



**EKONOMİ BAKANI ZAFER ÇAĞLAYAN:
"MARKALAŞMAYA DEVAM, MARKALAŞMAYI
DESTEKLEMENE SONUNA KADAR DEVAM"**

Türkiye'nin 2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşması için Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya daha çok yatırım yapması gerektiğini belirten Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, teşvik sistematüğini bu alanları destekleyecek şekilde kurguladıklarını söyledi. Bu sayede endüstriyel tasarım tescil başvurusunda Türkiye'nin Avrupa'nın en çok başvuru yapılan ilk üç