanayi Odamızın değerli Meclis Başkanı, Başkanlık Divanı, Ankara Sanayi Odamızın çok değerli Yönetim Kurulu Başkanı ve Yönetim Kurulu üyesi arkadaşlarım, değerli Meclis üyesi hemşehrilerim; sizleri şahsım ve Türkiye Odalar Borsalar Birliği Yönetim Kurulu adına saygıyla selamlıyorum.

Öncelikle geç kalmamdan dolayı sizlerden özür dileyeceğim. Ama geç kalırken de aklıma bir fıkra geldi. Güzel bir Temel fıkrası var, onu sizlerle paylaşmak istiyorum.

Temel, Fadime'ye küsmüş, sabah da 5'te kalkacak. Not yazmış; "Fadime 5'te beni uyandır". Notu komodinin üzerine koymuş, yatmış. Sabah kalktığında saatin 8 olduğunu görmüş. Büyük bir telaşla kalkıp komodinin üzerine bir bakıyor ki Fadime'den bir not: "Temel, kalk saat 5" Bizimki öyle olmadı tabii. Trafikten dolayı biraz gecikme oldu. Meclis toplantınızı geç başlattığım için hepinizden özür diliyorum.

Aslında biraz önce Nurettin Başkan, hem Ankara'mızın hem de Türkiye'nin ekonomisiyle ilgili tablolarla çok güzel bir sunuş yaptı, kendisine çok teşekkür ederim. Bu arada Ankara Sanayi Odamızın değerli Yönetim Kurulu Başkanı biliyorsunuz aynı zamanda bütün sanayi odalarımızın konsey başkanlığını yapmakta. Bir nevi Türkiye'deki bütün sanayicilerin başkanlığını yapıyor. Sorunların dile getirilmesi konusunda büyük çaba sarf ediyor. 2 Kasım'da da zaten sanayiciler olarak Sayın Başbakanla yapmış olduğumuz yaklaşık 6 saatlik toplantıda, sanayicilerimizin sorunlarının dile getirilmesinde önyak oldular, kendisine huzurlarınızda ayrıca teşekkür etmek istiyorum.

Ankara sadece bir idari merkez olmanın dışında da bu salonda oturanlar ve bu salonda olanların temsil ettiği kitle olarak -geçen ay fuar açılışında Nurettin Başkan söylediği için- söylüyorum. Ankara'yı Türkiye'nin en büyük ikinci sanayi kenti haline getirilmesi noktasında sizlerin çok büyük katkısı var. İcinizden çıkan bir arkada-

Ankara sadece bir idari merkez olmanın dışında, Ankara'yı Türkiye'nin en büyük ikinci sanayi kenti haline getirilmesi noktasında sizlerin çok büyük katkısı var. İcinizden çıkan bir arkadaşınız olarak sizlerle gurur duyuyorum.

Türkiye'nin ana meselesi işsizliktir. Bunun çözümü de bu salonda oturanların temsil ettiği kitlenin yatırımlarına devam ediyor olmasında yatıyor. İşte Türkiye'nin odaklanması gereken nokta burasıdır. Onun için de Türkiye'nin yatırımlar konusunda yeni bir yol haritasına ihtiyacı var.

şınız olarak sizlerle gurur duyuyor ve sizlerle her zaman beraber olmaktan da büyük memnuniyet duyuyorum.

Biraz önce Nurettin Başkan konuşmasının sonunda söyledi, ben de başında söyleyeyim; bugün 24 Kasım Öğretmenler Günü. Tüm öğretmenlerin Öğretmenler Günü'nü kutluyorum. Ama her şeyin oradan başladığını bilerek öğretmenlerimizi sadece 1 gün anmak yerine, onları 365 gün hatırlayıp hem çalışma standartlarının dünya standartlarına ulaştırılması hem de yaşam standartlarının daha ileriye gitmesi noktasında temennilerimi bildirmek istiyorum.

Ben öncelikle kısaca dünyada acaba neredeyiz o tablodan başlamak istiyorum.

Küresel kriz haritasına baktığımızda, kriz öncesindeki endeksi 100 olarak alırsak 14 ülkenin krizden çıktığını görmekteyiz. Dünyadaki 14 ülke içerisinde Türkiye ilk 12'de yer alıyor. O açıdan büyük memnuniyet duyuyoruz. Hepimiz rekabet ortamı içinde yaşıyoruz. Bizler iş adamları olarak bir taraftan bu memnuniyetimizi dile getirirken, niye bizim önümüzde 12 tane ülke var diye de hayıflanıyoruz. Çünkü bizim hedefimiz var. 2002 Türkiye Odalar Borsalar Birliği Genel Kurulu'nda biz bu hedefi koymuştuk. Şimdi bu hedef, Türkiye'nin hedefi oldu, bundan da büyük memnuniyet duyuyoruz. 2023'te dünyanın ilk 10 büyük ekonomisi içerisinde olmak istiyoruz. Eğer ilk 10 büyük ekonomi içerisinde olmak istiyorsak, bizim önümüzde bulunan ülkeleri geçiyor olmamız lazım. Şimdi önümüze baktığımız zaman, kriz öncesine göre bir puanlık artışla çok şükür krizi atlattığımız ve onun da ötesine geçmiş durumdayız. Ama bizim önümüzde Polonya, Malezya, Güney Kore, Brezilya, Endonezya, Hindistan'ın da olduğunu unutmayalım. Tabii Çin'i ayrı bir kategoride tutuyorum.

Biz bu krizde dünyada ilk 12 ülke arasına girmişken, ekonominin başarısının da farkında olmamız lazım.

Türkiye'nin milli gelir düzeyi itibarıyla baktığımız zaman da kriz döneminde endeksi 100 olarak ele alırsak, bunun üzerine çıkarak, krizden hızla çıktığımızı ve önümüzdeki dönemin bizler için umut vermeye başladığını görmekteyiz. Tabii bu krizden çıkıştaki en önemli unsurun, yurt içi özel tüketim olduğunu görüyoruz. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği olarak biz de bunun farkındaydık. Yani Türkiye'nin krizden çıkışındaki en önemli etken, iç tüketimi canlandırmak olmuştur. Kriz döneminde de hatırlayacaksınız, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ve 365 oda ve borsayla beraber, tüm Türkiye'de 2 tane kampanya yürüttük. "Kriz varsa çaresi var, çare bizde" dedik. "İç tüketimi canlandırmazsak, iç tüketimi ayakta tutamazsak, o zaman krizde en büyük darbeyi yeriz" dedik. Çok şükür bu kampanya ve "Evini Yenile Türkiye" kampanyasıyla beraber herkesin desteğiyle krizi atlattık. Dış dünyada ekonomi daralırken, yapabileceğimiz tek şey iç kaynaklara dönmektir. İç tüketimi de ayakta tutarak bu krizden az etkilenen ve hızla çıkan ülkeler arasına girdik. Fakat bundan sonraki tablo şunu göstermektedir: Özel sektör yatırımlarımız henüz eski seviyesine ulaşmadı, bu kriz sonrası çıkışta bile ulaşmadı. Burada rehavete kapılmamak lazım. Yatırımlar konusunda hala bir miktar sıkıntı var. Türkiye'nin yatırımlar konusunda çok önemli iki tane hedefi var. Bir tanesi, biraz önce Nurettin Bey'in göstermiş olduğu işsizlik tablosu. Türkiye'de her yıl 800 bin genç istihdam nüfusa katılıyor. Türkiye'nin stokunda da yaklaşık 2,6 milyon işsiz varsa, bu iki meseleyi halledilebilmek için Türkiye'nin yatırımlarına devam ediyor olması lazım. İşsizlik sorununun çözümünün tek bir ilacı var. Yatırım! Bugün Türkiye'de bütün anketlerde, bütün kamuoyu yoklamalarında Türkiye'nin en büyük problemi nedir diye sorduğunuzda "işsizlik" cevabı veriliyor. O zaman Türkiye'nin ana meselesi işsizliktir. Bunun çözümü kimde? Bunun çözümü de bu salonda oturanlarda. Bu salonda oturanların ve bu salonda oturanların temsil ettiği kitlenin yatırımlara devam ediyor olması lazım. İşte Türkiye'nin odaklanması gereken nokta burasıdır.

Biz hep şunu iddia ediyorduk: "Vergi oranlarını indirin ki ekonomi kayıt altına girsin." Onlar da bize "Siz kayıt altına girin biz vergi oranlarını indirelim." diyordu. Yani iş yumurta mı tavuktan, tavuk mu yumurtadan çıkar hesabına dönmüştü. Ama görüldü ki vergi oranlarını aşağıya çektikçe kayıtlı ekonomi buna paralel artıyor. Kayıtlı çalışmayı istiyorsak muhakkak ödenebilir makul ölçüde vergi oranlarını koyuyor olmamız, bunun yanı sıra kayıtlı ekonomiyi de teşvik ediyor olmak lazım. Bunlar birbirinden ayrılmaz bir bütün. Demokrasinin gelişebilmesinin yolu ancak kayıtlı ekonomiyle mümkün olabilir.

Yani başındaki insan mutsuzsa sizlerin ve bizlerin mutlu olabilmesi mümkün mü? Biz "komşusu açken tok yatan bizden değildir" kültüründen geliyoruz. Şimdi Türkiye'de 2,6 milyon kişi işsizken, her yıl 800 bin genç istihdam nüfusa katılırken bizim burada gülebilmemiz mümkün değil. Onun için de Türkiye'nin yatırımlar konusunda yeni bir yol haritasına ihtiyacı var.

Eğer Türkiye yatırımlarına devam ederse ancak zenginleşebilir. İşte zenginleşebilmenin yolu da ilk 10 büyük ekonomi arasına girmektir. Bunu istiyorsak, rehavete kapılmadan Türkiye olarak yatırımlara devam ediyor olmamız, yatırımları özendirip doğru yönlendirmelerle ortaya çıkartıyor olmamız lazım. Biraz önce Nurettin Başkan'ın da gösterdiği tabloda gördüğümüz gibi, sanayi sektörümüz bu krizde en büyük darbeyi yiyen sektör olmuştur. Halen sanayi sektörümüz, sanayi üretiminde kriz öncesi dönemi yakalayabilmiş değil. Ama iş olumluya doğru gidiyor. Burada işin olumluya gitmesinin en önemli sonucu nedir diye baktığımız zaman, orada da bir şey görüyoruz; İstihdam. Bakın Türkiye'de sanayi sektörü yukarıya doğru çıktığı zaman, Türk özel sektörü olarak 2009 Ağustos-2010 Ağustos'u ele aldığımızda son bir yılda 1,1 milyon kişiye istihdam sağlamışız. Bu çok önemli. Biz diyorduk ki "Eğer işsizlik sorununu çözmek istiyorsak Türkiye ekonomisinin büyümeye devam etmesi lazım. Türkiye ekonomisi büyürse işsizlik sorunu kendiliğinden çözülür." Ekonomi ilk iki çeyrekte, ilk birinci yarıya baktığımız zaman yüzde 10'luk bir büyümeyi gerçekleştirerek, dünyada büyüyen iki en önemli ülkeden bir tanesi olmuştur. Bunun yansıması nedir? İşte 1,1 milyon kişiye iş imkânı çıkmıştır. Sorun kimde, çözüm kimde? Çözüm, ekonominin büyümesinde. Ekonominin büyümesi noktasında atılacak her türlü adım

Türkiye'de işsizliği çözecektir. Burada çok önemli bir şey daha var; hem istihdamı arttırmışız hem de Türk özel sektörünün kayıt altına girdiğini de görüyoruz. Bu dönemde kayıtlı çalışmayı arttırmışız. Eskiden yüzde 50'ler civarında dedğimiz kayıt dışı ekonomi, SGK rakamlarına göre şu anda yüzde 30'lar civarına inmiş durumda. Biz hep şunu iddia ediyorduk: "Vergi oranlarını indirin ki ekonomi kayıt altına girsin." Onlar da bize "Siz kayıt altına girin, biz vergi oranlarını indirelim." diyordu. Yani iş yumurta mı tavuktan, tavuk mu yumurtadan çıkar hesabına dönmüştü. Ama görüldü ki vergi oranlarını aşağıya çektikçe kayıtlı ekonomi buna paralel artıyor. Bütün dünyada, bütün ekonomi kitaplarında, vergi kitaplarında yazan konu böyledir zaten. Vergi oranlarını arttırdığın zaman bütün dünyada kayıt dışı artar, vergi oranlarını indirdiğin zaman kayıt altında çalışma artar. Kayıtlı çalışmayı istiyorsak muhakkak ödenebilir makul ölçüde vergi oranlarını koyuyor olmamız lazım. Bunun yanı sıra kayıtlı ekonomiyi de teşvik ediyor olmak lazım. Bunlar birbirinden ayrılmaz bir bütün. Eğer siz vergiyi daha fazla toplayacağız diye vergiye yüklenirseniz, kayıt dışı ekonomiyi de pompalamış olursunuz. Türkiye ekonomide gelişirken demokraside de gelişmek istiyor. Demokraside de 72 milyon olarak dünyada yaşayan insanların en üst standartları neyse bunu yakalamak istiyoruz. Demokrasinin gelişebilmesinin yolu ancak kayıtlı ekonomiyle mümkün olabilir. "Başkan, kayıtlı ekonomiyle demokrasiyi nasıl bağdaştırıyorsunuz" diyebilirsiniz, çoğunuzun aklından da bu geçiyor olabilir. Bakın, demokrasinin sağlıklı gelişebilmesi için tek bir nokta vardır: Demokrasi aslında vekâlet verdiklerinizden hesap sorabilir. Siz insanlara bizi yönet diye belirli süreyle geçici vekâlet verirseniz. Bu insanlardan da bu süre içerisinde

hesap sorarsınız. Peki, kayıt dışı ekonominin olduğu yerde hesap sorabilmeniz mümkün mü? Soruyorum size şimdi, hesap sorabilmeniz mümkün mü? Ben neredeyse Türkiye'deki bütün vergi ödül törenlerine katılıyorum. O salonlarda sadece meclis değil, bakanlarımız, o ilin tüccarları, sanayicileri de var. Herkesin huzurunda soruyorum: Arkadaş, şu defterini getir dedikleri zaman ayağı titremeden defterini götüreceksin bu salonda kaç kişi var? Bin kişinin olduğu salonda maksimum 10 kişiyi gördüm bugüne kadar. Efendim, o da mı yanlış söylüyor? Neyse, onların doğru olduğunu kabul edelim, 10 kişi titremeden götürürüm diyor. Bakın Türkiye'nin gerçeği bu. O zaman da diyorum ki: Peki arkadaş, bu 10 kişi götürdü ama sadece tüccar, sanayici mi defolu? Türkiye'nin en üst makamından en altına kadar bu salonda bürokratlar da var, o bin kişinin olduğu salonlarda, tapuda muamele yapmış bir kişi hesabını verebilir mi diye soruyorum. O 10 kişi de kalmıyor o zaman. Bu nasıl bir sistem peki? Nasıl bir sistemsizlik?

Demokrasi en çok bize lazım. Gelişmek istiyorsak demokrasinin standardını en üst seviyeye getirmemiz lazım. Demokrasiyle ekonomi birbirine bağlı. Alım-satım olmazsa, siz üretmezseniz, almazsanız, satmazsanız vergi olur mu? Vergi nasıl doğuyor? Sen üretiyorsun, alıyorsun, satıyorsun vergi öyle doğuyor. Peki, sen verdiğin kaynağın nasıl harcandığıyla ilgili hesap sorabiliyor musun? Sorabilecek bir babayiğit var mı? Bırakın onu; Avrupa Birliği standartlarında Türkiye Büyük Millet Meclisi 72 milyona büyük bir hak verdi; vatandaşlık bilgi edinme hakkı. Hepiniz internet üzerinden vatandaşlık kimlik numaranızı vererek istediğiniz yere, kamu otoritesine hesap sorabilirsiniz. Size de 15 gün içinde cevap vermek durumundalar. Şimdi gazetecilerin -doğrusu yanlış olanların- bir haberini aktarmak istiyorum. Yine kamuda çalışan hesap vermesi gereken birisi, bir başka kamu idaresine kafayı takmış. Vatandaşlık bilgi edinme hakkı çerçevesinde soruyor: Bunu niye böyle yaptın di-

yor. 15 gün içinde cevap alıyor. Aynı yere bir daha soruyor 15 gün içinde bir daha cevap alıyor. Üçüncü kez sorduğu zaman adamın tayini Ankara'dan Erzurum'a çıkıyor. Hesap vermesi gerekenin tayini çıkıyor. Hadi bakalım babayiğitsen sen de hesap sor bakalım. Sorabilecek var mı? Yok. Türkiye Cumhuriyeti'nde en çok kayıtlı ekonomiyi isteyecek yer neresi? Bu salonda oturanlar, sizler olmanız lazım. Çünkü harcanan para sizin paranız haberinizi olsun. O zaman kayıtlı ekonomiyi en çok sizin ve bizim istiyor olmamız lazım. Sizlerin başkanı olarak Türkiye'de kayıtlı ekonominin artırılmasını en çok isteyen benim.

Biraz önce yine Nurettin Başkan çok güzel ifade etti, artan ithal bağımlılığı son 5 ayda sanayi üretimimizdeki artışı sınırlandırdı. Kendisi sanayi üretim endeksinde mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış vaziyette dediği zaman artan hız, krizle beraber yukarıya doğru hareket eden hız, son 5 aydır yerinde sayar noktaya geldi. Bu aslında hepinizin, hepimizin dikkatini çekmesi gereken noktadır. İthalat artışı, özellikle son dönemde artan ithalat, sanayimizdeki büyümeyi durdurma noktasına getirdiğinin en somut göstergesi.

Nurettin Başkan, ihracatta sıkıntılarımız var dedi. Doğru. İthalat artışı ihracat artışının çok üstünde. Karşılama oranı da aşağıya doğru iniyor. Bu bize neyi getiriyor? Sıcak para girişini arttırıyor. Bu da bizde ne problem yaratıyor? Bu, Türk lirasının değerlenmesini ortaya çıkarıyor. Sanayiciler olarak böyle bir ikilemin içindeyiz. Bir taraftan ithalat artıyor, bir taraftan Türkiye'ye sıcak para girişi artıyor. Bu ithalatın karşılanabilmesi için burada tek sorunun yalnız döviz kurunda olmadığı da ortaya çıkıyor. İçimizden çıkan Ankara Sanayi Odamızın Başkanlığını yapmış, hepimizin gururu olan Sayın Zafer Çağlayan zaten Dış Ticaretten Sorumlu Bakan olarak döviz kurunun mücadelesini veriyor. Ama tek sorun döviz kurundaki değerlenmede değil. Bakın, Merkez Ban-

Bugün sadece Türkiye'de değil, bütün dünyada kur savaşları konuşuluyor. Bu kur savaşlarının sonucu ne olacak? Dünyada değerlenen paradan sadece biz şikâyetçi değiliz. Bu aslında bir kur ticaret savaşısıdır, bunu aklımızdan çıkartmayalım. Yani bu sadece Türkiye üzerinde oynanan oyun değil, dünyadaki diğer ülkelerin üzerinde de oynanıyor.



kası bağımsız dedik, Merkez Bankasına müdahale edilemiyor dendi, peki bunu anladık. Bakıyoruz son dönemde 2009'dan bu yana döviz kurundaki TL değerlenmesi yüzde 12 aleyhimize çalışmış ama su fiyatları yüzde 15 artmış, elektrik yüzde 40 artmış. Bir tek düşüş doğal gazda olmuş, yüzde 30 düşme var. Benzin yüzde 28 artmış, LPG yüzde 17 artmış, mazot yüzde 35 artmış, brüt ücretler yüzde 19 artmış. Biraz önce kârsızlıktan bahsedildi. İşte sorun burada, kârsızlığın göstergesi burası. Siz yurt dışında fiyatlarınızı arttıramıyorsunuz, tam tersine yurt dışında piyasalarda daralma var. Ben ancak fiyatla rekabet edebileceğim döviz kurundan darbe yiyorum, öbür taraftan bütün girdiler itibarıyla yine darbe yiyorum. Onun için hiç olmazsa maliyetlerimizin üzerindeki etkileri azaltacak tedbirlerin alınması gerekiyor. Bu bizim için çok önemli. Önümüzdeki dönemde Amerika Birleşik Devletleri para bastıkça sıcak para girişi

artacak değerli arkadaşlar. Bunun için önlem alıyor olmamız lazım. Bugün artık ne konuşuluyor? Kur savaşları konuşuluyor. Sadece Türkiye'de değil, bütün dünyada konuşuluyor. Bu kur savaşlarının sonucu ne olacak? Güney Kore'de yapılan G-20 toplantısında bir sonuç alınacağı bekleniyordu ama buradan da bir sonuç çıkmadı. Sıcak para girişi yurt içi tüketimin canlanmasına, kredi büyümesine ve vergi gelirlerinin artmasına neden oluyor; aynı zamanda bize vurmuş olduğu bir darbe de döviz kurlarında gerilemeye sebebiyet vermesidir. Dünyada değerlendirilen paradan sadece biz şikâyetçi değiliz. Bizim gibi Brezilya, Güney Afrika, Tayland, Güney Kore gibi ülkeler de aynı şekilde şikâyetçi. Bu aslında bir kur ticaret savaşlarıdır, bunu aklımızdan çıkartmayalım. Yani bu sadece Türkiye üzerinde oynanan oyun değildir, dünyadaki diğer ülkelerin üzerinde de oynanıyor.

Artık devir şu: "Sürekli reform". Bakın dünyada artık firmalar rekabet etmiyor. Ne olur aklınızda çıkartmayın, ülkeler yatırım ortamıyla ilgili birbiriyle rekabet ediyor. Bizim kültürümüzde çok güzel bir söz var: "Dün dün de kaldı cancağımız, bugün yeni şeyler söylemek lazım." Artık dünkü yaptığın dün de kaldı, sen yarın ne yapacaksın? Bu işimizde de böyle, ülke yönetiminde de böyle olmalı.

Peki, sıcak para niye Türkiye'ye geliyor? Bunu hepimiz biliyorsunuz herhalde değil mi? Şimdi sıcak paranın Türkiye'ye girişinin nedeni, Türkiye'deki getirisinin yüksek olması. Amerika Birleşik Devletleri o paraya yüzde 2 faiz verirken sen Hazine olarak yüzde 8 verirken, sana gelir arkadaşım. Para bir saniyede dünyanın o ucundan bu ucuna kayıyor. Peki, sıcak para girdikçe ne oluyor? Bizim TL değerleniyor. Merkez Bankası döviz satın almaya başlıyor. Peki, bu giden yüzde 8 hazine faizi getirisi kimin cebinden gidiyor? Bu salonda oturanların cebinden gidiyor. Bunun için ülke olarak hep beraber tedbir alıyor olmamız lazım. Yapılması gereken çok iş var. Bugün diyoruz ki -bununla gurur duyuyoruz- Türkiye dünyanın 16. büyük ekonomisi, öyle mi? Ama Birleşmiş Milletler İnsani Gelişim Endeksi'ne baktığımız zaman Türkiye 155 ülke içerisinde 126. sırada. İş yatırım ortamında 65. sıradayız. Uluslararası Rekabet Endeksi'nde 133 ülke içerisinde 61. sıradayız. Yani 16. büyük ekonomiye bu sıralamaların hiçbirisi yakışmıyor arkadaşlar. Peki,

bunların düzeltilebilmesi için ne lazım? İki tane tedbirin getiriliyor olması lazım. Bunlardan bir tanesi makro, ikincisi mikro ekonomik tedbirlerdir. Bizim gençliğimizde sol cenahta şöyle bir söylem vardı, "sürekli devrim" denirdi. Artık devir şu, bakın unutmayın: "Sürekli reform". Ülkeler birbiriyle rekabet ediyorlar. Dünyayı gezen Başkanınız olarak söylüyorum. Hatırlayacaksınız bizim Kurumlar Vergisi yüzde 55'ler seviyesinden yüzde 20'lere indi. Biz de her tarafta bunu gururla anlatıyoruz. Bize yatırıma gelin, yüzde 20'ye indi diyorum. Slovakya Odalar Birliği Başkanı beni ziyarete geldi. Ben de ona Türkiye'nin ne kadar cazip olduğunu anlatıyorum. "Bizde Kurumlar Vergisi yüzde 20" diyorum, "Doğru, sizde yüzde 20 olduğunu biz biliyoruz" dedi. "Nereden biliyorsun arkadaş" dedim. "Siz yüzde 30'dan yüzde 20'ye indirince bizimkiler de 19,5'a indirdi" dedi. Bakın dünyada artık firmalar rekabet etmiyor. Ne olur aklınızda çıkartmayın, ülkeler yatırım ortamıyla ilgili birbiriyle rekabet ediyor. Ben bunu duyunca hayret ettim. Biz 20'ye indirdik diye



19,5'a indirmişler. Artık bizim öyle "bunu yaptık işimiz bitti" demememiz lazım. Hani bizim kültürümüzde çok güzel bir söz var: "Dün dün de kaldı cancağımız, bugün yeni şeyler söylemek lazım." Artık dünkü yaptığın dün de kaldı, sen yarın ne yapacaksın? Bu işimizde de böyle, ülke yönetiminde de böyle olmalı.

Bir şeyi de unutmayalım. Burada genel olarak kanaat şudur: Seçim olduğu dönemde yapısal tedbirler alınamaz, reformlar yapılamaz diye. Bakın aklınızdan çıkartmayın, 2015'e kadar biz seçim sarmalına girdik. Neredeyse her yıl seçim var. Onun için sakın ha sakın bu salonda oturanlara söylüyorum, siyasete odaklanırsanız hepimiz kaybederiz. Türkiye'nin gündemini ekonomi üzerine oturtuyor olmamız lazım. Ekonomiyi devamlı sıcak tutmak lazım. Devamlı sıcak tutamazsak, sizin sorunlarınız çözülemez ve kötüleşme artarak devam eder. Ondan sonra da şikâyet etmeye devam ederiz. Unutmayalım, 2015'e kadar her yıl seçim var. Seçimle yaşamayı öğreneceğiz, seçimle yaşarken yapısal tedbirlerin alınmasını da talep edeceğiz.

Takip ettiğimiz konulara baktığınız zaman kısa vadede Türkiye'de yapılması gerekenler -ki bunlar hazırlanmış, ekmek hazır, fırına sürülmesini bekliyor- şunlardır: Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu, Hukuk Muhakemeleri Kanunu, Perakende Sektörü Kanunu. Bizim hızla bu dört kanunu -bunlarla ilgili komisyonlar bitmiş, Mecliste Ticaret Kanunu'nun 60 maddesi görüşülmüş, Borçlar Kanunu'nun 50 maddesi görüşülmüş- çıkartmamız lazım. Altyapıyı devlet yapacak ki biz de ilerleyeceğiz.

Bakın mahkeme süreçlerinin hızla işleyeceğiyle ilgili Anayasa değişikliği yaptık. Ama bunun esas altyapısını yapmazsak problemlerimiz halen devam eder. Öyle enteresan ki aynı ilde aynı mahkeme bir kararıyla iki sene sonraki kararı birbiriyle çelişiyor. Böyle bir hukuk olur mu? Hukuk Muhakemeleri Kanunu bunun için lazım. Erzurum'da mahkemenin alacak davasındaki vermiş olduğu kararla, Trabzon'daki mahkemenin verdiği karar birbirine uymuyor. Biz şimdi haksızlığa uğradığımız zaman bunun normal çözüm yeri neresi? Adalete gidip benim hakkımı verin diye talep ediyor olmamız lazım.

Türkiye'nin gündemini ekonomi üzerine oturtuyor olmamız lazım. Siyasete odaklanırsanız hepimiz kaybederiz. Ondan sonra da şikâyet etmeye devam ederiz. Unutmayalım, 2015'e kadar her yıl seçim var. Seçimle yaşamayı öğreneceğiz, seçimle yaşarken yapısal tedbirlerin alınmasını da talep edeceğiz.

Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu, Hukuk Muhakemeleri Kanunu, Perakende Sektörü Kanunu. Bizim hızla bu dört kanunu çıkartmamız lazım. Önümüzdeki dönemde iktidarıyla, muhalefetiyle bunun hızla halledilmesi gerekiyor.

Bunun olmadığını nerede görüyoruz? Karşılıksız çeklerde görüyoruz. Karşılıksız çeklerin ancak yüzde ne kadarı hukuk yoluyla tahsil ediliyor biliyor musunuz? Yüzde 5-6. Düşünebiliyor musunuz? Peki, normal bir devlette nedir? Ben haksızlığa uğradım, nereye gitmeliyim? Devletin işi ne, ne yapacak? Ben haksızlığa uğradım diye gittiği zaman, iki kişiyi de çağırarak, kim haklı kim haksız hızla karar verecek. Ama sistem çalışmıyor. Sistem öyle ki bir tarafta farklı, diğer tarafta farklı karar veriyor. İşte bunların düzenlenmesi lazım. Önümüzdeki dönemde iktidarıyla, muhalefetiyle bunun hızla halledilmesi gerekiyor. Türkiye'nin ekonomiye odaklanması lazım. Türkiye'nin siyasetle, seçimle yaşayacağını unutmayıp bu dört ana meseleye, hazır olan bu meseleye odaklanıyor olması lazım. Bunlar çıktıktan sonra bitecek mi? Bitmeyecek. Daha isteyeceklerimiz olacak.

Mesela gecikme faiz oranlarının indirilmesi. Burada mühş bir haksızlık vardı. Geciktiğiniz zaman devlet, tefeci faizinin üzerinde bir faiz uygulaması yapıyordu. 1 yıllık ortalaması yüzde 35'lere ulaşıyordu. Bunu makul seviyelere indirdiler. Ben bunu şöyle söyledim, burası dost meclisi olduğu için söylüyorum: Dedim ki yahu arkadaş, bu kanunları, bu faizleri yazanlar, maalesef bir gün almamış, satmamış, tezgâhın başında durmamış insanlar. Zannediyorlar ki sizin SGK'ya borcunuz var, kasada parayı hazır tutacaksınız. Bir tüccar, bir sanayici, kasada parayı hazır tutar mı? Benim Kurumlar Vergisi borcum var, SGK'ya borcum var, kasada param dursun. Hiç böyle bir tüccar, sanayici gördünüz mü? Son dakikaya kadar ben paramı kullanırım arkadaş, son dakikaya kadar. Paramı kullanmazsam, zaten zarar ederim. Şimdi son gün geldiği zaman, alacağım bir gün gecikebilir, ben ödeyeceğim zaman da bir gün gecikebilirim. Geciktiğim zaman yüzde 35 faiz. Tefeci faizinin üstündeydi, çok şükür şimdi bunu normal seviyelere getirdiler. Biraz önce Nurettin Başkan'ın söylediği gibi bütün iş dünyası olarak taleplerimiz doğrultusunda Hükümetimiz vergi ve prim borçlarının yeniden yapılandırılması çalışmalarını bitirdi.

Çok kısa sürede inşallah bu gerçekleşecek. Tabii buna bağlı olarak bir şey çok önemli. Burada Sayın Özdebir de bunu ifade ettiler. Vergi ve prim borçlarını düzenli ödeyenlerin de ödüllendirilmesi çok önemli değerli kardeşlerim. Yani bir tarafta krizde işinde mağduriyet yaşamış olan insanın önünü açacağız ama diğer tarafta da her şarta rağmen, adam belki vergisini ödeyeceğim diye gayrimenkulünü sattı, devlete olan yükümlülüklerini dakikasınca yerine getirdi. Onu da devletin ödüllendiriyor olması lazım. Eğer başarılı olan, görevini zamanında yerine getireni de ödüllendirmez isek, o zaman o da yarın ödeyemeyenlerin içine girer. Bunu biz işletmelerimizde yaşıyoruz. Başarılı olan bir çalışanı teşvik etmezsek, onun başarısı bir sonraki ay, bir sonraki sene düşer, düşmüyor mu? Başarılı olanı ödüllendireceksin. Ona ödülünü vereceksin ki öbürü de bu ödülü alayım diye bir dahaki döneme bu şekilde hazırlansın. Bununla ilgili çalışmalarımız devam ediyor. Maalesef Sayın Başbakan'a bunu üç sefer genelge yayınlatmama rağmen, kanunlarda yeri olmasına rağmen, Avrupa Birliği müktesebatına uygun olmasına rağmen kamu alımlarında yerli üretime getirilen yüzde 15 fiyat avantajı halen yürürlüğe girmedi. Ne gariptir ki ben bunu anlayamıyorum. Sayın Başbakanın üç sefer genelge yayınlamasına rağmen bürokratlar bunu uygulamıyor. Kimi kime şikâyet edeceğim bilmiyorum. Kanunda yeri var, Avrupa Birliği müktesebatında, Gümrük Birliği Anlaşması'na uygun, çünkü hakkı almışız burada. Yani Çin malıyla bizim mal mukayese edildiği zaman yüzde 15 kendi malını tercih edebilmek için kamuya hak vermiş ama bu kullanılmıyor. Bir tane kullanılan numune yer yok. Bütçe disiplinini bozuyorsa o zaman bunu ortadan kaldıracaksın. Bakın, bütçe disiplinini biz bozmuyoruz onu da söyleyeyim. Zaten harcamaları kim finanse ediyor, söyleyin bakayım? Siz finanse ediyorsunuz. Bütçe disiplinine uyulması lazım. Uyulmadıkça vergi olarak bedeli senden çıkıyor. Ben her gittiğim yerde bizimkilere aman diyorum şu devlete harcatmayın. Sen her harcadıkça dönüyor senden alıyor haberin olsun. Ondan sonra benzin pahalı, şu pahalı, bu pahalı diye

şikâyet ediyorsun. Enerji üzerindeki kamusal yüklerin azaltılması ki bu, Ankara Sanayi Odamızın da talebidir hafta sonlarında, tatillerde gece tarifesinin uygulanması ve en önemli noktalardan bir tanesi, sanayi ihracatındaki navlun ve akaryakıt desteğinin sağlanması.

Bakın size garip bir örnek anlatacağım: Afyon'dayım, Afyon'daki mermerciler bana diyor ki Başkanım, Afyon'dan mermeri yükledik, Antalya Limanı'na gönderdik 10 lira; Antalya Limanı'ndan mermeri Çin'e gönderdik 8 lira. Şimdi biz ne yapacağız? Bir taraftan Anadolu'da yatırım yap diye teşvik ediyoruz. O zaman tesislerimize diyeceğiz ki, kardeşim siz limanların olduğu yere yatırım yapın. Çünkü ihracatta gemi taşımacılığında ÖTV'siz akaryakıt olarak senin malın gider. Ama adam hasbeler sanayi tesisini Ankara'ya kurmuş. Şimdi buradan limana kadar gönderme navlunu bedelini kim ödeyecek? Kârsız olarak biz ödeyeceğiz. Dünyadaki en pahalı akaryakıt bizde satılıyor. Şimdi öbür taraftan diyor ki, Ankara'da tesis kur. Peki kurayım. İhracat yap. Yapayım arkadaş. Peki, malı yükledim, Gebze'ye veya Mersin'e gönderdim. Bu pahalılıktan dolayı aradaki bu bedeli kim ödeyecek? Biz ödeyeceğiz! İhracatımızın önündeki en önemli engellerden bir tanesi bu. Böyle bir gariplik olmaz zaten.

Dünyanın en pahalı akaryakıtı bizde olunca ne oluyor peki söyleyin bakayım? Kayıt dışı ekonomiyi teşvik ediyoruz. Her ödediğiniz ve deponuza doldurduğunuz benzinin 35 lirası kendi bedeli, 65 lirası vergi. Ondan sonra yeni bir sektör doğuyor. Yağcılar. Bir yere giderken bir bakıyorsun bilmem ne yağı var. Allah Allah bu yağ ne? Biz keşfedene kadar öğreniyoruz ki onlar katkı maddeleri. Buradan Çorum'a şimdi gidin bölünmüş yoldan, görürsünüz adam yazmış, "ucuz mazot". Fiyatını gidin sorun bakın; rafineri fiyatından daha ucuza mazot var. Zannedersin ki Çorum'da o benzinliğin altında kuyu var, malı çıkartıyor. Arkadaş, hadi bize yükledin, bunu

vatandaş ödedi de öteki taraftan ahlaki bozacak iş yapıyorsun. Bizim insanımızın ahlakının bozuk olduğuna ben inanmıyorum, sistem ahlaki bozuyor.

Bakın size bir örnek daha vereceğim. Şimdi size bir şey soracağım. Çorum'daki o ucuz mazot yatan yer var ya, onun yanındaki benzinlik senin olsun. Sen de rafineriyle çalış bakayım. Bu yanı başındakiyle rekabet edebilir misin söyleyin bakayım? Yatırım yapmışsın, bankaya borcun var, 10 kişi çalıştırıyorsun, maaş ödeyeceksin, öteki tarafta evini geçindireceksin, yatırım da yapmışsın. Şimdi diyor ki yanı başındakiyle rekabet et bakayım. İçinizde rekabet edecek kim var söyleyin bana? Adam ucuz mazot diyor, fiyatı rafineri fiyatının altında, sen de normal çalışıyorsun. Rekabet edebilir misin, edebilecek babayiğit var mı içinizde? Yok. Ne yapacaksın peki? Rafineriyle çalışmayacaksın. Peki, şimdi benim ahlakımı kim bozdu arkadaş? Sistem bozdu. Sorumlusu ben değilim, sorumlusu sistem. Sistem seni kayıt dışı çalışmaya teşvik ediyor, böyle bir şey olur mu? Ondan sonra da vay kaçak akaryakıt geldi diyor. Onun için ilk başta yanlış bir şey gördüğün zaman ilk sorgulamamız gereken yer sistem, bunu aklımızdan çıkartmayalım.

Sistemin değişmesini isteyeceksiniz; sistemi sorgulayabilmek için kayıtlı ekonomiye girebilecek unsurları teşvik ediyor olmamız lazım. Sistemi oturtturmamız lazım ki ondan sonra hesap sorabilmenin önü açılsın. Defterleri getir deyince ayağı titremeden götürebilmelisin. Şimdi bana en çok şikâyet edilen şey "Başkan, vergi müfettişleri bize yine geldi". Ne oldu arkadaş, nedir? Sen de şu lafları etme bari. Sesini kes de bunlar dursun. Odalar Birliğinde bunları bizzat yaşıyorum. 81 il, 162 ilçe olunca nerede ne oluyor, ne bitiyor hepsini biliyorsun.

Mali kural çok önemli değerli arkadaşlar. Burada özellikle kamunun üzerindeki fiyat artışlarında, vergi artışlarında mali kuralı yürürlüğe koyduramazsak, o zaman kamu-

Kanunlarda yeri olmasına rağmen, Avrupa Birliği müktesebatına uygun olmasına rağmen kamu alımlarında yerli üretime getirilen yüzde 15 fiyat avantajı halen yürürlüğe girmedir. Bu ne gariptir ki ben bunu anlayamıyorum. Sayın Başbakanın üç sefer genelge yayınlamasına rağmen bürokratlar bunu uygulamıyor. Kimi kime şikâyet edeceğim bilmiyorum.



Bizim insanımızın ahlakının bozuk olduğuna ben inanmıyorum, sistem ahlakı bozuyor. Sistem seni kayıt dışı çalışmaya teşvik ediyor, böyle bir şey olur mu? Sistemin değişmesini isteyeceksiniz; sistemi sorgulayabilmek için kayıtlı ekonomiye girebilecek unsurları teşvik ediyor olmamız lazım ki ondan sonra hesap sorabilmenin önü açılsın.

nun giderlerini kontrol edemeyiz. Kamunun giderlerini kontrol edemezseniz bunun bedelini vergi olarak sen ödersin. Ondan sonra da şikâyet etmeye başlıyoruz. İşte bak istihdamın üzerinde şu kadar vergi yükü var, işte şunu yaptığımız zaman şu kadar vergi yükü var, benzinin üzerinde şu kadar vergi yükü var. Onun için harcamaları kontrol edecek bir şey yapıyor olmamız lazım.

Takip ettiğimiz konulardan bir tanesi de; özellikle halka açılmayı teşvik ediyoruz. Bakın bir Ankaralı olarak, hemşehrini olarak, Ankara'da dededen bu tarafa yatırım yapmış bir sanayici kardeşiniz olarak söylüyorum. Bizim için Ankara artık bir sanayi şehri olarak gururla her türlü yabancıyı gezdirdiğimiz şehirlerin başında geliyor. Nurettin Başkanla beraber bu konuları OSB'lere götürüyoruz. Ankara'da 250'nin üzerinde çalışan firma sayısı kaç kişi diye baktığımız zaman üreten tesis, 282. Bunun kaç halka açık? Sadece 9'u halka açık. Bir taraftan para diye kıvrıyoruz. Bu bedava parayı niye kullanmazsınız? Bankacıyla şunla, bunla uğraşacağına sıfır maliyetli para var burada.

Bizim önümüzdeki dönemde bu sıfır maliyetli paraya ulaşabilmek için Odalar Birliği olarak -İMKB ve SPK'yla ortak çalışıyoruz- özellikle küçük ve orta boy işletmelerin de halka açılmasını çok istiyoruz. Bu hem kayıtlı ekonomiyi arttırmak hem de sıfır maliyetli paraya ulaşabilmenin yolu ve sermaye piyasasının derinleşmesi için önemli. Bununla ilgili önümüzdeki dönemde bir program yapıyor olmamız lazım. Burada bilgilendirmeye, farkındalık yaratmaya ihtiyaç var. Sektörel Ekonomik Şûrayı 2 Kasım'da Sayın Başbakanla düzenledik; buradaki sorunları, bütün Türkiye'nin sorunlarını dile getirdik. Şimdi sektörel şurayı yapıyoruz. İnşallah bunu da sektörler bazında yine Hükümetle bir araya gelip buradaki sorunların dile getirilmesini sağlayıp, çözümleri ortaya koyacağız. Mesleki eğitimin kuvvetlendirilmesi üzerine çalışıyoruz.

Biraz önce Sayın Başkan söyledi; Beceri 2010 Projemiz 29 Kasım'da ASO'nun ev sahipliğinde herkese duyurulacak. Bakın burada çok önemli bir iş var; bizim eski Başkanımız Sayın Çağlayan da hep bunu ifade ederdi. Kaynak-

çı aranıyor, kaynakçı yok v.s. diye anlatırdı. Bunun artık nasıl olması gerektiğini Odalar Birliği-TOBB ETÜ Üniversitesi, Milli Eğitim Bakanlığı ve Çalışma Bakanlığıyla beraber çalışarak bir proje geliştirdik. Bu projede şunlar olacak: Öncelikle bütün Türkiye’de bizim hangi tip elemana ihtiyacımız var bu tespit edilecek. Bu tespit edildikten sonra onlara ona göre eğitim verilecek. Sen şimdi kaynakçı arıyorsan kaynakçı yetiştirilecek, muhasebeciye ihtiyacın varsa muhasebeci yetiştirilecek. Burada özellikle 5 yılda 1 milyon kişiyi iş sahibi yapacak, meslek sahibi yapacak bir eğitim modeli bu. Bunu Güney Kore yapmış, başarmış. Biz bu projeyi ondan daha kapsamlı yaptık. Ayrıca burada devletin çok büyük destekleri var. Unutmayın ki bu eğitimi göreceğ, meslek sahibi olmak isteyen kişilere devlet işsizlik fonundan, yani bizim vermiş olduğumuz fondan günlük 15 lira yevmiye verecek. Okulda okurken cebine 15 lira girecek, iş yerinde sizin yanınızda 3 ay çalışırken 15 lirayı devlet verecek. 3 ay okul, 3 ay sizin yanınızda staj var. Daha sonrasında eğer siz bu arkadaştan memnun kalırsanız bunun üzerindeki işveren sigorta primini İŞKUR ödeyecek, 1 seneye 1,5 sene arasında değişiyor bu. Bu şekilde teşvik ederek istediğiniz ara elemanın yetiştirilmesini sağlayacağız. Burada da en önemli aktörlerden biri Ankara Sanayi Oda-

mız olacak. Ankara Sanayi Odamız bu konuda eskiden bugüne kadar, Sayın Çağlayan’dan başlayan noktadan bu tarafa mesleki eğitim konusuna önem veriyordu.

Bir diğer önemli konu, Başkanlığını Sayın Yavuz’un yapmakta olduğu Kredi Garanti Fonu’dur. Bankalar tam yağmur yağdığında şemsiyeyi kapatırken, Kredi Garanti Fonu 2008’de 1138 kefalet vermişken bunu 2605’e çıkartmış, yüzde 100’ün üzerinde arttırmış. Rakam 403’ten 791 milyon TL’ye gelmiş. Kredi Garanti Fonu’nu özellikle kullanmaya ihtiyaç var. Hazinesinin koymuş olduğu kaynağı henüz kullanamadık haberiniz olsun. Onun için Hazine kaynaklı Kredi Garanti Fonu’ndan kefaletinizi bankalardan borçlanırken rahat borçlanabilmeniz için üyelerimize -sizler hepiniz seçilerek, sektörleri temsil ederek geliyorsunuz- duyurabilmek için bunu kullanıyor olmanız lazım.

Bir diğer önemli nokta, KOBİ A.Ş.; bu bir girişim risk sermayesi şirketi biliyorsunuz. Şu ana kadar KOBİ A.Ş. olarak toplam 10 tane şirkete ortak olmuşuz. Bunun 6 tanesi Ankara firması. Ben Ankara’daki firmaları, hemşehrilerimi kutluyorum. Ama daha fazlasına ihtiyaç var. Bu ne iş yapıyor? Odalar Birliği, Halkbank, KOSGEB ve odaların ortak olduğu bir şirket. Sizin bir işletmeniz var,

Beceri 2010 Projemiz 29 Kasım’da ASO’nun ev sahipliğinde herkese duyurulacak. Bu projede şunlar olacak: Öncelikle bütün Türkiye’de bizim hangi tip elemana ihtiyacımız var bu tespit edilecek. Bu tespit edildikten sonra onlara ona göre eğitim verilecek. Burada özellikle 5 yılda 1 milyon kişiyi iş sahibi yapacak, meslek sahibi yapacak bir eğitim modeli bu.

işletmenizi büyütme istiyorsunuz, potansiyeliniz var, ihracat yapacaksınız, kaynağa ihtiyacınız var. Bankadan şuradan, buradan borçlanacağına diyorsun ki bana, sıfır maliyetli para ihtiyacım var. Geliyorum -yüzde 49’a kadar 51’i sende kalmak şartıyla- ben sana ortak oluyorum. Yalnız iki tane şartım var. Yönetim kuruluna bir tane üye atarım, muhasebe müdürünü de ben tayin ederim. İki tane iş, şirketi sen yönet, ben istemiyorum. Çünkü sen bana bir projeksiyon veriyorsun. Diyorsun ki, benim şu kadar param olursa bana yurt dışından sipariş ver. 100 tane üreteceğime 1000 tane üretirim. Ama benim paraya ihtiyacım var. Diyorum ki; ben sana ortak

olurum, yurt dışında da böyle çalışıyor, şirketler böyle büyüyor. Yüzde 49’a kadar paramı koyarım, minimum 3 seneliğine ortak olurum, 3 sene ila 7 sene arasında beni ortaklıktan çıkartacaksın, şartım da o. Senin firman 3 sene sonra değerlenecek, diyebilirsin ki bana artık ben seni istemiyorum. Tamam, benim hissemi al ben çıkarıyorum. 7 sene içerisinde eğer sen beni çıkartmazsan, o zaman şirketi halka açıp kendim öyle çıkarıyorum ki başka şirketlere ortak olayım onları büyütüyem diye. Bunun adı risk sermayesi. Bu şirketi daha fazla kullanmanıza ihtiyaç var. Sermayeyi kullanamıyoruz, haberiniz olsun. Benim yetkim orada sıfır, yönetimin yetkisi sıfır.



Bütün projeler bağımsız şekilde değerlendiriliyor, ondan sonrası iş ortak olmaya kalıyor. İş ondan sonra oradaki, yönetimdeki tüccarların, sanayicilerin ticaret ve sanayicilik vizyonuyla ortak olmaya geliyor. Onun için bunu da kullanmanıza ihtiyaç var.

Son olarak şunu söyleyeceğim: Ne olur gözünüzü Ankara'ya, Türkiye'ye dikmeyin, 3 saatlik uçuş mesafesinde Türkiye'nin 9,4 trilyon dolarlık bir pazarı var. Gözünüzü bu pazara dikin. Müthiş bir pazar, müthiş bir itibarınız var. Bakın kardeşiniz olarak söylüyorum. Irak'taki Iraklılar için Almanlar buraya geldi. Alman Cumhurbaşkanı, iş adamları ile beraber geldi. Sayın Özdebir'le Sayın Meclis Başkanımız Odalar Birliğinde onlara ev sahipliği yaptılar. Adamlar diyor ki Irak'a girmek istiyoruz. Nasıl gireceksin arkadaş? Bende para var ama senden de ortak istiyorum diyor. Adam bende para var, cesaret de sende diyor açıkçası. Hadi bakalım beraber yapalım diyor. Sadece Almanya demiyor bunu sana, Japon

ya da böyle diyor. Müthiş bir imkân var, bu imkânı ne olur kullanın. Irak sizi istiyor, Suriye sizi istiyor, Ürdün sizi istiyor, Lübnan sizi istiyor, Mısır sizi istiyor. Kuzey komşularınıza gidiniz. Yakın zamanda Hırvatistan Cumhurbaşkanıyla beraberdim. Biz Avrupa Birliğine sizden önce gireceğiz ama bizim gözümüz Türkiye'de diyor. Sırbistan'a gittim, Sırbistan Başbakanı diyor ki, gözümüz Türkiye'de. Alanınız çok geniş değerli arkadaşlar. Hırvatistan'dan, Orta Asya, Ortadoğu'ya kadar bu alan bizim. İnşaat sektöründen tutun da aklınıza hangi sektör geliyorsa müthiş imkân var. Ne olur ufkunuzu, vizyonunuzu Ankara, Türkiye diye bakmayın, dünya diye bakın. Önce çevremizdeki bu 9,4 trilyon dolarlık pazarı hedef alın. Ne başarı hikâyeleri var, insan gururlanıyor. Bizim insanımızın gidip de başaramadığı bir iş yok. Müthiş bir girişimci ruhu var, bundan da herkes faydalanmak istiyor. Param yok diye şikâyet etme, Alman hazır haberin olsun. Eskiden İran'la iş yapabilmek çok zordu. Bakın Türkiye'nin son dönemde bu dış politikasındaki

Gözünüzü Ankara'ya, Türkiye'ye dikmeyin, 3 saatlik uçuş mesafesinde Türkiye'nin 9,4 trilyon dolarlık bir pazarı var. Gözünüzü bu pazara dikin. Müthiş bir pazar, müthiş bir itibarınız var. Irak sizi istiyor, Suriye sizi istiyor, Ürdün sizi istiyor, Lübnan sizi istiyor, Mısır sizi istiyor. Kuzey komşularınıza gidiniz. Bizim insanımızın gidip de başaramadığı bir iş yok. Elma nerede biliyor musunuz? Ağacın tepesinin üstünde değil. Elma senin dala elini uzatmana bağlı. Dal senin elini uzatacağın mesafe kadar yakın, çok yakın.

gelişmelere bağlı olarak İran'ın bütün kapıları sana sonuna kadar açık. Biz nükleer enerjiye karşıyız, dünyada en çok karşı olan da biziz, çünkü komşu biziz. Eğer bir tek sıkıntı olursa ilk sıkıntı bize gelir, en büyük mağduriyet bizde olur. Ama öteki taraftan nükleerin dışında müthiş bir ekonomik pazar var orada. Bu çevre olduğu gibi bizim alanımızda. Bakın unutmayın, İtalya'yla Çin'in arasındaki en büyük ekonomi biziz. Bunu son 30 yılda sizlerin sayesinde, Türk girişimcileri sayesinde yaptık. Onun için Türkiye'nin gazete manşetlerini okuyup da, televizyon haberlerine bakıp sakın ruhunuzu falan karartmayın. Önünüzde büyük bir imkân var. Elma nerede biliyor musunuz? Ağacın tepesinin üstünde değil. Elma senin dala elini uzatmana bağlı. Dal senin elini uzatacağın mesafe kadar yakın, çok yakın. Gittiğiniz her ülkede

hüsnü kabul görmezseniz gelin bana hesap sorun, açık söylüyorum. Bu imkânları değerlendirin, ne olur dışarıya bakın, bize lazım olan dışarı. Eski adetlerden kurtulun. Eskiden bizim Kayseri'de derlerdi ki "Türkiye büyük pazar, ne üretirsen üret satılır." Artık Türkiye'deki üretim Türkiye'nin ihtiyacından fazla, onun için dışarıya bakın. Dünya büyük pazar, bu sözü buna değişsin. Onun için bunu yapalım, bu noktada bana ne düşüyorsa her türlü katkı, desteği vermeye hazırım.

Ben bu imkân ve fırsatı verdiği için değerli Meclis Başkanımıza, Yönetim Kurulu Başkanımıza ve sizlere teşekkür ediyor, hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Uluslararası piyasada birlikteyiz.

Dış Ticaret ürünlerimizle, uluslararası piyasada çalışan firmanızın beklentilerine uygun, kaliteli ve modern hizmetler sunarak dış piyasalardaki başarılarınıza destek oluyoruz!

Firmanıza özel çözümlerle riskinizi minimize ediyor, rekabet gücünüzü ve başarılarınızı artırıyoruz.

- Akreditif
- Kabul/Aval Kredileri
- Harici Garantiler
- İhracat Akreditifi İskontosu
- İhracat Faktoringi
- Eximbank Kredileri
- Ülke Kredileri

ASOMECLİS



**Ankara Sanayi Odası
Meclis Toplantısı**

29 Aralık 2010

Küresel krizin Türkiye ekonomisi üzerindeki en kalıcı etkisi işsizlik üzerinde olmuştur



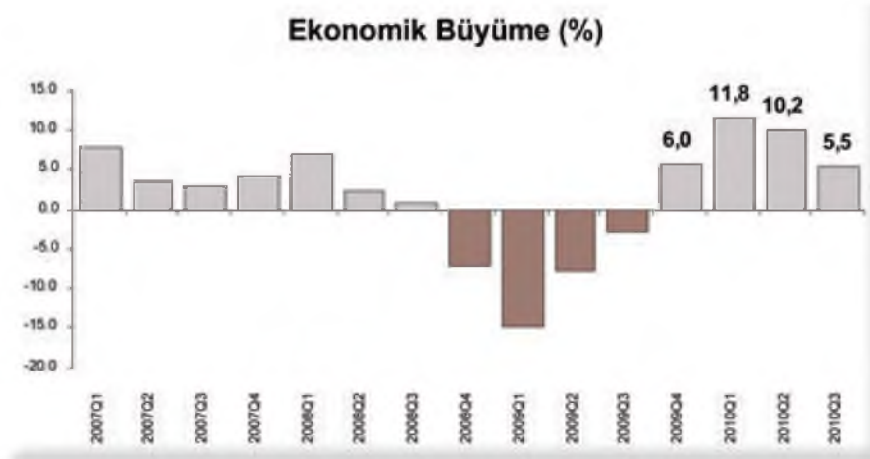
NURETTİN ÖZDEBİR

ASO YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Sayın Başkan, değerli Meclis üyeleri, basınımızın değerli temsilcileri; hepinizi şahsım ve Ankara Sanayi Odası Yönetim Kurulu adına saygıyla selamlıyorum.

Değerli Meclis üyeleri, bu Meclis konuşmamda aylık gelişmelerin ayrıntısına girmeden 2010 yılındaki temel gelişmeler ve 2011 yılına ilişkin beklentilerimizi değerlendireceğim. 2010 yılı, Türkiye ekonomisinin hızlı bir biçimde krizden çıktığı, 2009 yılında doğan kayıpların büyük ölçüde telafi edildiği bir yıl olmuştur. 2010 başında biz

toparlanmanın yavaş olacağını, sermaye girişlerinin sınırlı olacağını tahmin ediyorduk. Ancak gelişmeler bizi yanılttı. Amerika Birleşik Devletleri'nin piyasalara trilyonlarca dolar vermesinin doğurduğu likidite bolluğu, bizim gibi gelişen piyasalara yabancı sermayenin akmasına yol açtı. Gelişen ülkelerdeki hızlı ekonomik toparlanma nedeniyle küresel kriz, beklediğimizden daha az maliyetli oldu. Türk ekonomisi de hızlı bir toparlanma sürecine girdi. Bu gelişmeler sonunda 2009 yılında yüzde 4,7 küçülen ekonomimiz, bu yıl yüzde 7 dolaylarında büyüyecektir.





Ancak ekonomi, yılın üçüncü çeyreğinde beklentilerin altında bir hızla yüzde 5,5 büyümüştür. Büyüme hızının beklentilerin altında kalmasında dış ticaret rol oynamıştır. Yılın üçüncü çeyreğinde ihracatın büyümeye katkısı eksi yüzde 2 olurken, ithalatın büyümeye etkisi eksi yüzde 17 olmuştur. İhracatın ekonomik büyümeye katkısının negatif olmasına dikkatle bakmamız gerekir. Bu yılın üçüncü

çeyreğinde 27 milyar dolarlık ihracat, geçen yılın üçüncü çeyreğinde ise 25,3 milyar dolarlık ihracat yaptık. Yani 2009 yılına göre ihracatımız üçüncü çeyrekte 1,7 milyar dolar artmış. Ancak ihracatın yarattığı katma değer, geçen yıla göre yüzde 2 azalmış. Bu nasıl oluyor dersenez, size bir örnek vermek istiyorum.

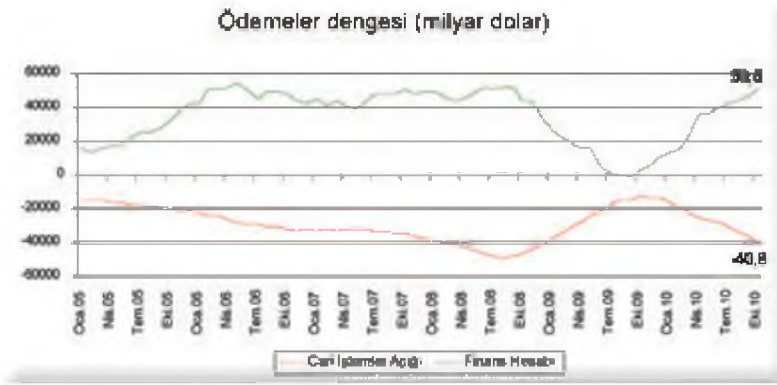
| Apple iPhone 3G | | |
|--------------------|-----------------------------------|-------|
| | Parçaların değeri (ABD doları) | % |
| Japonya | 60,60 | 33,9 |
| Almanya | 30,15 | 16,8 |
| G. Kore | 22,96 | 12,8 |
| ABD | 10,75 | 6,0 |
| Diğer | 48,00 | 26,8 |
| Parçaların toplamı | 172,46 | 96,4 |
| Çin | 6,50 | 3,6 |
| Toplam Maliyet | 178,96 | 100,0 |

iPhone 3G'nin toplam maliyetinin 179 dolar olduğu tahmin ediliyor. Bu maliyetin önemli bir bölümünü cihazın parçaları oluşturuyor. Bu parçaların 61 dolarlık bölümü Japonya'da, 30 dolarlık bölümü Almanya'da, 23 dolarlık bölümü Güney Kore'de, 11 dolarlık bölümü Amerika Birleşik Devletleri'nde, 48 dolarlık bölümü ise diğer ülkelere üretiliyor. Çin'in üretim maliyetlerine katkısı ise 6,5 dolar. Yani Çin'de yaratılan katma değer, iPhone'nun toplam maliyeti içinde sadece 3,6 payı var. iPhone'nun arkasında "Çin'de birleştirilmiştir" yazıyor. Çin, bir iPhone'u diğer ülkelere sattığında, istatistiklere 179 dolar ihracat yapmış

gibi yansıyor. Ancak, bu ihracatın Çin'in milli gelirine katkısı sadece 6,5 dolar. İhraç ettiğimiz bir malın önceleri ülkemizde üretilen bir parçası TL'deki değerlenme nedeniyle ithal edilmeye başlıyorsa, ihracat artsa bile yaratılan katma değer düşer. Bu nedenle ihracat artışına sevinirken konunun bu boyutunu da gözlerden uzak tutmamalıyız.

Biz sanayiciler olarak üzerimize düşen görevi yaptık. Sanayi üretimi, 2007 yılındaki değerleri yakaladı. İhracatımız, yeterince olmasa da kriz öncesi düzeylere yaklaştı. Ancak değerli TL'nin doğurduğu sorunları aşmamız mümkün olmadı.

İhracatımızdaki artışa rağmen değerli TL nedeniyle ithalatımız daha hızlı artmış, on iki aylık dış ticaret açığımız da 64 milyar dolara çıkmıştır.



Dış ticaret açığındaki artış ödemeler dengesine de yansımış ve Ekim sonu itibariyle 12 aylık cari işlemler açığı 41 milyar dolara yükselmiştir. Ancak verilen açık 41 milyar dolarken, Türkiye'ye bu dönemde 51 milyar dolar, yani gereğinden 10 milyar dolar fazla yabancı sermaye girmiştir. Gelen yabancı sermaye doğrudan yatırımlara yönelse sorun olmazdı ancak, durum böyle değildir. Gelen yabancı sermayenin büyük bir bölümü her an çıkmaya hazır sıcak paradan oluşmaktadır. Cari işlemler açığının esas olarak sıcak para ile finanse edilmesi ise, ekonomide küresel fon akımlarına bağlı potansiyel bir risk oluşturmaktadır. Bu nedenle benzer konumdaki birçok ülke, yabancı sermaye girişlerini kısıtlayacak ya da sıcak paranın hızla çıkışını zorlaştıracak tedbirler almaktadır.

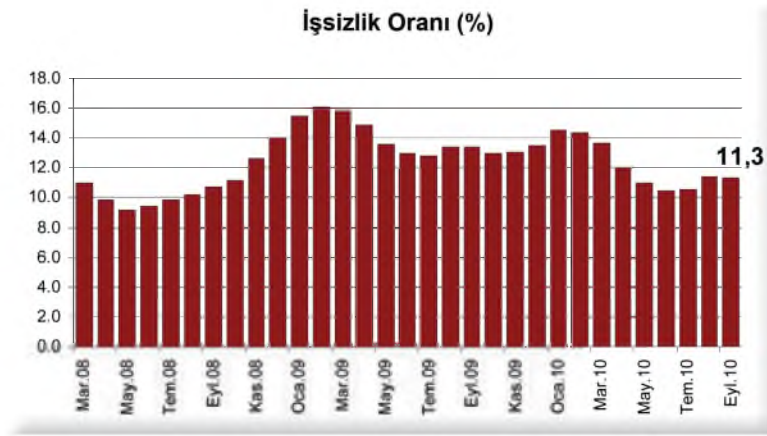
Biz Ankara Sanayi Odası olarak çok önceden beri Merkez Bankasının döviz cinsinden mevduatlara uygulanan karşılık oranlarını hızla ve kriz öncesi oranların daha da üzerine çıkarması gerektiğini ifade etmiştik. Merkez Bankasının sıcak para girişlerine karşı gecikerek de olsa almış olduğu son kararları destekliyoruz. Keşke Merkez Bankası, bizlere

daha önce kulak verse ve bu kararları daha önce alabilseydi. Bu kararlar dizisinin devam edeceği bekleniyor. Gelişmelere göre gerek Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanlığı gerekse Merkez Bankası ve bu arada BDDK da bu konuda görevlendirilmiş durumda. Bu tedbirlerin konjonktüre göre daralıp genişleyeceğini tahmin ediyoruz. Bu sabah Resmi Gazetede bir şey daha yayınlandı; Türkiye'den yurt dışına ihraç edilen tahvillere vadeye bağlı olarak stopaj oranları değiştirildi. 1 ile 2 yılda olursa yüzde 10, işte 5 yıla kadar yüzde 5, daha uzun olursa yüzde 3 gibi bir düzenleme yapıldı. Bunlar keşke daha önce yapılsaydı, Türkiye'nin borçlanma vadelerini uzatmaya yönelik bir teşvik olsaydı, bizim de ihracatımız daha rahat olsaydı. Yalnız ihracatımız değil, yurt dışına satamıyorsak içeride de satamayız. Çünkü artık yurt dışındaki rakiplerimizle yurt içindeki rakiplerimiz arasında bir fark kalmadı. Sınırlar artık mallar için tamamen kalktı. Dünyanın her yerinde hemen hemen eşit, özellikle bizim ilişki içinde olduğumuz Avrupa Birliği ülkelerinde aynı gümrük oranları uygulanıyor. Onun için rekabet her geçen gün zorlaşıyor. Rekabetin bazını oluşturursa, bizim paramızın değeri.



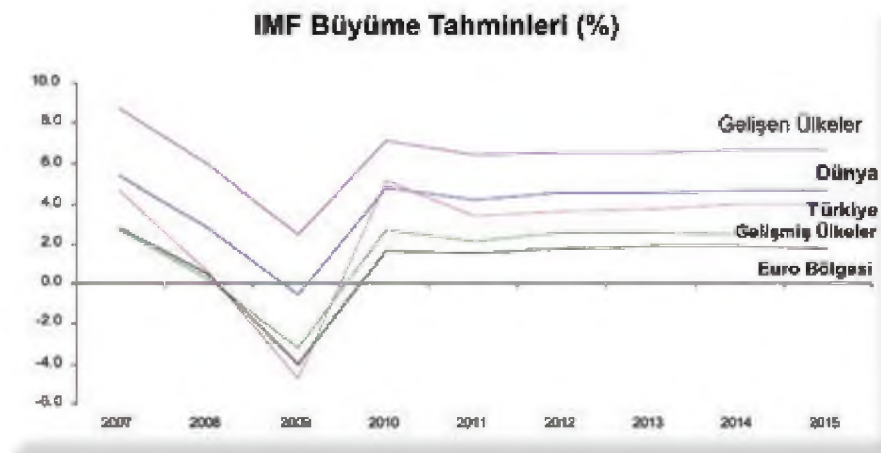
Biz sanayiciler olarak üzerimize düşen görevi yaptık. Sanayi üretimi, 2007 yılındaki değerleri yakaladı. İhracatımız, yeterince olmasa da kriz öncesi düzeylere yaklaştı. Ancak değerli TL'nin doğurduğu sorunları aşmamız mümkün olmadı.

Değerli Meclis üyeleri, küresel krizin Türkiye ekonomisi üzerindeki en kalıcı etkisi işsizlik üzerinde olmuştur. Bu dünyada da böyledir. Dünya genelinde 2007 yılında 178 milyon olan işsiz sayısı, 2010'da 213 milyona yükselmiştir.



Ülkemizde de 2009 başlarında yüzde 16'lara ulaşan işsizlik oranları, ekonomik büyümeye paralel olarak yüzde 11'lere gerilemiştir. Kapasite kullanım oranlarında kriz öncesi seviyelere gelinmemiş olmasına rağmen imalat sanayinde kriz öncesi seviyelerin yakalanmış olması, ekonomik büyümenin istihdam üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu

göstermektedir. Ayrıca istihdamdaki artış da bizleri yanıltmamalıdır. Bu artışın önemli bir bölümü ücretsiz aile işçisi kategorisindeki istihdam artışından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle önümüzdeki dönemde hem istihdamı hem de istihdamın kalitesini yükseltmek önemli sorunlarımızdan biri olacaktır. Ancak bu kolay olmayacaktır.



IMF, dünya ekonomisinin 2010 yılında yüzde 4,8, 2011 yılında ise yüzde 4,2 büyüyeceğini tahmin etmektedir. Gelişmiş ülkeler ise 2010 yılında yüzde 2,7, 2011'de ise 2,2 büyüyecek. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu gelişen

ülkeler grubu ise 2010 yılında 7,1, 2011 yılında yüzde 6,4 büyüyecek. IMF, Türkiye ekonomisinin 2011'de yüzde 3,4 büyüyeceğini tahmin etmektedir. Bizim büyüme tahminimiz IMF'den daha iyimserdir. 2011 yılında küresel



Merkez Bankasının sıcak para girişlerine karşı gecikerek de olsa almış olduğu son kararları destekliyoruz. Keşke Merkez Bankası, bizlere daha önce kulak verse ve bu kararları daha önce alabilseydi.

ekonomideki toparlanmaya bağlı olarak bizde de ekonomik büyümenin devam edeceği ve yüzde 4-5'e ulaşacağını tahmin ediyoruz. Ancak bu büyüme işsizliği azaltmak için yeterli değildir. Her sene işgücüne 700 bin kişi katılmaktadır. Hem bu kişilere iş bulmak hem de işsiz stoğunu azaltmak için Türkiye yüzde 7'ler civarında büyümelidir. Büyüme hızını artırmak ve sanayimizin rekabet gücünü korumak için yeni yöntemlere ve sanayi politikalarına ihtiyaç vardır. Birçok ülke dış pazarlarda faaliyet gösteren firmaları düşük faizli kredilerle desteklemekte, yeni pazarlara açılan firmalarına çeşitli sigortalar sağlamaktadır. Bunu biz de yapmalıyız. Örneğin Afrika, başta müteahhitlik olmak üzere Türk firmalarına büyük imkanlar sunmaktadır. Büyüyen Afrika pazarında payımızı arttırmak için, öncelikle mühendislik ve müşavirlik firmalarıyla projeler üretmeli ve bu projelerin gerçekleştirilmesi için firmalarımıza düşük faizli, uzun vadeli krediler sağlamalıyız. Bu arada yeri gelmişken, dünyanın en büyük 225 müteahhitlik firması listesine giren üyelerimizi de tebrik ediyor, onlarla gerçekten gurur duyuyoruz.

Değerli Meclis üyeleri, 2011 yılında dünyada olumsuz gelişmeler olabileceğini göz ardı edemeyiz. Özellikle Avrupa Birliği'ndeki borç krizinin derinleşmesi ihracatımızı olumsuz

etkileyecektir. Geçtiğimiz günlerde Portekiz'in kredi notu düşürüldü. İspanya'nın borç sorunu da giderek ağırlaşmaktadır. AB'deki borç sorununun giderek derinleşmesi halinde bunun sermaye hareketlerini etkilemesi kaçınılmazdır. Çin ekonomisi de küresel ekonomi içinde ciddi bir risk oluşturmaktadır. Çin Hükümeti, geniş çaplı iflaslara yol açabileceği gerekçesiyle yuanın değerlenmesine izin vermemektedir. Çin Hükümeti bu endişesinde haklıdır. Çin'de yüzde 1'lere kadar gerileyen kâr marjları, yuanın değerlenmesi halinde sıfıra, hatta eksilere dönüşebilecektir. Ancak, Çin'de artan enflasyon da Çin Merkez Bankasının faizleri artırmasına yol açmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri dolar basıp dünyaya enflasyon ihraç ederken, Çin Hükümetini de köşeye sıkıştırmaktadır. Çin Hükümetinin politika alternatifleri giderek azalmaktadır. Çin, ya enflasyondaki artışı frenlemek için ekonomik büyümeyi yavaşlatacak ya da yuanın değerlenmesine göz yumacaktır. Her iki durumda da Çin ekonomisi bir sarsıntı geçirecektir. Bu sarsıntının 2011 yılında bir krize yol açması ihtimalini göz ardı edemeyiz. 2011 yılında Çin'de yaşanabilecek bir krizin dünya ekonomisi üzerindeki etkileri büyük olacaktır. Çin, dünyanın en büyük ihracatçısı olduğu kadar en büyük ithalatçılarından biridir. Çin'de çıkacak bir krizin dünya ticareti üzerindeki etkisi, en az Amerika Birleşik Devletleri'ndeki kriz kadar etkili

Bu dönemde 51 milyar dolar, yani gereğinden 10 milyar dolar fazla yabancı sermaye girmiştir. Gelen yabancı sermaye doğrudan yatırımlara yönelse sorun olmazdı ancak, durum böyle değildir. Gelen yabancı sermayenin büyük bir bölümü her an çıkmaya hazır sıcak paradan oluşmaktadır.

olacaktır. Bu nedenle Çin, 2011 yılında dünya ekonomisi için önemli bir risk kaynağıdır.

Ekonominin gösterdiği güçlü performans nedeniyle 2011 yılında ülkemizin kredi notu, yatırım yapılabilir derecesine yükseltilecektir. Bu durumda ülkemize yabancı fon girişlerinde bir artış yaşanacaktır. Hepinizin malumu olduğu üzere, bazı fonların -özellikle bu emeklilik fonları gibi daha büyük, daha istikrarlı, daha uzun vadeli yatırım yapabilen fonlar- spekülative pazarlara girmesi, oralarda yatırım yapması kendi mevzuatları açısından yasak. Türkiye'nin yatırım yapılabilir ülke olması için, spekülative ülke olmaktan kurtulması için şu anda 1 puan kaldı. Büyük bir ihtimalle belki bu sene seçimlerden önce belki yarım puanlık bir iyileştirme, bir işaret, seçimlerden sonra da yatırım yapılabilir

ülke seviyesine Türkiye'nin gelmesi genel olarak herkesin beklediği bir şey. O takdirde bu fonların rahatlıkla Türkiye gibi iyi getiri sağlayan bir ülkeye gelmesi kaçınılmaz olacaktır. Bu durumda ülkemize yabancı fon girişlerinde bir artış yaşanacaktır.

Bunun TL üzerindeki etkilerini hesaba katmamız gerekir. Ülkemize yabancı fon girişlerinin, bir yandan uzun vadeli krediler için bir finansman kaynağı oluşturarak büyümeyi desteklemesi, diğer yandan TL'yi değerlendirerek ekonomik büyümeyi frenlemesi mümkündür. Kısa vadede hangi etkinin ağır basacağını şimdiden söylemek ise çok zordur. Bu nedenle firmalarımızın aşırı borçlanmaktan kaçınmaları, iç ve dış talepte meydana gelebilecek ani değişikliklere karşı hazırlıklı olmaları gerekmektedir.

Bizim büyüme tahminimiz IMF'den daha iyimserdir. 2011 yılında küresel ekonomideki toparlanmaya bağlı olarak bizde de ekonomik büyümenin devam edeceği ve yüzde 4-5'e ulaşacağını tahmin ediyoruz. Ancak bu büyüme işsizliği azaltmak için yeterli değildir.

Değerli Meclis üyeleri, 2011 yılında ekonomik büyümenin sürdürülebilmesi için bazı tedbirlerin alınması gerekmektedir. Örneğin, kamuya olan borçların yeniden yapılandırılmasına ilişkin kanun tasarısı üzerinde komisyon çalışmaları devam etmektedir. Bu çalışmaları olumlu buluyor ve Hükümete teşekkür ediyoruz. Ancak yeniden yapılandırılma süresinin 60 aya çıkarılması yerinde olacaktır. Ayrıca Karşılıklar Kararnamesi'nin süresi Mart ayında dolmaktadır. Bu kararname sayesinde bankalar, ödemelerinde sorun yaşayan kredileri yüzdürebilmekteydiler. Karşılıklar Kararnamesi'nin süresi uzatılmazsa, bankalar bu kredileri yüzdüremeyecekler ve sorunlu kredilerin sayısında bir patlama yaşanacaktır. Bu nedenle zaman geçirilmeden Karşılıklar Kararnamesi'nin süresi uzatılmalıdır. Aksi takdirde borçları yeniden yapılandırmanın etkisi çok sınırlı kalacaktır.

Bankalara olan borçların da yeniden yapılandırılması için gerekli çalışmalara zaman geçirilmeden başlanması ve bankalarımızın da bu konuda çaba göstermelerini diliyoruz. Halk Bankasının yerli yatırım malı alımlarını desteklemek için bir çalışma içinde olduğunu duyuyoruz. Duyumlarımıza göre Halk Bankası, yerli yatırım malı alımlarını kredilendirecek, alınan mal teminat olarak kabul edilecek ve kredi vadeleri uzun tutulacak. Bu çalışma nedeniyle Halk Bankasına teşekkür ediyoruz. Diğer bankalarımızın da cari işlemler açığının azaltılmasına katkı sağlayacak bu tür uygulamaları desteklemelerini diliyoruz.

Değerli Meclis üyeleri, sözlerime son verirken yeni yılınızı kutluyor, 2011'in milletimize huzur ve refah getirmesini, üyelerimiz için de sağlıklı ve bol kazançlı bir yıl olmasını diliyorum.

Sağlık sektöründe akredite kuruluşun olmaması bizi derinden etkiliyor

HALİT ERYİĞİT

MADENİ EŞYA SANAYİİ MECLİS ÜYESİ



Benim tıbbi cihaz üretim alanında, özellikle vücut içine yerleşen malzemeler üzerinde faaliyet gösteren bir şirketim var ve bu alanda yüzde 85 ithalat, yüzde 15 üretim yapıyor. Bu yüzde 15 üretimle Türkiye’de çok zor şartlarda malımızı satabiliyoruz. Burada vurgulamak istediğim en önemli şey; Türkiye’de maalesef, özellikle herkesi ilgilendiren sağlık sektöründe akredite bir kuruluşun olmayışıdır. Çok büyük maliyeti yok. Neden büyük kuruluşlarımız, özellikle bakanlık, Türk Standartları Enstitüsü Kurumu, özel sektör veya üniversitelerimiz bu konuya duyarsız kalıyor?

Burada şunu izah etmek istiyorum: Bu belge uluslararası dolaşım belgesidir ve özellikle sterilizasyon ve enfeksiyon konusunda, ameliyathaneler konusunda geçerli. Almanya’da 4 kişi, Hollanda’da 5 kişilik bir üniversite heyeti bunu yapıyor ancak özellikle Türkiye’de bu alanda üretim yapan stratejik öneme sahip firmaların bu belgeyi almaması için 1 yıl uzatıyorlar. Bütün detaylarıyla ilgili bilgi topluyorlar ancak Türkiye’de yapılan, çok stratejik bir iş olduğundan dolayı mı bu belgeyi bir türlü vermiyorlar. Vermedikleri gibi, Türkiye’de de bu alanda yetmiş o kadar

uzmanımız olmasına rağmen bir şekilde Avrupa’da başka firmalara empoze ediliyor. Avrupa Birliği’ndeki bu akredite kuruluşlar sanki bir istihbarat örgütü gibi çalışıyor. Yani kendi ülkelerine, özellikle bizim gibi teknolojisi daha zayıf olan ülkelerin bilgi birikimlerini oraya transfer ediyorlar.

Bir de faaliyet gösterdiğimiz alanda Etik Kurulu adında, 40 kişiden oluşan bir profesör heyeti var. Bu profesör heyeti, özellikle sahadan mahrum, üniversite-sanayi işbirliğini bilmeyen ve bu ülkede bu ülkenin evlatlarının da gerçekten bir şey ürettiğine inanmayan bir kuruldan oluşuyor. Eğer siz bunu gizli yapar, denemeye çalışırsanız, hiç sorgusuz Türkiye Cumhuriyeti hâkimleri tarafından 3 yıl ceza alırsunuz. Ülkemizde üniversite-sanayi işbirliğinde, üniversite hocalarının üniversiteye adım attıktan sonra, özellikle kadroyu aldıktan sonra niçin bu üniversite hocalarına bir yaptırım yapılmıyor? Ben vergi veren bir kuruluşum ve alanımızda tamamıyla yurt dışına bağlıyız. Odamızın bu konu ile ilgili somut, belirgin, adımlar atması, bize sahip çıkılması ve Türkiye Cumhuriyeti’nin milli bir meselesi olması için çaba göstermelerini bekliyoruz.



Cari açığı maalesef sıcak para ile karşılıyoruz

BORA AYNAGÖZ

PLASTİK VE PLASTİK ÜRÜNLERİ SANAYİİ MECLİS ÜYESİ

Biliyorsunuz sıcak para, Kemal Derviş’in Türkiye’ye ithalinden bu yana gündemde. Hatta o zaman tobin vergisi de gündemimize girmişti. Tobin vergisi ile sıcak paraya vergi koyalım da sıcak para girmesin, çünkü yüksek faizden istifade ediyor deniliyordu. Dolarları, döviz alıp tekrar dışarı çıkıyor. Gelen sıcak paranın büyük bölümü de portföy yatırımı, doğrudan yatırım değil, yani sanayiye üretime dönüşmüyor diye konuşur dururuz.

Ülkemiz cari açığı işte bu sıcak parayla karşılıyor, bu bir gerçek. Ocak-Ekim ayı arasında 10 aylık cari açık 35 milyar dolar, giren para 46 milyar dolar. Yani 11 milyar bir sıcak para söz konusu. Bundan kurtulmamız gerektiği herkesin

müşterek kanaati. Hatırlar mısınız bilmiyorum, Abant’taki toplantıda Mahfi Eğilmez ve Taner Berksoy Hocamıza bu soruyu sormuştum. Zira Başbakanımız, “TL, ülkenin onurudur, itibarıdır, dolayısıyla ben bunu korumak-kollamak mecburiyetindeyim, değerinin düşmesine karşı çıkarım” diyordu. Ben de Başbakan böyle diyor ancak sizin aşırı değerli TL, ucuz döviz, yüksek faiz politikası hakkında görüşünüz nedir diye sormuştum. Onlar da, “İleri gelen ülkeler, Amerika, Japonya, Çin parasının değerini düşürmeye, aşırı değerli olmasına mani olmaya çalışıyorlar, onlar aptal mı bu adamlar, niçin bunu yapıyorlar?” demişlerdi. Dolayısıyla, tedbir olarak vergi koyulabilir, bu da kademeli olur dediler. 6 ay kalan için ayrı vergi, 1 sene veya ne kadar uzun süre

kalırsa daha az vergilenmek suretiyle bir vergi konabilir, çare budur. Ayrıca, başka enstrümanlar da uygulanabilir diye söylemişlerdi. Tabii akabinde o enstrümanların ne olduğunu gördük. Hükümetimiz vergi koymak veya faizleri düşürmek, kuru gerçek seviyesine çıkarmak yerine, diğer enstrüman dedikleri munzam karşılıkları arttırmak, kredi hacmini daraltmak, pahalandırmak suretiyle böyle bir yöntem uyguluyor. Başka yeni enstrümanlar da gelecek diye söylediler. Ancak bu konuyla ilgili kafa yoranlar, ekono-

mistler, hocalar nemli sıcak para diye bir ifade kullanıyorlar. Nedir bunun sıcak paradan farkı? Sıcak para kese yakar, nemli sıcak para ise vücudu çürütür. İnşallah sonuç iyi olur, vücudun çürümesi gibi ekonomi de yara almaz. Şahsi kanaatim odur ki er geç kurlar gerçek seviyesine, Amerika Birleşik Devletleri, AB'de olduğu gibi getirilmek suretiyle sonuçlanacaktır. Çünkü bütün gelişmiş ülkeler bunu böyle yapıyor. Yani alınan tedbirlere de ihtiyatla yaklaşmak gerekir.



Sosyal Güvenlik Kurumunun açıkları kanayan bir yaradır

TEOMAN AKIŞ

ELEKTRONİK SANAYİ MECLİS ÜYESİ

Az önce bir arkadaşımız tıbbi sanayi hakkında görüş ve sıkıntılarını dile getirdi. Benim de tıbbi cihazlarla ilgili 30-40 yıla yakın bir tecrübem olduğu için o konu üzerinde size bazı bilgiler vermek istiyorum. Yalnız bizim sektörümüz daha ziyade elektroniği içeriyor. Biz elektronik tıbbi cihaz imal ediyoruz, vücut içi implant değil, yani orada biraz farklılıklar var.

Elektronik tıbbi cihaz imalatında bizim de ayrı, hiç görülmeyen, fakat bizi de bu sektörden dışarı itecek bazı kanuni uygulamalar var. Nihai ürün satışımda yüzde 8 KDV ödüyoruz. Bütün üretim, ara malı, hammadde, artı bütün aldığımız dışarıdaki hizmetler, bilindiği üzere yüzde 18'dir. Arada yüzde 10 gibi büyük bir fark olur. Ne olur bu fark? Otomatikman onları biz finanse ederiz. Daima bir KDV alacağımız olarak o ifade edilir. Birikir birikir, maalesef KDV ödeyemeyiz, sadece KDV beyannamesinin damga pulunu öderiz. Çünkü o aradaki farkı kapatmak için o kadar büyük bir kâr marjımızın olmasının mümkünatı yok. Her sene de KDV ödemediğimiz için otomatikman defterler çağırılır, sektör olarak niye ödemediniz diye sorulur. Sonra aynı şekilde iade edilir ve böyle yıllarca gider. Peki bu KDV alınabilir mi? Alınabilir. Fakat bunun da bir maliyeti ve zaman maliyeti vardır.

Aynı cihazı biz ithal etsek ne olur? İthalatçılarımızın yüzde 90'ı, hemen hemen bütün rakiplerimiz Uzakdoğu kökenlidir, Çinlilerdir. Biliyorsunuz elektrikte artık her şeyi yabancılar da bizim rakipler de Avrupalı rakipler de orada ürettikleri için Çin'den nihai üretim olarak gelir. Onlar ithalatı direkt yaptıkları anda yüzde 8'le getirirler. Netice olarak yüzde 8'le getirdikleri için, bize karşı daha avantaj-

lıdır. Matematiksel olarak son derece gayri rantabl bir yapı çerçevesinde görülmektedir. Yani bir bakıma devlet diyor ki sen bunları üretme, olduğu gibi dışarıdan ithal et. Peki, bu hangi amaca hizmet ediyor? Tek bir amaca hizmet edebilir. Sağlık yatırımcılığına mı hizmet ediyor? Bakıldığı anda gerekçesi sağlık sektöründe yatırım yapanlara bir avantaj sağlıyor şeklinde ifade edildi. Fakat uygulamada hiç alakası yok. Bu sektörün Türkiye'de katma değeri yüksektir, biraz evvel arkadaşımızın da belirttiği gibi Türkiye, sağlık sektörüne korkunç derecede para yatırmaktadır. Sadece Sağlık Bakanlığı değil, birçok kurumların kendi iç bütçelerinde sağlık hizmetleri için ayrıyeten harcamaları da vardır. Hepiniz bildiğiniz üzere Türkiye'de kanayan bir yara vardır; bu, daima Sosyal Sigortalar Kurumunun, yani şu andaki Sosyal Güvenlik Kurumunun açıklarıdır. Bütçe üzerindeki en büyük yüklerden bir tanesidir. Bu rakamlar daha da büyüyerek, önümüzdeki 4-5 sene sonra karşılanmayacak bir duruma gelecektir.

Türkiye'de mal veya hizmetin katma değerini yüksek üretceğiz, yapacağız, bunlar konuşulur, ifade edilir. Fakat nedir bu katma değeri yüksek mal ve hizmetler dediğiniz anda da, dikkat ederseniz altı boş çıkar. Sadece bu üst laf söylenir, altında ne olduğu belirsizdir. Ne yapacaksınız dediğiniz anda da, zaten altı boş olduğu zaman netice olarak hiçbir şey gelmiyor. O zaman KDV'yi yüzde 8'den yüzde 4'e düşürebilirler yahut sıfırlayabilirler.

KDV iadesinde adil davranılmasını istiyoruz



ERCAN ATA

MADENİ EŞYA SANAYİİ MECLİS ÜYESİ

Bizim sektörümüzdeki arkadaşların bir ricasını iletmek istiyorum. Maliye Bakanlığı genel ihracatla ilgili vergi iadesi, KDV iadesi kot sistemini hepimiz biliyoruz. Şimdi yeni bir sistem var. Biliyorsunuz 4 şirkete kadar bir ihracat yaptığınız zaman, KDV iadesi alacaksınız, Maliye Bakanlığı 4 şirkete kadar sizi kontrol ediyor, burada bir sorun yok. Ama bu 4 şirketten bir tanesinde herhangi bir sorun varsa, KDV iadesi veya KDV mahsubu önleniyor. Şöyle bir şey öğrendim: İstanbul'da Dış Ticaret Vergi Dairesi, 50 taneye yakın dış ticaret şirketine bakıyor. Örneğin yaptığınız bir ihracat için 1 milyon dolar vergi iadesi alacaksınız ancak 10 bin dolarlık faturada bir sorun var. İstanbul Dış Ticaret Vergi Dairesi direkt soruyormuş, "10 bin dolarlık faturada sorunuz var. 990 bin dolarınızı ödeyelim -10 bin doları da detaylarına girmek istemiyorum- ve anlaşsınız size hemen 990 bin dolarınız ödeniyor, işinize bakıyorsunuz.

KOBİ'lere uygulanan sistem nedir şu anda? Eğer sizin 4 kuşak altındaki şirketlerin herhangi birinde çok ufak bir sorun bile varsa vergi

iadesini alamıyorsunuz. KDV iadesinde bire-bir teminat mektubu olarak nakit iadesi yapıyor. Ne demek istiyorum? 100 bin dolar para alacaksınız, 100 bin dolar teminat mektubu istiyor. Eğer sizin şirketinizin malzeme ya da hizmet aldığı 4 kuşaklı bir şirkette herhangi bir sorun varsa, 4 katı teminat mektubu istiyor. İstanbul Dış Ticaret Vergi Dairesi nasıl uygulama yapıyor? Hiçbir sorunuz yoksa, KDV iadesi alacaksınız, sadece yüzde 4 teminat mektubu vererek paranızı alabiliyorsunuz. Benim ricam, bunun KOBİ'ler açısından, aynı olmasa bile biraz adilane olmasını, İstanbul Dış Ticaret Vergi Dairesine uygulanan uygulamanın biraz daha genele yayılarak KOBİ'lerin bu konuda desteklenmesini istiyorum.

İkinci bir konu. Türkiye'de uzun zamandır Dünya Bankası ve Avrupa Topluluğu ihaleleri açılmaktadır. Benim üzüldüğüm nokta, ihaleye katılan firmalar üretici değil, çantacı diye tabir ettiğimiz evrak düzenleme yapan, dosya düzenleyen firmalardır. Ben bu tür ihalelerde direkt üreticilerin de girmesi gerektiğine inanıyorum.



Kazancınızla giderinizi karşılayamıyorsanız dik durmanız giderek zorlaşıyor

KUTSİ TUNCAY

GENEL AMAÇLI MAKİNA VE YEDEK PARÇA SANAYİİ MECLİS ÜYESİ

Türkiye'de bir sürü veri, rakam açıklanıyor. Açıklanan bu verilerde ciddi bir veri kirliliği, bilgi kirliliği oluşmaya başladı ve doğru bilgiye ulaşmada her geçen gün sıkıntı yaşıyoruz. Mesela sürekli ihracat rakamları açıklanıyor ama ne yazık ki ithalat rakamlarına değinen yok. Bir de bu veri kirliliğinde biz sürekli 2009 yılına atıfta bulunuyoruz; Aslında kriz öncesine bugünü değerlendirmek lazım. Kredi öncesinde işler çok mu iyiydi, ekonomi çok mu iyiye gidiyordu, ihracatımız çok mu yüksekti, dış ticaret açığımız sıfır mıydı? Bildiğim bir şey var, kazancınızla giderinizi karşılayamıyorsanız dik durmanız giderek zorlaşıyor. Bağımsızlık, eşitlik, denk bütçe, bunun ana kuralı bu. Eğer bağımsız olmak istiyorsanız bütçenizin, gelirinizin giderinizin birbirine denk olması lazım. Bunu ayarlayamadığınız sürece hem kişi olarak hem firma olarak hem de ülke olarak dik durmanız zorlaşıyor.

İçinde bulunduğum makine imalat sektöründe 2008 sonunda 100 dolarlık bir ihracatta yaklaşık 64 dolar ithal girdi oranı vardı. 2010'nun 11. ayına geldiğinizde, 100 dolarlık bir ihracatta 74 dolarla 76 dolar arasında ithal girdi var. Bu ne anlama geliyor? Bu, 100 dolarlık bir ihracatta 24 dolarlık bir katma değeri anlatıyor. Yani bizim 100 dolarlık bir ihracatımızdaki gerçek ihracatımız aslında 24 ila 26 dolar. Onun içindir ki Türkiye'deki büyüme rakamları son 4 yılın ortalaması yüzde 2. Yüzde 2 büyüyen bir ülkede istihdamı arttırılabilmek mümkün değil. Biz 100 dolarlık bir ihracattaki 74 dolarlık yaptığımız ithalata ithalat yaptığımız ülkelerdeki firmaları, istihdamı destekliyoruz. Onun

için de kendi ülkemizdeki 3 milyona yaklaşan işsizlik rakamına her yıl 500 bin daha yeni işsiz katılacağını düşünürsek önümüzdeki yıllardaki işsizlik rakamlarını açıklamakta çok zorluk yaşayacağız. Ülke ekonomisiyle bizim gerçekte yaşadığımız gerçekler birbirleriyle çelişmiyor, birbiriyi çakışıyor. Ne yapmak lazım? Öncelikle, hızla üretimden uzaklaşan ülkenin tekrar üretime dönmesi lazım.

Geçenlerde Gaziantep Sanayi Odası bir açıklamada bulundu. Diyor ki, Türkiye'deki yapılan araştırmada Ankara inovatif ürün üretme yolunda Türkiye'de ikinci sırada. Ancak Ankara'nın akredite olmuş bir laboratuvarı yok. Ankara'da Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları yok. Ar-Ge ve inovasyon merkezlerinin Ankara'ya kazandırılması, işletmelerde katma değeri yüksek ürün üretmeye yönelik çalışmalar yapılması gerekiyor. Benim 2011 yılında Odamızdan bu yönde bir beklentim var. Bir diğer konu; 2008 ve 2009 yıllarında reel sektörün yaşadığı sorunlar nedeniyle vergi ve sigorta prim borçlarıyla gecikme faiz ve cezaları ve buna benzer kamu alacaklarının yeniden yapılandırılması konusunda bir torba yasa çıkartılmaya çalışılıyor. Bu gerekli olmakla birlikte, daha önce yükümlülüklerini vadesinde yerine getiren kişiler yönünden bir haksızlığa yol açacaktır. Bu nedenle vadesinde ödeme yapan kişi ve kuruluşların 2011 yılında ödeyecekleri vergi, sigorta primi ve hizmet bedellerinde anlamlı bir indirim yapılması, bu haksızlığı kısmen de olsa giderecek ve kamu vicdanını rahatlatacaktır.

DOSYA

Öğrenme Yönlülük ve İnovasyon Yönlülüğün Müşteri Yönlülük Açısından Önemi

DOÇ. DR. MEHMET MARANGOZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
BİGA İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Giriş

Bugünün değişim hızında işletmelerin varlıklarını sürdürebilme ve rekabet üstünlüğü edinebilmelerinin giderek zorlaştığı açıktır. Kalite, hız ve maliyet üstünlüğünün yanı sıra, sürekli farklılık yaratmayı başarabilmek bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu nedenlerden dolayı işletmeler çağdaş işletmecilik, yönetim ve pazarlama anlayışlarını benimsemek zorundadırlar (Tek ve Özer, 1999:60-61). Çağdaş işletmecilikte Toplam Kalite Yönetimi, değer mühendisliği, değişim mühendisliği, tam zamanında üretim, post modern pazarlama anlayışı gibi birçok yaklaşım vardır. Bunların yanında inovasyon yönlülük, öğrenme yönlülük ve müşteri yönlülük kavramlarının diğer yaklaşımlarla ilişkileri literatürde tartışılan konulardır. Bu çalışmada ise inovasyon yönlülük (odaklılık), öğrenme yönlülük (odaklılık) ve müşteri yönlülük (odaklılık) kavramları ele alınmakta ve aralarındaki ilişki tartışılmaktadır.

Günümüz işletmelerinde yöneticiler, eğitim yatırımlarına büyük önem vermektedir. Çünkü küresel rekabet ve hızlı teknolojik gelişmeler, işletmelerin geleceğini yönetmeleri ve şekillendirmeleri açısından öğrenme konusunu son derece önemli hale getirmiştir. Drucker'ın ifade ettiği gibi bilgi; doğru, güncel, tam ve anında erişilebilir olması ile stratejik bir değer kazanacaktır. Bu nedenle veriyi bilgiye dönüştürebilen, bilgiyi doğru, hızlı, güncel ve zamanında iş süreçlerine yansıtabilen ve çalışanlarının tümüyle paylaşabilen işletmelerin başarılı olacakları ve geleceğini yönetebilecekleri açıktır. Sadece bilgiyi üreten ve kullanan işletmelerin başarılı olabileceği yeni ekonomik ortamda, bilgiye sahip olmanın önemini vurgulayan birçok farklı kavram ortaya çıkmıştır. Bu kavramların arasında, "öğrenen örgütler, müşteri yönlülük ve yenilikçilik" dikkat çekmektedir. Son yıllarda çeşitli bilim dallarında; müşteri yönlü olma, yenilikçilik ve öğrenen örgüt konuları üzerinde çalışmalarda artış olduğu görülmektedir. Özellikle müşteri yönlülük, rekabet avantajı kazanmak için farklılaştırmayı bir ihtiyaç olarak vurgulaması bakımından önemlidir. Şirketler stratejilerini müşteri gruplarına göre şekillendirmekte, yerleşmiş yapıları değiştirme pahasına, müşteri ihtiyaçlarına dönük olarak yeni yapılanmalara

gitmektedirler (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:170). Bunu da ancak sürekli yenilik yaparak yani inovasyon yönlü olmakla başarabilirler.

Peter Drucker'a göre, geçerli olan bir tek iş tanımı vardır: Müşteri yaratmak... İşin belirleyicisi müşteridir... Bütün girişimlerde müşteri yaratmanın yolu şu iki temel fonksiyon ile gerçekleşir. Bunlar; pazarlama ve inovasyondur (Deshpandé vd. 1993:28). İnovasyon odaklı olmanın temel mantığı, kurumların potansiyel pazar ve müşterilerini yaratmaları gerçeğine dayanır. Bu da insanların ihtiyaçlarını analiz ederek, tüketici taleplerini karşılayan ürün ve hizmetlerle gerçekleşir. Ancak, müşterilerin beklentisini anlamak inovatif olmak açısından yeterli değildir. Müşteriler bazen hayal dahi edemediği ürün ve hizmetleri zaruri ihtiyacı olarak değerlendirip tüketme eğiliminde olabilirler. İnovasyon odaklı olmak müşterinin önemini reddeden bir yaklaşım değildir. Sadece müşterinin sesini dinlemek bazen inovatif olmak için yeterli olmayabilir (Berthon, 2004:1068). Önemli olan müşterinin içine girmek yani olayları onlar gibi görebilmeğidir.

Hızla değişen çevre şartları karşısında işletmelerin yenilik yapmadan rekabetçi üstünlüklerini, pazar paylarını ve kârlılıklarını koruyabilmeleri mümkün gözükmemektedir. Bu nedenle işletmelerin çevresel değişimler karşısında yeni oluşan şartlara uyum sağlamak, ayakta kalmak ve müşteri memnuniyetini maksimize etmek için yenilik yapmaları kaçınılmaz olmuştur. İşletmelerin çevresel değişimlere sağlıklı tepki vermeleri için, birçok farklı alanlarla yenilik yapmaları gerekmektedir (Uzkurt, 2008:67). Bunun için de çevrelerindeki değişimleri iyi takip etmeleri gerekir. Bu da ancak sürekli öğrenen bir örgüt kültürü oluşturmakla mümkündür.

Değişen ve gelişen bir dünyada sürekli başarı, sadece çevresinde meydana gelen değişiklikleri kabul edip uygulamakla değil; yeni imkânlar yaratarak, geçmiş başarı ve başarısızlıkları değerlendirerek öğrenme yeteneğini geliştirmekle mümkündür. Başarılı örgütler, öğrenme işlemini sürekli ve dinamik olarak uygulamayı başarmış örgütlerdir. Öğrenen örgüt yaklaşımı, örgütlere bu konuda

Günümüz işletmelerinde yöneticiler, eğitim yatırımlarına büyük önem vermektedir. Çünkü küresel rekabet ve hızlı teknolojik gelişmeler, işletmelerin geleceğini yönetmeleri ve şekillendirmeleri açısından öğrenme konusunu son derece önemli hale getirmiştir.



yardımcı olmak için geliştirilmiş bir yaklaşımdır. Öğrenen örgütler yaklaşımı son zamanlarda işletme alanına öne çıkmış önemli bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım işletmeciliğin farklı alanlarına uygulanmaya başlanmıştır (Öneren, 2008:164). Bu bağlamda bu çalışma ile yukarıda da kısaca açıklandığı üzere işletmelerde öğrenme yönünlük ile inovasyon yönünlüğün müşteri yönünlü olma açısından önemi üzerinde durulmaktadır.

1- Öğrenen Örgüt ve Öğrenme Yönünlük

1990'lara damgasını vuran yönetim yaklaşımlarının başında özellikle Senge tarafından geliştirilen "öğrenen örgütler" yaklaşımı gelmektedir. Bilgi çağında örgütleri karakterize eden çok sayıda boyut vardır ve "öğrenen örgüt" kavramı bunlardan biridir. Öğrenen örgüt kavramının günümüzde yaygın bir kabul görmesini, bilgi çağının özelliklerinde aramak gerekir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte, örgütlerin ve toplumların başarısında ve gelişmesinde temel faktör rolü oynamaya başlamıştır. Belirsizliklerin hâkim olduğu hızlı değişim ortamlarında örgütlerin en önemli varlığı bilgi olarak görülmektedir. Pazar unsurlarının sürekli değiştiği, yeni teknolojilerin çok kısa aralıklarla ortaya çıktığı, ürünlerin çok kısa sürede moda hale geldiği, rakiplerin hızla çoğaldığı bir ortamda bir örgütün başarılı olabilmesi, yeni bilgiyi yaratıp tüm örgüte yayması, kısa sürede bunu uygulayıp yeni ürünler geliştirilmesi ile mümkündür. Böylece örgütler, bilgi yaratan birimler olarak görülmelidir. Yeni bilgi yaratma, öğrenme, uygulama ve sonuçlarından yeniden öğrenmeyi vurgulayan öğrenen örgüt kavramı geniş bir kabul görmektedir (Özcan, 2009:16).

Örgütlerin gün geçtikçe çevreye uyum sağlama kabiliyetini arttırmak, ayakta kalmanın şartı haline gelmektedir. Çünkü çevresinden bilgi toplayamayan, bilgi yaratamayan, bunları işleyip belirli kararlara dönüştüremeyen örgütlerin çevreleri ile bağları kopmakta, uyumları kaybolmaktadır. Gerek hızla değişen ve gelişen teknoloji gerekse sınır ötesi ticaretin yaygınlaşması ve rekabetin acımasızlığı, örgütlerde çalışanlara yönelik eğitim ve geliştirme etkinliklerinin sürekli olmasını gerektirmektedir. Bunun sonucu, gün-

müzün örgütleri, pazarda kalabilmek ve rekabette başarılı olabilmek için kaçınılmaz olarak öğrenen örgütler olmak zorundadırlar (Öneren, 2008:164-165).

Çevresel değişimlere uyum sağlamada en önemli faktör örgütlerin öğrenme becerilerini bireysel seviyeden örgüt seviyesine yayacak yaklaşımlar geliştirmeleridir. Öğrenme, iş ortamında ve dışında bireyin yaşadığı tecrübeler ve bunun grup çalışmalarıyla örgüt düzeyine yayılması sonucunda oluşmaktadır. Bu noktada öğrenen örgüt kavramı devreye girmektedir. Örgütlerde bireysel öğrenmeyle başlayıp, grup düzeyinde öğrenmeyle devam eden ve örgütsel öğrenme ile sonuçlanan bir süreç olarak öğrenen örgüt; "bilgi yaratma, elde etme, paylaşma ve bu bilgiyi ve yeni görüşleri değişimde kullanma" sürecidir. Öğrenen örgüt; örgüt çalışanlarının yeni bilgi yaratmalarını, bunu paylaşmalarını, bu bilgiyi örgütün bilgisi haline getirmelerini ve sorunların çözümünde kullanmalarını esas almaktadır. Başka bir tanıma göre, bilgi yaratımında, ediniminde ve transferinde yetenek kazanmış ve yeni bilgi ve anlayışın aktarımı için davranışlarını uyumlaştırmış örgüttür (Atak ve Atik, 2007:64).

Bir örgütün pazar bilgisini kullanma derecesi, öğrendiklerinin bir fonksiyonu olarak da görülebilir. İşletmeler müşterilerin ne istediğini ve bu istekleri nasıl karşılayabileceklerini öğrenmeli ve öğrendiklerini uygulamalıdır. Örgütsel öğrenme, artık geçerliliğini korumayan, eskimiş bilgilerin (paradigmaların) unutulması, onlardan vazgeçilmesidir. Yönetim otoritelerine göre, gelecek yüzyılda ayakta kalmayı başaracak olan örgütler rakiplerinden daha hızlı ve daha etkin öğrenmeyi başaracak olan örgütlerdir (Tek ve Özer, 1999:62).

Gelecekte başarılı olacak örgütler, bireysel ve örgütsel düzeyde öğrenme kapasite ve isteğine sahip olmanın yanında, geçerli ve güvenilir bilgiyi üretip yeni alanlara uygulayabilecek olanlardır. Örgütlerin sadece belirli bilgileri öğrenmeleri, kalıplaşmış bilgilere sahip olmaları yetmeyecek, yeni bilgiler üretmeleri, ellerindeki bilgi ve birikimi yeni alanlara uygulayarak, bilgiyi bir üretim faktörü olarak kullanmaları gerekecektir. Ayrıca, bilginin sadece

Hızla değişen çevre şartları karşısında işletmelerin yenilik yapmadan rekabetçi üstünlüklerini, pazar paylarını ve kârlılıklarını koruyabilmeleri mümkün gözükmemektedir. Bu nedenle işletmelerin çevresel değişimler karşısında, yeni oluşan şartlara uyum sağlamak, ayakta kalmak ve müşteri memnuniyetini maksimize etmek için yenilik yapmaları kaçınılmaz olmuştur.

zihinlerde geçici bir süre için depolanması ve gerektiğinde geri çağırılması anlamına gelen ezberci yaklaşım önemini yitirmiştir. Bilginin bireysel davranışa yansması ve bireyin davranışlarında anlamlı değişimler meydana getirmesi gerekmektedir. Öğrenen örgütler, öğrenmenin temel bir değer ve doğal bir süreç haline geldiği örgütlerdir. Öğrenen örgütleri, diğer örgütlerden ayıran çeşitli özellikler vardır. Öğrenen örgütlerde öğrenme, işe fazladan eklenen bir şey değil, aksine işin sıradan bir parçasıdır; öğrenme, anlık bir olay değil bir süreçtir; tüm ilişkilerin temelinde işbirliği vardır; bireyler, kendileri gelişirken kurumu da değiştirirler. Öğrenen örgütler yaratıcıdır; bireyler kurumu yeniden yaratırlar. Kurum kendisinden de bir şeyler öğrenir; çalışanlar, kurumu etkililik, kalitenin yükseltilmesi ve yenilikler konusunda eğitirler (Çalık, 2010:116). Öğrenen örgütlerin genel olarak sahip oldukları diğer bazı özellikler ise şunlardır (Atak ve Atik, 2007:65);

- Sistematiik sorun çözme,
- Yeni yaklaşımları deneme,
- Geçmiş deneyimlerden öğrenme,
- İş en iyi yapanların tecrübelerinden ve başkalarından öğrenme,
- Bilgiyi hızla ve etkin bir şekilde kullanmadır.

Tüm bu özellikler, bilgi çağı örgütlerinin şiddetle ihtiyaç duyduğu temel özelliklerdir. Bu özelliklere sahip bir örgütün sürekli öğrenen, öğrendiklerini uygulayan, diğer çalışanlarla paylaşan, böylece birlikte öğrenerek yenilik üretme kapasitelerini sürekli geliştiren çalışanlara sahip olarak bilgiyi yöneten ve öğrenen esnek bir örgüt olacağı gerçektir. Bu tür yapıya sahip örgütler pazardaki değişimlere ve müşteri istek ve ihtiyaçlarına daha duyarlı olacaklardır.

Öğrenme yönlülük; örgütün, tüm faaliyetlerinde rekabet avantajı sağlamak için bilgi yaratmasını ve bu bilgiyi kullanmasını ifade etmektedir. Söz konusu bilgi, müşteri ihtiyaçlarını, pazar değişikliklerini ve rakip faaliyetlerini kapsamaktadır. Yukarıda belirttiğimiz nedenlerden dolayı öğrenme yönlülüğü olan şirketler, müşteri beklentilerini tahmin etme ve onları anlama yeteneğine sahiptirler. (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:174-175).

2- Müşteri ve Müşteri Yönlülük

Müşteri odaklılık ya da müşteri yönlülük kavramından önce müşteri kavramını tanımlamak gerekir. Müşteri belli bir mağaza ya da kuruluştan düzenli alışveriş yapan kişi ve kuruluşlardır (Türkkan, 2006:12). Diğer bir ifadeyle

müşteri, belirli bir işletmenin belirli bir marka malını, idari veya kişisel amaçları için satın alan kişi veya kuruluştur (Demir ve Kırdar, 2006:299). Yeni müşteri anlayışında ise alışveriş süreci daha da genişletilerek; satış öncesi ve sonrası tüm eylemleri kapsayan, karşılıklı yararı ve ihtiyaç tatminini içeren bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Daha yakın bir geçmişte müşteriler bilinmeyen, tanınmayan, büyük kitleler olarak algılanmaktaydı. Ancak günümüzde bilgi ve eğitim düzeyi yüksek, bilinçli ve seçici bir topluluk olan müşteriler; ürünlerin kendi beklenti ve ihtiyaçlarına uygun olmasını beklemektedir. Bu durumda, müşteri odaklı bir strateji, müşteriye yakın olma, özen gösterme, bireysel bağ kurma ve gerekli düzenlemeleri yapmak müşteri kârlılığını arttırmaktadır (Türkkan, 2006:12-13).

İşletmelerin var oluş nedeni, müşterilerin tatmin edilmesi gereken gereksinimleri ve istekleridir. İşletmeler, bu gereksinim ve istekleri karşılamak ve bunun sonucunda arzulanıkları amaçları elde etmek için kurulmaktadır. Farklı inanç, değer, gereksinim, tat, beğeni ve beklentilere sahip olan müşterilerin, talep edecekleri ürünler de farklılık gösterecektir. Bu nedenle işletmelerin müşterilerini belirlemeleri, onları tanımlama, gereksinim ve beklentilerini bilmeleri gerekir. Geleneksel pazarlama yaklaşımlarının (ürün odaklı) bir noktadan sonra tıkanmaya ve yetersiz kalmaya başlaması sonucunda kişiye özel pazarlama, seçkin müşterilere yönelme ve müşteri yönlülük kavramlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:173). Genel olarak pazarlardaki bu değişimi Tablo 1'de görmek mümkündür.

Tablo 1: Uzun Dönemli Pazar Değişimleri

| Eski | Yeni |
|-----------------------|------------------------|
| • Ürünler | • Hizmetler |
| • İşlemler | • İlişkiler |
| • Müşteriyi Elde Etme | • Müşteriyi Elde Tutma |
| • Ürün Odaklılık | • Müşteri Odaklılık |
| • Marka Değeri | • Müşteri Değeri |

Kaynak: Bozgeyik, 2005:323; Topçu, 2006:72.

Eskiden ürün odaklı olarak çalışan işletmeler günümüzde hizmet odaklı olmaya, eskiden işlemlere önem verirken, günümüzde ilişkilere (müşteriler, tedarikçiler, rakipler -ortaklaşa rekabet gibi- çevre vs.), eskiden müşteri elde etmek önemli iken günümüzde eldeki müşteriyi muhafaza etmek, eskiden ürün odaklı iken, günümüzde müşteri odaklılık ve müşteri değeri önemlidir.



Müşteri yönlülük kavramı; müşteri ihtiyaç ve isteklerinin firmanın üretim faaliyetlerini yönlendirdiği durumunu ifade etmek için kullanılmaktadır. Müşteri yönlülük, öncelikle pazar bilgi işleme faaliyetlerine ayırıp, bunu stratejik olarak kullanan bir örgütün özelliği olarak görülür. Müşteri yönlülük; bir örgütün, hedef müşterilerinin ihtiyaçları ve rakiplerinin durumu hakkında sürekli bilgi toplamaya odaklanması ve bu bilgiyi, müşteri değeri yaratmak için kullanması olarak tanımlanabilir. Müşteri yönlülük ile müşteri tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:173-174). Müşteri yönlülük; satıcıların, alıcıların tüm değer zincirlerini yalnızca bugünkü koşullarda değil, aynı zamanda içsel ve pazar dinamikleri doğrultusunda, gelecekteki gelişimleri yönünde de anlamlar içerir (Tek, Özer, 1999:61). Böyle bir yaklaşım, yeni bir ürünün tasarımından, artık bir ihtiyacı karşılamayan ürünlerden vazgeçmeye ve müşteriden gelebilecek ek talepleri karşılamaya kadar her şeyi kapsamaktadır. Böylece müşteri sadakatini sağlanabilmesi açısından gerçek değer üretilebilecektir. Tüm süreçlerin etkinliğinin ölçümlenmesi kuruluşun iç işlemlerine yönelik değil; müşteriye odaklı olmalıdır. Bir faaliyetin ne kadar çabuk yerine getirildiğinin ölçülmesi, eğer müşteri açısından anlam taşıyorsa hiç önemli değildir (Topçu, 2006:71-72).

Bir kuruluşun müşteri odaklı olmayı başarabilmesinde belirleyici etkenlerden en önemlisi, örgüt kültürüdür. Değişimi getirmek ve uygulamak için örgütü uyumlu duruma getirmeye yönelik kültürel konuların öncelikle ele alınması gereklidir. Müşteri odaklı olma yönünde atılacak önemli bir adım, başta üst yönetim olmak üzere herkesin bu işe gönülden bağlanmasıdır. Çalışanların böyle bir kültürü benimsemeleri destek ve teşvik görmeleri ile olanaklıdır. Müşteri odaklı işlemleri yönetebilmek için daha önce farklı bir kültüre sahip olan çalışanların eğitimden geçirilmesi şarttır. İyi çalışan bir müşteri bilgi sisteminin kurulması ile müşterilerle sürekli ilişki içinde olan satış ve pazarlama çalışanları, başta yönetim kademesi olmak üzere diğer çalışanları da hizmet konusunda olumlu yönde etkileyebilecektir (Topçu, 2006:66).

Günümüzde müşteriye odaklanmış şirketler; tüketicinin ihtiyaçlarına öncelik veren pazarlama kavramının ötesine ulaşmış, tüketiciyle genel bir ilişki yerine, adeta her müşterisi ile özel bir köprü kurmayı hedefleyen kuruluşlar olmuşlardır. Ürünü sürekli müşterilerin özel ihtiyaç ve koşullarına göre değiştirip uyarlayan bu şirketler, müşterilerine mal satmayı değil, onların sorunlarına kalıcı ve toplu bir çözüm getirmeyi hedeflemektedir. Müşteri yönlülük, kısa dönemde kardan ziyade sürdürülebilir yüksek işletme performansını hedefleyen uzun süreli bir bakış açısı gerektirmektedir. Müşteri yönlü strateji geliştiren şirketlerin, kaynaklarını düzenleme yoluna gittikleri ve müşteri ile işbirliğine gidecek personeli güçlendirdikleri görülmüştür (Naktiyok, Timuroğlu, 2008:173-174). Yukarıdaki açıklamalara bağlı olarak müşteri odaklı olmak işletmelerle aşağıdaki avantajları sağlamaktadır (Pralhad ve Ramaswamy, 2002: Türkan, 2006:14-15).

- Pazardaki durumu artan müşteri bağımlılığı ile

sağlamlaştırmaktadır. Özellikle müşteri bağımlılığının yüksek olduğu pazar bölümlerinde şirketler rakipleri karşısında pazara giriş engelleri yaratmaktadır.

- Bilgi ile ilerleme sağlayarak, müşterilerle ilişki sırasında elde edilen bilgiler tüm pazarlama araştırmalarından daha ucuz, çabuk ve güvenilir olmaktadır.
- Müşteri ihtiyacına daha çabuk cevap vererek rekabet avantajını yakalamaktadırlar. Erken alınan bilgiler, pazara erken tepki verebilme şansını doğurmaktadır. Özellikle geri besleme sistemini şirketlerinde başarı ile kurabilen ve kendilerini sürekli yenileyebilen şirketler bu rekabet avantajını kullanabilmektedirler.
- Müşteri odaklılık ile şirketlerde süreçlerin düzenli olarak iyileştirilmesi sağlanmaktadır. Müşterilerinin taleplerinin şirkete ve şirket içinde de sorumlu departmanlara iletilmesi, her birimin şirketin değer yaratma sürecine yaptığı katılımın bir ölçüsü durumuna gelmektedir. Eğer bir departmanın çıkarımları bir yarar olarak nitelendiriliyorsa (hem iç hem de dış müşteri için) tüm şirketin verimliliğini arttırmada kullanılabilmektedir.

3- İnovasyon ve İnovasyon Yönlülük

İnovasyon, Latince bir sözcük olan "innovatus"tan türemiştir. "Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması" anlamındadır. Türkçede "yenilik", "yenileme" gibi sözcüklerle karşılanmaya çalışılsa da, anlamı tek bir sözcükle ifade edilemeyecek kadar geniştir. Diğer yandan "yenilik" ve "yenileme" "inovasyon" sözcüğü ile ifade edilmeye çalışılan kavramın dışında da çağrışımlara yol açmaktadır. Bu nedenle, "inovasyon"un teknik bir sözcük olarak kabul edilip, tıpkı "teknoloji" sözcüğünde olduğu gibi dilimize oturtulmasında yarar vardır (www.fedtraining.com.tr/03.09.2007). Yenilik, bir fikrin buluş aşamasından uygulamaya kadar devam eden araştırma-geliştirme ve üretim aşamalarını kapsayan bir süreçtir. Toffler; yeniliğin birbirinin takip eden üç süreci olduğunu ifade etmiştir. Bunlar; önce yaratıcı ve uygulanabilir bir düşüncenin varlığı, bu düşüncenin uygulanması, uygulanan düşüncenin ise topluma yaygınlaştırılmasıdır (Onağ, 2009: 76). Bu bağlamda inovasyon, yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri kapsar. Yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirme, yeni düşüncelerden doğar. İnovasyon sürekliliği olan bir faaliyettir. Bu nedenle, ortaya atılan, geliştirilerek işler hale getirilen ve sonuçta firmaya rekabet gücü kazandıracak şekilde pazarlanan bu fikirlerin ve sonuçlarının tekrar tekrar değerlendirilmesi ve yeni getiriler için yaygınlaştırılarak kullanılması gerekir. Bu sayede doğacak yeni fikirlerle yeni inovasyon faaliyetleri doğurur (Dutta, 2007:38-43).

Rekabet üstünlüğü sağlamak için işletmelerin sahip olması gereken nitelikler yıllar içinde sürekli değişim göstermiştir. 1960'lara kadar en önemli konu *daha fazla üretebilmek* iken, 1970'lerde arzın talebi aşması ve uluslararası ticaretin ilk adımlarının atılmaya başlanması ile *maliyet* ve *fiyat* kavramları ön plana çıkmış ve fiyat üzerinde ciddi

Pazar unsurlarının sürekli değiştiği, yeni teknolojilerin çok kısa aralıklarla ortaya çıktığı, ürünlerin çok kısa sürede demode hale geldiği, rakiplerin hızla çoğaldığı bir ortamda, bir örgütün başarılı olabilmesi yeni bilgiyi yaratıp tüm örgüte yayması, kısa sürede bunu uygulayıp yeni ürünler geliştirilmesi ile mümkündür.

bir rekabet başlamıştır. 1980'lerde ise kalite kavramı ön plana çıkmış ve fiyatın yanı sıra kalite rekabet konusu olmuştur. 1990'lara gelindiğinde hız ve esneklik rekabet çabalarında önemli kavramlar haline gelmiş ve ürün çeşitliliği artmıştır. 2000'lerde ise hızlanan küreselleşme sonucu artık piyasalarda mevcut olmayan ürün neredeyse bulunmamakta, müşterilerin ürün ve hizmetlere erişimi her geçen gün kolaylaşmakta ve üretilen ürün ve hizmetlerin geçmişte sadece birkaç benzeri satılırken şimdi her şey bir-

birine hızla benzemektedir (Efetürk ve Peker, 2010:40) ve müşterilerin önündeki seçenekler her geçen gün artmaktadır. Örneğin, 30 yıl önce ABD'de 140 araç modeli varken, 1990'larda 260'a ulaşmış, günümüzde ise 400'lere ulaşmıştır (ayrıntılar tablo 2 görülmektedir). Buradan iki sonuç çıkarmak mümkündür. Birincisi, rakipler artmakta yani yeni rakipler geldiği gibi eskileri de güçlenmektedir. İkincisi ise ürün yağmuru oluşmakta yani tüketicilerin önündeki seçenek sayısı hızla artmaktadır (Ateş, 2007: 22).

Tablo 2: Yıllara Göre Ürün Çeşitleri ve Modelleri

| Ürün | 1970'ler | 1990'lar | 2006 |
|--------------------|----------|----------|---------|
| Araç Modeli | 140 | 260 | 400 |
| PC Modeli | 0 | 400 | 1.000 |
| Kek Markası | 3 | 29 | 50 |
| Yazılım Adı | 0 | 250.000 | 400.000 |
| Hafif İçki Markası | 20 | 87 | 100 |
| Su Markası | 16 | 50 | 70 |
| Dergi Markası | 339 | 790 | 1.100 |
| Radyo İstasyonu | 7.000 | 14.500 | 16.000 |

Kaynak: Ateş, 2007:24

Günümüzde hayatın her alanında çok hızlı değişim yaşanmaktadır. Yaşanan bu değişimler çoğu zaman mevcutları hükümsüz bırakabilmekte ve sürekli yeni bir şeylerin ihtiyacını açığa çıkarmaktadır. Hayata ilişkin yaşanan değişimlerin çoğu da tüketicilerin içerisinde buldukları sosyal, kültürel, demografik, ekolojik ve ekonomik alanlarda yaşanmaktadır. Dolayısıyla bu çevresel faktörlerde yaşanan değişimler, tüketicilerde de belirli değişimler yaratabilmekte; istek, ihtiyaç ve beklentileri, yaşam tarzları, moda algılamaları ve satın alma alışkanlıklarını değiştirebilmektedir. İşletmenin rekabetçi başarısı ise bu değişimlere karşı, tüketicinin ihtiyaçlarına en uygun tepkileri oluşturabilecek ve etkili bir şekilde sunacak yenilik ve pazarlama stratejileriyle ve bunu da rakiplerinden daha hızlı yapmasıyla mümkün olabilecektir. Bu da rekabetin ve sürdürülebilir değer yaratmanın itici gücünün yenilik yapmak olduğunun bir göstergesidir. Bu bağlamda, işletmelerin yenilik yapmalarını kaçınılmaz kılan değişimler şunlardır (Uzkurt, 2008:74-76):

1- **Sınırların kalkması:** Daha önceleri pazara giriş engellerinden birisi olarak karşımıza çıkan sınırlar, bugün üretim, bilgi ve enformasyon teknolojilerindeki ilerlemeler, ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasi anlaşmalar ve bölgesel işbirlikleri sayesinde önemli

ölçüde kalkmıştır. Sınırların kalkması işletmeleri birbirleriyle daha çok işbirliği yapmaya iterken diğer taraftan da küresel rekabeti arttırmıştır.

2- **Müşteri beklentilerinin artması:** Günümüzde ürün ve hizmetlerin artık, bireysel müşterilere özel hale geldiği ve oldukça çeşitli ürünlerin üretilmeye başlandığı görülmektedir. Bu çeşitlilik aynı zamanda arz fazlasını da beraberinde getirmiştir. Artan müşteri beklentilerini karşılamak için işletmelerin her geçen gün daha yeni daha farklı ve orijinal ürün ve hizmetlerle tüketiciye cevap vermeleri kaçınılmaz olmuştur. Bu kaçınılmazlık aynı zamanda ulusal ve uluslararası pazarlardaki rekabette en önemli üstünlük aracı haline dönüşmüştür.

3- **Değişimin hızı:** Tüketicide, teknolojiye ve yönetim tekniklerinde meydana gelen değişimler, beraberinde endüstrilerin ve pazarların da hızlı değişimini tetiklemiştir. Hatta müşteri beklentilerinin ve yaşam tarzlarının çok hızlı değiştiği pazarlar bir moda görünümü kazanmış ve bugün çok mükemmel bir mal veya hizmet kısa sürede sıradan ve tercih edilmez hale gelmiştir. Yaşanan bu değişimler karşısında pazar payını ve kâr marjını koruyabilmek için işletmelerin, tüketicilere sürekli yeni değerler sunması bir zorunluluk haline gelmiştir.

Tablo 3: AB Yenilikçilik Endeksi (2009)

| Ülke | 2008 | 2009 | Ülke | 2008 | 2009 |
|------------------------|-------|-------|---------------------|-------|-------|
| 1 Belçika (BE) | 0,513 | 0,516 | 18 Hollanda (NL) | 0,484 | 0,491 |
| 2 Bulgaristan (BG) | 0,227 | 0,231 | 19 Avusturya (AT) | 0,532 | 0,536 |
| 3 Çek Cumhuriyeti (CZ) | 0,410 | 0,415 | 20 Polonya (PL) | 0,311 | 0,317 |
| 4 Danimarka (DK) | 0,576 | 0,574 | 21 Portekiz (PT) | 0,366 | ,401 |
| 5 Almanya (DE) | 0,581 | 0,596 | 22 Romanya (RO) | 0,278 | 0,294 |
| 6 Estonya (EE) | 0,451 | 0,481 | 23 Slovenya (SI) | 0,448 | 0,466 |
| 7 İrlanda (IE) | 0,515 | 0,515 | 24 Slovakya (SK) | 0,316 | 0,331 |
| 8 Yunanistan (GR) | 0,349 | 0,370 | 25 Finlandiya (FI) | 0,603 | 0,622 |
| 9 İspanya (ES) | 0,373 | 0,377 | 26 İsveç (SE) | 0,649 | 0,636 |
| 10 Fransa (FR) | 0,500 | 0,501 | 27 İngiltere (UK) | 0,588 | 0,575 |
| 11 İtalya (IT) | 0,377 | 0,363 | 28 Hırvatistan (HR) | 0,278 | 0,286 |
| 12 Kıbrıs (CY) | 0,466 | 0,479 | 29 Türkiye (TR) | 0,218 | 0,227 |
| 13 Letonya (LV) | 0,252 | 0,261 | 30 İzlanda (IS) | 0,481 | 0,481 |
| 14 Litvanya (LT) | 0,305 | 0,313 | 31 Norveç (NO) | 0,382 | 0,382 |
| 15 Lüksemburg (LU) | 0,525 | 0,525 | 32 İsviçre (CH) | 0,683 | 0,694 |
| 16 Macaristan (HU) | 0,313 | 0,328 | 33 Sırbistan (RS) | - | 0,227 |
| 17 Malta (MT) | 0,340 | 0,343 | 34 AB Ortalaması | 0,476 | 0,478 |

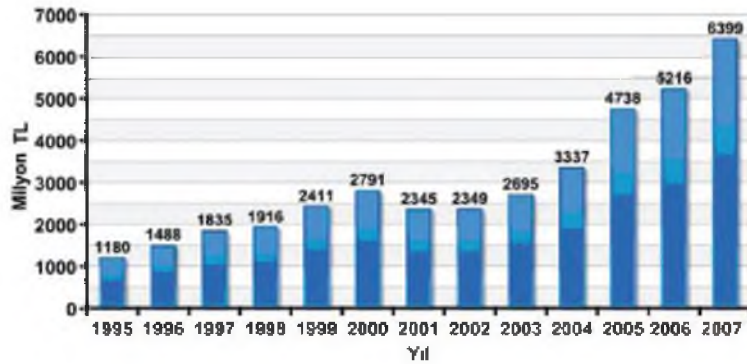
Kaynak: European Innovation Scoreboard (EIS) 2009; <http://www.proinno-europe.eu/page/european-innovation-scoreboard-2009/08.12.2010>

Günümüzde işletmelerde kalıcı başarının en önemli göstergelerinden biri "bir yıl içinde gerçekleştirilen yenilik sayısı"dır (TÜSİAD, 2002:148). Dünya ekonomisinde itici güç yenilikçiliktir. Ülkelerin gelişmişlik sıralamasında sıçrama yapmaları da ileri ve öncü teknolojilere uyumlarına ve yenilikçilik performanslarında güçlü bir gelişme sağlamalarına bağlıdır. Bu nedenle AB, yenilikçilikte ABD ve Japonya gibi ülkeler karşısındaki durumunu sürekli olarak takip etmektedir. Avrupa Komisyonu tarafından, Lizbon Stratejisi'nin de bir aracı olarak AB'nin ve üye ülkelerin yenilikçilik performansını değerlendirmek amacıyla her yıl hazırlanan Yenilikçilik Endeksi'nin 2009 sonuçlarına göre Türkiye, 0,23 endeks puanı ile sondan ikinci sırada "en az yenilikçi ülke" konumunda yer almaktadır (tablo 3). Diğer taraftan Türkiye bu puan ile AB ortalamasının da oldukça altındadır.

Tablo 3'e göre Türkiye'nin 2008 ve 2009 yılı yenilikçilik endeksi 0,218 ve 0,227 puanla en sonuncu sırada yer almaktadır. Türk şirketlerinin büyük çoğunluğunda

yaratıcılık-yenilik konusunda bir çekingenlik, hatta korku olduğu söylenebilir. Bunu bir nedeni sanayimizde yaygın olan kopyacılıktan, bir diğer nedeni de yenilik-yaratıcılığın hedeflenmemesidir. Küçük işletmelerde bu tür çalışmaları yürütecek nitelikte kişilerin bulunmayışı bir ölçüde normal karşılanabilir, fakat orta ve büyük ölçekli firmalarda bile nadiren Ar-Ge ile uğraşan kişilere rastlanmaktadır. Küresel rekabet içinde sanayimizin yenilik ve yaratıcılıkla fazla ilgisi olmadığını kolayca söyleyebiliriz (TÜSİAD; 2002:148). Yenilik denince akla gelen diğer bir faktör ise Ar-Ge konusudur. Türkiye'nin Ar-Ge ve yenilik alanındaki performansına bakıldığında, son yıllarda önemli bir artış eğilimi içerisinde olduğu görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan verilere göre, ülkemizde kamu, özel sektör ve diğer kesimler tarafından Ar-Ge'ye harcanan toplam tutar (2007 yılı sonu itibarıyla) 6,4 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu değer, 1995 yılındaki harcamanın yaklaşık 5 katından fazladır; diğer bir deyişle son yıllarda ülke çapında Ar-Ge'ye yapılan yatırımda reel olarak çok ciddi bir artış kaydedilmiştir.

Şekil 2: Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları (1995-2007)



Kaynak: Yetiş, 2009:29

Türkiye'de Ar-Ge harcamalarının milli gelire oranı yüzde 0,7'dir. Bu oran OECD ülkeleri ile karşılaştırıldığında, Türkiye oldukça gerilerde kalmaktadır (OECD ortalaması: %2,3) (www.ttgov.org.tr/... 09.12.2010). Buna rağmen Ar-Ge'ye yapılan bu yatırımların sonuçları önümüzdeki yıllarda bütün kesimler tarafından ve özellikle de Türk girişimcisine uluslararası alandaki rekabet gücü açısından önemli kazanımlar sağlayacaktır.

Günümüzde işletmelerin yalnızca ayakta kalmaya çaba göstermeleri hiçbir anlam ifade etmemekte, bunun ötesinde yeni, orijinal şeyler ortaya koyarak rekabet ortamında ön plana geçmeye çaba göstermeleri gerekmektedir. Yapılan araştırmalara göre ABD'de yılda 30.000 yeni ürün piyasaya sunulmakta, bunlardan yüzde 70 ila yüzde 90'ı başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. İçlerinden yenilikçi olan ve tüketiciye değer yaratanlar ise başarılı olmaktadır (Marangoz, 2008:40).

Küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojileri başta olmak üzere teknolojiye baş döndürücü bir hızla meydana gelen gelişmelerin de etkisiyle rekabet koşullarını tümüyle değiştirmiştir. Rekabet küresel ölçüğe taşınmış; hız, kalite, maliyet gibi performans kriterlerinin yanında üretim bilgisindeki özgünlük küresel bazda rekabet edebilmenin vazgeçilmez bir koşulu haline gelmiştir. Bu bağlamda, özgün bir ürün ortaya koymak veya geliştirilen özgün bir süreç, organizasyon biçimi veya pazarlama modeli aracılığıyla rekabet avantajı sağlamak çok önemli olmaktadır (Yetiş, 2009:28). Buna göre yenilikleri ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel yenilikler olarak sınıflandırabiliriz (Efetürk ve Peker, 2010:41-42):

- **Ürün yeniliği:** "Ne ürettiğimiz" ile ilgili olup yeni bir ürün (mal/hizmet) olabileceği gibi, geliştirilmiş bir ürün ya da farklı bir pazardaki ürün rakiplerden önce kendi pazarımıza uyarlayarak yeni bir kullanım alanı yaratmak şeklinde de olabilir.
- **Süreç yeniliği:** Siparişleri yerine getirmekten yeni ürün geliştirmeye, müşteri hizmetlerinden satın almaya, stok yönetiminden teslimata kadar, bir şirkette görülen tüm işleri yepyeni yöntemlerle gerçekleştirmeyi ve bu şekilde maliyetleri düşürüp verimliliği arttırmayı hedefleyen tüm yenilikçi uygulamaları içerir.
- **Pazarlama yeniliği:** Ürünlerimizin tasarımı veya ambalajlanması gibi özellikleri, fiyatı, dağıtım kanalları ve tutundurma çalışmalarındaki önemli değişiklikleri kapsar. Bir başka deyişle, ürünün veya hizmetin müşteriyle olan temas yöntemleri ve sunumlarında yapılabilecek farklılaşmalarıdır.
- **Organizasyonel yenilik:** İşletmemizi nasıl yönettiğimiz ile ilgili olup, örgüt yapısının önemli sayılabilecek şekilde değiştirilmesi, gelişmiş yönetim tekniklerinin ve yeni stratejilerin uygulanması şeklinde ortaya çıkabilir.

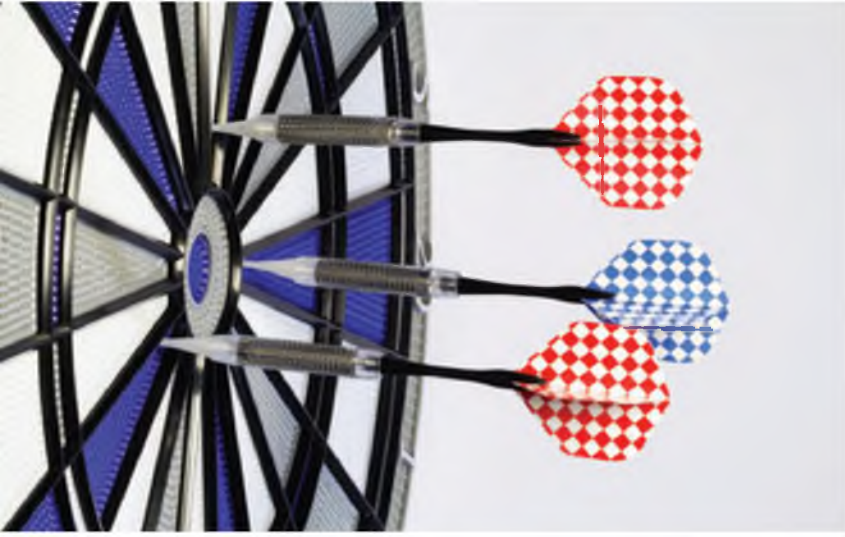
İnovasyonun daha çok ticari firmalar için pazar paylarını geliştirmede etkili olduğu genel görüşüne rağmen, giderek artan bir oranda hizmet sağlayıcı tedarikçiler ve kâr

amaçsız kuruluşlar tarafından da dikkate alındığı -alınması gerektiği- üzerinde durulmaktadır. Hatta Drucker gibi bazı yazarlar, hızla değişen çevresel koşullara bağlı olarak kâr amaçsız kuruluşların en az kâr amaçlı kuruluşlar ve hükümet organları kadar inovasyona ihtiyacı olduğuna dair görüşler vardır (Fyvie ve Ager, 1999:1383). Her kurum kendi inovatif yapısını kuralmalı ve bütün organizasyona yayarak bunu bir kurumsal kültür haline getirmelidir.

Kurumsal düzeyde inovasyon, kurumların hayatta kalması ve büyümesi için çok önemlidir. Kurumsal düzeyde inovasyon sadece teknoloji ile ilgili değildir. Her organizasyonda bulunan çalışanları, ortakları, müşterileri ve hatta rakipleri bağlayan resmi veya gayri resmi bağlantılar kadar önemlidir. Fikirler ancak geniş bir topluluk içinde tartışıldıklarında, beslendiklerinde ve test edildiklerinde tüm potansiyellerini ortaya koyarlar. Yine de fikirler yeterli değildir. Başarılı yenilikçiler, bu fikirleri değere dönüştürmeyi iyi bilenlerdir. Bu konuda, fikirlerin toplanması, elenmesi, test edilmesi ve pazara sunulması aynı derecede önemlidir (Marangoz vd. 2007:162).

4- Öğrenme Yönlülüğün Müşteri Yönlülük Açısından Önemi

Dinamik çevre ve teknolojiye gelişmeler; bilginin, sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlamak için en önemli kaynak olarak tanınmasına neden olmuştur. Bu nedenle özellikle son on yılda örgütsel öğrenme, öğrenen örgüt ve bilgi yaratan şirketlerin önemi artmıştır. Bu noktadan hareketle, öğrenme yönlülük ile müşteri yönlülük arasındaki ilişki daha net bir şekilde ortaya konulabilir. 20. yüzyılın ortalarına kadar ürün odaklı anlayış hâkim olmuş; şirketler, ürünleri ve satışı çoğaltma çabaları ile varlıklarını ortaya koymuştur. Bu dönemde ürünler, yalnız şirket yöneticilerinin görüş ve düşüncelerine göre şekillendirilmiştir. Tüketici ve müşteriler, kendilerine sunulan ürünleri itiraz etmeden satın almış ve gelişen teknolojinin nimetlerinden daha fazla yararlanmaya çalışmışlardır. Şirket yöneticileri tarafından satın alma davranışları belirlenen tüketici ve müşteriler, 20. yüzyılın son çeyreğine doğru uyanmaya başlamış ve rekabet yoğunlaşma sürecini de arkalarına alarak pazarda devrim yapmış, pazarın egemenliğini eline geçirmişlerdir. Bu yeni durum; şirket yöneticilerini, giderek bilinç düzeyi yükselen ve birçok hedef kitleye bölünen tüketici ve müşterilerin neler istediklerini hatta ileride neler isteyebileceklerini öğrenmelerini zorunlu kılmıştır. Yine aynı dönemde tüm dünyayı etkisi altına alan küreselleşme, yalnız ulusal pazara değil, dünyanın diğer bölgelerindeki pazarlara da yönelmeyi gerektirmiştir. Bu farklı pazarlara, müşterilere ve tedarikçilere yönelemeyen şirketler, maliyetlerini düşürememiş, ürettikleri mal ve hizmetleri satamamış, yıkıcı rekabete karşı koyamayarak yok olmuşlardır. Artık şirket yöneticileri, örgütsel değişimleri, ürün üretmekten ziyade çözüm üretme üzerine dizayn etmekte, bu da anahtar pazar alanları ile yakın ilişki kurmayı gerektirmektedir. Şirketlerin çalkantılı çevrede ayakta kalmaları ve başarılı olmaları, çevrelerindeki taleplere uygun çözümler



üretmelerine bağlıdır (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:174-175). Bunu da ancak çevrelerindeki değişimi sürekli takip ederek yani öğrenerek yapabilirler.

Günümüzün yoğun rekabet ortamında işletmeler için piyasada kalabilmenin temel şartı, müşteri odaklı bir yönetim stratejisinin uygulanmasıdır. Hatta günümüzün her yönden hızla gelişen pazar ortamında, müşteri ihtiyaçlarının bir defa belirlenmesi ve ona göre hizmet sunulması yeterli olmamaktadır. Çünkü müşteri ihtiyaçları sürekli değişiklik gösterir. Bu bağlamda, müşterilerin geçmişte memnun edilmiş olmaları gelecekte de memnun olacakları anlamına gelmemektedir. Dolayısıyla, müşteri ihtiyaçlarının gelecekte karşılanabilmesi, alışkanlık ve tercihlerdeki değişikliklerin, bu ihtiyaçları karşılamaya dönük teknolojik gelişmelerin, rakiplerin rekabet stratejisinin ve diğer faktörlerdeki olası değişikliklerin, dikkatle ve sürekli olarak tahmin edilmesini ve bunlara uygun hizmet ve süreçlerin geliştirilmesini gerektirmektedir. İşletmelerde, müşterilerden elde edilecek bilgiler, sadece tedbir alma ve müşteri memnuniyetini sağlama amaçlı kullanılmaz. Bu bilgiler, müşteri tercihindeki değişimlerin takip edilmesi, rakipleriyle ilgili düşüncelerin araştırılması, hizmetler hakkında izlenim edinilmesi, beklenen-algılanan hizmet kalitesinin kıyaslanması amacıyla da kullanılır (Avcı, 2005:78-79). İşletmenin çevresinde ve müşterilerde meydana gelen bu değişimleri takip edebilmek için işletmenin öğrenme odaklı olması gerekir. İşletme ne kadar öğrenme odaklı ise yukarıda açıklanan değişimlere o derece uyum sağlar hatta bu değişimleri yönetir.

Öğrenme yönlülük ve müşteri yönlülük birbirlerini tamamlayan kavramlardır. Çünkü müşteri yönlülük işletme dışına odaklanırken; öğrenme yönlülük, işletmenin iç dinamiklerine odaklanmayı gerektirmektedir. Öğrenme yönlülüğü güçlü olan şirketlerde sadece pazar hakkında bilgi toplanıp dağıtılmamakta, buna ilaveten depolama süreçleri gözden geçirilmekte, müşteriye karşı tutum ve davranışlarda daha kaliteli bir anlayış kazanılması sağlanmaktadır. Öğrenen örgütlerde fikirler ve çözüm önerileri; iş tanımına, pozisyonuna veya fonksiyonuna bakılmaksızın herhangi bir iş

görenden gelebilir. Bu tür örgütler; yüksek müşteri değeri yaratmak amacıyla, pazar hakkında bilgi sahibi olma ve yaratma yeteneğini geliştirmek istemektedir. Bugün şirketlerin karşılaştıkları en önemli problemlerden biri olarak, bireysel müşteri ilişkileri hakkında organizasyon çapında bir öğrenmenin nasıl geliştirileceği sorusu bulunmaktadır. Öğrenen örgütlerin, müşterileri ile kurduğu yakın ve yoğun ilişkiler, pazarda meydana gelebilecek beklenmedik gelişmelere karşı birlikte tavır alınmasını sağlamaktadır. Paylaşılan vizyon ile çalışanlar, müşteri değeri yaratmaya odaklanmaktadır (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:175-176).

Öğrenme yönlü şirketler, paylaşılan yorumlar ve bilginin içselleştirilmesi ile müşteri hakkında daha fazla bilgi öğrenilebilirler. Müşteri hakkında bilgi yoğunluğu, öğrenme yönlü kültüre bağlı olarak yükselmektedir. Öğrenme yönlülüğün yüksek olduğu şirketlerde, pazarlama departmanlarında çalışanların satış yaparken, hata yapmaktan korkmadıkları ve yüz yüze geldikleri zor satış koşullarında mücadele ettikleri görülmektedir. Böylece satış çabalarında "ısrar", öğrenme yönlülüğün bir sonucudur. Buna ek olarak öğrenme yönlülük, uzun dönemde stratejik müşterilerle ilişkilerin geliştirilmesi için değerli bir yetenektir. Bu bağlamda örgütsel kültürün en önemli unsuru olan öğrenme yönlülük, organizasyon içerisinde bilgi yapısını ve düzeyini artırarak, müşteri değeri yaratır. Bunun yanında öğrenme yönlülük, müşterilerin firmaya olan güvenlerini ve bağlılıklarını da artırır. Öğrenme yönlülüğün müşteri yönlülük üzerinde önemli etkileri vardır. "Müşteri yönlü olabilmek için geleneksel yaklaşım ve kültürden vazgeçmek gerekmektedir. Bu konudaki bir değişim ancak öğrenen örgüt yapısı ile sağlanabilir" (Naktiyok ve Timuroğlu, 2008:176). Bu yapı bütün organizasyon genelinde koordineli bir şekilde planlanmalı ve uygulanmalıdır.

Birçok öğrenme şekli (Tek Yönlü Öğrenme -Uyum Sağlayıcı Öğrenme, Çift Yönlü (Döngülü) Öğrenme, Sibernetik, Öğrenmeyi Öğrenme, Geçmişten ve Hatalardan Öğrenmek, Başkalarından Öğrenmek (Kıyaslama - Benchmarking), Birlikte Öğrenmeyi Öğrenmek) vardır. Fakat bunlardan en önemlisi müşterilerden öğrenmedir. Bu aynı zamanda müşteri yönlü olmanın da gereğidir. Müşterilerden öğrenmek, gerçekte örgütlerin değer vermeleri gereken en önemli öğrenme stratejilerinden biridir. Ürün veya hizmetin son kullanıcı durumunda bulunan müşteri, üründen beklentilerini en somut biçimde ortaya koyabilecek kişidir. Benzer şekilde, ürün veya hizmeti kullanan müşteriler, onları en objektif biçimde değerlendirecek ve eleştiri yapabilecek kişilerdir. Dolayısıyla müşterileri, örgütün entelektüel bir kaynağı olarak değerlendirmek, bilgi ve tecrübelerinden yararlanmak, örgütlerin öğrenme stratejilerinin özünde bulunmalıdır (Çalık, 2010:120). Günümüzde müşteriler satın alma davranışlarında en çok en yakınındaki kişilerden etkilenmektedirler (ağızdan ağza iletişim). İşletmenin müşteriyi önemsemesi ve bilgi alabileceği merkeze oturtması müşterilerin diğer müşteriler ile aralarındaki iletişime yansıtacak bu da mevcut ve potansiyel müşterilerin işletmeye bakış açılarını olumlu yönde etkileyecektir.

5- İnovasyon Yönlülüğün Müşteri Yönlülüğü Açısından Önemi

Dünyada küreselleşme ile birlikte sınırların kalkması, ülkelerin ekonomik yapılarının ve hukuk sistemlerinin yakınlaşması, ticaret üzerindeki korumacılık eğiliminin kalkmasıyla birlikte dünyanın açık bir pazar haline gelmesi ticaret hacmini bir hayli genişletmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak, ihracatçı ülke sayısı ile ihraç edilen ürün sayısı artmış ve tüketim kalıpları dünyanın birçok yerinde benzer hal almıştır. Fazla sayıda ülkenin benzer ürünlerle uluslararası pazarlarda boy göstermesi ise uluslararası rekabet kavramını gündeme taşımıştır. Rekabet edebilir ürünler üretilerek, hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda rekabet gücünün sürdürülmesi; değişen ihtiyaçlara uygun ürünlerin tasarlanmasını bir başka ifade ile yenilik sürecini zorunlu kılmaktadır (Aksoy ve Demirel, 2008:392).

Müşteri ihtiyaçlarını maksimum düzeyde karşılayacak yenilikleri rakiplerden önce pazara sunmak başarı için önemlidir. Ancak müşteri ihtiyaçlarının sürekli değişen bir görünüm arz etmesi nedeniyle müşterilerin ihtiyaçlarının tespit edilmesi için sürekli ve dinamik bir müşteri odaklı anlayışın da işletmede hâkim olması gerekir (Uzkurt, 2008:69). Yenilikçi odaklı örgütler, yoğun rekabet ortamı içinde geliştirdikleri yeni ürünlerle ve süreçlerle üretim maliyetlerini düşürmekte ve pazar paylarını arttırmaktadırlar (Onağ, 2009: 76). Bu da onların rekabet güçlerini arttırmaktadır.

Müşteri odaklı olmanın temel mantığı, müşteri yararlarını öne çıkarmak ve müşteri değerini yükseltmenin yollarını aramaya öncelik vermektir. Diğer bir deyişle müşteri odaklı olmak, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için devamlı, proaktif bir eğilim oluşturmaktır. Tam bir müşteri memnuniyeti üzerine odaklanmak için devamlı olarak yeniliği canlı tutmak gerekir. Bu nedenle Deshpande vd. (1993), yapmış oldukları çalışma ile müşteri odaklı olmak ile inovatif yönlü olmak arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır (Marangoz vd., 2007).

Üst düzeyde müşteri değerine önem veren organizasyonlar yalnızca ürünler ve hizmetler konusunda değil, bütünsel bir bakış açısı ile işletme sisteminin genelinde inovatif eylemlerde bulunmaktadır. Müşteri odaklı işletme, kısa dönem kârlardan ziyade uzun dönem işletme imajıyla ilgilenmektedir. Diğer bir deyişle, inovasyon organizasyona yapılan uzun dönemli yatırımı temsil etmektedirler. Bu nedenle müşteri odaklı kültürü olan bir firmanın, daha az müşteri odaklı olana kıyasla daha fazla inovasyona yönelme olasılığı bulunmaktadır. Ayrıca yapılan bazı araştırmalarda gelecek odaklı firmaların genelde daha inovatif olduğu düşünülmektedir. Han vd. (1998) tarafından yapılan çalışmada, müşteri odaklı işletme kültürünün organizasyonun hem teknik hem de inovatif özelliğini pozitif olarak etkilediği ortaya konulmuştur (Han, 1998:30). Daha çok yenilikçi olan işletmeler daha çok müşteri istek ve ihtiyaçlarına karşı duyarlı olacak ve böylece onları memnun edecektir. Bu da işletmenin kârlılığını uzun dönemde arttıracaktır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüz yoğun rekabet ortamında işletmeler yeni müşterileri kazanmaktan daha çok mevcut müşterilerini muhafaza etmelidirler. Bu bağlamda müşteri memnuniyeti sağlamanın yolu, hedef müşteri kitlesinin istek ve ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmet sunmaktır. Bunun için de sürekli yenilik yaparak rakiplerden daha önce davranmak gerekir. Bunu yapabilmek için de örgütün bir bütün olarak öğrenme yönlü olması gerekmektedir. Öğrenme yönlü olan örgütler daha kolay ve hızlı yenilik yapacağından müşterilerine daha iyi hizmet verebileceklerdir. Bu nedenle günümüzde işletmelerin bu üç kavramı (öğrenme yönlülüğü, inovasyon yönlülüğü ve müşteri yönlülüğü) kendi organizasyon yapılarına çok iyi uyarlamaları ve kurum kültürü olarak benimsemeleri gerekmektedir.

Ticari faaliyetlerde yaşanan yok edici rekabet koşulları müşteri yönlü olmak için öğrenme ve inovasyon yönelimli olma açılımını da beraberinde getirmiştir. Düşük maliyet, verimlilik, kalite, hız, esneklik, müşteri memnuniyeti gibi klasik rekabet kriterleri, günümüz çevresel koşullarında sürekli ayakta kalabilmek ve gelişmek için yetersiz konuma gelmiştir. Bu yetersizlikten kaynaklanan bir ihtiyaç ile yöneticiler ve bilimsel araştırmacıların "daha ne yapılabilir?" arayışında "Müşteri Yönelimli Olmak" için "Öğrenme" ve "İnovasyon" yönlü olma kavramları ortak zemin olarak belirlenmiştir (Marangoz vd. 2007). Bu üç kavramın uygulamada bir araya gelmesi ile işletmelerin aşağıdaki kazanımları elde edeceğini söyleyebiliriz.

- Bilgi paylaşımı yaygınlaşır,
- Değişime açık esnek bir örgüt yapısı oluşur,
- Araştırmacı ve uygulayıcı bireyler yetişir,
- Yaratıcı ve yenilikçi bir kültür oluşur,
- Çevre ile sürekli etkileşim halinde dinamik bir yapı oluşur,
- Müşteri memnuniyeti artar,
- Çalışanların ve işletmenin performansı artar,
- Pazar payı ve kârlılığı artar,
- Rekabet avantajı sağlar.

Bütün bu kazanımlar, müşteri yönlü yaklaşım ile müşteri memnuniyetini arttıracığından uzun vadede de işletmenin kârlılığına önemli katkılar sağlayacaktır.

İşletmelerde yenilik ve yaratıcılığın birçok kaynağı vardır (rakipler, tedarikçiler, üniversiteler, çalışanlar vs.). Bu konuda diğer ve önemli bir kaynak da müşterilerdir. Müşterilerle yapılan görüşmeler öğrenmeyi ve hataları bulmayı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca müşteriler ürün hakkında güncel bilgiler verebilir, rakip ürünlerle kıyaslama yapabilir ve değişim konusunda parlak fikirler verebilirler. Bu öğrenme yolunun açılması için, müşterilerin bilgilerini iletmede görülen tıkanmalar engellenmelidir. Yöneticiler usta bir dinleyici olmalıdırlar (Öneren, 2008:172). Fakat Ateş (2007) Türkiye'de şirketlerin müşterilerin sesine çok az kulak verdiklerini, zaman zaman yapılan fokus grup çalışmaları, anketler ve algı araştırmalarının bu ihtiyacı karşılamadığını ve bu nedenle müşteriye inovatif çalışmaların odağına oturtacak stratejilere ihtiyaç olduğunu belirtmektedir (Ateş, 2007:41). Bu bağlamda işletme yöneticileri yenilik



Bir kuruluşun müşteri odaklı olmayı başarısındaki belirleyici etkenlerden en önemlisi, örgüt kültürüdür. Değişimi getirmek ve uygulamak için örgütü uyumlu duruma getirmeye yönelik kültürel konuların öncelikle ele alınması gereklidir.

kaynağı olarak müşterilere önem vermeli ve buna ilişkin stratejiler geliştirmelidirler.

Örgütsel öğrenme, müşteri tatmini ve yeni ürünlerin/hizmetlerin başarısı ve dolayısıyla örgütlerin başarısı ve etkinliğine yol açar. Öğrenen örgütler, değişime uyumun ötesine geçebilen ve değişimi yaratan örgütlerdir (Tek ve Özer, 1999:62). Bu bağlamda gelecekte en başarılı olacak birey ve kurumlar, en kolay ve en hızlı öğrenenler olacaktır. Bugünün yöneticileri hali hazırda var olan bilgi ve deneyiminin ilerideki yıllarda da işine yarayacağını

beklememelidir. Bilgi ve teknoloji böylesine hızlı ilerlerken, hız kazanmak için tek çözüm yolu, öğrenme ihtiyacını belirleyebilmek ve sonra da hızlı ve etkili bir şekilde öğrenmeyi başarmaya çalışmaktır. Öğrenme yapı ve kapasiteni geliştirip, hızlı gelişmelere ve yeniliklere ayak uydurabilmek, başarılı örgütlerin temel özellikleri arasında sayılacaktır. Sıradan örgütler ile başarılı örgütleri birbirinden ayıran fark, başarılı örgütlerin sahip oldukları öğrenme hız ve kapasitesi (Çalık, 2010:115) ve bunu müşterilerine yönelik yeni ürün ve hizmet geliştirmede kullanabilenler olacaktır.

Kaynakça

Aksoy, A., Demirel, E.T., (2008), "Yenilik Faaliyetleri Açısından KOBİ'ler", *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume: 3, Number: 3.

Atak, M., ve Atik, İ. (2007), "Örgütlerde Sürekli Eğitimin Önemi ve Öğrenen Örgüt Oluşturma Sürecine Etkisi", *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi Ocak, Cilt 3, Sayı 1 (63-70)*

Ateş, M.R. (2007), *İnovasyon Hayat Kurtarır*, Doğan Kitap. İstanbul.

Avcı, U., (2005), "İşletmelerde Örgütsel Öğrenme-Örgütsel Performans İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme-Örgütsel Performans İlişkisine Yönelik İnceleme", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.

Berthon P., ve Hulbert M.J., Pitt L. (2004), "Innovation Or Customer Orientation? An Empirical Investigation", *European Journal of Marketing*, Vol:38.

Bozgeyik, A., (2005), *Rekabet Avantajı İçin Müşteri İlişkileri Yönetimi*, Hayat Yayınları, İstanbul.

Çalık, T. (2010), "Öğrenen Örgütler Olarak Eğitim Kurumları", <http://yordam.manaskg/ekitap/pdf/Manasdergi/sbd/sbd8/sbd-8-09.pdf/02.12.2010>.

Demir, O., Kırdar, Y.,(2006) "Müşteri İlişkileri Yönetimi: CRM", *Review of Social, Economic & Business Studies*, Vol. 7/8.

Deshpandé, R., John, U., Farley, F. E., Webster, Jr., F.E.(1993), "Corporate Culture, Customer Orientation, And Innovativeness In Japanese Firms: A Quadrad Analysis", *Journal of Marketing*, Vol: 57, No: 1, January.

Dutta S., (2007), "Dünyanın Yenilikçi Liderle-

ri", *World Business*, Şubat.

Efetürk, P., Peker, H.Ç., (2010), "Yenilik ve İşletmeler için Önemi", *Anahtar Dergisi*, MPM Aylık Yayın Organı, Yıl:22, Sayı:256.

European Innovation Scoreboard (EIS) 2009; <http://www.proinno-europe.eu/page/european-innovation-scoreboard-2009/08.12.2010>

Fyvie, C., ve Ager, A. (1999), "NGO's And Innovation: Organizational Characteristics And Constraints In Development Assistance Work In The Gambia", *World Development*, Vol. 27, No. 8.

Han J.K., Namwoon K., Rajendra K., ve Srivastava, (1998), "Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link?", *Journal of Marketing*, Vol. 62, No. 4.

Marangoz, M. (2008), *Girişimcilik, Pozitif Matbaacılık*, Ankara.

Marangoz, M., Önce, G., Şimşek, H.F., (2007), "Sivil Toplum Kuruluşlarında Müşteri Yönlülük ve İnovasyon Yönlülüğün Örgütsel Performansla İlişkisi", *Yönetim Bilimler Dergisi*, 5:2.

Naktiyok, A., Timuroğlu, M.K. (2008), "Öğrenme Yönlülüğün Müşteri Yönlülük Üzerine Etkileri", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 30, Ocak-Haziran.

Onağ, A.O., (2009), "Örgütsel Kültür İle Yenilikçilik Odaklı Örgütsel Faktörler Arasındaki İlişki", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Manisa.

Öneren, M. (2008), "İşletmelerde Öğrenen Örgütler Yaklaşımı", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 7.

Özcan, Ö., (2009), "Bankacılık Sektörün-

de Öğrenen Örgütte İletişimin Önemi ve Eskişehir'de Örnek Bir Uygulama", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Prahalad, C.,K.,Ramaswamy, V.,(2002), *Co-Opting Competence*, Harvard Business School Press, Boston

Tek, Ö.B., Özer, P.S., (1999), "Pazar Yönlülük ve Örgütsel Öğrenme Teorilerinin Türkiye'de Kâr Amaçsız Kuruluşlara Uyarlanması", 4. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, Mustafa Kemal Üniversitesi İİBF, Hatay.

Topçu, C., (2006), "Müşteri İlişkileri Odaklı Toplam Kalite Yönetimi ve Uygulamadan Bir Örnek", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Türkkan, C. (2006), "Örgütsel Hizmet Pazarlarında Müşteri Odaklı Pazarlama Yaklaşımı", İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

TÜSİAD, (2002), *Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayi*, TÜSİAD yayını No:2002-07-322, İstanbul.

Uzkurt, C. (2008), *Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*, 1. Baskı, Beta yayınları, İstanbul.

Yetiş, N., (2009), "TÜBİTAK, Ar-Ge ve Yenilik", MÜSİAD Çerçeve Dergisi, Eylül. www.fedtraining.com.tr/ Erişim Tarihi:03.09.2007.

<http://www.ttgvg.org.tr/tr/turkiye-sanayide-arastirma-ve-gelistirmenin-neresinde/09.12.2010>



PI MAKINA

www.pimakina.com.tr



Ankara-Konya Yolu 23. Km. P.K/P.O Box: 10-11 06830 Gölbaşı - Ankara / TÜRKİYE • Tel: 0090-312 484 08 00 (pbx) • Fax: 0090-312 484 14 36

BÜYÜTÜECİ

Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ve Firmalar İçin Önemi

Doç. Dr. Ummuhan GÖKOVALI
Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü

1.Giriş

Küreselleşmenin ve bilgiye dayalı üretim ağının yaygınlaştığı çağımızda, teknolojinin gelişerek yeni üretim süreçleri, ürünler ve hizmetlere yol açması ve çok uluslu şirketlerin (ÇUŞ) üretim, pazarlama aşamalarında ekonomik faaliyetlerini küreselleştirerek yeni üretim yerleri ve piyasalar arayışında olmaları nedeni ile yeni ürün ve hizmetler günlük hayatımıza hızla girmektedir. Günlük hayatımıza hızla giren bu üretim süreçleri, ürünler ve hizmetler ise Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları (FSMH) ile korunmaktadır. FSMH ve bunların korunması günümüzde firmaların ve dolayısıyla ülkelerin büyüme, verimlilik, yaratılan katma değer ve uluslararası rekabet gücü gibi ekonomik değişkenlerinin temel belirleyicilerinden biri olarak daha da önem kazanmaya başlamıştır. FSMH korumasının önemi sadece bu korumaların temel ekonomik büyüklükler üzerindeki etkisi ile sınırlı değildir. FSMH koruması aynı zamanda firmaların ve dolayısıyla ülkelerin ekonomik gelişmelerinin yönünü belirleyerek, refah düzeyinin üzerinde de önemli etkilere sahiptir.

FSMH terimindeki mülkiyet, herhangi bir mülkiyet hakkında olduğu gibi tanımlanabilir. Mülkiyet sahibine, kanunlara aykırı olmadığı sürece mülkiyetini istediği gibi kullanma hakkını vererek, diğer kişileri mülkiyetine sahip olduğu şeyi kullanmasını engelleme hakkını verir. Eğer fikri ve sınai mülkiyet kavramı insan aklının bir ürünü olarak tanımlanırsa, fikri ve sınai mülkiyet hakkı da söz konusu insan aklının tasarlamış olduğu ürünler üzerinde tasarı sahibine her türlü yaptırımında bulunabilme olanağını sunan haklar olarak tanımlanabilir (van Dijk, 1994). FSMH kavramı, en geniş anlamı ile sanayi ve tarım sektöründe ve sanatsal faaliyetlerde geliştirilen icatların, yeni tasarımların, özgün çalışmaların ve yeniliklerin sahiplerine; söz konusu yeniliğin, icadın veya tasarımın üretiminde ve ticaretinde belirli bir süre dahilinde her türlü yaptırım gücü sağlayan gayri maddi bir haktır.

FSMH genel olarak iki grupta incelenebilir. Bunlar fikri mülkiyet ve sınai mülkiyet haklarıdır. Fikri mülkiyet telif hakları ve telif hakları ile bağlantılı haklar olarak ikiye ayrılır. Edebi, sanatsal ve bilimsel çalışmalar (kitap) gibi eserler telif hakları kanunları ile korunurken; performans, radyo ve/veya TV yayınları (konser gibi) gibi haklarda telif hakları ile bağlantılı haklar (komşu haklar) ile korunmaktadır. Bu çalışma, firmalar ile ilgili sınai mülkiyet haklarını incelediğinden telif hakları ve bağlantılı haklar ile ilgili ayrıntılara girilmeyecektir.

FSMH'dan sınai mülkiyet hakları genel olarak beş grupta incelenebilir. Bunlar patentler, marka, endüstriyel tasarım, coğrafi işaret (CI) ve entegre devre topografyalardır. Buluşlar ve yenilikler (yeni bir jet motoru gibi) patentler ile ilgili kanunlar ile korunurken, endüstriyel tasarım (bir

içeğin şişesinin biçimi gibi) endüstriyel tasarımlarla ilgili özel kanunlar ile korunabileceği gibi sınai mülkiyet veya telif hakları kanunları ile de korunabilirler. Markalar, coğrafi işaretler ve entegre devre topografyaları korumaları da birçok kanunla yapılacağı gibi özel kanunlar ile de sağlanabilir.

Bu çalışma, FSMH'dan sınai mülkiyet hakları korumasının firmalar açısından önemini tartışmaktadır. Bu amaçla ikinci bölümde sınai mülkiyet hakları ile ilgili uluslararası düzenlemeler açısından kısa bir tarihçe verilmektedir. Üçüncü bölümde FSMH ve bu hakların korumasının önemi değerlendirilmekte ve sınai mülkiyet haklarından patent, marka, endüstriyel tasarım ve coğrafi işaret korumasının firmalar için önemi ayrıntılı bir şekilde tartışılmaktadır. Dördüncü bölüm ise sonuç ve öneriler kısmına ayrılmıştır.

2. Sınai Mülkiyet Hakları ile İlgili Uluslararası Düzenlemeler

FSMH teknik ve hukuksal bir boyuta sahip olduğundan, bu haklara ilişkin işlemlerin ve uygulamaların uluslararası düzeyde eşgüdümlü hale getirilmesi için birçok uluslararası anlaşma ve sözleşme mevcuttur. Sınai mülkiyetler ile ilgili olarak FSMH'nın aynı anda başka ülkelerde de korunması uygulamasını başlatan en geniş çaplı anlaşmalardan ilki 1883 tarihli Paris Sözleşmesi'dir (Paris Convention for the Protection of Industrial Property). Bunun amacı, farklı ülkelerdeki sınai mülkiyet hakları ile ilgili kanun sistemlerini eşgüdümlü hale getirerek, uluslararası hukuksal bir yapı oluşturmaktır (OECD, 1994). Paris Sözleşmesi'ne kadar buluşu yapan kişi bir ülkede başvuru yaptığında aynı buluşunun korunması için başka bir ülkede başvuru yapamıyordu. Paris Sözleşmesi bir başvuru ile aynı anda istenilen tüm üye ülkelerde başvuru yapmayı olanaklı hale getirmiştir (OECD, 1994) ve bu anlaşma yerleşik olmayanlara yerleşiklere verilen hakların aynısını verme garantisini sağlamaktadır. Türkiye Paris Sözleşmesi'ne 1925 yılında katılmıştır.

Paris Sözleşmesi'nden sonra FSMH ile ilgili olarak en geniş çaplı ve en önemli anlaşma ise 1994 tarihli Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Kuruluş Anlaşması'na bağlı "Ticaret ile Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları" Anlaşması'dır (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights- TRIPS). DTÖ'nün kuruluş anlaşmasına taraf olan tüm ülkeler bu anlaşmaya da taraf olmuşlardır. TRIPS Anlaşması'nın amacı, uluslararası ticaretteki çarpıklık ve engelleri azaltmak ve FSMH'na yeterli düzeyde ve etkin koruma sağlamaktır (WTO, 2010). TRIPS Anlaşması'nın en önemli ilkeleri milli muamele ve en çok kayırılan ülke muamelesi ilkeleridir. Milli muamele ilkesine göre her ülke fikri ve sınai hakların korunması hususunda kendi vatandaşına yaptığı muamelelerin aynısını diğer üye ülke vatandaşlarına da yapacaktır. FSMH ile ilgili



olarak bir ülke, en kayırılan ülke (most-favoured-nation treatment) politikasını uyguluyorsa bu durumda aynı ayrıcalığı diğer ülkelere de tanımak zorundadır.

Yerleşiklere verilen hakların aynısının yerleşik olmayanlara verilmesi ilkesi, sadece hangi alanların koruma kapsamına girdiğini belirtmez, aynı zamanda hangi koruma yerleşiklere sağlanıyorsa aynısının yerleşik olmayanlara sağlanmasını gerektirir. TRIPS bunun ötesine giderek, her bir üye ülkenin sağlaması gereken minimum hakların neler olduğunu da ortaya koymuştur. TRIPS anlaşmasına kadar ülkelerin FSMH'na sağladığı korumalar arasında çok büyük farklar bulunmaktaydı. Bu farklar hem koruma süreleri hem de korunan alanlar ile ilgiliydi. Örneğin, ilaç sanayinde bazı ülkelerde ya hiç patent verilmiyordu ya da süre olarak daha kısa koruma sağlanıyordu. TRIPS anlaşması ile koruma sürelerine ve korunacak alanlara dünya çapında bir standart getirilmiştir. Bu uyumlaştırma (eşgüdümlü hale getirme-harmonization) olarak adlandırılmaktadır. FSMH'nın kapsadığı tüm alanlar ile ilgili olarak (Telif hakları, telif hakları ile bağlantılı haklar, coğrafi işaretler, endüstriyel tasarımlar, patentler ve markalar) TRIPS anlaşması yeni düzenlemeler ve standartlar getirmiştir.

TRIPS'in 7. maddesi anlaşmanın amaçlarını düzenlemektedir. Buna göre "FSMH'nın korunması ve uygulanması, teknolojik yenilik ve teknolojinin transferi ve yayılmasının artmasına, teknolojik bilginin hem üretici hem de kullanıcılarının karşılıklı çıkarlarına ve sosyal ve ekonomik refahı artırıcı ve haklar ve yükümlülükler arasında bir denge tutturulmasına katkı sağlamalıdır" (WTO, 2010). Yani TRIPS'in amaçları yorumlandığında, bir taraftan bu hakların korunması bunların yaratıcılarına teşvik sağlayacak, diğer taraftan bu hakların sahipleri haklarının korunduğunu bildikleri için diğer ülkelere rahatlıkla teknoloji transferinde bulunabileceklerdir. Böylece hem ülkeler arası teknoloji transferi sağlanacak hem de teknolojinin yayılması hızlanacaktır. Bir taraftan hakların sahipleri korunduğundan, diğer taraftan ise teknoloji transferi sağlanacağından bundan faydalananlar olacak ve hak ve yükümlülükler arasındaki denge tutturulmuş olacaktır.

TRIPS anlaşmasının ikinci kısmı markalar ile ilgili hükümleri içermektedir. Madde 18, yenileme ücretinin ödenmesi koşuluyla markalara her bir üyenin sınırsız koruma sağlanmasını güvence altına almaktadır. Madde 21 ise markaların zorunlu lisansa tabi tutulmasına izin verilmeyeceğini belirtmektedir (WTO, 2010). Zorunlu lisans, devletlerin marka sahibinin görüşü olmadan markalı ürünü üçüncü bir kişiye lisans ile vermesidir. Yani devletlerin markalı ürünlerin üretimi veya ithalatı konusunda lisans verme yetkisi yoktur. Bu hak tamamen marka sahibine aittir. Bu maddeler ile markaların korunması güvence altına alınmıştır. TRIPS anlaşmasının tarihin bu alanda en kapsamlı anlaşması olduğu düşünülürse markaların küresel çapta

korunmasının güvence altına alındığı ortaya çıkmaktadır.

DTÖ'nün kuruluş anlaşmasında ortaya çıkan TRIPS anlaşmasının 22-24 arası maddeleri Cİ'lerin uluslararası korunmasını ele almaktadır. TRIPS'in 22. maddesine göre Cİ, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürünün kalitesi, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla o coğrafi yöreye özgü olduğunu gösteren işaretlerdir. Bu tanıma göre Cİ üç farklı bilgiyi içermektedir. Bunlar; ürünün adı, ürünün üretildiği coğrafi alan ve o coğrafi alana dayandırılan ürünün kalitesi, ünü veya diğer özellikleridir. Bu madde aynı zamanda Cİ'ler için genel koruma standartlarını belirtmektedir. TRIPS'in 23. maddesi ise Cİ ile sağlanan korumayı şarap ve alkollü içecekler için genişletmektedir. Madde 24 ise ileriki tarihlerdeki müzakereler ve istisnalar için gerekli koşulları içermektedir.

TRIPS'in 4. bölüm, 25-26. maddeleri endüstriyel tasarımı düzenlemektedir. Buna göre yeni veya orijinal endüstriyel tasarımlar için üyeler koruma sağlayacaklar ve teknik veya fonksiyonel özelliklere bu koruma sağlanmayacaktır. Korunan endüstriyel tasarım sahibi üçüncü şahısları kendi onayı olmadan söz konusu tasarımı ticaret amaçlı yapma, satma veya ithalatını önleme hakkına sahiptir (26. Madde). Minimum koruma süresi en az 10 yıl olarak belirlenmiştir.

Patent ile ilgili hükümler kısım 5'te (27-34 maddeleri) ele alınmıştır. Buna göre, tüm teknoloji alanlarında yeni olan, buluş basamağı taşıyan ve sanayiye uygulanabilir olan tüm ürün ve süreç buluşları patent ile korunabilir. Buluşun yeri önemli değildir; yerli veya ithal olsun, tüm ürün veya üretim yöntemlerine patent hakları sağlanacaktır. TRIPS anlaşması ile patente konu olan buluşa başvuru tarihinden itibaren 20 yıl koruma süresi sağlanmıştır (WTO, 2010). TRIPS anlaşmasından önce patent koruma süresi ülkeden ülkeye farklılık göstermekte ve bazı ülkelerde bazı buluşlar hiç korunmamaktaydı. Örneğin ilaç ile ilgili ürünlere bazı ülkeler ya hiç patent vermemekte ya da çok kısa süre koruma sağlamaktaydı. TRIPS'den sonra ise patent koruma sürelerine bir standart sağlanmış ve tüm ülkelerde ürün veya süreç yeniliği olsun tüm teknoloji alanlarında koruma süresi 20 yıl olarak belirlenmiştir.

Türkiye'de 1994 tarihine kadar Sanayi ve Ticaret Bakanlığına bağlı Sınai Mülkiyet Dairesi Başkanlığı sınıai mülkiyet haklarına ilişkin işlemlerden sorumlu iken, 1994 yılında kurulan Türk Patent Enstitüsü (TPE) bu işlemleri devralmıştır. 1995 yılında patent, marka ve endüstriyel tasarım ve coğrafi işaretlerle ilgili Kanun Hükmünde Kararnamelerle yeni sınıai mülkiyet mevzuatı yürürlüğe girmiştir.

3. Sınai Mülkiyet Hakları (SMH)

3.1. SMH Korunmasının Önemi

Yeni buluş ve düşünceleri geliştiren, yaratan ve insanlarla beğenisine ve kullanıma sunan bireylerin ve firmaların

bu çabaları, emekleri ve yatırımları için ödüllendirilmeleri, bu faaliyetlerin sürmesi açısından çok önemlidir. Her türlü FSMH koruması, yeni buluş ve düşünceleri geliştirme faaliyeti ile uğraşan bireyleri ve şirketleri bu faaliyetlerini yapma ve sürdürmeleri açısından özendirme amacı ile tasarlanmıştır. Bu yaratıcı faaliyetlere koruma sağlamak sadece bu faaliyetleri özendirmekle kalmaz, aynı zamanda bu faaliyetlere dayalı sanayilerin gelişmesine yardımcı olur. Yeni buluş ve düşünceler ticarileştirilerek ekonomik değere dönüştürülür ve yeni sanayiler doğar. FSMH koruması ayrıca bu faaliyetlerle uğraşma potansiyeli olan diğer birey ve firmalara da olumlu bir sinyal gönderir. Gittikçe daha fazla insan ve firma bu tür faaliyetlerin finansal getirisini görece, bu faaliyetlere yönelirler ve bu faaliyetlere dayalı sanayiler daha da büyür. Günümüz dünyasında FSMH, kurumsal altyapının bir parçası olmuş ve araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) çalışmalarını ve diğer buluşçu ve yaratıcı faaliyetleri bir teşvik mekanizması olarak işlev görmeye başlamıştır.

Genel olarak fikri ve sınai mülkiyetin tüm alanlarını kapsayan iki temel ilke söz konusudur. İlk olarak FSMH koruması araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerini, ürün ve süreç yeniliklerinin yapılmasını teşvik ederek, söz konusu ürün ve süreç yeniliklerinin taklit edilmesine karşı koruma sağlar. Diğer bir ifade ile FSMH, bunları yaratanlara yarattıkları eserin başkaları tarafından kullanılmasını engelleme ya da kullanma koşullarını belirleme açısından yasal güç verir. Bu koruma bireylere ve firmalara teşvik sağlayan ana unsurdur.

İkinci olarak ise bu çalışmalardan elde edilen haklar başkalarına satılabilir veya lisans yolu ile devredilebilir. Böylelikle bu tür faaliyetler sonucu elde edilen koruma eğer bireyler veya firmalar tarafından herhangi bir ticari faaliyet için kullanılmayacaksa, hak sahipleri bu hakları başkalarına ticari faaliyette kullanmaları için satabilirler veya devredebilirler. Böylelikle yenilik ve yaratıcı faaliyetler ticarete konu olurlar. Güçlü FSMH koruması aynı zamanda uluslararası firmalara bir sinyal göndererek yarattıkları yenilik ve fikirleri diğer ülkelerde de ticarileştirmeleri için teşvik sağlayarak, diğer ülkelere yeni veya var olan teknolojilerin transferini kolaylaştırarak, doğrudan yabancı sermayeyi teşvik eder.

FSMH koruması, koruma sahibine belli bir süre piyasa gücü ve bazı durumlarda tekel gücü verir. Bu gücün derecesi yeniliğin ne kadar çığır açtığına göre değişir. Çığır açıcı yeniliklerde FSMH piyasa üzerinde tekeli olma gücü sağlar. Mülkiyet hakkını elinde tutan firma başka firmaların kendi piyasasına giriş endişesi taşımadan tekeli kârını maksimize eden firma gibi davranabilir. Mikro iktisat teorisine göre tekel gücüne sahip olan üretici ürettiği miktarı kısarak, daha yüksek bir fiyatlandırma yapma gücüne sahiptir. Diğer taraftan, sıradan yeniliklerde FSMH sadece piyasa

gücü (market-power) verir. Piyasa gücü elde edildiğinde her ne kadar tam anlamı ile tekel gücü olmasa da belli bir piyasa gücüne sahip olan üretici, bu güce sahip olmayanlara göre daha yüksek fiyatlandırma yapabilme olanağına sahip olacaktır. Bu fiyat hala marjinal maliyetinden daha yüksek bir fiyat olacak ve firma bu piyasa gücü ile uzun bir süre rekabetçi fiyattan (tam rekabet fiyatından) daha yüksek bir fiyat koyabilecektir.

Fikri ve sınai faaliyetler ile uğraşanlar bu uğraşları sonucu eser veya bilgi yaratırlar. Ancak bu yaratılan bilgi dışlanamaz (non-excludable) bir maldır ve bu durum kaynakların dağılımı ile ilgili iki problem doğurur. Bilginin dışlanamaz bir mal olması, bilginin üretim maliyetine katılmayan kişilerin bile bu malı kullanmaları anlamına gelmektedir. Burada iktisadi olarak karşılaşılan problem, girişimcilerin veya firmaların bu tarz mal ve hizmetleri üretmeleri için yeterince teşvik mekanizmasının olmamasıdır. Girişimciler üretim maliyetlerinin karşılanamayabileceğini düşünerek bu malların üretiminden vazgeçebilirler, bu durumda ise toplum refahı azalır, çünkü aslında piyasası olabilecek bir mal veya hizmet üretilmeyecektir.

İkinci problem ise bilginin rekabetçi olmayan (non-rival) mal olmasından kaynaklanır. Bir birey bilgiyi tükettiğinde bu durum aynı bilginin başkaları tarafından kullanılabilir olan miktarını azaltmaz (Gould and Gruben, 1996; Leveque ve Meniere, 2004). Yani ekonomik açıdan bakıldığında ilave bir tüketiciye hizmet götürmenin marjinal maliyeti sıfıra eşittir. Bu tarz durumlarda üretici rekabetçi olmayan malları veya hizmetleri için bir fiyat belirlediğinde, ödeme isteği daha az olan tüketiciler bu mal veya hizmetleri tüketemeyeceklerdir. Oysa bunların ilave tüketiciye marjinal maliyetleri sıfır olduğundan ve bazı tüketiciler bunları tüketemediklerinden toplumsal refah maksimize edilmemiş olacaktır (Leveque ve Meniere, 2004).

FSMH koruması sahibine belli bir dönemle sınırlı münhasır haklar tanıyarak, bu iki probleme (dışlanamazlık ve rekabetçi olmama durumu) çözüm mekanizması sağlamaya çalışır (Leveque ve Meniere, 2004). FSM'e yasal koruma sağlanması mali dışlanabilir kılar ve böylece mal ve hizmeti kullananlar bir bedel ödemek zorunda kalırlar. Münhasır hakların koruma süresi bittiğinde ise korunan mal veya hizmet kamu malı haline gelir. Böylece FSM kanunları, yaratan ve yenilik yapanlara teşvik sağlamakla, bunların topluma yayılması arasında bir denge sağlamaya çalışır (Leveque ve Meniere, 2004).

3.2. Patent

Firmaların sürdürülebilir bir büyümeyi sağlayarak, hızla değişen rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri üretimin sadece fiyat ve maliyet boyutuna odaklanarak değil, bilgi kaynaklarından en iyi şekilde yararlanarak, yenilikleri ve teknolojik gelişmeyi takip etme ve yenilik yeteneklerini



geliştirme kapasitelerine bağlıdır. Yenilik veya inovasyon faaliyetleri, firmaların büyüme, verimlilik ve uluslararası rekabet gücü gibi ekonomik değişkenlerinin en temel belirleyicilerinden birisidir. İnovasyon sadece inovasyonun yapıldığı firmaları ve sektörleri değil, bu firmalarla ve sektörlerle güçlü ilişkileri olan diğer firmaları ve sektörleri de etkilemektedir. Bu durum literatürde teknolojik yayılma olarak adlandırılmaktadır. Uygulamalı çalışmalar teknoloji yaratımı ve bunun yarattığı yayılmanın sadece firmanın değil aynı zamanda ülkelerin ekonomik büyümelerini pozitif yönde etkilediğine işaret etmektedir (Verspagen, 1997; Van Meijl, 1997; Eaton ve Kortum, 1999).

Yenilikçi veya inovatif olan firmalar ve ülkeler en son teknolojiyi elde etmede ve uygulamada ve bunları piyasaya sürmede diğerlerine göre daha hızlıdır. İnovasyon faaliyetleri yeni ürün ve üretim süreçlerine yol açarak, uluslararası ticarete teknolojik açık yaratarak, inovasyon yapan firmaya tekeli avantaj yaratır. Eğer bir firma sürekli inovasyon yaparsa yeni ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olacak ve diğer firmalarla olan teknolojik açık zaman içinde artarak sürecektir. Bu ise ülkelerin inovatif faaliyetleri arasında farka yol açacaktır. Uygulamalı çalışmalarda, sektörel ticaret performansının o sektörün teknolojik performansına bağlı olduğu (Greenhalgh vd, 1994), inovasyonun uzun dönemde piyasa payını belirleyerek ticaret performansında ve büyümede sektörel ve ulusal farklılıklara yol açtığı (Soete, 1981; Dosi vd., 1990; Amendola vd., 1993; Fagerberg, 1996; Grupp ve Schmoch, 1999) bulunmuştur.

Uluslararası rekabetin çok yoğun yaşandığı günümüzde, bir firmanın var olabilmesi ve varlığını koruyabilmesi ancak yenilik yapması ile mümkün olabilmektedir. Bu yüzden bir çok firma araştırma ve geliştirmeye, teknoloji yaratmaya kaynak ayırmakta ve ülkeler firmaları bu tür faaliyetlere yönlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu sayede ülkeler, uluslararası piyasada firmaları ile birlikte lider konuma gelebilmekte ve belli sektörlerde uzmanlaşmaktadırlar.

Bilim ve teknoloji faaliyetlerinin verimliliği ve etkinliği ise bir ülkede FSMH'nin ne derecede korunduğuna bağlı bir unsurdur. FSMH'nin bir biçimi olan patentler; firmalar, kuruluşlar veya bireyler tarafından geliştirilen teknik yenilik veya buluşun korunması için birer araçlardır. Patentler, sahiplerine yasal olarak 20 yıllığına tekel hakkı sağlarlar. Bu tekel hakkı patente konu olan buluşun üretimi, ithalatı, ticareti konusunda sahibine her türlü yaptırım gücü verir. Özellikle önemli yeniliklerde bu tekel gücü yüksektir. Patent sahibi tekel gücünden faydalanarak yüksek fiyat ve yüksek kâr marjı ile çalışabilir. Patent koruma süresinin TRIPS antlaşması ile 20 yıl olarak küresel alanda standartlaştırılması bu rantların akışını koruma süreleri dahilinde garanti altına almaktadır.

Patent koruması gerekliliği dört gerekçeye dayanır. Bunlar patent haklarının buluşları teşvik etmesi, yenilikleri ticari hale getirmeye yönlendirmesi, buluşları yayması ve araştırmaların kontrolünü sağlamasıdır. Etkin bir patent koruması sadece araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerini değil, ürün ve üretim süreci yeniliklerini teşvik ederek, yenilikleri ticari hale getirmeye yönlendirir ve buluşları yayarak, ekonomik büyümeyi ve uluslararası rekabet gücünü etkiler. Etkin koruma ayrıca taklit ve kopyalamaya karşı yasal bir güvence oluşturarak, Ar-Ge faaliyetlerine yönelik yatırımların geri dönüşümünü sağlar ve Ar-Ge faaliyetlerini teşvik eder. Son olarak etkin koruma ve güçlü bir yasal altyapı, ürün veya üretim süreci yeniliğini üretecek veya ticarete konu edecek yerleşik olmayan firmalar için güvenli bir ortam sağlayarak, teknoloji transferini kolaylaştırıcı hale getirir.

Firmaların patent almak için başvurularının belli başlı nedenleri arasında ilk sırayı benzer yenilik konusunda rekabetçi firmaların patent almasını önlemek istemeleri gelmektedir. Rakip firmalar uluslararası pazarlama stratejisi olarak dış piyasalarda patentleme faaliyetlerinde bulunarak rakiplerine göre kendilerine avantaj sağlamaya çalışmaktadırlar. Patent koruması ile firmalar, o malın ve /veya üretim sürecinin koruma yapılan ülkede, üretimini ve ticaretini engelleyerek tekeli hak elde ederler. Bu hak, ilgili ülkede patent korumasının yapıldığı alanda yatırım yapacak dış yatırımcıyı veya ilgili malı ülkeye ithal edecek yerleşik olmayan firmaları etkilediği kadar, ülke içinde o malı üretmeyi veya ticaretini yapmayı düşünen firmaları da etkileyecektir. Rakip firmaların piyasaya girmelerinin engellenmesi, patent koruması alan firmayı piyasa fiyatının tek belirleyicisi konumuna getirir. Böylece patent koruması yolu ile iç ve dış rekabet engellenmiş olacak ve patent koruması devam ettiği sürece, tekeli kazançlar, patent sahibine aktarılacaktır. Böylece tekel hakkı sağlayan patent koruması almak, gerek uluslararası arenada gerekse iç piyasada birbirleri ile rekabet eden firmaların pazar paylarını yitirmemek ya da yeni pazar yerleri edinmeleri açısından son derece önemli bir strateji haline gelmektedir (Gökovalı, 2008).

Firmaların patent almalarındaki diğer bir neden ise lisans geliri elde etmektir. Eğer firma söz konusu ürünü kendisi üretmek istemez ise bu hakkını başka bir firmaya belli bir bedel karşılığında devredebilir ya da kiralayabilir. Bu durumda, o malın veya üretim sürecinin üretim ve ticaret hakkı anlaşma çerçevesine göre lisans alana devredilerek patent sahibi lisans ücreti alır. Böylelikle firma yaratıcı faaliyetlerinin sonucu elde etmiş olduğu patent hakkından bir gelir elde etmiş olur.

Firmalar aynı zamanda yabancı piyasalara giriş sağlamak ve hakkını ihlali davalarından (infringement suits) kaçınmak için de patent koruması elde etmektedirler. Yabancı

bir piyasaya girildiğinde o piyasada firmanın kendini rakiplerine karşı koruyabilmesi, taklit ve kopyalardan sakınabilmesi ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için patent ile koruma en etkin yöntemlerden bir tanesidir. Patent ile korunmayan bir ürünün taklit veya kopya ile yeniden üretilmesi sonucunda yabancı bir piyasada firmanın herhangi bir savunma mekanizması olmayacaktır. Aynı zamanda hakkın ihlali davalarından kaçınabilmesi de söz konusu olmayacaktır. Özellikle firma patent koruması aldığı ürünü dış piyasalara ihraç etmek veya dış piyasalarda kendisi üretmek veya lisans geliri elde etmek istiyorsa mutlaka patent hakkını özellikle ticaret yapmayı planladığı ülkelerde almak zorundadır.

Dünyada ve Türkiye’de bir buluşa ve/veya yeniliğe patent verilebilmesi için buluşun sanayiye uygulanabilir olması, yenilik içermesi ve tekniğin bilinen durumunun aşılması gerekmektedir. Bu koşulları sağlamayan yenilikler patent ile korunamazlar. Ancak Türkiye’de özellikle KOBİ’leri teşvik etmek amacıyla Faydalı Model Sertifikaları verilmektedir. Patent ve Faydalı Model arasındaki fark; Faydalı Modelde, tekniğin bilinen durumunu aşılması gerekliliği istenmemekte, sadece buluşun yenilik taşıması ve sanayiye uygulanabilmesi gerekliliği aranmaktadır.

Türkiye’de patentler 551 sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkında 1995 tarihli Kanun Hükmünde Kararname’ye göre yapılmaktadır. Bu KHK’nin amacı “buluş yapma faaliyetini özendirmek, buluşların sanayiye uygulanması ile teknik, ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleştirilmesini sağlamak” olarak belirtilmiştir. Türkiye’de incelemesiz ve incelemeli patent sistemleri mevcuttur. İncelemesiz patentlere 7 yıl, incelemeli patentlere 20 yıl koruma sağlanmakta; 7 yıllık verilen koruma patent sahibinin isteği üzerine inceleme yapılarak 20 yıla çıkartılabilmektedir. Faydalı Modellere ise 10 yıllık koruma sağlanmaktadır. Faydalı Model, usuller ve bu usuller sonucunda elde edilen ürünler ve kimyasal maddelere uygulanmamaktadır.

TRIPS Anlaşması’nın yanı sıra başka anlaşma ve sözleşmeler de patentleri düzenlemektedir. Bunlardan en önemlileri Patent İşbirliği Antlaşması’dır (Patent Cooperation Treaty-PCT- 1970) (OECD, 1994). PCT, Dünya Fikri Haklar Teşkilatı tarafından yönetilen ve bir başvuru ile birden çok ülkede patent başvurusu yapabilme imkânı veren bir düzenlemedir. Başvuru sahibine zaman, emek ve maddi tasarruf sağlayan bir uygulamadır. Ancak bir yeniliğe veya buluşa patent verilip verilmeyeceğine her bir ülke kendisi karar verir. Avrupa Patent Ofisi ise tüm Avrupa ülkelerinde geçerli olan patent verebilme yetkisine sahiptir. Türkiye Avrupa Patenti Sözleşmesi’ne 2000 yılında taraf olmuştur. 2010 itibarıyla 37 ülke üyedir (EPO, 2010). Patentlerle ilgili en son yapılan düzenleme ise patentlerle ilgili formalitelerin uluslararası alanda ahenkli kılma amacıyla



2000 yılında imzalanan ve Türkiye’nin de taraf olduğu Patent Kanunu Antlaşması’dır (TPE, 2010a). Şu anda 25 ülke bunu imzalamıştır (WIPO, 2010b).

3.3. Marka

Küreselleşen dünya ticaretinde hayatta kalabilmek, taklitlerden ve kopyalardan korunabilmek için firmalar katma değeri yüksek ürünler üretmek zorundadırlar. Bu ise ürün veya hizmetin içerdiği yenilik dışında bu ürün veya hizmetin piyasada diğer benzerlerinden ne derecede farklılaştığı ile yakından ilgilidir. Yeniliklerin piyasada ekonomik değerinin olabilmesi için ticarete ayırt edici bir kimliğe ihtiyaç vardır. Bu kimlik marka, firma adı, vb. olabileceği gibi coğrafi işaret de olabilir. Bu tarzda yaratılan kimlik ise yaratıcı çaba ile yaratılan ürün ve/veya eserin piyasa değerini artırır (WIPO, 2003). Bu açıdan marka yaratma gerek iç gerekse uluslararası piyasada çok önemlidir. Bunun farkında olan firmalar uzun zaman, para ve emek harcayarak, yatırım ve tanıtım yaparak bir marka imajı ve logosu yaratırlar. Bu yüzden firmalar maddi ve manevi kayıplarını ortadan kaldırmak, ürettikleri ürün üzerinde hak iddia edebilmeleri için kullandıkları markaları yurt içinde ve ihracat yaptıkları ve ihracat yapmayı planladıkları ülkelerde tescil ettirirler.

Temel olarak markanın dört işlevinden söz edilebilir. Bunlardan ilki, markanın bir işletmenin mallarını veya hizmetlerini diğerlerinden ayırmasını sağlayan ayırt edicilik veya farklılaştırma işlevidir. Markanın ayırt edicilik işlevi marka sahibine, mal ya da hizmeti pazarlama, alıcıya ise rakip mal ve hizmetler arasından seçim yapma olanağı sağlar. Ayırt edicilik işlevi firmanın ürettiği veya ticaretini yaptığı ürün /hizmetin talebini etkileyerek firmaya daha yüksek bir fiyatlandırma yapma olanağı sağlayarak gelirlerini ve kârlarını arttırmada önemli roller üstlenir.

Markanın ikinci işlevi ise orijin veya kaynak gösterme iş-



levidir. Markanın bu işlevi ile alıcılar, marka sahibinin adını veya mal veya hizmetin hangi işletme tarafından üretildiği ya da pazarlandığını öğrenebilmektedirler. Kısaca marka, tüketicilere marka altında satılan mal ve hizmetlerin kaynağını göstermektedir (Karaahmet ve Yalçın, 1999). Böylelikle tüketicilerin arama maliyeti düşecek ve satın alma kararlarını etkileyecektir. Markanın bir diğer işlevi ise alıcılara mal veya hizmetin kalitesi hakkında bilgi vermesidir. Markanın kalite işlevi sabit kalitede mal üretilmesi veya hizmet verilmesi anlamındadır (Karaahmet ve Yalçın, 1999). Markanın bu işlevi ürünün belli bir standartta olduğu sinyali göndererek tüketicilerin satın alma kararlarını etkiler. Markaların dördüncü işlevi ise reklam ve tanıtım işlevidir. Markalar reklam ve tanıtım amacıyla kullanılabilirler ve bu sayede de hem alıcıları mal ve hizmet hakkında bilgilendirirler hem de sahiplerine bir pazar sağlarlar (Karaahmet ve Yalçın, 1999).

Markanın bu dört temel fonksiyonuna bir yenisini daha eklenbilir. Markalar, firmaları var olan ürünlerini geliştirmeye veya yeni ürün geliştirmeye teşvik ederek firmaları hem mallarının kalitesini korumak için hem de mal ve hizmetlerinin kalitesini arttırmak için yatırım yapmaya teşvik eder. Yani firmalar mal ve hizmetlerinin kalite standartlarını geliştirmek ve arttırmak için yenilik yapmak zorunda kalarak piyasada daha güçlü bir yer edinirler.

Markalarda sağlanan koruma, sahibine sürekli olarak bir tekel hakkı sağlar. Markalarda yasal olarak sağlanan koruma elastik olmayan bir talep yaratarak sahibine tekel rantı elde etme olanağı verir. Firmalar markaları ile marjinal maliyetlerinden daha yüksek bir fiyatlama yaparak gelirlerini ve kârlarını arttırma olanağı elde ederler.

Markalar kullanıldıkları alanlara göre yedi başlık altında toplanabilir. Bunlar ticaret markası, hizmet markası, ortak marka, çok sahipli marka, garanti markası, holding markası, ses markası ve koku markasıdır (Karaahmet ve Yalçın, 1999). Ticaret markası, bir işletmenin imalatını ve/veya ticaretini yaptığı malları, başka işletmelerin mallarından ayırt etmeye yarayan işaret iken hizmet markası, bir işletmenin hizmetlerini diğer işletmelerin hizmetlerinden ayırt etmeye yarayan işettir (TPE, 2010b). Sanayide, tarımda ve küçük sanatlarda bir malın üretimi ile ilgili başvurular ticaret markası; üçüncü kişiler yararına yapılan hizmete ilişkin her türlü faaliyet ile ilgili başvurular ise hizmet markası olarak değerlendirilir.

Ortak marka ise, üretim veya ticaret veya hizmet işletmelerinden oluşan bir grup tarafından kullanılan işettir ve gruptaki işletmelerin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeye yarar (TPE, 2010b). Çok sahipli marka ise iki veya daha fazla gerçek veya tüzel kişi tarafından yapılan marka başvurusudur. Bu tipteki başvurular ortak marka değildir, aksine ticaret

veya hizmet markası olarak değerlendirilirler (Karaahmet ve Yalçın, 1999). Garanti markası, marka sahibinin kontrolü altında birçok işletme tarafından o işletmelerin ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi menşelerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan işettir (TPE, 2010b).

Holding markası bir holdinge ait şirketlerin kullandığı ortak markaya verilen addır ve holdinge bağlı şirketlerin ürettiği mal veya hizmetleri diğer şirketlerden ayırtmak için kullanılmaktadır. Ses markası, işitildiği zaman bir işletmenin mal veya hizmetini çağrıştıran sesli işaretlerken, koku markası bir işletmenin ürettiği malı diğerlerinden kokusal olarak ayırtan işaretlerdir (Karaahmet ve Yalçın, 1999).

Markaların Korunması Hakkında 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'ye (TPE, 2010b) göre marka, "bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretleri içerir" (Madde 5). Bu durumda marka korumasının temel koşulu, markanın görülebilir olması ve baskı yoluyla çoğaltılabılır olmasıdır. Markada aranan asgari koşullar ise genel olarak ayırt edici özelliğe sahip olması ve yanıltıcı nitelik ve kamu düzeni ile genel ahlaka aykırı olmamasıdır.

Ticaret alanında markalar tescilli ya da tescilsiz olarak kullanılabilir. Marka başvurusu, ülkelerin marka başvurusu işlemlerinin yürütülmesi konusunda görevli, yetkili ve sorumlu olan resmi kurumlarına yapılır ve Türkiye'de bu işlemleri yürütmek Türk Patent Enstitüsünün yetki ve sorumluluğundadır. Bir marka başvurusunun tescilli beş aşamadan oluşmaktadır. Bunlar tescil başvurusu, başvurunun şekil şartları açısından incelenmesi, başvurunun esasın incelenmesi, başvurunun ilanı ve ilana itiraz ve tescil ve tescilin yayınıdır. Başvurusu eksiksiz yapılmış veya eksiklikleri giderilmiş ve marka başvurusu hakkında itiraz yapılmamış veya yapılan itiraz kesin olarak reddedilmiş bir başvuru, tescil edilip sicile kaydedilerek başvuru sahibine "Marka Tescil Belgesi" verilir (TPE, 2010b).

Her marka tescilli için ayrı başvuru yapılması zorunludur (Madde 23) ve sicil kaydında; marka örneği, marka tescil numarası, başvuru ve tescil tarihi, markanın kullanılacağı mallar veya hizmetlerin listesi ile ait oldukları sınıf kodları, marka sahibinin ve varsa vekilinin adı, soyadı, uyruğu, tüzel kişilerde ticaret unvanı ve adresi yer alır (TPE, 2010c). Gerçek veya tüzel kişiler ile marka vekilleri marka tescil başvurusunda bulunabilirler. Uluslararası pazarlarda, ® işareti, mal veya hizmetin markasının tescilli olduğu anlamına gelir.

Tescilli bir marka, aynı bir mal gibi başkasına devir edilebilir, miras yolu ile intikal edebilir. Tescilli markaların kullan-

ma hakkı lisans konusu olabilir. Lisans, inhisarı lisans (aynı markanın hem lisans veren hem de lisans alan tarafından kullanılması) veya inhisarı olmayan lisans (lisans veren başkasına lisans veremez ve hakkını açıkça saklı tutmadıkça, kendisi de markayı kullanamaz) şeklinde verilebilir. Aksi sözleşmede kararlaştırılmamışsa, lisans inhisarı değildir ve lisans sahipleri, lisanstan doğan haklarını üçüncü kişilere devir edemez veya alt lisans veremez (TPE, 2010b).

Tescilli markanın koruma süresi Türkiye’de başvuru tarihinden itibaren on yıldır ve onar yıllık dönemler halinde sınırsız bir şekilde yenilenebilir (TPE, 2010b, madde 40). Marka korumasının sona ermesi iki şekilde gerçekleşebilir. Bunlar koruma süresinin dolması ve markanın süresi içinde yenilenmemesi ve marka sahibinin marka hakkından vazgeçmesidir (TPE, 2010b). Ayrıca, eğer marka, tescil tarihinden itibaren beş yıl içinde, haklı bir neden olmadan kullanılmamış ise veya bu kullanıma beş yıllık bir süre için kesintisiz ara verilmiş ise, marka iptal edilir (TPE, 2010c).

TRIPS anlaşması dışında başka anlaşmalar ve sözleşmeler de markalar ile ilgili düzenlemeler içermektedir. Markalar ile ilgili uluslararası düzenlemeler 1891 tarihine dek uzanmaktadır. 1891 tarihli Madrid Anlaşması “Malların Kaynağı ile ilgili Sahte ve Yanıltıcı İşaretlerin Önlenmesi” için bir anlaşmadır. 1989 tarihli Madrid Anlaşması’na ilişkin Protokol “Markaların Uluslararası Tescili” ile ilgilidir. İki anlaşma Madrid Sistemi’ni oluşturmaktadır. Madrid Sistemi ile bir uluslararası başvuru ile aynı anda birden fazla ülkede başvuru yapma imkanı sağlanmakta ve böylece her bir ülkede ayrı ayrı yapılması gereken marka başvurusunun maliyeti düşürülmüş olmaktadır. Paris Sözleşmesi’ne taraf olan her devlet Anlaşma veya Protokol’e veya her ikisine birden taraf olabilir ve Protokol’e taraf devletler ve örgütler özel bir birlik olan Madrid Birliği’ni oluştururlar (TPE, 2007). Türkiye sadece Protokol’e taraftır. 15 Temmuz 2010 tarihi itibarıyla Madrid Protokolü’ne 82 ülke, Madrid Anlaşması’na 56 ve Madrid Birliği’ne 85 ülke taraftır (WIPO, 2010d).

Avrupa Topluluğu Marka Sistemi tek bir başvuru ile tüm topluluk ülkelerinde geçerli bir marka elde etmek amacıyla İç Pazar Harmonizasyonu Ofisi (Marka Tasarım) (OHIM) nezdinde 1996 tarihinde fiili uygulamaya geçmiştir. Markanın kabul edilmesi durumunda topluluğa dahil 27 ülkede geçerliliği sağlanmaktadır ve Paris Sözleşmesi’ne ve DTÖ Kuruluş Anlaşması’na üye ülke vatandaşları Topluluk Marka başvurusunda bulunabilmektedirler (OHIM, 2010).

3.4. Endüstriyel Tasarım

554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunmasına İlişkin Kanun Hükmünde Kararname’de endüstriyel tasarım kavramı şu şekilde tanımlanmaktadır:

“Tasarım, bir ürünün tümü veya bir parçası veya üzerindeki süslemenin, çizgi, şekil, biçim, renk, doku, malzeme

veya esneklik gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur veya özelliklerinin oluşturduğu bütünü ifade eder” (TPE, 2010d).

Endüstriyel tasarım estetik veya dekoratif özelliği olan bir eşyanın şekli veya biçimi gibi 3 boyutlu olabileceği gibi, renk, çizgi veya desen gibi 2 boyutlu da olabilir. Endüstriyel tasarımlar çok çeşitli ürünler ve el ürünü eşyalar için söz konusu olabileceği gibi teknik ve tıbbi aletler ile saat, mücevher, araba, mimari yapı, tekstil tasarımları, moda ve diğer lüks aletler, mobilya, oyuncak, hayvanlar için kullanılan aksesuarlar ve elektrikli aletler için de söz konusu olabilir.

Endüstriyel tasarımın korunabilmesi için bir objenin görüntüsü ile ilgili olması gerekir. Yani endüstriyel tasarım doğası gereği temel olarak estetik öğeler içerir; teknik veya fonksiyonel olması ile ilgisi yoktur. Birçok ülkede endüstriyel tasarımın korunması için tasarımların tescil edilmesi gerekir. Tasarımların yasal olarak korunabilmesi için yeni veya orijinal olması gerekir. 554 sayılı KHK’ye göre tasarımın tescil edilebilmesi için yeni ve ayırt edici nitelikte olması gerekmektedir (TPE, 2010d). Ancak her ülke yenilik ve orijinallik için değişik tanımlar yapmaktadır. KHK’ye göre yeninin anlamı “bir tasarımın aynısı, başvuru veya rüçhan tarihinden önce dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamış ise o tasarım yeni kabul edilir” olarak belirtilmektedir (TPE, 2010d). Yani endüstriyel tasarım ayırt edici olmalıdır.

İkinci olarak herhangi bir tasarımın korunabilmesi için tasarımın endüstriyel uygulama ile yeniden üretilebilmesi ve endüstriyel tasarımın 2 veya 3 boyutlu bir maddenin (eşyanın) üzerine uygulanabilir olması gerekmektedir. Son olarak tasarım kamu düzeni veya genel ahlaka aykırı olmamalıdır. Herhangi bir teknik fonksiyonun gerçekleştirilmesinde kaçınılmaz olan zorunlu nitelikler koruma kapsamı dışındadır. Örneğin soba borusunun silindirik olması veya otomobil lastiğinin silindirik olması koruma kapsamı dışındadır. Yani bir ürünün standartlara uygun olmak zorunda olan kısımlarının tasarımcılar tarafından başka şekilde tasarlanması (biçim veya renk) mümkün değildir. Ayrıca tasarlanan veya tasarımın uygulandığı ürünü, başka bir ürüne mekanik olarak monte edebilmek veya bağlayabilmek için ancak zorunlu biçim ve boyutlarda üretilebilen tasarımlar koruma kapsamında değildir.

Tasarım tescil edildiğinde bir sertifika verilir ve yayınlanır. Endüstriyel tasarımın sahibi, izni olmadan tasarımın uygulandığı bir ürünün üretilmesini, piyasaya sunulmasını, satılmasını, ithal edilmesini, ticari amaçla kullanılmasını önleme hakkı elde eder. Endüstriyel tasarım sahibi bunu lisansla başka birisine verebilir ya da hakkını başka birine satabilir. Koruma süresi ülkeden ülkeye değişebilir ve yenilenme



ücreti ödemek kaydıyla 15-25 yıl arasında koruma devam ettirilebilir. TRIPS anlaşmasında minimum koruma süresi 10 yıldır (WTO, 2010).

Türkiye’de endüstriyel tasarımların korunması 554 sayılı KHK ile düzenlenmiştir. Türkiye’de tescil için başvurusu yapılan bir endüstriyel tasarım, TPE tarafından önce şekil şartları açısından incelenir. Yani endüstriyel tasarım tanımına uyup uymadığına bakılır. Tüm bilgi ve belgeleri eksiksiz olan başvurular tasarım siciline kaydedilir ve endüstriyel tasarım bülteninde ilan edilir. Eğer 6 ay içerisinde yayına itiraz edilmez ise tescil kesinleşir. Endüstriyel tasarım tescil işlemleri incelemesiz sisteme, yani daha önce yapılmış başvuru veya tescillerle benzerlik olup olmadığı yönünden incelenmeksizin ilan edilirler. Tasarım tescili 5 yıl için yapılır ve her 5 yılda bir 4 kez tescil yenileme hakkı vardır. Yani Türkiye’de tasarım toplam 25 yıl korunabilir. Tescilden doğan tasarım hakkı başkasına devredilebilir, lisansa konu olabilir veya miras yolu ile intikal edebilir. Rehin hakkına veya hacze konu olabilir.

554 sayılı KHK’ye göre özel amaçla sınırlı kalan ve ticari amaç taşımayan ve deneme amaçlı fiiller, eğitim veya referans amaçlı çoğaltmalar ile yabancı ülkelere kayıtlı olan ve geçici olarak T.C. sınırları içinde bulunan deniz veya hava taşıt araçlarında bulunan ekipman, bu araçların onarımı için kullanılmak üzere ithal edilen yedek parça ve aksesuarlar ile bu araçların onarım fiili tasarım hakkının dışında kalır. Endüstriyel tasarım sahibi Türkiye’de ürünlerini piyasaya çıkarıp 12 ay içinde başvuru yapabilir. Bu süre Avrupa’da 6 aydır. Türkiye’de hak sahibi hakkın tecavüzü halinde ceza davası açabilir. 1-4 yıl arası hapis ve para cezası ve işletmenin 1 yıl kapatılması ve en az 1 yıl ticaretten men gibi çok önemli sonuçlar doğuracak cezalara da hüküm olunabilmektedir.

Herhangi bir tasarımın endüstriyel tasarım ile korunmasının firmaya sağlayacağı birçok avantaj vardır. Endüstriyel tasarım koruması harcanan emek, zaman ve maddi yatırım için ekonomik bir karşılık alınmasına yardımcı olur. Endüstriyel tasarım bir ürünü (objeyi) çekici ve arzulanır hale getirir. Dolayısıyla ürünün ticari değerini arttırarak pazarlanabilme gücünü arttırır. Böylelikle diğer FSMH’de olduğu gibi firmaya daha yüksek bir fiyattan fiyatlandırma yapabile

olanağı sağlar. Endüstriyel tasarım ile korunan bir ürün firmanın rekabet gücünü arttırarak tasarımın başkaları tarafından kopyalanmasını ve taklit edilmesini engelleyerek firmanın piyasada belli bir süre piyasa gücü elde etmesine olanak sağlar. Ayrıca endüstriyel tasarım bir işletmenin aktif (varlık) değeri olarak değerlendirildiğinden firmanın ticari değerini arttırmasına yol açar.

Korumanın sanayi ve imalat sektöründe, geleneksel sanatlarda ve el işleri yapımındaki yaratıcılığı teşvik edici rolü de vardır. Ayrıca korumanın sağlanması ile ulusal ürünlerin ihracat potansiyelleri de artar. Diğer taraftan tüketicilere fayda sağlar, çünkü koruma adil rekabete yol açarak, yaratıcılığı teşvik edecek ve daha estetik, çekici ve farklı ürünlerin ortaya çıkmasına yol açacaktır.

Endüstriyel tasarımların yaratılması yenilik faaliyetleri ve buluşlar ile karşılaştırıldığında görece basit olabilir, geliştirilmesi ve korunması pahalı olmayabilir. Dolayısıyla küçük ve orta ölçekli işletmeler hatta bireysel sanatçı ve zanaatkarlar tarafından geliştirilerek katma değer yaratan bir ticari faaliyete dönüştürülebilir.

Endüstriyel tasarım koruması genellikle korumanın yapıldığı ülke ile sınırlıdır. Diğer ülkelerde koruma istendiğinde o ülkelerin prosedürlerine göre ayrı başvurular yapmak gerekmektedir. Endüstriyel tasarımların Uluslararası Saklanması Hakkındaki Lahey Anlaşması (1925) uluslararası tescile ilişkin prosedür önermiştir. Böylece tasarım, üye ülkelerde aynı anda korunabilecektir. 2010 tarihi itibarıyla bu anlaşmaya 56 ülke üyedir ve Türkiye’de bu anlaşmaya 2005 tarihinden beri üyedir (WIPO, 2010e).

3.5 Coğrafi İşaret

Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlere coğrafi işaret (CI) denir. CI ikiye ayrılır; menşe adı ve mahreç işareti. Menşe adı bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan bölge veya ülkeden kaynaklanması ve tüm veya esas nitelik ve özelliklerin bu coğrafyaya özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması ve üretimi işlenmesi ve diğer işlemlerin tümüyle bu coğrafi sınırları içinde yapılması durumundaki ürünler için geçerlidir (TPE, 2010e). Mahreç işareti ise coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan ve belirgin bir niteliği veya diğer özellikleri itibarıyla bu coğrafi sınırlar ile özdeşleşmiş olan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerden en az birinin bu coğrafi sınırları içinde yapılması durumunda söz konusudur (TPE, 2010e).

Menşe adı ve mahreç işareti arasındaki fark üretim yeri ile ilgilidir. Menşe adını taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezken, mahreç işaretini taşıyan ürünler başka bölgelerde de üretilebilirler. Diğer ifadeyle

ürünün ayırt edici özelliği tamamen ilgili coğrafi bölgeden kaynaklanıyorsa ve üretim süreçlerinin tamamı o bölgede gerçekleşiyorsa ürün menşe işareti ile tescil edilebilir. Eğer üretim süreçlerinden bir kısmı coğrafi bölgeden kaynaklanıyorsa ve ürünün bazı üretim aşamaları o coğrafi bölge dışında da gerçekleşebiliyorsa ürün mahreç işareti ile tescil edilebilir. Ancak mahreç işareti ile korunan ürünlerin üretiminde ait oldukları coğrafi bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynen kullanılması ve ürünün kalitesinin aynı olması gerekir.

Genel olarak Cİ, ürünün yetiştiği ve/veya üretildiği coğrafi yerin adından oluşur. Tarım ürünleri özellikle yetiştikleri coğrafi alandan kaynaklanan iklim ve toprak gibi bir takım özelliklerden etkilenen karaktere sahiptir. Cİ birçok tarım ürünü için kullanılabilir. Her ne kadar Cİ tarımsal ürünler için yoğun olarak kullanılsa da sadece tarımsal ürünler ile sınırlı değildir. Bir malın üretiminde yöreye ve/veya bölgeye ait beşeri sermayenin ve o yöreye özgü imalat yeteneğinin ve geleneğinin etkisi var ise bu durumda da Cİ olarak kabul edilir. Örneğin birçok ülkede, "İsviçre" bu ülkede üretilen saatler için bir coğrafi işaret olarak algılanmaktadır. Tüketiciler açısından Alman ve Japon arabaları, Fransız parfüm ve kozmetik ürünleri de bir Cİ olarak algılanmaktadır. Bu yiyecek ve içecekler için de geçerlidir. Örneğin Alman birası, Fransız ve İtalyan şarabı ve peyniri, İsviçre çikolatası, Rus votkası gibi.

Diğer FSMH'de olduğu gibi Cİ de bir tekel hakkı sağlar. Ancak bu tekel hakkı patent, telif hakları ve markada olduğu gibi bireysel bir hak değil, kolektif bir tekel hakkıdır. Cİ, ekonomik teori açısından kolektif bir tekel hakkı olduğundan ve bu hak belli ölçülerde üreticilerin mallarının piyasada farklılaştırılmasına yol açtığından, aynı zamanda piyasaya üretici girişini de engellemektedir (Rangnekar, 2004). Cİ, taşıyan ürünleri üreten farklı bireylerin birlikte korunmasını sağlar ve sınırsız koruma süresi vardır.

Cİ, o yörede üretim yapan ve ürünün coğrafi bölgesine özgü özelliklerini içinde barındıran ürünleri üreten tüm üreticiler tarafından kullanılabilir. Bu kolektif tekel hakkının sağlanması, söz konusu ürünü üretenlerin ürünün üretiminde belli bir kaliteyi korumasını teşvik edecektir. Bir ürünün, Cİ tescili ile korunması, kanunen ürünün kalitesinin korunmasını ve tescil edildiği şekilde üretiminin yapılmasını sağlar. Bu şekilde hem bu ürünlerin üreticileri bu kurallara uyma konusunda daha dikkatli davranacakları gibi (denetim mekanizmasından dolayı) hem de o bölgede üretim yapanların bu korumadan öncelikli olarak yararlanmaları ve taktiklere karşı ticari önlem alabilmelerini sağlar (Gökovalı, 2007).

Cİ'ler piyasa farklılaştırılması, ün ve kalite standartları gibi değerleri korumaya yardımcı olur ve bir ürünün üretildiği yer ile bağlantısını sağlar (Addor ve Grazioli, 2002). Bir Cİ

içinde ürünün üretildiği coğrafi alana özgü öğeler barındırır. Bu öğeler ürünün karakteristik özelliklerini ve kalitesini belirler. Dolayısıyla ürünün üretildiği coğrafi alan ile ürünün kalitesi ve özellikleri arasında sıkı bir ilişki vardır. Bu sıkı ilişki ise tüketicilere malın üretildiği veya kaynaklandığı coğrafi bölge ve bu coğrafi bölgeye özgü ürün kalitesi ile ilgili bilgi verir. Cİ'lerin temel ekonomik fonksiyonu, ürünün ilgili olduğu ünü korumaktır. Ün ise tüketicinin mal veya hizmeti, ismine veya kaynağına bakarak tekrar satın alma olasılığıdır (WIPO, 2003). Cİ ilk olarak tüketicilerin tercihlerini yönlendirerek bu ürünlere olan talebi etkiler ve tüketicilerin o ürünü diğer ürünlerden ayırt etmesini sağlayarak ürüne bir kimlik kazandırır.

Cİ koruması piyasa kimliği kazandırarak, ürünlerin farklılaşmasına ve sonunda ürün için korunmadığı duruma göre daha yüksek bir fiyat oluşmasına neden olacaktır (WIPO, 2003). Cİ koruması yerel üreticilere kendi markalarını yaratma ve bundan ticari kazanç elde etme imkânı sağlayacaktır. Diğer taraftan bu ekonomik kazançların sağlanması için çok yüksek miktarlarda AR-GE harcamasının yapılmasına gerek yoktur, bu ekonomik kazançlar zaten var olan bir ürünün korunması ile elde edilebilir ve patentlerde olduğu gibi çok kompleks faaliyetlere gerek kalmaz (WIPO, 2003). Avrupa'da Cİ koruması bu ürünleri üreten üreticilerin kârlarının artmasına neden olmuştur (Babcock ve Clemens, 2004). Örneğin Toscana yağı diğer yağlara göre yüzde 20 daha fazla bir fiyattan, Fransız Bresse kümes hayvanları diğer kümes hayvanlarına göre 3 kat daha fazla bir fiyattan ve Fransız Comte peynirinin üretiminde kullanılan sütün fiyatı diğer sültere göre yüzde 10 daha yüksek bir fiyattan satılmaktadır (Babcock ve Clemens, 2004).

Cİ koruması ticareti arttırarak, bu ürünün dış piyasalarda yer bulmasına olanak sağlayabilir. Buna örnek olarak dünyanın bir numaralı çay üreticisi Hindistan'ın, Darjeeling bölgesinde yetişen 'Darjeeling Çayı' verilebilir. Hindistan bu çay için uluslararası düzeyde marka ve/veya Cİ koruması almak, yasal olmayan kullanımları önlemek için yaklaşık (1998-2002 yılları arasında) 200.000 Amerikan doları harcama yapmıştır ancak, 2000 yılında bu çayın ihracatından 30 milyon dolar elde etmiştir (Kumar ve Naik, 2006).

Ancak, Cİ ile bir ürünün korunması ve olası tüm ekonomik kazançların sağlanması sadece coğrafi tescil ile sağlanabilecek bir durum değildir. Bunun için Cİ'yi kullanacakların belirlenmesi, üretilen ürünlerin kalitesini denetleyecek kurumların oluşturulması, Cİ'lerin başkaları tarafından kullanıldığı veya uygun olarak kullanılmadığı durumlarda müdahale edebilecek kontrol mercilerinin tesis edilmesi gibi faaliyet ve kurumsal altyapıların oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca Cİ'nin tanıtımının iyi yapılarak tüketicilerin bilgilendirilmesi ve ürünün piyasada tanınırlığının artırılması gerekir (WIPO, 2003).



Türkiye’de Cİ’lerin korunmasına 1995 yılında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (K.H.K.) ile başlamıştır ve “doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ile sanayi ürünlerinin geliştirilmesi ve korunması için hazırlanmış bir yasal düzenlemedir”. Cİ’lerin korunması tescil yolu ile sağlanır (Madde 4) ve mahreç ve menşe tanımına uymayan adlar ve işaretler ile ürünlerin öz adı olmuş adlar ve işaretler, ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki türleri, hayvan soyları veya benzeri adlar ile kamu düzeni ve genel ahlaka aykırı işaretler coğrafi işaret olarak tescil edilemez (Madde 5). Türk Patent Enstitüsü (TPE) tescil için yetkili mercidir (Madde 6) ve Cİ koruması için korunacak ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler, tüketici dernekleri, konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları başvuru hakkına sahiptir (Madde 7). Cİ başvurusunda ürünün adı, coğrafi işaretin türü ve coğrafi işaretin adı ile ürünün tanımı, üretim alanı ve üretim metodu ile ürünün ayırt edici özellikleri belirtilir. Başvurusu eksiksiz yapılmış ve Resmi Gazete’de yayın tarihinden itibaren 6 ay içinde itiraz edilmemiş bir ürüne Cİ koruması verilir.

Cİ başvurusu yapma hakkına sahip kişiler ile tescil edilmiş Cİ’yi kullanım hakkına sahip kişiler söz konusu ürünü andıran ya da çağrıştıran ürünlerin başkaları tarafından ticari amaçla kullanılmasını, halkta haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımını, pazarlama aşamasında (ambalajlama, tanıtım, reklam vb.) ürünün doğal veya esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı bir bilgiye yer verilmesini önleme hakkına sahiptir (Madde 15). Bu tarzlarda yapılan fiillerden dolayı suçun niteliğine göre hapis ve para cezası ile işyerinin kapatılarak ticaretten men cezası verilebilir (Madde 24/A).

Cİ’nin kullanımının denetlenmesi gerekmektedir ve denetimine ilişkin olarak coğrafi işareti tescil ettirenlerin yapacağı/yaptıracağı denetime ait raporlar her 10 yılda bir TPE’ye ibraz edilir (Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında K.H.K.’nin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik, Madde 14). Bu denetim ürünün üretimi, pazarlanması, tescilli Cİ’nin kullanım biçimi, markalanması, işaretleme veya etiketleme şekilleri gibi konuları kapsar.

Cİ’nin korunması ve uluslararası başvurunun sağlanması için 1958 yılında imzalanan Lizbon Anlaşması ile Lizbon sistemi kurulmuş ve 1966 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu sistem günümüzde Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatının Uluslararası Bürosu tarafından yönetilmektedir ve sistem 27 ülke tarafından kullanılmaktadır (WIPO, 2010f). Sistem, Cİ’lere, Lizbon Birliğine üye ülkelerde bir başvuru ile aynı anda 27 ülkede koruma olanağı sağlamaktadır. Lizbon Anlaşması’na göre bir Cİ’nin uluslararası düzeyde korunabilmesi için ilk önce o Cİ’nin kaynaklandığı ülkede korunması gerekmektedir. Daha sonra ise Cİ’nin uluslararası düzeyde (üye ülkelerde) korunabilmesi için Dünya Fikri

Mülkiyet Teşkilatına başvurulur. Teşkilat bu başvuruyu yayınlamak üzere Lizbon Anlaşması’na üye olan ülkelere bildirir. Üye ülkeler bir yıl içinde bu Cİ’ye itiraz etmezlerse Cİ bu ülkelerde korunur.

4. Sonuç ve Önermeler

FSMH koruması günümüzde önemi gittikçe artan ve firmaların ticari faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında çok önemli yeri olan bir kavramdır. FSMH, telif hakları ve bağlantılı haklar ile sınai mülkiyet haklarından oluşmaktadır. Bu çalışmada sınai mülkiyet haklarından patent, marka, endüstriyel tasarım ve coğrafi işaret korumaları ve bu korumaların firmalar için önemi incelenmiştir. Firmaların piyasada var olabilmeleri ve uluslararası rekabet gücü sağlayabilmeleri FSMH korumasına sahip olup olmadıklarına sıkı sıkıya bağlıdır. Firmaların patent, marka, endüstriyel tasarım veya coğrafi işarete sahip bir ürünü/hizmeti sunmaları firmalara piyasa gücü ve/veya tekel gücü sağlayarak marjinal maliyetten daha yüksek bir fiyatlandırma olanağı yaratarak satış ve kar gibi ekonomik getirilerinin hem sürekliliğinin kazanılmasında hem de yükseltilmesinde önemli roller üstlenirler.

Buluş veya yeniliğin, markanın ve tasarımların FSMH ile korunmasının bir firma için sağlayacağı yararlar kısaca şu şekilde özetlenebilir: İlk olarak FSMH koruması yenilik, marka yaratımı, tasarım yaratımı konusunda firmaların yaptıkları finansal yatırımların harcadıkları çaba ve emeklerin finansal olarak geri dönüşümünü sağlamaktadır. Bu yatırımlar FSMH hakları ile korunmazlar ise firmaların herhangi bir kazancı söz konusu olamayacaktır. FSMH ile korunan buluş ve yenilikler, marka ve tasarımlar firmaya tekel ve/veya piyasa gücü sağladığından firmaya rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu ise firmanın yerli satışlarını ve ihracatını arttırarak gelirlerini ve kârlarını arttıracaktır. Firmanın FSMH’ni koruması firmanın ayrıca piyasa değerini arttırarak firmaya ticari prestij sağlayacaktır. Tüm bu faktörler bir arada değerlendirildiğinde ise firmanın yerli veya yabancı piyasalara girmesi kolaylaşacaktır.

Kendini rakiplerine karşı FSMH ile koruyan firmaların finansmana ulaşması ayrıca yerli veya yabancı ortak bulması diğer firmalara göre daha kolay olacaktır. Diğer taraftan, FSMH korumasından faydalanan firmaların piyasada var olma süresi önemli ölçüde bu korumadan olumlu yönde etkilenecektir. FSMH koruması hakkın ihlali davalarından korunmaya da yardımcı olacaktır. Çünkü firmalar FSMH ile korunmazlar ise kendi ürünlerine benzer veya taklit ürünler veya kendi markalarının aynı veya benzer adlarla piyasaya giren firmalara karşı kendilerini tam anlamı ile koruyamayacaklardır. Ancak bu haklar sayesinde yeterli bir koruma sağlayabileceklerdir.

FSMH, firmalara yenilik veya buluşu, markasını veya tasarımını kendisi kullanmak yerine başkasına devretmek veya satma hakkını da vermektedir. Böylelikle bu haklardan kendisi faydalanmak istemeyen firma bu hakların devrin-

den lisans geliri elde etme şansı elde eder. Bu korumanın olmadığı durumda bu tür hakları lisans yolu ile devretmek zor hatta imkansız hale gelebilmektedir.

FSMH koruması arasında diğerlerinden farklılaşan Cİ firmalara tekel hakkı değil, o ürünün üretiminde kolektif bir tekel hakkı vermektedir. Ancak Cİ ile korunan bir ürünün kalitesi ve ünü o ürüne bir talep yarattığından bu ürünü üreten firmalarda bundan dışsalık sağlayacaktır. Böylelikle hem kendi markalarının hem de Cİ'nin sağladığı ayırt edicilik ve ün sayesinde daha yüksek fiyatlandırma olanağı elde ederek satış gelirlerini ve kârlarını arttırabileceklerdir. Cİ ile korunan ürünlerde büyük bir ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Bu ihracat potansiyelinin arttırılabilmesi için gerekli reklam, pazarlama kanallarının çalıştırılması ile Cİ korumasından tam anlamıyla faydalanılabilecektir.

Kaynakça

- Addor, F. ve Grazioli, A. (2002), "Geographical Indications Beyond Wines and Spirits" *The Journal of World Intellectual Property*, 5(6), 865-897.
- Amendola, G., Dosi, G. ve Papagni, E. (1993), "The Dynamics of International Competitiveness", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 129, 451-471.
- Babcock, B. A. ve Clemens R. (2004), "Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value-Added Agricultural Products", *MATRIC Briefing Paper 04-MBP 7*, Iowa State University.
- Dosi, G., Pavitt, S. ve Soete, L. (1990), *The Economics of Technical Change and International Trade*, Great Britain: Antony Rowe Ltd.
- Eaton, J. ve Kortum, S. (1999), "International Technology Diffusion: Theory and Measurement", *International Economic Review*, 40(3), 537-570.
- EPO (2010) <http://www.epo.org/about-us/epo/member-states.html>
- Fagerberg, J. (1996), "Technology and Competitiveness", *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3), 39-51.
- Gould D. M. ve Gruben W. C. (1996), "The Role of Intellectual Property Rights in Economic Growth" *Journal of Development Economics*, 48:323-350.
- Gökovalı, U. (2007), "Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği" *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Gökovalı, U. (2008), "TRIPS Antlaşmasının Az gelişmiş ve Gelişmekte olan Ülkeler Açısından Önemi", *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 515, 45-56.
- Greenhalgh, C., Taylor, P. ve Wilson R. (1994), "Innovation and Export Volumes and Prices-A Disaggregated Study", *Oxford Economic Papers*, 46, 102-134.
- Grupp, H., ve Schmoch, U. (1999), "Patent Statistics in the age of Globalization: New Legal Procedures, New Analytical Methods, New Economic Interpretation", *Research Policy*, 28, 377-396.
- Karaahmet, E. Ve Yalçiner, U. (1999) "Marka Tescilinin Temel İlkeleri ve Uygulamaları" TPE/19: Şafak Matbaacılık: Ankara"
- Kumar, R. ve Naik, V. (2006), http://www.wipo.int/sme/en/index.jsp?sub_col=sme-cs&cat=geographical%20indications, erişim tarihi 2.6.2006.
- Leveque, F. ve Meniere Y. (2004), "The Economics of Patents and Copyright", Berkeley Electronic Press. Available under a Creative Commons Licence at <http://www.bepress.com/leveque/>
- OECD (1994), "The Measurement of Scientific and Technological Activities: Using Patent Data as Science and Technology Indicators Patent Manual 1994", OECD/GD (94)114, Paris.
- OHIM (2010) <http://oami.eu/ows/rw/pages/CTM/communitytradeMark/communitytradeMark.en.do>, 21.09.2010.

Firmalar eğer sınai mülkiyet hakkını değerli görüyorsa bundan faydalanmak için hem kendi ülkelerinde hem de diğer ülkelerde korunma başvurusunda bulunur. Firmalar FSMH hakları ile kendilerini iç ve dış piyasalarda rakiplerinden korurken, koruma aldıkları ürün veya üretim sürecinin üretimini ve ticaretini rakip firmaların yapmalarını engellemektedirler. FSMH'nin korunması ile firma koruma aldığı piyasaya ihracat yapabilir, o piyasada kendisi üretim yapabilir ya da yerli bir firmaya lisans verebilir. Her üç durumda da bu hakların sahipleri korumadan ekonomik bir getiri sağlayacaktır. Bu faydalar ya ticaret kârları veya üretim kârları ya da lisans kazançları olacaktır. Bu ise sadece firmaların değil aynı zamanda ülkelerin de büyüme, kalkınma ve uluslararası rekabet gücünü etkilemektedir.

- Rangnekar, D. (2004), "The Socio-Economics of Geographical Indications" ICTSD-UNCTD, Issue paper No. 8.
- Soete, L. (1981), "A General Test of Technological Gap Trade Theory", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 117, 638-659.
- TPE (2007) "Madrid Protokolü Çerçevesinde Markaların Uluslararası Tescilli ile ilgili Prosedürün Uygulanmasına İlişkin Temel Bilgiler" http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/kilavuz/marka_madrid_modelson.pdf, 21.09.2010.
- TPE (2010a) http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/genel/uluslararasi_ant.pdf, 22.09.2010.
- TPE (2010b) "556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" <http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/markaKhk.pdf>, 21.09.2010
- TPE (2010c) "556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulamasına Dair Yönetmelik" <http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/markaYon1.pdf>, 21.09.2010
- TPE (2010d) <http://www.turkpatent.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=321>, 10.09.2010.
- TPE (2010e) <http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/CografiKhk.pdf>, 21.09.2010.
- Van Dijk, T. (1994) "The Economic Theory of Patents: A Survey", Merit Research Memorandum, 2/94-017.
- Van Meijl, H. (1997) "Measuring Intersectoral Spillovers: French Evidence", *Economic Systems Research*, 9(1), 25-47, March.
- Verspagen, B. (1997) "Estimating International Technology Spillovers: Using Technology Flow Matrices", *Weltwirtschaftliches Archiv* 133 (2), 226-248.
- WIPO (2003) "Economic Importance of Trademarks and Geographical Indications and Their Use in Commerce", National Seminar on the Protection of Trademarks and Geographical Indications, March 17-19, Beirut.
- WIPO (2010a) http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=2, 9.9.2010.
- WIPO (2010b) http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=4, 21.09.2010.
- WIPO (2010c) www.wipo.int/treaties/en/ip/tit/summary_tit.html, 10.09.2010.
- WIPO (2010d) http://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/documents/pdf/madrid_marks.pdf, 10.09.2010.
- WIPO (2010e) <http://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague>, 10.09.2010.
- WIPO (2010f) <http://www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon/>, 21.09.2010.
- WTO (2010) http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf, 10.9.2010.

Ankara İş Dünyası Platformu Yönetim Kurulları Ankara İçin Toplandı

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir'in başkanlığındaki Ankara İş Dünyası Platformu Yönetim Kurulları Ortak Toplantısı 8 Aralık tarihinde Sheraton Otel'de yapıldı. Toplantıya Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Cemil Çiçek, Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, İçişleri Bakanı Beşir Atalay, Ankara Valisi Alaaddin Yüksel, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek, Ankara milletvekilleri, ilçe belediye başkanları ve platformu oluşturan örgütlerin yönetim kurulu üyeleri katıldı.

8 Aralık 2010



ASO Başkanı Nurettin Özdebir toplantıda Ankara'nın son yıllarda geçirdiği hızlı değişim ve dönüşümü rakamlarla anlattı. Özdebir, Ankara'nın ciddi bir fuar potansiyeline sahip olduğunu belirterek, Ankara'nın yeni bir fuar alanına kavuşturulmasına ilişkin hazırlanan imar planının onaylandığını, hayata geçirilebilmesi için kanuni düzenleme gerektiğini söyledi. Konuyla ilgili kanun önerisinin Başkan Recep Tayyip Erdoğan ile milletvekillerine verildiğini belirten Özdebir, bu düzenlemenin bir an önce yapılması gerektiğini kaydetti.



"Ankara olarak EXPO 2020'ye talibiz" diyen Özdebir, EXPO 2020'ye Ankara'nın aday gösterilmesi ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesini de hükümetten ve milletvekillerinden talep ettiklerini bildirdi. Özdebir, "Ankara'nın EXPO 2020'ye aday gösterilmesi halinde EXPO 2020'yi Ankara'ya getiririz" dedi. Nurettin Özdebir, Ankara'nın bilişim vadisi olmaya en uygun kent olduğunu da sözlerine ekledi.

Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Cemil Çiçek de, Ankara'nın 2023 yılı için vizyonunun mutlaka belirlenmesi gerektiğini belirterek, bu konuda herkese görev düştüğünü söyledi. Türkiye'nin Cumhuriyetin kuruluşunun 100. yıl dönümüne ilişkin vizyonu olduğunu hatırlatan Çiçek, Ankara'da da bu tür bir planlama yapılması gerektiğini belirtti. "Aksi halde 'şarkvari' yöntemlerle bulunduğumuz vilayeti ileri götürmeye çalışırız" diyen Çiçek, bunun için yapılan toplantılarda genel söylemler yerine belirli konuların değerlendirilmesi gerektiğini söyledi. Toplantının gündeminde yer alan Ankara'da fuar alanı yapılması, bilişim fuarının Ankara'da açılması ve EXPO 2020'nin Ankara'ya kazandırılması konularına kimsenin 'hayır' diyemeyeceğini ifade eden Çiçek, bunlarla ilgili ayrı ayrı toplantılar yapılması gerektiğini belirtti. Ankara'da 13 üniversite olduğunu hatırlatan Çiçek, bunların da kentin vizyonuna katkıda



bulunması gerektiğini söyledi. Çiçek, şunları kaydetti: "Üniversiteler motor olmalı, siyasetçi bu işe destek vermeli. Hâlbuki yine siyasetçiye öne koyuyoruz, siyasetçiye de yol haritası lazım. Bilimsel çalışmaları, verileri, öngörülebilirliği, yapılabilişini hepsini çok açık şekilde ortaya koymamız gerekir. Öyle olursa çok doğru bir iş yaparız. Mesela Ankara'da bir fuar alanına elbette ihtiyaç var ama 'bugün bu tarafa yapalım', 'olmadı o tarafa yapalım', böyle olmaz. Önce 'etimesgut'da yapıyoruz' dedik, 3 sene, 5 sene kaybettik, sonra 'buraya' diyoruz, 'burada kanun çıksın' diyoruz. Orada da başka bir sorun çıkınca olmadı başka bir tarafa... Bütün bunlar gerçekleşsin diye, doğru yapılınsın diye bunları burada söylüyorum."

Toplantıda herkesin Ankara'dan yurt dışına daha fazla doğrudan uçuş yapılması isteğini dile getirdiğini ifade eden Cemil Çiçek, bunun söylemde kalmaması, bunun için mutlaka bir toplantı düzenlenmesi gerektiğini kaydetti.

Bilişim fuarıyla ilgili toplantı yapılabileceğini kaydeden Çiçek, toplantılara üniversite temsilcilerinin de katılması gerektiğini belirtti. Çiçek, her konu için kendi ölçeğinde toplantı yapılması, bu toplantılara herkesin hazırlıklı gelmesi gerektiğini de sözlerine ekledi.

Devlet Bakanı Zafer Çağlayan da yaptığı konuşmada, Ankara için ne yapılsa yakışacağını söyledi. Ankara'daki 10 organize sanayi bölgesinin toplam ihracattaki payının 5 milyar dolar olduğunu, Türkiye sanayisinin başkenti olma yolunda önemli adımlar atıldığını söyledi. Türkiye'nin 250 milyar dolarlık dış ticaretinde Ankara'nın payının 20 milyar dolar olduğuna işaret eden Çağlayan, Ankara'da birçok işin altyapısının kurulduğunu ifade etti. Ankara'ya EXPO 2020'nin yakışacağını belirten Çağlayan, "Bunun olması için sonuna kadar hizmetinizde olacağım" diye konuştu. Ankara'nın yeni bir uluslararası fuar alanına kavuştu-



rulması konusundaki görüşlerini de açıklayan Çağlayan, ASO, Büyükşehir Belediyesi, Akyurt Belediyesi ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin içinde olduğu fuar alanı yapılması, bu konuyla ilgili yasanın da bir an evvel Meclisten çıkarılması gerektiğini belirtti. THY ile İstanbul üzerinden yurt dışına uçuşlarda ciddi zaman kaybı yaşandığına işaret eden Çağlayan, Ankara'ya direkt uçuşların konulmasının işleri bir hayli kolaylaştıracağını söyledi.

Toplantıda konuşan İçişleri Bakanı Bakan Beşir Atalay, Başkent Ankara'nın önemini ayrı olduğunu belirtti. "Ankara, Avrupa'nın en güvenli başkentidir" diyen Atalay, kentte geçen hafta MOBESE sisteminin hizmete girdiğini hatırlattı. Ankara'daki sistemin İstanbul'a oranla daha kapsamlı, daha yeni teknolojiye sahip ve daha etkili olduğunu ifade eden Atalay, bu sistemin kentin güvenliğinde önemli rol oynayacağını söyledi. "Çinçin Bağları gibi Ankara'nın eskiden bazı 'ünü' olan semtleri bile şu anda en güvenli semtler" diyen Atalay, Altındağ İlçe Emniyet Müdürlüğü binasının sembolik olarak Çinçin Bağları semtine yapılacağını bildirdi.





Ankara'nın hızlı bir değişim yaşadığını ifade eden Atalay, şunları söyledi: "Ankara'da iki yeni proje şu anda hayata geçiriliyor. Türkiye'nin ilk hayvancılık organize sanayi bölgesi Çubuk ilçesinin sınırları içinde kuruluyor. Belki de burası Türkiye'de hayvancılık borsasının merkezi olacak, etkili yer olacak. Doğrusu buna çok önem veriyoruz. Altyapı ihalesi yapıldı, altyapı çalışmaları yapılıyor. Türkiye'de hayvancılık alanındaki ilk organize sanayi bölgesi olması açısından da önemli. Diğer bir çalışma ise Gölbaşı'nda bütün tır, otobüs ve diğer araçlar olmak üzere ikinci el satışın yapılacağı ve parkın bulunacağı büyük bir otomobil şehri kuruluyor. Bunun da altyapı çalışmaları başladı." Ankara'da yeni kurulan özel üniversitelerle birlikte üniversite sayısının 13'e çıktığını kaydeden Atalay, Türkiye'nin, Ankara'nın gelişmesi için her türlü çalışmayı yapacaklarını söyledi.

Ankara Valisi Alaaddin Yüksel de dünyada meydana gelen değişim ve dönüşümler sonunda insanların başının döndüğünü kaydetti. Vali Yüksel, dünyada artık yeni bir oyun oynandığını, milenyumda oynanan bu oyuna verilen ismin "düz dünya rekabeti" olduğunu söyledi. Şimdi yapılması gereken şeyin bu küresel milenyum tiyatrosunda oynanan oyunu herkesin iyi anlaması olduğunu belirten Yüksel, bu düz dünya oyununda her şeyin çatısının uçtuğunu, şehirlerin de çatılarının uçtuğunu kaydetti. Şehre yeni bir rota ve plan verilmesi gerektiğini belirten Yüksel, bunun esnek, dinamik ve uygulanabilir olması gerektiğine dikkati çekti. EXPO 2020'nin konuşulması gerektiğini belirten Yüksel, Ankara'da fuarları çadırlarda gerçekleştirmeyi artık tarihe gömme çağrısında bulundu.

Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek de toplantıda kendisine özellikle CHP milletvekillerince yönetilen eleştirileri yanıtlarken kendisinden 17 yıl önce yönetimin bıraktığı 2 milyar dolar tutarındaki borçların ödenmesi için her

ay belediye gelirlerinin yüzde 40 ile 76'sının kullanıldığını belirterek, 15-20 yıl daha bunun böyle süreceğini söyledi. Bütün dünyada metro gibi projelerin hükümetler tarafından yürütüldüğünü, hiçbir belediyenin bu projeleri yürütmesinin mümkün olmadığını belirten Gökçek, Şanghay Belediye Başkanı'nın Ankara'nın EXPO 2020'ye aday olması halinde kendilerinin hem Şanghay hem de Çin olarak buna destek vereceklerini söylediğini ifade etti.

AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Salih Kapusuz da EXPO 2020 için en uygun şehrin Ankara olduğunu belirtti. Çin'in Şanghay şehrinde yapılan EXPO 2010'a katılmak isteyenlerin yer bulma konusunda sıkıntı yaşadığını ifade eden Kapusuz, "Bir şehre, bir ülkeye böyle uluslararası bir fuar kazandırılmış olması ne kadar önemli bir olay. Bunun sadece istenmesi değil, altyapısının da oluşturulması gerekiyor. Bu konularda ortak akıl oluşturulması için birlikte çalışılması gerekiyor" dedi. Ankara'nın gelişimi için yapılan toplantıların önemli olduğunu kaydeden Kapusuz, bu sayede ortak bilinç oluşturulabileceğini kaydetti.

CHP Ankara Milletvekili Hakkı Süha Okay da toplantının gündemini EXPO 2020'nin Ankara'ya kazandırılması, bilim vadisi ve Ankara'dan yurt dışına doğrudan uçuşların oluşturduğunu belirtti. Bu gündem maddelerinin herkesin ortak hedefi olduğunu söyleyen Okay, muhalefet partisi olarak her türlü katkıda bulunmaya hazır olduklarını söyledi. Okay, bu konuda toplantıya katılan bakanlar tarafından verilen sözlerin takipçisi olacaklarını da kaydetti.

Toplantıda, gecenin sponsorluğunu yapan Barışkent Gayrimenkul Yönetim Kurulu Başkanı Barış Aydın'a Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Cemil Çiçek tarafından plaket verildi.



ABD'de Ticaret ve Finansman Kaynakları Toplantısı

9 Aralık 2010



Ankara Sanayi Odası ve ABD Ankara Büyükelçiliği işbirliğiyle "ABD'de Ticaret-Finansman Kaynakları ve Ticari Vize Bilgilendirme Toplantısı" 9 Aralık tarihinde ASO'da düzenlendi.

Toplantının açılışında konuşan ASO Başkanı Özdebir, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın 2009 Ağustos ayında ABD'ye yaptığı ziyarette iki ülke arasında ekonomik, ticari ve stratejik işbirliği çerçevesi oluşturulmasının gündeme geldiğini, geçtiğimiz aylarda bakanlar düzeyinde toplantının gerçekleştirildiğini anlattı ve bunun iki ülke ticari ilişkilerinde yeni bir dönemin işareti olduğunu kaydetti.

Özdebir, siyasetçilerin iş adamları için gerekli platformu hazırladığını, adeta "kapıların kilitlerini açtığını" ifade ederek, bu kapıdan geçmenin de iş adamlarına düştüğünü söyledi. Türkiye ile ABD arasındaki ticaretin 2008 yılında 15 milyar dolarla zirve yaptığını, küresel krizin etkileri hafifledikçe, gelecek yıllarda bu rakamın daha iyi noktalara çıkacağına inandığını belirten Özdebir, ABD'deki sinyallerin de iyi yönde olduğunu söyledi. ABD'nin 14 trilyon dolar ile dünyanın en büyük ekonomisi olduğuna işaret eden Öz-

debir, bu yıl için yüzde 3'e yakın büyüme öngörüldüğünü, bunun da söz konusu ölçekte oldukça önemli bir büyüklüğe denk geldiğini söyledi. Özdebir, Almanya'da da yüzde 4 civarında büyüme beklendiğini, bu büyük ekonomilerin düzelmesiyle ticaret hacminin de gelişeceğini ifade ederek, yaratılan fırsatlar ve oluşturulan mekanizmayla ABD-Türkiye arasındaki ticaretin artacağını söyledi. Türkiye'nin ABD ile hemen hemen her alanda iş yapabilme imkânına sahip olduğunu dile getiren Özdebir, özellikle Çin'den sonra dünyanın en büyük müteahhitlik firmalarının bulunduğu Türk müteahhitlik sektörünün ABD'de iyi iş yapabileceğini kaydetti. Özdebir, ticaretten ulaştırmaya pek çok alanda özellikle enerjide işbirliği fırsatları da bulunduğunu belirterek, Türkiye'nin enerji yatırıma ihtiyacı olduğunu, bu alanda özelleştirmelerin de hız kazandığını kaydetti.

ABD'nin Ankara Büyükelçiliği Başmüsteşarı Douglas Silliman da konuşmasında, son bir kaç yılda atılan adımlarla ABD ve Türkiye arasında ticaret alanında çok güzel ilerlemeler kaydedildiğini söyledi. Stratejik işbirliği toplantısını bakanlar düzeyinde Washington'da gerçekleştirildiğini, ABD-Türkiye İş Konseyinin ilk toplantısının da 2011'de yapılmasının beklendiğini anlatan Silliman, "Önemli bir diğer nokta da bugün ABD'nin ticaret ve proje finansmanını Türkiye pazarına getirmeye çalışmasıdır" dedi. ABD Eximbank Başkanı'nın yaz aylarında Ankara'ya geldiğini ve Türkiye'deki yenilenebilir enerji sektöründe projeleri desteklemek üzere 1 milyar dolarlık krediyi "masaya koyduğunu" kaydeden Silliman, "Aynı zamanda başka ihtiyaçlarda da kullanılmak üzere bir para öngördü. Onun dışında bizim deniz aşırı özel yatırım şirketi ticareti geliştirme ajansı, finansmanı desteklemek adına bir takım fizibilite çalışmaları yapıyor. İki ülke arasındaki ilişkileri geliştirmek açısından diğer finansman destekleri de memnuniyetle karşılanacaktır" diye konuştu.

ABD'nin Ankara Büyükelçiliği Ticaret Müsteşarı Micheal Lally de Türkçe yaptığı konuşmasında, büyükelçilik binasının ASO'nun karşısında yer aldığını söyleyerek, "Biz Atatürk Bulvarı'nda komşuyuz. Siz Türklerin çok güzel bir sözü var; 'Ev alma komşu al' dedi ve işbirliğinin geliştirilmesi noktasında iş adamlarına her türlü desteği sağlamaya hazır olduklarını vurguladı. Türk şirketlerinin küresel pazarda rekabet gücünü arttırmasında ABD'nin ekipman, hizmet ve teknolojisinin önemli rol oynayabileceğini ifade eden Lallyrek, işi büyütmek için finansmanın önem taşıdığını, toplantıda Amerikan Eximbank, Yurt Dışı Özel Yatırım Dairesi (OPIC) ve Ticareti Geliştirme Ajansından (TDA) yetkililerin nasıl finansman sağlanabileceğine yönelik değerlendirmelerde, bilgilendirmelerde bulunacağını söyleyerek, işbirliğinin geliştirilmesi yönünde temennisini dile getirdi.

Ankara Sanayi Odası ve Leningrad Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası Arasında Büyük İşbirliği

9 Kasım 2010



Ankara Sanayi Odası ve Leningrad Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası arasında büyük işbirliği içine giriyor. ASO, Türkiye'nin önde gelen inşaat şirketlerinden Rönesans İnşaat'la birlikte Rusya'nın Leningrad Bölgesi'nde bir organize sanayi bölgesi kuruyor.

Dış Ticaret Müsteşarı Ahmet Yakıcı ve Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir başkanlığında 30 iş adamından oluşan heyet 7-10 Kasım 2010 tarihlerinde Leningrad Bölgesine bir iş gezisi gerçekleştirdi. Çeşitli sektörlerden Ankaralı sanayicilerin oluşturduğu heyet, bölgede yerleşik Türk ve Rus işadamlarıyla toplantı yaptı, ikili görüşmeler gerçekleştirdi.

Ziyaret sırasında, bir süredir çalışmaları süren Leningrad Bölgesine Organize Sanayi Bölgesi kurulmasıyla ilgili protokol de imzalandı. 8 Kasım 2010 tarihinde Leningrad Ticaret ve Sanayi Odasında, Leningrad TSO, Ankara Sanayi Odası ve Rönesans İnşaat arasında, bölgeye bir organize sanayi bölgesi kurulması konusunda bir protokol imzalandı. Protokolü, ASO Başkanı Nurettin Özdebir, Leningrad TSO Kıdemli Başkan Yardımcısı Svetlana Vologzhanina ve Rönesans İnşaat Rusya Grubu Başkan Yardımcısı Cenk Düzyol imzaladı. Törende Dış Ticaret Müsteşarı Ahmet Yakıcı, Leningrad Bölgesi Vali Yardımcısı ve Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Rashid İsmagilov, Türkiye'nin Saint

Petersburg Başkonsolosu Mehmet Çınar ve Rusya Ticaret Başmüsaviri Atilla Kızılarıslan da hazır bulundu.

Törende bir konuşma yapan Rashid İsmagilov, bu işbirliğini gerçekleştirecek her üç kuruluşun da kendini ispatlamış çok değerli kurumlar olduğunu vurgulayarak bu projenin başarılı bir şekilde gerçekleştirileceğine inandığını söyledi. Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir ise, bölgenin Rusya'yı Amerika ve Avrupa'ya bağlayan önemli bir çıkış kapısı olduğuna dikkat çekerek, ASO ve Leningrad Ticaret ve Sanayi Odası arasında gerçekleştirilen bu işbirliği ile iki ülke arasındaki dostluk ve ticaretin artacağına inandığını söyledi. Dış Ticaret Müsteşarı Ahmet Yakıcı ise OSB konusunda Türkiye'nin çok önemli tecrübeleri olduğunu vurgulayarak "bunu Rus dostlarımızla paylaşmaktan mutluluk duyarız. Türk müteahhitlerimiz bu bölgeye çok iyi tanıyor. Bu projeyi ASO'nun da desteğiyle başarıyla sonuçlandıracaklardır" dedi. Türkiye'nin Saint Petersburg Başkonsolosu Mehmet Çınar ise gerçekleştirilecek bu resmin 4 ressamı olduğunu ve gelecek kuşaklara değerli bir miras olarak bu resmi bırakacaklarını söyledi ve Ahmet Yakıcı, Nurettin Özdebir, Rashid İsmagilov ve Rönesans İnşaat'a teşekkür etti.

Ahmet Yakıcı ve Nurettin Özdebir daha sonra Leningrad Bölgesi Vali Birinci Yardımcısı Gregory Dvas ve diğer Vali



Yardımcıları Raşid İsmagilov ve Aleksander Kuznetsofu valilikte ziyaret etti. Dvas yaptığı konuşmada önce bölgeyle ilgili bilgi verdi. Bu projede ASO'nun desteğini almaktan dolayı büyük mutluluk duyduklarını vurgulayan Dvas, 2012 yılında bölgede üstyapı yatırımlarına başlamasını hedeflediklerini söyledi. ASO Başkanı Özdebir ise her iki ülkenin de kriz sonrası yaralarını en hızlı saran iki ülke olduğunu belirterek, "Birbirimize çok benzediğimizi düşünüyorum. Dolayısıyla birbirimizi daha fazla keşfetmemiz lazım. Elimizi çabuk tutalım" dedi. Ahmet Yakıcı ise 2008 yılında iki ülke arasındaki ticaret hacminin 38 milyar dolar olduğunu ama kriz nedeniyle 2009 yılında düştüğünü belirterek, "Krizin etkilerinin azalmasıyla birlikte 2010 yılında ticaret hacmimiz yeniden ivme kazandı. Hedefimiz bunu 100 milyar dolara çıkarmak. Bunun için de çok çalışmamız lazım. Leningrad Bölgesi'nin Türkiye'nin iki önemli kuruluşu ASO ve Rönesans İnşaatın tecrübelerinden faydalanacak olmasından büyük mutluluk duyuyorum" diye konuştu.

Konuşmalardan sonra ASO Başkanı Özdebir, Vali Yardımcısı Dvas'a ASO, Leningrad TSO ve Rönesans İnşaat arasında imzalanan protokolün bir kopyasını verdi.

ASO heyetinin 3 gün süren temasları sırasında Rus iş adamlarıyla da ikili görüşmeler gerçekleştirildi. Ayrıca heyete, Leningrad TSO tarafından bölgedeki yatırım imkanlarıyla ilgili bilgi de verildi.

Saint Petersburg Başkonsolosumuz Mehmet Çınar rezidansında heyete bir akşam yemeği verirken, Rönesans İnşaat da heyeti teknede gerçekleşen bir öğle yemeğinde ağırladı. Yakıcı ve Özdebir başkanlığındaki heyet, kısa bir süreliğine de olsa şehrin bazı tarihi ve turistik yerlerini de ziyaret etme fırsatı buldular. Ziyaretin son gününde ASO Başkanı Özdebir bazı sanayicilerle birlikte Caterpillar'ın Tosno'da bulunan fabrikasını da ziyaret ederek incelemelerde bulundular.



Leningrad Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası 2011'i "TÜRKİYE YILI" İlan Etti

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, Başkan Yardımcısı Önder Bülbüloğlu ve bir grup gazeteciyle birlikte her yıl geleneksel olarak düzenlenen ve bu yıl da 2011'in "Türkiye Yılı" ilan edildiği "Leningrad Bölgesi İş Çevreleri Kış Asamblesi"ne katıldılar.

17 Aralık 2010



St. Petersburg Park Inn Otel'de 17 Aralık tarihinde düzenlenen asamblede bir konuşma yapan ASO Başkanı Nurettin Özdebir, bahar aylarında Rusya Federasyonu, Leningrad Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı ve Bölge Vali Yardımcısı Rashid İsmagilov'un Ankara'ya gerçekleştirdiği ziyaret sırasında, Türkiye'nin artık yurt dışına ihraç etmeye başladığı projelerden biri olan Organize Sanayi Bölgeleri modelini Sincan'daki ASO 1. OSB'yi gezdikten sonra mutlaka Rusya'ya taşımaları gerektiğini dile getirdiğini anlattı.

Bunun ise İsmagilov'un hür teşebbüs ve girişimcilğe ne kadar değer verdiğinin bir göstergesi olduğunu belirten Özdebir, zira OSB'lerin en temel özelliklerinden birinin burada yer alan yatırımcıların kendi kendilerini idare etmeleri olduğunu kaydetti. Özel sektörün öne ne kadar açılır, imkanları genişletilirse onların daha fazla katma değer yaratacaklarının muhakkak olduğunu belirten Özdebir, böyle bir OSB'nin St. Petersburg'da bir Türk firması olan Rönesans İnşaat ve ASO'nun bilgi birikimiyle gerçekleştirilecek olmasının kendileri için büyük bir onur olduğunu söyledi.

Özdebir, konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Bugün ülkem adına ikinci bir mutluluk daha yaşıyorum. Bu ise önümüzdeki 2011 yılının Leningrad'da 'Türkiye Yılı' ilan edilmiş olması. Bundan dolayı herkese teşekkür ediyorum. Çünkü milletlerin birbirleriyle kaynaşması için muhakkak ki ticari ilişkiler önemlidir. Ama bunun yanında kültürel ilişkilerle bu işin güçlendirilmesi çok daha anlam kazanmaktadır. Ben bu konudaki haberi alır almaz Turizm Bakanımızla konuyu paylaştım. Kültür Bakanlığı olarak bu yıl içinde daha başka etkinliklerle bu kültürel alışverişin gelişmesine katkıda bulunabileceklerini söylemiş olması da benim için bir müjdedir.

Rusya ve Türkiye, Almanya'dan Çin'e kadar, Kuzey Kutbundan Güney Kutbuna kadar bölgedeki en büyük 2 ekonomidir. Bu iki ekonominin birbirleriyle ilişkilerini arttırması, Rusya'nın, Türkiye'nin sadece müteahhitlik sektörüyle değil, makina sanayi ve diğer ürünleriyle de tanışması, keşfetmesi mutlaka her iki ülke açısından büyük getiriler sağlayacaktır."

Türkiye'nin çok fazla doğal zenginliklerinin bulunduğu, ancak enerji açısından ise tamamen yurt dışına bağımlı olduğunu ifade eden Özdebir, buna rağmen 2008 yılında 132 milyar dolarlık bir ihracat yapıldığını, kriz nedeniyle bu rakamın şimdi 115 milyar dolar civarına indiğini bildirdi. Türkiye'nin ihracatının yüzde 98'inin sanayi ürünlerinden oluştuğunu ifade eden Özdebir, "Türkiye ile Rusya, kriz şartlarında yıldızları parlayan ve diğer gelişmiş ülkelerden pozitif yönden ayrılan ekonomilerdir" dedi.

Leningrad Valisi Valeri Serdyukov da konuşmasında, her yıl düzenledikleri asamblenin geleneksel hale geldiğini ve yılın ekonomik yönden değerlendirmesini yaptıklarını söyledi. Kriz nedeniyle 2010'un kendileri için zor bir yıl olduğunu belirten Serdyukov, buna rağmen yeni projeler geliştirdiklerini, ülkelere yeni yatırımlar ve teknolojileri çektiklerini anlattı. Son 10 yıl içinde bölgelerindeki yabancı yatırımların arttığını belirten Serdyukov, "Bu da güven simgesidir" dedi.

Leningrad Bölgesi Yasama Meclisi Başkanı Ivan Habarov da, bugün bürokrasiyle iş adamlarının ortak bir dil bulduklarını, ekonominin geliştiğini, yaşam şartlarının iyileştiğini kaydetti. Habarov, iş adamlarına, ekonomiye yaptıkları katkılardan ötürü de teşekkür ederek, Leningrad bölgesinin daha fazla gelişmesini diledi.

Leningrad TSO Başkanı ve Bölge Vali Yardımcısı Rasid İsmagilov da, global krizin zorluklara neden olduğunu ancak artık geçtiğini ve gelecek yılın daha iyi olmasını beklediklerini söyledi. Leningrad bölgesinin ekonomisinde düzelmeye başladığını belirten İsmagilov, bölgede yeni bir OSB yapılmasına ilişkin büyük bir projeleri bulunduğunu anlattı. Bunun çok perspektifli bir proje olduğuna işaret eden İsmagilov, herkesin burada yerini alacağını söyledi. İsmagilov, bölgede kuracakları yeni OSB ve bu konuda ASO'nun kendilerine verdiği katkı nedeniyle 2011'i Leningrad'da "Türkiye Yılı" ilan ettiklerini bildirdi. Bunun için Rönesans İnşaat gibi çok önemli bir ortakları bulunduğuna işaret eden İsmagilov, Rönesans İnşaatın



çok başarılı bir firma olduğunu kaydetti.

Rönesans İnşaat A.Ş.'nin Bağımsız Devletler Topluluğu'ndaki Başkanı Avni Akvardar da yaptığı konuşmada, zeytin ağacının iyilik ve barışın simgesi olduğunu ve aynı zamanda iyi ürün verdiğini belirterek, "Bizim şirketimiz de iyi ürün verdiği için zeytin ağacına benziyoruz" dedi. Şirket olarak Leningrad Bölgesi'ndeki Ford fabrikasını yaptıklarını ve iki büyük ticaret merkezi inşa ettiklerini belirten Akvardar, birkaç hafta önce bir OSB kurulması konusunda imzaladıkları anlaşmayla bölgedeki işlerini bir üst noktaya taşıdıklarını kaydetti.

Konuşmaların tamamlanmasının ardından asamblede, iş dünyasına yaptıkları katkılar ve getirdikleri yenilikler nedeniyle ödüle değer bulunan kişi ve kurumlara ödülleri verilirken, Türkiye'nin St. Petersburg Başkonsolosu Mehmet Çınar'a da, Türkiye ile Rusya'nın ilişkilerine yaptığı katkılardan dolayı liyakat nişanı ve beratı verildi.

Asamblede düzenlenen törende, konfetiler eşliğinde, 2001 yılı, Leningrad bölgesinde "Türkiye Yılı" ilan edildi. Fransız şarkıcıların seslendirdiği eserlerin ardından dans gösterileri de sunuldu. İki Türk kıza da modernize edilmiş folklorik giysileriyle Türk halk oyunlarından örnekler sundular. Asambleye katılanlar gece boyunca müzik eşliğinde dans etti.



Beceri'10 UMEM Projesi Toplantısı ASO'da Gerçekleşti

29 Kasım 2010



Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ve TOBB Ekonomi Üniversitesi arasında imzalanan protokol ile hayata geçirilen "Beceri'10 Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Projesi" kapsamında Ankara'ya ilişkin işgücü piyasası analizlerinin sonuçları, 29 Kasım tarihinde Ankara Sanayi Odası'nın ev sahipliğinde düzenlenen toplantıyla açıklandı.

ASO Başkanı Nurettin Özdebir'in başkanlığını yaptığı toplantıya, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Halis Yunus Ersöz, Ankara Vali Yardımcısı Şentürk Uzun, TOBB ETÜ Sosyal Politikalar Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Serdar Sayan katıldı.

ASO Başkanı Nurettin Özdebir toplantıda yaptığı konuşmada dünyanın son dönemde ağır bir ekonomik krizden geçtiğini, bu nedenle var olan işsizliğin daha da arttığını söyledi. Türkiye'de birçok kişinin meslek sahibi olmamaları nedeniyle iş bulamadığını ifade eden Özdebir, özellikle nitelikli işgücüne ihtiyacın her geçen gün arttığını belirtti. Rekabet şartlarının her geçen gün arttığını, daha kaliteli ve verimli üretimin yapılabilmesi için insan kaynağının kalitesinin de artırılması gerektiğine işaret eden Özdebir, "Beceri'10 Uzmanlaşmış Meslek Edindirme Merkezleri (UMEM) Projesi'nin Türkiye'nin ufkunu açacak örnek bir çalışma olduğunu kaydetti. Özdebir, söz konusu çalışmanın hedefe ve istihdama yönelik bir eğitim çalışması olduğunu söyledi.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Halis Yunus Ersöz de bakanlık olarak çok önem ver-

dikleri bu projenin sadece bir eğitim projesi olmadığını, Türkiye'deki işletmelerin verimliliğini ve rekabet gücünü de arttıracığını söyledi. Bir ülkenin kalkınması, büyümesi ve sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması için eğitilmiş ve nitelikli işgücüne ihtiyaç bulunduğunu bildiren Ersöz, Türkiye'de eğitilmiş ve nitelikli işgücünün yetersiz olduğunu, bu nedenle sağlıklı bir büyümenin sağlanmadığını söyledi. OECD'nin yaptığı bir araştırmaya göre, büyük verimlilik artışlarının okullaşma ve bireylerin yetkinlik düzeyindeki artışlardan ve teknolojik gelişmelerden dolayı ortaya çıktığını ifade eden Ersöz, bir ülkenin büyümesinde temel unsurun eğitim ve okullaşma oranı olduğunu bildirdi.

2023 yılına kadar işsizliği yüzde 5 seviyesine düşürmek için Ulusal İstihdam Stratejisi hazırladıklarını kaydeden Ersöz, bu stratejiyi hazırlarken de eğitim istihdam ilişkisinin güçlenmesine, eğitim sisteminin çıktılarının işgücü piyasasının ihtiyaçlarını karşılmasına önem verdiklerini belirtti. İstihdam ve Mesleki Eğitim İlişkisinin Güçlendirilmesi Eylem Planı da hazırladıklarını aktaran Ersöz, bu planın en önemli unsurlarından birinin işgücü piyasasının ihtiyaçlarının karşılanması olduğunu, mesleki eğitimin bundan sonra işgücü piyasasının taleplerine göre şekilleneceğini kaydetti.

Halis Yunus Ersöz, UMEM Projesi'nin insanlara beceri kazandırma ve iş edindirmeyi amaçladığını, böylece Türkiye'deki yapısal işsizliğin de önüne geçileceğini kaydetti. UMEM Projesi'nde temel unsurun işverenler olduğunu aktaran Ersöz, şöyle dedi: "Bu ortaklığın içine işvereni almakla, hizmeti sunduğumuz kişileri karar



alma sürecine dahil ediyoruz. Kamunun iş dünyasındaki değişimleri takip edebilmesi çok mümkün olmuyor. Proje, işverenlerin, işsizliğin çözümüne etkin biçimde katılmasını sağlayacak. Bu projeye her yıl yaklaşık 200 bin kişi eğitimden geçirilecek ve 5 yılda 1 milyon işsize eğitim ve iş imkânı sağlanacak. Bu süreci işverenlerimiz yönetsin istiyoruz.

Proje çerçevesinde eğitim gördükleri alanda istihdam edilen kişilerin İşveren Sigorta Prim Payı'nın bir yıl boyunca devlet tarafından ödeneceğini söyleyen Ersöz, proje kapsamında 81 ilde 111 okula 3 yıl boyunca 120 milyon TL kaynak aktarılacağını, 3 yıl boyunca 6 bin öğretmenin meslek içi eğitimden geçirileceğini, bu yıl yaklaşık 2 bin 800 öğretmenin meslek içi eğitiminin tamamlandığını ifade etti. Ersöz, proje kapsamında işgücü piyasası analizleri yapılacağını ve zaman zaman yenileneceğini belirtti.

Ankara Vali Yardımcısı Şentürk Uzun da UMEM Projesi'nin ülke için olduğu kadar Ankara için de önemli olduğunu söyledi. TÜİK'in verilerine göre, Ankara'da 148 bin kişinin okuma yazma bilmediğini, 682 bin kişinin herhangi bir okuldan mezun olmadığını ve 1 milyon kişinin de ilköğretim mezunu olduğunu ifade eden Uzun, "Başkent olması rağmen eğitim düzeyiyle ilgili bu çarpıcı veriler, bize Ankara'nın da en az diğer iller kadar kalifiye işgücünün artmasını sağlayacak bu projeye ihtiyaç olduğunu göstermektedir" dedi.

TOBB ETÜ Sosyal Politikalar Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Serdar Sayan da günümüzde teknolojinin hızla değiştiğini, buna göre işgücü piyasasında becerilerin geliştirilmesi gerektiğini kaydetti. Başında bulunduğu araştırmacı ekibinin BECERİ'10 Projesi kapsamında, firmaların mesleki eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi için yaptığı çalışmaların 19 pilot ilde yürütüldüğünü anlatan Sayan, pilot illerden biri olan Ankara'da Eylül ve Ekim aylarında sanayi sektöründe 370 firma ile görüşüldüğünü, Ankara Sanayi Odası tarafından yapılan anket uygulaması ile firmalarda ihtiyaç duyulan mesleki becerilerin ortaya çıkarıldığını belirtti.

Anket sonuçlarının TOBB ETÜ ve TEPAV proje ekibi tarafından analiz edilerek Ankara'nın mesleki eğitim ihtiyaçlarının belirlendiğini anlatan Sayan, buna göre Ankara'da toplam istihdamın 3'te 1'inin kamu hizmetlerinde bulunduğunu söyledi. Sayan, işgücü piyasası analizlerini değerlendirirken Ankara'daki firmaların yüzde 55'inin stajyer istihdam etmek istediğini, stajyer talep eden firma sayısının sınırlı kalmasının nedeninin ise firmaların hâlihazırda yüksek eğitilmiş işgücüne sahip olmaları ve



Türkiye ortalamasından daha yüksek oranda stajyer çalıştırıyor olmalarından kaynaklandığını belirtti.

Ankara'nın küresel krizden oldukça olumsuz etkilendiğini ancak, kriz döneminde hızla daralan istihdamın 2010 yılında kriz öncesi seviyelerin üzerine çıktığını belirten Sayan, şu bilgileri verdi:

"Ankara'da kayıtlı istihdam ve iş yeri sayısı da kriz öncesi seviyesinin üzerine çıktı. Başkent'in ihracatı kriz döneminde yüzde 15 daraldı. Ancak bu yılın sonunda kriz öncesi düzeyine çıkması bekleniyor. İşsizliğin en düşük olduğu iller arasında Ankara 48'inci sırada bulunuyor. Ankara'da imalat sanayiinde metal eşya-makina ve gereç sanayinin yarısına yakını oluşturulmaktadır. 370 firma ile yapılan anket uygulaması sonucunda, önümüzdeki aylarda bu sektörlerde 181 farklı meslekte 735 stajyere ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır. Ankara'da gaz altı kaynakçısı, CNC tezgâh operatörü, kalite kontrolcü, tornacı (torna tezgâhi operatörü), elektrik teknisyeni, makine teknikeri, en çok talep gören mesleklerden bazılarıdır."



İngiltere Demiryolları Heyetinden Bilgilendirme Toplantısı

ASO ve İngiltere Büyükelçiliği, İngiltere Demiryolları Heyetini ASO üyesi firmalarla bir araya getirerek, 22 Kasım tarihinde bir bilgilendirme toplantısı düzenledi. ASO Başkanı Nurettin Özdebir'in başkanlığını yaptığı toplantıya, İngiltere'nin Ankara Büyükelçisi David Reddaway, DLH Genel Müdürü Ahmet Arslan, TCDD Genel Müdür Yardımcısı İsmet Duman katıldı.

22 Kasım 2010



ASO Başkanı Nurettin Özdebir toplantıda yaptığı konuşmada, İngiltere'nin Türkiye'nin en büyük ticari partnerlerinden biri olduğunu belirterek, ticaret dengesinin de Türkiye'nin lehine olduğu ender gelişmiş ülkelerden biri olduğunu söyledi. Özdebir, İngiltere'nin Türkiye'yi AB yolunda kararlı bir şekilde destekleyen en önemli müttefiklerinden biri olduğunu da ifade ederek, iki ülke arasındaki ticareti arttırabilmek için, Türkiye ve İngiltere arasındaki vize sorununun halledilmesi gerektiğine işaret etti. İngiltere'nin dünyanın 6. büyük, Türkiye'nin ise 17. büyük ekonomisi olduğunu belirten Özdebir, iki ülkenin ticaret hacminin arttırılması ve beş yıl içinde ticaret hacminin ikiye katlanması hedefine ulaşabilmek için, iki ülke arasındaki ulaşım sektörünün geliştirilmesi

ve genişletilmesi gerektiğini söyledi. Özdebir, Türkiye ve İngiltere arasındaki taşımacılık maliyetlerinin düşürülmesi gerektiğine işaret ederek, bunun için de demiryolu taşımacılığının geliştirilmesi gerektiğini kaydetti. ASO Başkanı Özdebir, İngiltere ve Türkiye'nin demiryolu hikâyelerinin birbirine benzediğini, her iki ülkede de önce büyük bir demiryolu atılımı yapıldığını daha sonra ise bir duraklama dönemine girildiğini anlattı. İngiltere'nin bu konudaki özelleştirme trendini tamamladığını ve 1996 yılında demiryollarını özelleştirdiğini kaydeden Özdebir, 2005 yılında da demiryolu taşımacılığını yüzde 100 arttırarak, 22,1 milyar ton/km'ye ulaştığını söyledi. ASO Başkanı Özdebir, özel sektörün işine girdiğinde rekabetin de devreye girmesiyle işlerin çok daha hızlı ilerlemesine İngiltere'nin güzel bir örnek olduğunu belirterek, bu alanda Türkiye ve İngiltere'nin yapabileceği çok faydalı işlerin bulunduğuna işaret etti.

Demiryollarını ve terminolojisini Türk sanayicisine tanıtmak için ASO olarak bir sergi hazırladıklarını da belirten Özdebir, bu konuda İngiliz sanayicilerinin de Türk sanayicileriyle iş yapabileceklerini söyledi.

İngiltere'nin Ankara Büyükelçisi David Reddaway de toplantıda yaptığı konuşmada, İngiltere'den Türkiye'ye ilk kez demiryolu sektöründe faaliyet gösteren iş adamları heyetinin geldiğini söyledi. Ülkesinin demiryolları konusunda çok eski bir geçmişi olduğunu dile getiren Reddaway, İngiliz heyetin, Türk meslektaşlarıyla deneyimlerini paylaşacaklarını ve bu şirketlerin uzun vadeli stratejik ortaklıklar kurabileceklerini kaydetti. İngiltere Başbakanı Gordon Brown'un iki ülke





arasındaki ikili ticari ilişkileri arttırmak konusunda çok kararlı olduğunu ifade eden Reddaway, İngiltere'nin Türkiye'ye her alanda destek verdiğini vurgulayarak, "Avrupa'da Türkiye'nin tek arkadaşı İngiltere değil ama en iyi arkadaşı İngiltere diyebiliriz. Ülkemiz, Türkiye'nin AB'ye üyeliği konusunda en önemli savunuculardan bir tanesi. Bu, Başbakanımızın Temmuz ayında burada verdiği önemli taahhütlerden bir tanesiydi. Kendisi, Cumhurbaşkanı Gül'le yaptığı görüşmede de bu görüşlerini tekrar dile getirdi" dedi.

İngiltere'den Türkiye'ye her yıl yaklaşık 2,5 milyon turist geldiğini anlatan Reddaway, demiryolu sektöründe faaliyet gösteren İngiliz iş adamları heyetinin de Türkiye'de güzel ortaklıklar kurmalarını ve bu ziyaretin uzun vadeli işbirliğinin ilk adımı olmasını diledi.

Ulaştırma Bakanlığı Demiryollar, Limanlar ve Havameydanları İnşaatı (DLH) Genel Müdürü Ahmet Arslan da yaptığı konuşmada, Manş Tüneli ile İngiltere'nin Avrupa'ya bağlandığını, Marmaray'ın ve Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu Projesi'nin tamamlanmasıyla ise Londra'dan Orta Asya'ya kesintisiz demiryolu hattı kurulmuş olacağını ifade etti. Demiryolu projelerinin hayata geçirileceği bütün güzergâhlarda uygulama projelerini hazırladıklarını anlatan Arslan, "Bu süreci önümüzdeki 1-1,5 yılda tamamlamış olacağız, bu süreçte

tüm güzergâhlarda uygulama projelerimiz hazır olacak" diye konuştu. Ulaştırma Bakanlığının 15 yılda demiryollarına yönelik 45 milyar dolarlık yatırım yapacağını belirten Arslan, "Demiryolları konusunda çok geç kaldık, bu geç kalmışlığın acısını çıkarmak için hızlı koşuyoruz. Bu hızlı koşumuzda, gerek altyapı gerek işletmecilik anlamında İngiltere'yi de yanımızda görmek istiyoruz" dedi. Yasal düzenlemeyle TCDD Genel Müdürlüğü'nün kamu-özel sektör işbirliğini hayata geçirebileceğini ifade eden Arslan, Türkiye'de buna uygun pek çok demiryolu hattı bulunduğuna dikkati çekti. Ankara ve İstanbul'da yarım kalan metroların Ulaştırma Bakanlığınca tamamlanması için Bakanlar Kurulu kararı gerektiğini anımsatan Arslan, "Bugünkü Bakanlar Kurulunda bir karar çıkmasıyla bu hafta içerisinde belediyelerden metro projelerini devralabilir hale geleceğiz. Ankara'daki 3 metronun işlerini yapacağız. İstanbul'da da bu anlamda devir alacağımız projeler olacak" diye konuştu.

TCDD Genel Müdür Yardımcısı İsmet Duman ise, Türkiye'de 1950'lerden sonra demiryollarının ihmal edildiğini, ancak son 8 yılda yeniden bu alana yatırım yapıldığını söyledi. Türkiye'nin geçen yıl Mart ayında hızlı trenle tanıştığını anımsatan Duman, Ankara-Eskişehir arasında günde 6 bin yolcu taşındığını ifade etti. Demiryollarına ayrılan bütçenin son dönemde 13 kat arttığına işaret eden Duman, 7 yılda 7 milyar dolarlık ödenekle önemli demiryolu projelerine imza atıldığını dile getirdi. TCDD'nin hazırlıklarını sürdürdüğü projelere değinen Duman, kurumun yapısının özel sektörle uyumlu çalışabilecek yapıya kavuşturulması için yasa hazırlığında olduklarını kaydetti. Ankara-Konya hızlı tren hattında Aralık ayında deneme seferlerine başlayacaklarını belirten Duman, bu hatta gelecek yılın ilk aylarında yolcu taşımaya planladıklarını söyledi. Ankara Hızlı Tren Garı yapımı için kısa sürede ihaleye çıkacaklarını da anlatan Duman, hızlı trenle yolcu taşımacılığını arttırdıkça hızlı tren garlarının da yaygınlaşacağını bildirdi. Duman, "2023'e kadar 45 milyar dolarlık yatırımla 14 bin 500 kilometre demiryolu hattı yapılması planlanıyor. Böylece yüzde 2 olan demiryolu ile yolcu taşıma oranının yüzde 10'a çıkarılması hedefleniyor" diye konuştu.





Kazakistan Başbakanı Massimov'dan ASO 1. OSB'ye Ziyaret

24 Aralık 2010



Kazakistan Başkanı Karim Massimov ve beraberindeki heyet, Ankara Sanayi Odası 1. Organize Sanayi Bölgesini ziyaret ederek ASO 1. OSB'nin yapısı ve işleyişiyle ilgili bilgi aldı. ASO Başkanı Nurettin Özdebir'in başkanlığında 24 Aralık tarihinde gerçekleşen ziyarette Massimov'a, Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Cemil Çiçek ve TOBB Başkan Yardımcısı Faik Yavuz da eşlik etti.

Kazakistan Başbakanı Karim Massimov ziyaret kapsamında yaptığı konuşmada, Kazakistan'ın bağımsızlığını ilan ettikten iki saat sonra kendilerini tanıyan ülkenin Türkiye olduğunu hatırlatarak, teşekkür etti. Massimov, Ankara'ya gerçekleştirdiği gezi kapsamında yapacakları görüşmelerin iki ülke arasındaki işbirliğini geliştireceğini belirterek, "Bu bizi birbirimize yakınlaştıracaktır" dedi.

Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Cemil Çiçek de Massimov'u Türkiye'de görmekten ve ağırlamaktan mutluluk duyduğunu kaydetti.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Faik Yavuz ise dost kardeş iki ülke arasında mevcudiyeti asırlar öncesine dayanan derin tarihi ve kültürel bağlar bulunduğunu söyledi. Kazakistan Cumhuriyeti'nin bağımsızlık yıl dönümünü de kutlayan Yavuz, Kazakistan'ın gelişimini de gururla izlediklerini söyledi.

Konuşmaların tamamlanmasının ardından, konuk Başbakan Massimov ile beraberindekiler, ASO 1. OSB'de faaliyette bulunan Hidromek, Yiğit Akü ile Arçelik firmalarını ziyaret ederek, yetkililerden bilgi aldı. Massimov, Hidromek firması ziyaretinde ekskavatör kullandı.



Özdebir Kırıkkale Üniversitesi "Mühendislik Zirvesi 10" Toplantısına Katıldı'

21 Aralık 2010



Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, Kırıkkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Makine Mühendisliği Topluluğu tarafından 21 Aralık tarihinde düzenlenen "Sanayimizin Rekabet Gücündeki Gelişmeler" konulu toplantısına konuşmacı olarak katıldı. Kırıkkale Üniversitesi Ana-fartalar Salonunda yapıldan toplantıya Özdebir'in yanı sıra Kırıkkale Vali Yardımcısı Fethi Yorulmaz, Kırıkkale Belediye Başkanı Veli Korkmaz, Kırıkkale Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Ekrem Yıldız ve çok sayıda öğrenci katıldı.

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir yaptığı konuşmada, "Konumuz Türkiye sanayisinin rekabetteki durumudur. Ülkenin sanayisinin rekabetteki durumunu belirleyen öncelikle 10 ülkenin dünyadaki konumudur. Bugün Türkiye 2008 yılında 132 milyar dolarlık bir ihracatı gerçekleştirmiş, Yüzler Kulübü denen 100 milyarın üzerinde ihracat yapabilen ülkeler seviyesine gelmiştir. Bu ihracatın yüzde 98'i sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Türkiye artık bir sanayi ülkesi. Türkiye'nin saygınlığı, Türkiye'nin zenginleşmesi ile ilgilidir, coğrafi konusu, dış politikası ile ilgilidir. Bütün bunların bileşkesi Türk ürünlerinin rekabetini belirlemektedir. Bizler her zaman dış ülkelerde temasta olan ve her zaman ülke dışına çıkan insanlarız ve görüyoruz ki Türk malı kalitesiyle her zaman adından söz ettirmektedir. Türkiye'nin ürettiği mallar diğer ülkelere satılarak sadece bir etiket değişikliği yapılarak ihraç ediliyor. Bizler bunu aşmak için çaba sarf ediyoruz. Bunu atlamamız için siz değerli gençlerin çok büyük emek sarf etmesi gerekiyor. Sizin bu konuda yapacağınız çalışmalar ileriki dönemlerde Türkiye'ye büyük faydalar sağlayabilmektedir. Dış ülkelerde eğer ki bir konunuz varsa, bu konumu her zaman korumak zorundasınız" dedi.

Türk-Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı ASO'yu Ziyaret Etti

3 Kasım 2010



Türk-Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Zeki Bayram ve beraberindeki heyet, 3 Kasım tarihinde Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir'i ziyaret etti.

ASO toplantı salonunda gerçekleşen ziyarette, Türk-Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Zeki Bayram, Bulgaristan'daki iş ve yatırım imkanları hakkında bilgiler vererek, Türk firmaların Bulgaristan'da yatırım yapmaları çağrısında bulundu.

ASO Sanata Destek Vermeye Devam Ediyor

14 Aralık 2010



Ankara Sanayi Odası Adil Ocak Resim Sergisi'nin açılışı Devlet Bakanı Faruk Nafiz Özak'ın katılımıyla 14 Aralık 2010 tarihinde yapıldı.

Ankara Sanayi Odası Kültür Merkezinde gerçekleştirilen ve ASO Başkan Yardımcısı Önder Bülbüloğlu'nun da katıldığı törende konuşan Bakan Faruk Özak, bu sergide bir başarı öyküsüne tanık olduklarını belirterek, "Sanatçı olmak zor. Etrafa daha farklı bakıyorlar. Karadeniz'de çok sayıda sanatçı var. Zaten çoğu resimler Karadeniz'in yansımasıdır" diye konuştu. Devlet Bakanı Faruk Özak konuş-

masının sonunda Ankara Sanayi Odasına bu tür kültür ve sanat girişimlerine ev sahipliği yaptığı için teşekkür etti.

Ankara Sanayi Odası Başkan Yardımcısı Önder Bülbüloğlu ise Adil Ocak'ın sanatçı kimliğine vurgu yaparak, serginin çok değerli resimlerden oluştuğunu belirtti. ASO olarak böyle bir sergiye ev sahipliği yapmaktan mutluluk duyduklarını belirten Bülbüloğlu, "Sanata ve sanatçıya destek olmaya devam edeceklerini" söyledi.

İki hafta boyunca açık kalan Ankara Sanayi Odası Adil Ocak Resim Sergisi'nde 33 resim sergilendi.

ASO Başkanı Nurettin Özdebir'den Okul Ziyareti

24 Kasım 2010



Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, 24 Kasım Öğretmenler Günü dolayısıyla Sait Ulusoy Eğitim Uygulamaları Okulunu ziyaret etti.

Toplumların uygarlık düzeyinin öğretmenlere verdikleri değer ile ölçülebileceğini söyleyen Nurettin Özdebir, geleceğin güvencesi eğitime, eğitimin ise öğretmenlere dayalı olduğunu belirtti.

Ankara Sanayi Odası Meclis Üyesi Sait Ulusoy tarafından yapılan Sait Ulusoy Eğitim Uygulamaları Okulu, Sağlık Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yapılan denetimlerde temizlik ve hijyen kurallarına uygun bulunduğundan "Beyaz Bayrak" ödülüne layık görüldü.

4. Endüstriyel Yapı Marketi Hizmete Açıldı

22 Kasım 2010



İkmal Teknik Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından 4.sü kurulan Endüstriyel Yapı Marketi, Ostim'de 22 Kasım tarihinde düzenlenen törenle hizmete açıldı.

Açılışa, Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Haluk İpek, Yenimahalle Belediye Başkanı Fethi Yaşar, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, OSTİM Başkanı Orhan Aydın, işadamları ve davetliler katıldı.

ASO Başkanı Nurettin Özdebir açılışta yaptığı konuşmada İkmal Teknik San. ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Sıtkı

Öztuna'nın iki özelliği bulunduğunu, bunların inovasyon ve ölçek ekonomisini uygulamak olduğunu söyledi.

İkmal Teknik San. ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Sıtkı Öztuna da 4. yapı marketi açmaya kalktığı için bazılarının kendisini "deli" olarak nitelediklerini anlatarak, "Evet ben bir delilik yaptım. Ticaret bir risktir ve ben de bir deliyim" dedi.

Açılışta Sıtkı Öztuna, ASO Başkanı Nurettin Özdebir, TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu ile OSTİM Başkanı Orhan Aydın'a birer anı plaketi verdi.

ASO Başkanı Özdebir Bilkim Boya'nın Açılışını Gerçekleştirdi

12 Kasım 2010



Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, ASO 1. Organize Sanayi Bölgesinde bulunan Bilkim Boya'nın açılış törenine katıldı. 12 Kasım tarihinde gerçekleşen açılışta kurdelayı Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir ve Bilkim Boya'nın sahibi Halis Karacığer kesti. Açılış töreninin ardından Nurettin Özdebir firmayı gezdi.

İngiltere İcra Konseyi Başkanından ASO'ya Ziyaret

9 Aralık 2010



İngiltere İcra Konseyi Başkanı Edward Oakden, İngiltere ile Türkiye arasındaki ticaret hacmini geliştirmek için 9 Aralık tarihinde ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i makamında ziyaret etti. Ziyaret kapsamında bir de öğle yemeği verildi. Yemeğe, İngiltere Büyükelçisi David Reddaway, İngiltere Büyükelçiliği Ticaret Ataşesi Paul Hardy, DTM Avrupa Birliği Genel Müdürü Murat Yapıcı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı Dr. Hüsnü Tekin ve Ankara Vali Yar-

dımcısı Mahmut Yıldırım katıldı.

Türkiye'nin kendileri için büyük önem arz ettiğini ve iki ülke arasındaki karşılıklı ticaret hacmini beş yıl içerisinde iki katına çıkarmak gibi güçlü hedefleri olduğunu belirten Oakden, bu kapsamda Ankaralı sanayicilerle işbirliği yapmak istediklerini söyledi. Ziyaretin sonunda Reddaway, ASO Başkanı Özdebir'e günün anısı için bir işlemeli tabak hediye etti.

Kara Kuvvetleri Lojistik Komutanı Eyüp Kaptan ASO'yu ziyaret etti

9 Aralık 2010



Kara Kuvvetleri Lojistik Komutanı Eyüp Kaptan 9 Aralık 2010 tarihinde ASO Başkanı Nurettin Özdebir'i makamında ziyaret etti. Türk Silahlı Kuvvetleri ile Ankara Sanayi Odası işbirliği ile düzenlenen 2. TSK Malzeme Sergisi'ne verdiği destekten dolayı Ankaralı sanayicilere teşekkürlerini belirten Kaptan, bu sergiyle TSK'nın ihtiyacı olan malzemeleri Türk firmalara verdiklerini ve böylece yerli üretimine katkıda bulduklarını belirtti.

TSK'nın ihtiyacı olan sanayi ürünlerinin yerli üretimle karşılanmasını sağlamanın ve dışa bağımlılığı azaltmanın tüm sanayicilerin öncelikli hedefi olması gerektiğini ifade eden Özdebir, "Sergilenen 7 binden fazla malzemenin toplam alım tutarı 1 milyar dolardır. Temennimiz bu potansiyelin tamamının Türk sanayince karşılanmasıdır. Sanayimiz bunu yapacak güçtedir" dedi.

Özdebir "Mühendislik Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar-Teknoloji Fakülteleri" Paneline Katıldı

14 Aralık 2010



Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir, Gazi Üniversitesi Teknoloji Fakültesi tarafından düzenlenen "Mühendislik Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar-Teknoloji Fakülteleri" konulu panele konuşmacı olarak katıldı. 2 Aralık

tarihinde gerçekleşen konferansa Özdebir'in yanı sıra, Gazi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Rıza Ayhan, Gazi Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Duran Altıparmak ve çok sayıda öğretim görevlisi ve öğrenciler katıldı.

ASO Başkanı Nurettin Özdebir Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezine Ziyarete Bulundu

8 Aralık 2010



Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir ve beraberindeki bazı sanayiciler Atılım Üniversitesi bünyesinde bulunan Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezi'ni ziyaret etti.

Atılım Üniversitesi Üretim Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Bilgin Kaftanoğlu, Prof. Dr. Kazım Tur, Yrd. Doç. Dr. Celalettin Karadoğan'dan Merkez hakkında bilgi alan



Nurettin Özdebir, Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezinin sanayiye çok büyük katkıları olacağını ifade ederek, sanayi dünyasının en son teknoloji araçları kullanan Merkez'den mutlaka yararlanması gerektiğini ifade etti. Başkan Nurettin Özdebir daha sonra Merkez'de kullanılan araçların işleyişini tek tek kontrol etti.



Küçük ve Mikro Ölçekli İşletmelerde Yenilikçi Mesleki Eğitim Projesi

9 Aralık 2010



Leonardo da Vinci Yaşam Boyu Öğrenme Projesi kapsamında Gazi Üniversitesinin koordinatörlüğünde, Ostim Sanayici ve İş Adamları Derneği'nin (OSİAD) desteklediği "Küçük ve Mikro Ölçekli İşletmelerde Yenilikçi Mesleki Eğitim Yöntemlerinin Transferi Projesi"nin kapanış toplantısı 9 Aralık tarihinde Rixos Otel'de yapıldı. Toplantıya ASO Başkanı Nurettin Özdebir, KOSGEB Başkanı Mustafa Kaplan, OSİAD Başkanı Adnan Keskin, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Nevzat Aypek ile çok sayıda sanayici ve iş adamı katıldı.

Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir toplantının açılışında yaptığı konuşmada, günümüzde bilginin artık çok hızlı yenilendiğini, işletmelerin varlıklarını sürdürmek için yenilenen bilgiye ayak uydurmak zorunda olduğunu ifade etti.

İşletmelerin kapasiteleri ve rekabet güçlerini artırabilmeleri için mesleki eğitimin zorunluluk olduğunu anlatan Özdebir, şöyle konuştu:

Türkiye'de nitelikli insan sıkıntısı var. Nitelikli insan ihtiyacımızı karşılamak adına bu tür projelerin sayısının artması lazım. Ülke olarak daha rekabetçi olabilmek, ayakta kalabilmek için yeni iş alanları bulup çalışmamız lazım. Dünya değişiyor ve değişen dünya ile birlikte iş yapma şekilleri de değişiyor. Bu değişime ayak uydurmak gerekiyor.

KOSGEB Başkanı Mustafa Kaplan da projenin konusunun çok iyi tespit edilmiş olduğunu ve böyle projelerin desteklenmesi gerektiğini söyledi. KOBİ'lerin finansman sorunlarından daha önemlisi yönetim sorunları olduğunu ifade eden Kaplan, finansman çalışmaları konusunda da yapılan çalışmaların çok yetersiz olduğunu vurguladı.

OSİAD Başkanı Adnan Keskin de mesleki eğitimin artık zorunluluk haline geldiğini belirterek, "Mesleki eğitim alarak iyi yetişmiş personel, şirketlerin rekabet gücünü ve kalitelerini artırıyor" dedi. Keskin, bu projenin bu anlamda önemli bir adım olduğunu söyledi.

Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Nevzat Aypek ise proje hakkında bilgi verdi. "Küçük ve Mikro İşletmelerde Yenilikçi Mesleki Eğitim Yöntemlerinin Transferi Projesi", mikro ve küçük işletmelerin içinde buldukları durumu ortaya koyarak, mesleki eğitim süreçlerindeki fırsat ve sorunlar konusunda farkındalığı arttırmayı amaçlıyor.

ASO Erdemir Grubu ile Sanayicileri Bir Araya Getirdi

2 Kasım 2010



Ankara Sanayi Odası, Erdemir Grubu ile ASO üyesi sanayicileri 2 Kasım tarihinde bir araya getirerek bir bilgilendirme toplantısı düzenledi.

Ankara Sanayi Odası Meclis Başkanı Tarık Artukmaç'ın baş-

kanlık ettiği toplantıda, Erdemir Grubunun pazarlama satış alanındaki yapılanması ve satış süreci hakkında bilgi verildi. Toplantıda daha sonra söz alan Erdemir Grubu Pazarlama ve Satış Direktörü Murat Demirci, Grubun Pazarlama & Satış Yapılanması ve Satış Süreci ile ilgili bilgileri slayt eşliğinde katılımcılarla paylaştı. Murat Demirci sunumunda; global ekonomi ve çelik piyasası, Türkiye ekonomisi ve yassı çelik, yassı çelik fiyatları, fiyatlara etki eden faktörler, Erdemir Grubunun üretimi, dünya üreticileri arasındaki yeri, rekabet avantajları, ürünleri, satış organizasyonu ve süreçleri gibi önemli konulara değindi.

Sunumların ardından ASO üyesi firmaların soruları yanıtlandı.

Kosova Ticaret Heyeti ile İşbirliği Protokolü İmzalandı

8 Aralık 2010



Kosova Büyükelçisi Bekim Sejdiu ve Kosova Ticaret Odası Başkanı Safet Gerxhaliu başkanlığındaki 16 kişilik Kosova Ticari Heyeti 8 Aralık tarihinde ASO 1. Organize Sanayi Bölgesini ziyaret etti. Kosova heyetini, ASO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Önder Bülbüloğlu, 1. OSB Yönetim Kurulu Başkan Vekili Fahrettin Kürklü, Yönetim Kurulu

Üyesi Cahit Sırış ve Bölge Müdürü İbrahim Hakkı Alptürk karşıladı. Karşılıklı yapılan sunumların ardından heyetin OSB hakkında sorularını yanıtlayan Alptürk, OSB hakkında detaylı bilgi verdi. Ardından ikili görüşmelere geçilerek, bölgede bulunan firmaların Kosovalı işadamları ile bir araya gelmeleri sağlandı. Görüşmede ayrıca, Ankara Sanayi Odası ve Kosova Ticaret Odası arasında "Kosova-Türkiye İşbirliği Protokolü"nü ikincisi imzalandı. Protokolü Kosova Ticaret Odası Başkanı Safet Gerxhaliu ve ASO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Önder Bülbüloğlu imzaladı. ASO davetlisi olarak Türkiye'de bulunan heyet, Kosova-Türkiye arasındaki ticari çalışmaların hızlandırılması ve geliştirilmesi amacını taşıyan protokolü imzalamaktan duydukları memnuniyeti dile getirdiler. ASO Başkan Yardımcısı Önder Bülbüloğlu da protokolün her iki ülke ticareti için hayırlı olmasını istediklerini belirtti.

Heyet daha sonra sırasıyla Ersu Ofis Mobilyaları, Hidromek A.Ş. ve Moonlight Aydınlatma firmalarını gezerek OSB'den ayrıldı.

Polonya Ticaret Heyeti ASO 1. OSB'yi Ziyaret Etti

8 Aralık 2010



Polonya Ticaret Odası Genel Sekreteri Marek Kloczko başkanlığında 40 Polonyalı iş adamından oluşan ticari heyet 8 Aralık tarihinde ASO 1. OSB'ye ziyarette bulundu. Polonya heyetini ASO Yönetim Kurulu Üyesi ve 1. OSB Yönetim Kurulu Başkan Vekili Fahrettin Kürklü karşıladı. Ticaret merkezi giriş kat seminer salonunda İbrahim Hakkı Alptürk tarafından yapılan Bölge tanıtım sunumunun ardından Başbakanlık Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Baş Proje Direktörü Mustafa Memişoğlu tarafından da ülkenin ticari ve ekonomik potansiyeli konularında tanıtım sunumu yapıldı. Sunumların ardından ikili görüşmelere geçildi. Firmaların yoğun ilgi gösterdikleri, şehir dışından da firmaların katıldığı görüşmeler sonunda heyet; Hidromek A.Ş. ve Termikel firmalarını gezerek OSB'den ayrıldı.

Özdebir'e "Yılın Sanayi Odası Başkanı" Ödülü

8 Kasım 2010

ASO Başkanı Nurettin Özdebir Ekonomize Dergisi tarafından "Yılın Sanayi Odası Başkanı" seçildi. Ödül töreni 8 Kasım tarihinde Ankara Dedeman Otel'de gerçekleştirildi.

Kadın Girişimciliğinin Arttırılması Paneli

8 Kasım 2010



Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Ankara Girişimciler Kurulu, Ankara Sanayi Odası koordinatörlüğünde Global Girişimcilik Haftası kapsamında düzenlenen “Kadın Girişimciliğinin Arttırılması Destekler ve Rol Modelleri” paneli düzenlendi.

8 Kasım tarihinde düzenlenen panelin açılışında konuşan TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Başkanı Güldal Akşit, kadın girişimciliğinin neden önemli olduğuna açıklarken, risk alabilme, yaratıcı zekânın kadın erkek her insana verilmiş bir özellik olduğunu söyledi. Türkiye’de girişimcilerin yüzde 92-93’ünün erkek olduğunu, girişimci olan erkeklerin çoğunluğunun daha küçük yaşlarda usta ya da baba yanında çırak olarak çalıştığını, sonra belli bir bölgede kendi işi ile ilgili bir potansiyel görerek bir iş yeri kurabildiğini kaydeden Akşit; girişimci potansiyeli taşıyan bir kadının ise anne-babası izin vermediği, kocası “Çocuklarına bak dediği” için evde oturmak zorunda kaldığını anlattı. Kadınlar arasında okur-yazar oranının düşüklüğü, teknolojiye erişimdeki yetersizlik, değer yargıları ve kadınlar için mesleki ve aile yaşamını destekleyecek sosyal mekanizmaların yetersizliği, çocuk sayısının çokluğu, inisiyatif kullanma, yeni fikirleri ve becerileri benimsememe, ev dışında çalışma konularındaki yetenek ve becerilerinin kültür ve geleneksel yapı dolayısıyla sınırlılığı ve birbirlerine destek verebilecekleri bir örgütün olmayışı, onların girişimci olma cesaretini kırdığını belirten Akşit, kadınların ev içindeki sorumluluklarının ağır olduğuna işaret etti.

Fikri olup uygulamaya hazır olan ama sermayesi olmayan potansiyel girişimci kadınlar için en önemli engellerden birinin kredi almak için bankalara gittiklerinde teminat gösterebilmek için üzerlerinde herhangi bir malın bulunmaması olduğunu ifade eden Akşit, üzerinde malı olan kadınların oranının sadece yüzde 8 olduğunu söyledi. Bu nedenle kadınları birçok noktada engelleyen faktörler bulunduğunu belirten Akşit, bunun sadece Türkiye için değil, bütün dünya için geçerli olduğunu ifade etti. Tüm dünya-

da olduğu gibi Türkiye’de de önemli bir sorun haline gelen işsizliğe çare olarak kabul gören girişimciliğinin desteklenmesi ve teşvik edilmesi gereken bir alan olarak karşılığında durduğunu belirten Akşit, özellikle geleneksel toplumlarda kadın ve erkeğin farklı sosyalleşme süreçlerinin, girişimcilik alanında da farklı girişimcilik modellerinin ortaya çıkmasında etkili olduğunu bildirdi. Türkiye’deki bütün çalışmaları koordine edecek ve onlara yönelik tamamlayıcı makro politik çerçeveyi tasarlayacak, bir merkez kurulması gerektiğini ifade eden Akşit, finansman ve pazarlama alanında bilinen alternatiflerin ötesine geçilerek, mülk sahibi olmayan ve emek yoğun çalışılan küçük ve mikro ölçekli işletmeler kuran kadınlara yönelik yeni modeller oluşturulmaya çalışılması gerektiğini anlattı.

Toplantıda konuşan TOBB Ankara Kadın Girişimciler Başkanı Sevgi Daştan da kadınların adil bir şekilde ticari ve siyasi arenada yer alabildikleri yeni bir dönemin başlaması gerektiğini kaydetti. Türkiye nüfusunun yarısının kadın olduğunu, bu nüfusun en az diğer yarısı gibi ekonomik hayata katkıda bulunmadıkça, Türkiye’nin gelişmiş ülkelerle olan kalkınma yarışında tam başarıyı yakalamasının düşünemeyeceğini belirtti. Daştan, Türkiye’nin ekonomik kalkınmasının sadece erkekler tarafından değil, kadınlarında erkeklerin yanında ve birlikte gösterecekleri çaba ve sağlayacağı katma değerle gerçekleştirilebileceğini söyledi.

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Aynur Bektaş da konuşmasında Türkiye’deki çalışabilir nüfusun yarısının kadın olmasına karşın, çalışan kadınların yüzde 57’sinin kayıt dışı çalıştığına dikkat çekerek bu durumu eleştirdi. Çalışabilir kadınların büyük çoğunluğunun çeşitli sebeplerle çalışmadıklarını belirten Bektaş, “İş gücüne katılmamakla işsizliği biz önlüyoruz” dedi. Bektaş, kadınların çok sorunu bulunduğunu ve bu sorunların ancak daha çok yönetim ile siyasete katılarak aşılabileceğini söyledi.

İthalat, İhracat ve Yatırımlarda Devlet Yardımları Bilgilendirme Toplantısı

16 Aralık 2010



Dış Ticaret ve Hazine Müsteşarlıkları yetkililerinin katılımıyla Zafer Çağlayan Meclis Salonunda ASO üyelerine yönelik ithalat, ihracat ve yatırımlarda devlet yardımları bilgilendirme toplantısı gerçekleşti.

Dış Ticaret Müsteşarlığı İthalat Genel Müdürlüğü Şube Müdürü Ahmet Şevket Yurt'un Dahilde İşleme Rejimi, Dış Ticaret Uzmanı Özgür Çalışkan'ın İthalatta Dampinge Karşı Uygulamalar, Dış Ticaret Uzmanı Erdiñ Erbay'ın İthalatta Korunma Önlemleri ve Tarife Kontenjani, Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü Uzmanı Osman Kılınçel'in de Yatırımlarda Devlet Yardımları konularında bilgiler verdiği toplantının sonunda üyelerin soruları yanıtlandı.

Jean Monnet Burs Programı 2011-2012 Bursiyerlerini Bekliyor

AB ile ilgili konularda yüksek lisans veya araştırma yapmak isteyen kamu görevlilerine, üniversite öğrencilerine, akademik ve idari personele, STK ve özel sektör çalışanlarına AB üyesi ülkelerde eğitim imkânı sağlayan ve AB alanında uzmanlar yetiştirmeyi hedefleyen Jean Monnet Burs Programı, 2011-2012 Akademik Yılı için 100 kişiye burs vermeyi hedefliyor.

Bursun %60'ı kamu sektörüne, %30'u üniversitelere, %10'u ise sivil toplum kuruluşları ve özel sektöre tahsis edilecek.

Jean Monnet Bursunun kapsamı, başvuru koşulları ve sınav sürecine ilişkin gerekli tüm bilgi ve belgeler

www.abgs.gov.tr, www.cfcu.gov.tr, www.avrupa.info.tr www.jeanmonnet.org.tr internet sitelerinde yer alıyor.

Özlem TÜRKTAN / İletişim Uzmanı

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği Jean Monnet Proje Ofisi

ozlem.turktan@jeanmonnet.org.tr www.jeanmonnet.org.tr

0 312 219 77 89 - 0 532 282 14 21



Atılım Üniversitesi bünyesinde kurulan Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezi, sanayiye AR-GE hizmeti vermek amacıyla 2010 yılı Nisan ayında çalışmalarına başladı. Sanayi alanında çalışan birçok firmaya sac ve kütleli metal şekillendirme konusunda hizmet veren Merkez, yurt dışında da tanınırlığını arttırmak için çalışıyor.



Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezi Kapılarını Sanayiye Açtı

Atılım Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Abdurrahim Özgenoğlu'ndan Merkez hakkında bilgi aldık.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezi, kuruluş ve çalışmaları hakkında bilgi verir misiniz?

2003 yılında o zamanki ismiyle Üretim Mühendisliği (İmalat Mühendisliği) bölümümüzün kurulmasıyla birlikte ODTÜ'den gelen hocamız Prof. Dr. Erman Tekkaya'nın fikri ile ortaya çıkan bir projeydi. Fikrimiz, böyle bir merkezin kurulmasıyla birlikte sanayi-üniversite işbirliğini sağlamak, aynı zamanda sanayiye AR-GE çalışmaları yapmaktı. 2006 yılında DPT (Devlet Planlama Teşkilatı)'ye proje teklifi sunduk. 2007 yılında da Merkezin kurulması için onay aldık. Bu projeye DPT 6 milyon TL'lik bir destek sundu. Toplam bütçenin yüzde 25'ine tekabül eden miktarını da kurumun vermesi gerekiyordu. Bizler Atılım Üniversitesi olarak 2 milyon TL vermemiz gerekirken, o rakamı çok daha yukarılara çektik. Neredeyse DPT'nin desteği kadar katkıda bulunduk. Bu rakam yaklaşık 5-5,5 milyon TL'yi buldu dolayısıyla proje 11 milyon TL'lik bir bütçeye ulaştı. Projenin ta-

mamlanma tarihi 2010 yılının sonu olmasına rağmen biz Nisan ayında Merkezi faaliyete soktuk.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezinin özelliklerine baktığımızda; bu merkezin Türkiye'de ilk ve tek olduğunu görüyoruz. Bu merkezlerin Avrupa'da da sayıları çok fazla değil. Tabii en son kurulan merkezlerden biri olduğumuz için de burada bulunan cihazlar en son teknoloji ürünleridir. Merkezimiz, otomotiv, beyaz eşya, uçak sanayi v.s. gibi metal şekillendirme ile ilgili bütün sektörlerle hitap ediyor. Bundan sonraki hedefimiz, metal şekillendirme konusunda şu anda altyapımızda bulunmayan ekstrüzyon ve hızlı metal şekillendirme gibi konularda da ilgili cihazları bünyemize katmaktır. Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezinin en önemli özelliği sanayiye hitap etmesidir. Bunun yanı sıra öğrencilerimiz için de çok önemli bir araştırma yeri olması, ayrıca sanayiden gelen nitelikli teknik personele de eğitim verebiliyor olmasıdır.

Atılım Üniversitesi, üniversite-sanayi işbirliğine çok büyük önem veriyor. Üniversitemizde 13 mühendislik bölümü var. Çok değerli profesörlerimiz, doçentlerimiz, yardımcı doçentlerimiz ve araştırma görevlilerimiz var. Bu potansiyeli biz sanayiye sunmak istiyoruz. Üniversite-sanayi işbirliği ülkemizde maalesef istenilen düzeye gelemedi. Bizim üniversite olarak bir misyonumuz var. Biz araştırma üniversitesi olmak istiyoruz. Bunun için de birçok program başlattık. "Araştırma Laboratuvarları Projesi" diye bir proje geliştirdik. Hocalarımızın dışardan alacakları projeler için bazı temel altyapılar gerekiyordu. O temel altyapıyı üniversite içinde oluşturduk. Yaptığımız bu çalışmayla DPT, TÜBİTAK, Avrupa Birliği ve buna benzer projeleri alma düşüncemiz var. Bunun yanı sıra öğrencilerimizin de araştırma çalışmaları yapabilmeleri için LAP dediğimiz "Lisans Araştırma Projesi" başlattık. 3-5 kişilik öğrenci gruplarından oluşan araştırma grupları bir hocanın koçluğunda küçük projeleri yürütecekler. Üniversiteler sadece eğitim veren kurumlar değil, aynı zamanda bilgi üreten, bilimsel araştırma yapan kurumlardır. Bu Merkez de bize çok önemli bir ortam hazırladı. Bundan sonra bizler sanayi ile daha yakın işbirliği içinde olup ortak çalışmalar yapmayı hedefliyoruz. En kısa zamanda ortaklaşa çok iyi işlere imza atacağımızı düşünüyorum.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezi

Türkiye'de metal şekillendirme ile üretim, özellikle otomotiv ve beyaz eşya üretim sektörlerinin gelişmesine paralel olarak, gittikçe daha çok önem kazanmakta ve yurt dışı gelirimizde önemli yer almaktadır. Örneğin, Almanya'da satılmakta olan her iki mendenen biri Türkiye'de üretilmektedir. Aynı şekilde, birçok büyük otomotiv firmasının nitelikli parçaları metal şekillendirme (dövme, sac şekillendirme, vb.) yöntemleri ile Türkiye'de üretilmektedir. Bu katkıların Türk ekonomisine olumlu etkisi göz ardı edilemez. Bununla birlikte, özellikle Çin ve Hindistan'ın metal sektöründe gittikçe artan baskısı göz önüne alındığında, Türkiye'nin metal şekillendirme sektöründeki bu payını kaybetmemek için araştırma geliştirme ve ürün tasarımı yönünde ilerlemesi gerektiği yadsınamaz. Bu noktada dikkate alınması gereken diğer iki husus da şunlardır: Birincisi, Türk metal şekillendirme şirketleri genelde KOBİ tabir edilen küçük ve orta ölçekli şirketlerden oluşmaktadır ve bu şirketler için yeni teknolojileri deneme ve bu konuda büyük yatırımlar yapma olanağı yoktur. İkinci olarak, yapısal açıdan Türk şirketleri metal şekillendirme sektöründe organize olamamış ve izole kuruluşlar olarak zorluklara göğüs germeye çabalamaktadırlar. Oysa özellikle teknolojik problemler genelde tümünde





benzerdir ve müşterek çözümler daha kolay olabilirken bu olanak kullanılmamaktadır.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezinin kuruluş amacı, bu sorunlara çözüm olarak Türk metal şekillendirme şirketlerine topluca ve/ya teker teker araştırma ve geliştirme hizmeti vermek üzere sanayi ve üniversitelerin (Atılım Üniversitesi ve işbirliği içinde olacak diğer üniversiteler) işbirliği ile mevcut bilgi birikimine dayanarak bilgiye dayalı üretim teknolojilerinin geliştirilmesini sağlamaktır.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezi, Türk metal sanayine, bilgiye dayalı üretim teknolojisinin gerçekleştirilmesi, artı değeri yüksek ürünlerin üretilmesi, yeni ve ileri malzemeler ile üretim, verimliliğin artırılması, mikro ve nano boyutlarda ürünlerin geliştirilmesi, üretim hızının geliştirilmesi ve inovasyon yeteneklerinin artırılması konularında destek olacak ve katkı sağlayacaktır.

Merkez'de yürütülen projeler

- **Simülasyona Yönelik Malzeme Karakterizasyonu:** Günümüzde sayısal simülasyon kullanan metal şekillendirme şirketleri, akma eğrileri ve anizotropik pekleşme gibi malzeme verilerini yüksek meblağlar karşılığında yurt dışı kuruluşlardan elde etmektedirler. Üstelik bu verilerin doğruluğunu tartışma hakları



ve fırsatları olmamaktadır. Bu ilk proje ile bu konudaki döviz kaybı durdurulacak ve şirketlerimizin daha sağlıklı malzeme verileri almaları sağlanacaktır.

- **Alüminyum ve Magnezyum gibi Hafif Metallerin Şekillendirilmesi:** Hafif metallerin şekillendirilmesi ülkemizde çok düşük düzeydedir. Oysa dünyadaki gelişmeler hafif metallerin giderek daha fazla kullanılacağını göstermektedir. Hafif metallerin çelikler gibi şekillendirilmesi mümkün değildir. Burada düşük E-modülünden ve değişik anizotropiden kaynaklanan özel yaklaşımlar gereklidir. Bu ikinci projenin amacı, sanayimize bu konuda önderlik yapmak ve bu özel yaklaşımlara dikkat çekmektir.

- **Kalıp Tasarımı ve Ömürlerin İyileştirilmesi:** Hedeflenen üçüncü proje sanayimizin özellikle soğuk dövme konusundaki en büyük zaafına eğilecektir. Kalıpların bilgiye dayalı olarak tasarlanması ve bu şekilde ömürlerinin uzatılması bu projenin çıktısı olacaktır.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezinin çalıştığı bilimsel ve teknolojik yöntemler

- **Kuramsal Yöntemler:** Analitik yöntemler, proseslerin anlaşılması için temel bir araç ve bilgiye dayalı üretim teknolojisinin özüdür.
- **Bilgisayar Yöntemleri:** Modern teknoloji üretiminin vazgeçilmez aracı olan bilgisayara dayalı analizler ve sentezler en önemli çalışma araçlarından biridir.
- **Malzeme Karakterizasyon Deneyleri:** Bilgisayara dayalı sanal mühendislik hassas malzeme değerleri gerektirmektedir. Bunların tespiti özel makineler ve deneyim birikimi gerektirmektedir.
- **Sistemik Deneyler:** Bazı proseslerin her türlü sanal modelleme imkânlarına rağmen doğrudan deneysel olarak incelenmesi gerekmektedir. Özellikle yeni malzemeler kullanıldığında veya sürtünme durumlarının belirsiz olduğu proseslerde sistemik laboratuvar deneylerinin yapılması kaçınılmaz olacaktır.
- **Prototip Üretim:** Saf akademik çalışmalardan farklı olarak Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merke-



zinde üretimin gerçekleşmesinin sınanması için mutlaka prototip üretim yapılması gerekecektir.

- **Ön-Seri-Üretimi:** Üretimdeki sorunların birçoğu seri üretim hatlarında ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, mutlaka ön-seri denilen üretimin Merkez tarafından gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Metal Şekillendirme Mükemmeliyet Merkezinin kuruluş amacı ve hizmet konusu dikkate alındığında, sanayi ile iç içe olması gerektiği gerçeği göz ardı edilemez. Merkezin yürüteceği projelerin karar mekanizmasında olduğu kadar, hedeflerinin saptanması ve yönlendirilmesi, Merkez imkânlarının yönlendirilmesi ve Merkez'in yönetilmesi hususlarında da sanayi ile iç içe olması gerekliliği vardır. Bu sebeplerle, Merkez'in yönetim mekanizması içinde sadece akademik temsilciler bulunmamakta; on beş temsilcili yönetim konseyinin dokuz üyesi, bu sektörde ve özellikle AR-GE çalışmalarında, söz sahibi olan şirket temsilcilerinden oluşmaktadır. Bu sayede Merkez, daha dinamik bir araştırma ortamına sahip olabilmekte ve sektörün ihtiyaçlarını ön plana çıkarabilecek bir yapı oluşturabilmektedir.

Merkezde bulunan cihaz, teçhizat, alet ve yazılımlar

- 30 ton ve 1200°C'ye kadar deney yapabilmeye kapasitesine sahip aksel çekme cihazı ve gerekli teçhizat ve yazılımları (Zwick),

- Sac şekillendirme işlemleri için önemli yer tutan FLD testlerinin gerçekleştirilebilmesi amacıyla Erichsen Test Cihazı (Zwick BUP 600),
- 400 ton çift etkili hidrolik pres (Schuler),
- 300 ton mekanik pres (MAWI),
- 80 ton servo pres (Komatsu)
- Taramalı elektron mikroskopu (Zeiss),
- Üç boyutlu modelleme, tersine mühendislik ve optik genleme ölçüm cihazları ve yazılımları (GOM/Atos-Tritop-Aramis),
- X-ışını kırınım cihazı (GE-Seifert)
- CNC dik işleme ve torna tezgahları,
- Isıl işlem fırını ve numune saklamak için buzdolapları
- 112 işlemcili 336 GB RAM kapasiteli yüksek hesap kapasiteli bilgisayar (IBM)
- Numune hazırlama teçhizatları, hassas ölçüm cihazları ve metal mikroskopi laboratuvarı
- Sanayide halen kullanılmakta olan metal şekillendirme sektöründe tasarım için önem arz eden hemen tüm yazılımlar.

hayati misman

Sanata ve eğitime adanmış bir hayat... Fırçası kurumayan bir sanatçı...

Hayati Misman belki yaygın olarak gravür sanatçısı diye biliniyor. Ancak o sanatçıların kategorize edilmesi taraftarı değil. Ona göre bir sanat eseri yaratırken kullanılan teknik önemli değildir. Önemli olan sanat yapmaktır.

Hayati Misman Türkiye'de genç sanatçıların yetişmesine öncülük eden bir isim. Bugün ülkemizde sanatçıların sadece sanat yaparak geçinemeyeceğini söyleyen Misman, büyük kurumların özellikle genç sanatçıları desteklemelerini tavsiye ediyor.



“Sanat grafiği”, “özgün baskı sanatı” gibi terimlerle anlatılan gravür diğer resim sanatlarından ayıran nedir?

Gravür, sanatçının yapmış olduğu ürünü birden fazla çoğaltıp sanat izleyicisine, sanat takipçisine değişik mekânlarda sunma imkânı verir. Mesela, aynı sanat eserinin bir kopyasını aynı anda hem İstanbul'da, Ankara'da hem de yurt dışında sergileyebilirsiniz. Bunun çoğaltılabiliyor olması da fiyatını daha uygun hale getiriyor. Gravürün yağlıboya, heykel gibi tek üretilen eserlerden farkı burada. Gravür daha az sanat içerdiği için değil, çok sayıda basılabildiği için makuldür. Ulaşılabilirliği bakımından önemli bir resim türüdür. Bunun sanattan ayrılır bir tarafı yoktur.

Gravür teknik yönüyle zanaatı, yaratıcı ve özgün yönüyle de sanatı içinde barındırıyor. Sanat ve zanaatın keskin çizgilerle ayrıldığı günümüzde, gravür modern sanat algılarını tersine çeviriyor diyebilir miyiz?

Baskı resimleri-gravürde, işin içine çok teknik girdiği için bunu yapan kişinin aynı zamanda zanaatkâr olması lazım. Bu kişi hem sanatçı hem de zanaatkâr olmalıdır. Sanat bir yaratım sürecidir. Ama bu yaratmayı başka bir teknikle gündeme getirmek için de sanatçının o tekniğin gerektirdiği kuralları bilmesi lazım. O kişi, yaratım sürecinde sanatçı, uygulamaya geçirmede ise zanaatkâr olmalıdır. Baskı teknikleri bu yüzden hem sanatı hem de zanaatı birlikte barındıran bir teknik türüdür. Baskı sanatı modern sanatların dışında olan bir sanat türü değildir. Sanata giden süreci hızlandıran bir yoldur.

Kendinizi herhangi bir ekole ait olarak tanımlamıyorsunuz. Fakat yaptığınız eserlere bakınca, özellikle de gravür çalışmalarımız açısından düşündüğümüzde avant-garde sanatın çağrıştırdığı birçok şeyi görebiliyoruz.

Benim hiçbir ekolum yok. Ben kendi sanat anlayışım çerçevesinde resim yapıyorum. Bunu başkaları, sanat eleştirmenleri, sanattan anlayanlar benim yaptığım sanatı belli bir kategoriye, belli bir sanat akımının içerisine koyuyorlarsa o başka bir şey. Ama ben resim yaparken, bir sanat eseri üretirken, şu teknikte ya da şu tarzda olsun diye bir şey yapmıyorum. Tabii ki kendime göre bir sanat anlayışım

var. Ben objeleri olduğu gibi resmeden bir sanatçı değilim. Bir şeyin optik görüntüsünü resme yansıtan bir sanatçı değilim. Bu optik görüntüden hareketle kendime göre yorumlar getiriyorum ve bana ait bir yorumla onu başka bir biçime sokuyorum, soyutluyorum. Sanat bir şeyi olduğu gibi kopya etmek değildir. Bir şeyi yaratma, üretme sürecinde sanatçıyı etkileyen birçok koşul var. Bu etkilenme doğadan olabilir, toplumsal olaylardan olabilir, içinde yaşadığı koşullardan olabilir. İkliminden tutun da ekonomik koşullara kadar her şeyden etkilenebilir. Sanatçı, içinde yaşadığı toplumdan esinlendiği, onlardan algıladığı, içinde bulunduğu koşullara yorum getirdiği; kendi ideolojik bir yapısı varsa onun savaşını verdiği bir durumu kendine göre yorumlayıp tekrar topluma sunan kişidir. Bu yorumlama kişiden kişiye o kadar değişir ki. Kültür yapısından, içinde bulunduğu ruh haline kadar farklıdır. Kuzey ülkelerinde yaşayan bir sanatçının doğayı yorumlayışıyla güneyde yaşayan sanatçıların yorumlayışı farklıdır. İklim koşulları bile insanın yaratısını etkileyebilir. Bu topraklarda geçmiş olaylar, mitolojiler, dinsel farklılıklar bunların hepsi sanatın yorumunu etkiler. Hatta o kadar etkiler ki bugün ülkemizin batısı ile doğusunda yaşayanların farklı anlayışları, aşiret geleneği bile insanlara çok farklı bakış açısı kazandırır.





Sanatçı, içinde yaşadığı toplumdan esinlendiği, onlardan algıladığı, içinde bulunduğu koşullara yorum getirdiği; kendi ideolojik bir yapısı varsa onun savaşını verdiği bir durumu kendine göre yorumlayıp tekrar topluma sunan kişidir.

Siz sadece gravür değil, resim de yapıyorsunuz.

Gençlik yıllarımdan beri daha çok baskı ile uğraştığım için herkes beni baskı sanatçısı olarak tanıyor. Bu çok doğru değil. Bir sanatçı olayları hangi teknikle yorumluyorsa o teknikle anılması doğru bir şey değildir. Bugün gravür ya-

parım, yarın yağlı boya yaparım, başka bir gün bir objeyi ortaya koyarım, bir başka gün heykel yaparım. İnsanın bir şeyi sanat haline getirebilmesi için teknik o kadar önemli değildir. Sinemayla, şiirle de sanat yapabilirsiniz. Önemli olan sanat yapmaktır, teknik değil. Bir şey yaratırken kullanacağınız teknik o kadar önemli değildir. Onun için sanatçıyı böyle kategorize etmek doğru değil.

Resimlerinizdeki isimsizlik seçiminiz tüm sınırları kaldıran sanatsal bir duruş mu?

Eserlerime isim vermiyorum. Benim yapmış olduğum eserlere bakan sanatseverlerin kendilerine bir sınır koymalarını istemiyorum. Ben resmin altına bir isim koyarsam ona bakan ya da onu yorumlamak isteyen kişi, mecburen benim koyduğum ismin etrafında dönmek durumunda veya o isimle ilişkilendirmek zorunda kalıyor. Oysaki ben resimlerime bakanları serbest bırakıyorum. Kendi öz yaşamlarıyla nasıl bir ilişki kuruyorsa öyle bir ilişki kursun istiyorum.

Baskı resim sanatı bizde çok az sanatçı tarafından uygulanıyor. Bunun nedeni nedir?

Bugün Türkiye sınırları içinde ciddi şekilde baskı tekniğini kullanan 5-6 kişi var. Çünkü bunu yapmak çok zordur. Bu iş hem uzun sürüyor hem de değişik teknikler gerektiriyor. Her tekniğin kendine göre bazı usulleri vardır. Onların hepsini bilmek lazım. Mesela taş baskı lito. Lito Türkiye'de 4-5 yıldır yapılıyor. Bir de bu teknikler çok kimyasallar içeriyor. Çok özel boya gerektiriyor, boyalar bulunmuyor. Çok özel kâğıt gerektiriyor, kâğıt yok. İthal etmek çok pahalı. Tüketimi çok az olduğu için de satıcı kurumlar ithal etmiyor çünkü elinde kalıyor. Sanatçılar ya kendisi yurt dışına gittiğinde alıyor ya da yurt dışına



giden arkadaşlarına rica minnet getirtiyor. Bu iş tek kişiyle olacak işler de değil, eleman lazım. Çünkü taş dediğimiz şey çok ağır. Bunu indirmek, kaldırmak, getirmek, götürmek, baskı yapmak bunlar güç isteyen işler. Bunun için ya bir kurumda çalışıyor olacaksınız ya da kendiniz eleman bulacaksınız. Bunların karşılığı para. Türkiye’de sanatçılar sadece sanat yaparak para kazanamıyor. Onun için memur sanatçı dedikleri, aslında bu yanlış bir tabir olmasına rağmen ben de bunlara dâhilim. Ben de bir kurumda çalışıyorum (Bilkent Üniversitesi). Bu gelirlerimiz olmasa sırf sanat yaparak gelir elde etmek, evimizi barkımızı geçindirmek zor. Büyük kurumlar sanat eseri olarak sanatçıyı desteklemesi lazım. Hadi biz belli bir yere geldik. Ama genç sanatçıları desteklemek çok önemli.

Türkiye’de sanatın geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Cumhuriyetin ilk yıllarında devlet, sanatçıları desteklemek bakımından devlet kurumlarına özellikle bankalar, bakanlıklar gibi kurumlara sanatçılardan resim satın alırlardı. Böylelikle bankaların çok önemli koleksiyonları oluştu. Ama bakanlıkların oluşmadı çünkü bakanlar değiştikçe resimler de yer değiştirdi, kayboldu. Şimdi ancak birkaç tane kaldı. İlerleyen yıllarda bu sanat eserleri alımı işlerinden vazgeçildi. Halbuki sanatçının başka bir yerden alacağı destek de yok.

Ben bundan 10 sene önce resim yaparak kazandığım para-

yı, bugün daha iyi resim yapmama rağmen kazanamıyorum. Ben bunu Hayati Misman olarak söylüyorsam burada bir sorun var demektir. Peki, genç sanatçılar nasıl yetişecek, nasıl sırf sanatla uğraşacak?

Çok önemli kuruluşlar, ister devlet olsun ister TOBB, Sanayi Odaları gibi büyük kurumlar sanatçılara destek vermelidirler. Bu gibi yerler önemli sanatçıların eserlerini alıp hem onlara destek olmak hem de kurum kimliği oluşması bakımından da hoş bir şey olur.

Toplumun zenginleşmesiyle birlikte sanat algısı değişebilir mi?

Bu biraz politik bir durum da aynı zamanda. İnsanlar 10 yıl öncesine göre daha zengin, doğru. Ancak genç sanatçıların resim satarak hayatlarını kazanabilecekleri bir ortam henüz yok ülkemizde. Bir de para el değiştirdi. Çok büyük paralara jipler alınıyor, 1-2 milyon dolara villalar alınıyor ama evlerinde bomboş duvarların altında oturuyorlar. 100 bin lira verip evine bir sanat eseri koymuyor. Ama nesiller değiştikçe eğitim düzeyi arttıkça değişebilir tabii. Gelecek nesiller daha eğitilmiş olacak, o çocuklar daha liberal düşünüyorlar. Dünyayı daha çabuk geziyorlar, sanatı sanatçıyı daha iyi tanımak ihtiyacını duyuyorlar. Ümitlerimiz bugün sekteye uğramış olsa da geleceğe ümitle bakmamız gerekir. ASO gibi büyük bir kurumun sanata verdiği desteği kutluyorum. Genç sanatçılara destek olmalarını diliyorum.



Bir sanatçı olayları hangi teknikle yorumluyorsa o teknikle anılması doğru bir şey değil. Bir şey yaratırken kullanacağınız teknik o kadar önemli değildir. Onun için sanatçıyı böyle kategorize etmek doğru değil.



Eserlerime isim vermiyorum. Ben resmin altına bir isim koyarsam ona bakan ya da onu yorumlamak isteyen kişi, mecburen benim koyduğum ismin etrafında dönmek durumunda veya o isimle ilişkilendirmek zorunda kalıyor.

20-21.12.2010 DIŞ TİCARET İHRACAT EĞİTİMİ



Dış ticaret alanında gittikçe artan eğitimi ve kalifiye eleman ihtiyacının karşılanmasına yönelik olarak Odamız 12 saat (2 gün) süren "Dış Ticaret İhracat Eğitim Programı" düzenlemiştir. Gerçekleştirilen eğitimde, dış ticaret konularında temel bilgilerin yanısıra mevzuatlar, finansman ve ihracat destekleri yanısıra çağdaş yöntemler deneyimli öğretim elemanları tarafından katılımcılara aktarılmıştır. Eğitim programının hedef kitlesi; işletmelerde dış ticaret işlemlerini yürütmekte olan ve/veya dış ticaret elemanı olmayı amaçlayan kişilerdir.

Eğitimde;

İhracat Mevzuatı

I.

- İhracatın tanımı ve ihracat türleri
- İhracatçı olabilmek için gerekli şartlar ve prosedürler
- İhracat yapabilmek için alınması gereken izinler ve sertifikalar
- İhracı yasak ve ön izne bağlı ürünler ile bunlara ilişkin prosedürler
- İhracat yapabilmek için gerekli belgeler ve bunların düzenleme usul ve esasları
- İhracat sözleşmeleri
- Ürünlerin GTİP ve alt açılımları hakkında genel bilgiler

II.

- İhracatta Teslim şekilleri (INCOTERMS), Ödeme Şekilleri, Fi-

yatlandırma, Akreditif Türleri

İhracat Belgeleri ile Gümrük Mevzuatı ve Uygulamaları

I.

- İhracatta Dolaşım ve Menşe Belgelerinin (ATR, EUR.1, Menşe Şahadetnamesi, Form vb.) düzenlenme esasları ve menşe kriterleri

- Basitleştirilmiş Usuller hakkında genel bilgiler

- ATR ve EUR.1 Belgelerinin Sonradan Kontrolünü ilişkin bilgiler

- İhracat Veri tabanları

II.

- Gümrük Mevzuatı ve Uygulamaları

İhracatın Finansmanı ve İhracat Destekleri

I.

İhracatın Finansmanı ve Muhasebesi

İhracatta Devlet Destekleri,

Dahilde İşleme ve Hariçte İşleme Rejimleri

II.

Türk Eximbank Kredileri

III.

İhracatta KDV İstisnası konuları işlenmiştir.

Konusunda uzman Eğitimci Fedai Uzun tarafından verilen eğitim 20-21 Aralık 2010 tarihinde 10:00-17:00 saatleri arasında, Odamız Zafer Çağlayan Meclis salonunda gerçekleştirilmiştir.

30.12.2010 İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ EĞİTİMİ

İnsan Kaynakları Yönetimi, yönetici yada operasyonel basamaklarda çalışan personelin organizasyona alınması, yerleştirilmesi, yetiştirilmesi ve etkinliğin sürekli artırılması için tüm destek faaliyetlerin devreye sokulmasını amaçlar. İnsan kaynakları yönetimi, organizasyon içinde özellikle kadroların oluşturulmasıyla işe başlar, daha sonra personelin eğitimi, gelişimi, motivasyonu, performansının artırılması ve sağlık, güvenlik gibi önlemlerin alınmasıyla çalışmalara devam edilir. Ancak globalleşen dünya, yeni yönetim teknikleri, işçi sendikaları ve devletin yasal düzenlemeleri gibi dış çevre faktör-

lerinin de göz önünde bulundurulması gerekir. Bu bağlamda Odamız, "İnsan Kaynakları Yönetimi Eğitimi" düzenlemiştir.

Gerçekleştirilen eğitimde, Temel İnsan Kaynakları Planlaması, İş Analizi, Personel Seçme / Yerleştirme - Mülakat Teknikleri ve Kariyer Planlama, Geliştirme ve Eğitim, Performans Yönetimi, Motivasyon Yönetimi, İş Kanunu ve Uygulamaları konularında bilgiler aktarılmıştır. 30 Aralık 2010 tarihinde 09:30-18:30 saatleri arasında, Odamız Zafer Çağlayan Meclis salonunda gerçekleştirilmiştir.

ASOBÜLTEN

RESMİ GAZETE ÖZETLERİ (11.11.2010-09.01.2011)

11 Kasım 2010 Tarihli ve 27756 Sayılı Resmî Gazete

- 2010/1084 Kredi Garanti Kurumlarına Sağlanacak Hazine Desteğine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar
- Karayolu Dışında Kullanılan Hareketli Makinalara Takılan İçten Yanmalı Motorlardan Çıkan Gaz ve Parçacık Halindeki Kirletici Emisyonlara Karşı Alınacak Tedbirlerle İlgili Tip Onayı Yönetmeliğinde (97/68/AT) Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Bazı Maddelerin İthalatının İzlenmesine İlişkin 2010/20 Sayılı Tebliğde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ
- İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin 2007/25 Sayılı Tebliğde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ
- Bazı Tarım Ürünleri İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanmasına İlişkin Tebliğ

12 Kasım 2010 Tarihli ve 27757 Sayılı Resmî Gazete

- Tasfiye Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Çevre Denetimi Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Çevre Görevlisi ve Çevre Danışmanlık Firmaları Hakkında Yönetmelik
- Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (Sıra No: 401)
- İthal ve İhrac Edilecek Gıdaların Giriş ve Çıkış Kapılarının Tespit ve İlanına Dair Tebliğde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ (No: 49)
- Doğal Çiçek Soğanlarının 2011 Yılı İhracat Listesi Hakkında Tebliğ (No: 2010/54)
- Çevre Denetimi Yönetmeliği ve Çevre Kanununca Alınması Gereken İzin ve Lisanslar Hakkında Yönetmelik Kapsamında Çevre Görevlilerine, Çevre Danışmanlık Kurum ve Kuruluşlarına Yetelik Verilmesi Hakkında Tebliğin Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Tebliğ
- Zorunlu Karşılıklar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sayı: 2010/10)

13 Kasım 2010 Tarihli ve 27758 Sayılı Resmî Gazete

- 2010/1025 Dahilde İşleme Rejimi Kararında Değişiklik Yapılması Hakkında Karar
- Su Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği Numune Alma

ve Analiz Metodları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ

- Kaydileştirilen Sermaye Piyasası Araçlarına İlişkin Kayıtların Tutulmasının Usul ve Esasları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri: IV, No: 49)

23 Kasım 2010 Tarihli ve 27764 Sayılı Resmî Gazete

- Ses ve Gaz Fişegi Atabilen Silahlar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Boru Hatları ile Petrol Taşıma A.Ş. (BOTAŞ) Genel Müdürlüğüne Ait Taşınmazların Satışı ve Kiraya Verilmesine İlişkin Usul ve Esaslara Dair Yönetmelik
- Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
- 28/10/2010 Tarihli ve 27743 Sayılı Mükerrer Resmî Gazete'de Yayımlanan 2011 Yılı Programı ile İlgili Düzeltme

27 Kasım 2010 Tarihli ve 27768 Sayılı Resmî Gazete

- İş Güvenliği Uzmanlarının Görev, Yetki, Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik
- İşyeri Hekimlerinin Görev, Yetki, Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik
- İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği

30 Kasım 2010 Tarihli ve 27771 Sayılı Resmî Gazete

- Hafif Yolcu ve Ticari Araçlardan Çıkan Emisyonlar (Euro 5 ve Euro 6) Bakımından ve Araç Tamir ve Bakım Bilgilerine Erişim Konusunda Motorlu Araçların Tip Onayına İlişkin Yönetmelik ((AT) 715/2007)'te Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Araçların İmal, Tadil ve Montajı Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Gümrük Vergisi Askıya Alınması ve Avrupa Birliği Tarafından Tarife Kontenjanı Açılması Planlanan Ürünlerle İlişkin Tebliğ (İthalat: 2010/24)

1 Aralık 2010 Tarihli ve 27772 Sayılı Resmî Gazete

- Petrol Piyasası Lisans Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik

- Ulusal Meslek Standartlarına Dair Tebliğ

2 Aralık 2010 Tarihli ve 27773 Sayılı Resmî Gazete

- Gümrük Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Ortak Yerleşim ve Tesis Paylaşımına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ

3 Aralık 2010 Tarihli ve 27774 Sayılı Resmî Gazete

- Elektrik Piyasasında Lisanssız Elektrik Üretimine İlişkin Yönetmelik
- Avukatlık Asgari Ücret Tarifesi

4 Aralık 2010 Tarihli ve 27775 Sayılı Resmî Gazete

- Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ

7 Aralık 2010 Tarihli ve 27778 Sayılı Resmî Gazete

- Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulunun 11/11/2010 Tarihli ve 5980 Sayılı Kararı

7 Aralık 2010 Tarihli ve 27778 Sayılı Resmî Gazete - Mükerrer

- Binalarda Enerji Performansı Ulusal Hesaplama Yöntemine Dair Tebliğ (No: YİG/2010-02)

11 Aralık 2010 Tarihli ve 27782 Sayılı Resmî Gazete

- 2010/1110 Ankara Teknoloji Geliştirme Bölgesinin Sınırlarının Yeniden Belirlenmesi Hakkında Karar

- Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ

14 Aralık 2010 Tarihli ve 27785 Sayılı Resmî Gazete

- Sendikal Gelişmeler Doğrultusunda Alınacak Önlemler ile İlgili 2010/26 Sayılı Başbakanlık Genelgesi

16 Aralık 2010 Tarihli ve 27787 Sayılı Resmî Gazete

- Yapı Müteahhitlerinin Kayıtları ile Şantiye Şefleri ve Yetki Belgeli Ustalar Hakkında Yönetmelik
- Hizmet Alımı İhaleleri Uygulama Yönetmeliğinin Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik

- İhalelere Yönelik Başvurular Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Doğal Gaz Piyasası Tarifeler Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulunun 1/12/2010 Tarihli ve 6028 Sayılı Kararı

17 Aralık 2010 Tarihli ve 27788 Sayılı Resmî Gazete

- Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik
- Petrol Piyasasında Ulusal Marker Uygulamasına İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmelik
- Sıvılaştırılmış Petrol Gazları (LPG) Piyasası Sorumlu Müdür Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Yurt Dışı Tebligat ve İstinabe Taleplerinde Uyulması Gereken Usul ve Esaslara Dair Tebliğ
- Motorlu Araçlar ve Römorkların Model Yılına Belirlenmesi Hakkında Tebliğ (No: SGM-2010/13)
- Uluslararası Gözetim Şirketi Statüsüne İlişkin Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2010/51)
- Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sayı: 2010/11)
- Mevduat ve Kredi Faiz Oranları ve Katılma Hesapları Kâr ve Zarara Katılma Oranları ile Kredi İşlemlerinde Faiz Dışında Sağlanacak Diğer Menfaatler Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sayı: 2010/12)
- Zorunlu Karşılıklar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Sayı: 2010/13)
- Bilgi, Belge ve Açıklamaların Elektronik Ortamda İmzalanarak Kamuyu Aydınlatma Platformuna Gönderilmesine İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri: VIII, No: 73)
- Elektronik Kamu Alımları Platformunun Kullanılmasına İlişkin 1 Nolu Tebliğ
- Elektrik Piyasası Kanununun 11 inci Maddesi Uyarınca 2011 Yılında Uygulanacak Para Cezaları Hakkında Tebliğ
- Elektrik Piyasası Kanununda Değişiklik Yapılması ve Doğal Gaz Piyasası Hakkında Kanunun 9 uncu Maddesi Uyarınca 2011 Yılında Uygulanacak Para Cezaları Hakkında Tebliğ
- Petrol Piyasası Kanununun 19 uncu Maddesi Uyarınca 2011 Yılında Uygulanacak Para Cezaları Hakkında Tebliğ
- Sıvılaştırılmış Petrol Gazları (LPG) Piyasası Kanunu ve Elektrik Piyasası Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 16 ncı Maddesi Uyarınca 2011 Yılında Uygulanacak Para Cezaları Hakkında Tebliğ

18 Aralık 2010 Tarihli ve 27789 Sayılı Resmî Gazete

- Tehlikeli Maddelerin Karayoluyla Taşınması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Ölçü ve Ölçü Aletleri Muayene Yönetmeliğinde

Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik

- Alkol ve Alkollü İçki Tesislerinin Haiz Olmaları Gereken Teknik Şartlar, Kurulumları, İşletmeleri ve Denetlenmelerine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Milli Emlak Genel Tebliği (Sıra No: 330)
- 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 22 nci ve Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği'nin 5 inci Maddelerinde Yer Alan Parasal Sınırların Arttırılmasına İlişkin Tebliğ (No: TRKGM-2010/1)
- 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 25 nci Maddesine Göre 2011 Yılında Uygulanacak Olan İdari Para Cezalarına İlişkin Tebliğ (No: TRKGM-2010/2)
- Elektronik İmza ile İlgili Süreçlere ve Teknik Kriterlere İlişkin Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
- 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı Maddesinin Birinci Fıkrasında Öngörülen İdari Para Cezası Alt Sınırının 31/12/2011 Tarihine Kadar Geçerli Olmak Üzere Arttırılmasına İlişkin Tebliğ (No: 2011/1)

19 Aralık 2010 Tarihli ve 27790 Sayılı Resmî Gazete

- Yapı Malzemeleri Yönetmeliği (89/106/EEC) Kapsamında Tebar Test Belgelendirme Araştırma ve Geliştirme Ticaret A.Ş.'nin Onaylanmış Kuruluş Olarak Görevlendirilmesine Dair Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (No: YİG/2010-18)

21 Aralık 2010 Tarihli ve 27792 Sayılı Resmî Gazete

- Ömrünü Tamamlamış Araçların Kontrolü Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Yapı Malzemelerinin Tabi Olacağı Kriterler Hakkında Yönetmelik Kapsamında Uygunluk Teyit Sistemi YAMTEK Tarafından Karara Bağlanan Ulusal Standartlar Hakkında Tebliğ (No: YİG/2010-19)

22 Aralık 2010 Tarihli ve 27793 Sayılı Resmî Gazete

- 2010/1155 İthalat Rejimi Kararına Ek Karar
- 2010/1156 Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğüne Kullanılmak Üzere Buğday İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar
- 2010/1157 Et ve Balık Kurumu Genel Müdürlüğüne Kullanılmak Üzere Damızlık Olmayan Canlı Sığır İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Kararda Değişiklik Yapılması Hakkında Karar
- Kimya Teknik Komitesinin Oluşumu ve Görevlerine Dair Tebliğde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Tebliğ (No: SGM/14)
- Mecburi Standartların Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Tebliğ (No: ÖSG-2010/27)

23 Aralık 2010 Tarihli ve 27794 Sayılı Resmî Gazete

- Deterjanlar ve Deterjanlarda Kullanılan Yüzeyle Aktif Maddeler Hakkında Tebliğ

24 Aralık 2010 Tarihli ve 27795 Sayılı Resmî Gazete

- İkili Anlaşmalar, Protokoller veya Diğer Düzenlemeler Kapsamı Dışında, Belirli Ülkeler Menşeli Tekstil Ürünleri İthalatında Gözetim ve Korunma Önlemleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Ölçü ve Ölçü Aletlerinden Alınacak Muayene ve Damgalama Ücret Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Su, Elektrik ve Doğalgaz Sayaçlarının Tamir ve Ayar Ücret Tarifesi Hakkında Tebliğ (No: ÖSGM-2011/1)
- İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2010/30)
- Tek Taraflı Kontrol Sistemi Kapsamında Kotaya Tabi Tekstil Ürünlerine Ait Kotaların Dağıtım ve Yönetimine İlişkin Tebliğ (2011/1)
- 4703 Sayılı Ürünler İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanunla Düzenlenmiş Olan İdari Para Cezalarının Yeni Değerlerinin Duyurulmasına İlişkin Tebliğ (No: 2011/13)

25 Aralık 2010 Tarihli ve 27796 Sayılı Resmî Gazete

- Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 277)
- 2872 Sayılı Çevre Kanunu Uyarınca Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Tebliğ (No: 2011/1)
- Bazı Kişisel Koruyucu Donanımların İthalat Denetimlerinin Dış Ticaret Veri Sistemi Üzerinden Yapılmasına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2010/43)

- Türkiye'de Üretilen, İmal Edilen veya Montajı Yapılan Cihazların Bildirimine Dair Tebliğ

29 Aralık 2010 Tarihli ve 27800 Sayılı Resmî Gazete

- 2010/1164 Bazı Alanların Kentsel Dönüşüm ve Gelişim Proje Alanı İlan Edilmesi Hakkında Karar
- 2010/1166 Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar
- Hayvancılık İşletmelerinin Kuruluş, Çalışma, Denetleme Usul ve Esaslarına Dair Yönetmeliğin Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Yönetmelik
- Sıvılaştırılmış Petrol Gazları (LPG) Piyasası Lisans Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Elektrik Piyasası Müşteri Hizmetleri Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Petrol Piyasası Bilgi Sistemi Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik

29 Aralık 2010 Tarihli ve 27800 Sayılı Resmî Gazete - 5. Mükerrer

- Türk Standardları Enstitüsü Tarafından Uygunluk Değerlendirmesi Yapılan Ürünlerin İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/1)
- Çevrenin Korunması Yönünden Kontrol Altında Tutulan Atıkların İthalatına Dair Dış Ticarete

Standardizasyon Tebliği (No: 2011/3)

- Sağlık Bakanlığı'ndan Özel İzin Alınması Gereken Maddelerin İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/4)
- Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nın Denetimine Tabi Ürünlerin İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/5)
- Çevrenin Korunması Yönünden Kontrol Altında Tutulan Kimyasalların İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/6)
- Çevrenin Korunması Yönünden Kontrol Altında Tutulan Yakıtların İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/7)
- Telsiz ve Telekomünikasyon Terminal Ekipmanlarının İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/8)
- "CE" İşareti Taşınması Gereken Bazı Ürünlerin İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/9)
- Oyuncakların İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/10)
- Kişisel Koruyucu Donanımların İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/11)
- Kozmetik Ürünlerinin İthalatında Bildirim Esaslarını Düzenleyen Dış Ticarete Standardizasyon Tebliğinin Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Tebliği (No: 2011/12)
- Yapı Malzemelerinin İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/14)
- Pil ve Akümülatörlerin İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/15)
- Tıbbi Cihazların İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/16)
- Orman Yetiştirme Materyallerinin İthalat Denetimlerine Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/17)
- Tütün, Tütün Mamulleri, Alkol ve Alkollü İçkilerin İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/19)
- Sağlık Bakanlığı'nın Denetimine Tabi Bazı Ürünlerin İthalatına Dair Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/20)
- Çevrenin Korunması Yönünden Kontrol Altında Tutulan Metal Hurdalara İlişkin Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği (No: 2011/23)

29 Aralık 2010 Tarihli ve 27800 Sayılı Resmî Gazete - 6. Mükerrer

- Özel İletişim Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 7)
- Motorlu Taşıtlar Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 37)
- Belediye Gelirleri Kanunu Genel Tebliği (Seri No: 39)
- Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu Genel Tebliği (Seri No: 42)

- Damga Vergisi Kanunu Genel Tebliği (Seri No: 54)
- Harçlar Kanunu Genel Tebliği (Seri No: 63)
- Harçlar Kanunu Genel Tebliği (Seri No: 64)
- Katma Değer Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 114)
- Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 278)
- Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (Sıra No: 402)
- Emlak Vergisi Kanunu Genel Tebliği (Seri No: 56)
- İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliği (No: 2010/10)
- Kamu İhale Genel Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği
- Elektrik Piyasasında Gelir ve Tarife Düzenlemesi Kapsamında Düzenleyeme Tabi Unsurlar ve Raporlamaya İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği
- Elektrik Dağıtım Bölgelerinde Uygulanacak Fiyat Eşitleme Mekanizması Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği
- İletim ve Dağıtım Bağlantı Bedellerinin Belirlenmesi Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği
- Perakende Satış Hizmet Geliri ile Perakende Enerji Satış Fiyatlarının Düzenlenmesi Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği
- Dağıtım Sistemi Gelirinin Düzenlenmesi Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği

30 Aralık 2010 Tarihli ve 27801 Sayılı Resmî Gazete

- 2010/1234 Bazı Mallara Uygulanacak Tütün Fonu Tutarlarının Belirlenmesine Dair Kararda Değişiklik Yapılması Hakkında Karar
- Alkol ve Alkollü İçki Tesislerinin Haiz Olmaları Gereken Teknik Şartlar, Kurulumları, İşletilmeleri ve Denetlenmelerine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkındaki Yönetmeliğin 21 inci Maddesinin Uygulanması ile İlgili Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu Kararı (No: 6027)
- Alkol ve Alkollü İçkilerin İç ve Dış Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 14 üncü ve Geçici 5 inci Maddelerinin Uygulanması ile İlgili Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu Kararı (No: 6027)
- Tütün Üretimi, İşlenmesi, İç ve Dış Ticareti ile İlgili Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 22 nci 23 üncü ve 26 ncı Maddelerinin Uygulanması ile İlgili Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu Kararı (No: 6050)
- 2011 Ürün Yılından İtibaren Yazılı Sözleşme Esasına Göre Üretici Tütünlerinin Alım-Satımında Kullanılması Gereken Tip Sözleşme ile İlgili Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu Kararı (No: 6051)
- Tütün Mamullerinin Üretim ve Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 23 üncü Maddesinin Uygulanması ile İlgili Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu Kararı (No: 6064)

30 Aralık 2010 Tarihli ve 27801 Sayılı Resmî Gazete - Mükerrer

- 2010/1180 İstatistik Pozisyonlarına Bölünmüş Türk Gümrük Tarife Cetveli Hakkında Karar

31 Aralık 2010 Tarihli ve 27802 Sayılı Resmî Gazete

- Kalkınma Ajansları Proje ve Faaliyet Destekleme Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Gümrük Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Vergi İnceleme ve Denetim Koordinasyon Kurulunun Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
- Vergi İnceleme ve Denetim Planının Hazırlanması, Uygulanması ve Sonuçlarının İzlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik
- Vergi İncelemelerinde Uyulacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik
- Rapor Değerlendirme Komisyonlarının Teşekkülü ile Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
- Sığınak Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmelik
- Beşeri Tıbbi Ürünler Ambalaj ve Etiketleme Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Karayolu Taşıma Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Ölçü Aletleri Yönetmeliğinde (2004/22/AT) Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Enerji Kaynaklarının ve Enerjinin Kullanımında Verimliliğin Artırılmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmelik
- Elektrik Piyasası Tarifeler Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Gümrük Genel Tebliği (Gümrük İşlemleri) (Seri No: 77)
- Ceza Muhakemesi Kanunu Gereğince Görevlendirilen Müdafiler ve Vekillere Yapılacak Ödemelere İlişkin 2011 Yılı Tarifesi
- Değerli Kağıtlar Kanunu Genel Tebliği (Sayı: 2010/2)
- Asgari Ücret Tespit Komisyonu Kararı (No: 2010/1)
- Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği İçmimarlar Odası Ana Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
- Sınır Ticaretinin Uygulanmasına İlişkin Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliği (İhracat: 2010/14)
- Avukatlık Asgari Ücret Tarifesinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tarife

31 Aralık 2010 Tarihli ve 27802 Sayılı Resmî Gazete - 3. Mükerrer

- 2010/1175 İthalat Rejimi Kararına Ek Karar
- 2010/1173 Klimaların Üretiminde Kullanılan Kompresörlerin İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar
- 2010/1174 Akrilonitril İthalatında Tarife Kontenjanı Uygulanması Hakkında Karar
- Yurt İçinde Düzenlenen Uluslararası Fuarlara İlişkin Tebliği (İthalat: 2011/1)

- Harp Silahları, Bunların Aksam ve Parçalarının İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/2)
- Radyoaktif Maddeler ile Bunların Kullanıldığı Cihazların İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/3)
- Yüksek Yoğunluklu Tatlandırıcıların İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/4)
- Haritalar ve Harita Bilgisi İçeren Eşyanın İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/5)
- İthalinde Garanti Belgesi Aranacak Maddelere İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/6)
- Karayolu Taşıt Araçlarının İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/7)
- Sivil Hava Taşıtlarında Kullanılmaya Mahsus Maddelerin İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/8)
- Kullanılmış veya Yenileştirilmiş Olarak İthal Edilebilecek Bazı Maddelere İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/9)
- Banknot ve Benzeri Kıymetli Evraka Mahsus Kağıtların İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/10)
- Bazı Patlayıcı Maddeler, Ateşli Silahlar, Bıçaklar ve Benzeri Aletlerin İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/11)
- Çift Kullanımlı Malzeme ve Teknolojilere Dair Nihai Kullanım Sertifikalarının Kayda Alınmasına İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/12)
- İşçi Sağlığını ve İş Güvenliğini Etkileyen Bazı Maddelerin İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/13)
- Ozon Tabakasını İncelten Maddelerin İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/14)
- Bazı Tekstil ve Konfeksiyon Ürünlerinin Denetimine İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/15)
- Gübre İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/16)
- Kimyasal Silahlar Sözleşmesi Ekinde Yer Alan Kimyasal Maddelerin İthaline İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/17)
- Otonom Tarife Kontenjanı Açılması ve Gümrük Vergilerinin Askıya Alınmasına İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/18)
- Genelleştirilmiş Tercihler Sistemine İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/19)
- Bazı Ticaret Politikası Önlemleri Mevzuatına Konu Eşyanın İthalatının İzlenmesine İlişkin Tebliğ (İthalat: 2011/20)
- 2010/1188 EFTA Devletleri ile Türkiye Arasında Anlaşma'nın Eki Protokol A'yı Tadil Eden 1/2009, Protokol B'yi Tadil Eden 2/2009 ve Anlaşmaya Protokol E'nin Eklenmesine İlişkin 3/2009 Sayılı Türkiye-EFTA Ortak Komitesi Kararlarının Onaylanması Hakkında Karar
- 2010/1224 Türkiye Cumhuriyeti ile Şili Cumhuriyeti Arasında Serbest Ticaret Anlaşmasının Onaylanması Hakkında Karar

31 Aralık 2010 Tarihli ve 27802 Sayılı Resmî Gazete - 5. Mükerrer

- Gümrük Genel Tebliği (Tır İşlemleri) (Seri No: 1)
- İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2011/1)
- İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2011/2)

- Türk Patent Enstitüsünce Uygulanacak Olan Ücret Tarifesine İlişkin Tebliğ (BİK/TPE: 2011/1)

4 Ocak 2011 Tarihli ve 27805 Sayılı Resmî Gazete

- İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (No: 2011/3)
- İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin 2007/5 Sayılı Tebliğde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ
- İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin 2007/16 Sayılı Tebliğde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ

6 Ocak 2011 Tarihli ve 27807 Sayılı Resmî Gazete

- Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ

7 Ocak 2011 Tarihli ve 27808 Sayılı Resmî Gazete

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Maddelerinde Kullanılan Tatlandırıcılar Tebliğinde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ (No: 2010/58)
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Maddelerinde Kullanılan Tatlandırıcıların Saflık Kriterleri Tebliği (No: 2010/59)
- 2011 Yılı Genel Yatırım ve Finansman Programının Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esasların Belirlenmesine Dair Tebliğ

9 Ocak 2011 Tarihli ve 27810 Sayılı Resmî Gazete

- İthalatta Gözetim Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (No: 2011/1)

DUYURULAR

İRAN/ERDEBİL EYALETİ ZİYARETİ

Tahran Büyükelçiliğimiz ve Tebriz Başkonsolosumuz tarafından, 1 Kasım 2010 tarihinde gerçekleştirilen Erdebil Eyaleti ziyareti sırasında yapılan görüşmelerde dile getirilen hususlarla ilgili yazı Odamızdan (Tel: 0312 417 12 00/1300, Faks: 0312 417 52 05, E-posta: gensek@aso.org.tr) temin edilebilir.(0103-5933)

DIŞ TİCARET VERİ SİSTEMİ (DTVS) İLE İLGİLİ OLARAK FİRMALARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

DTM bünyesinde, Dış Ticaret Veri Sistemi (DTVS) adında bir yazılım çalışmasının sürdürüldüğü, bu sistem ile tüm izin ve uygunluk başvurularının belge üretileksizin yapıpı sonuçlandırılması ve firmalarla iletişimin elektronik ortama taşınmasının öngörüldüğü belirtilmektedir.

Bu sistem ile tüketicilere ve firmalara kaliteli ve güvenli ürünlerin sunulması, riskli ürünlerin ve firmaların daha iyi şekilde takibi, ayrıca üretici ve ihracatçıların gümrüklerde bekleme sürelerinin azaltılmasının hedeflendiği ifade edilmiş ve 18.10.2010 tarih ve 27733 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 2010/41 sayılı "Dış Ticaret

Veri Sistemine İlişkin Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği" çerçevesinde, ihracat ve ithalat faaliyeti gerçekleştiren firmaların elektronik ortamda tanımlanması ve bu firmalar adına işlem yapacak kullanıcıların yetkilendirilmesi hakkında usul ve esasların belirlendiği bildirilmiştir.

Buna göre; firmaların DTVS'ye giriş yaparak sistemi kullanmaya hazır olmaları gerekmektedir. İşlemler iki aşamada gerçekleştirilecek olup, ilk aşamada firmanın sistemde tanımlanması, ikinci aşamada da tanımlanması yapılmış olan firma adına DTVS'de işlem yapacak kişilerin kullanıcı olarak yetkilendirilmesi gerekmektedir.

Konuyla ilgili detaylı açıklamaları içeren DTM yazısı ekte sunulmuştur.

Üyemiz firmaların, uygulama başladıktan sonra sorun yaşamamaları açısından, konu hakkında bilgi edinmeleri ve gerekli ilk işlemlerini gerçekleştirmeleri önemle duyurulur.

FUARLAR

❖ ÖZBEKİSTAN-Taşkent Türk İhraç Ürünleri Fuarı 22-24 .Şubat .2011

Meridyen International Fair Org.

Forem International Fair Org.

Tel: +90 (212) 210 50 50 /

Dhl: 1183

Cep: +90 (536) 233 86 19

Fax: +90 (212) 210 17 33

fsekitmez@meridyenfair.com

❖ 3T'11 9. Uluslararası Metal İşleme, Kalıp ve Otomasyon Teknolojileri Fuarı

10-13 Mart 2011

Yağmur Fuarcılık

Tel: 0212 272 45 60/Phx

Fax:0212 272 45 59

E-posta: info@3tfuari.com /

info@yagmurfuarcilik.com

Web: www.3tfuari.com /

www.yagmurfuarcilik.com

❖ AZERBAIJAN-Bakü Türk İhraç Ürünleri Fuarı 09-11 Nisan .2011

Meridyen International Fair Org.

Forem International Fair Org.

Tel: +90 (212) 210 50 50 /

Dhl: 1183

Cep: +90 (536) 233 86 19

Fax: +90 (212) 210 17 33

fsekitmez@meridyenfair.com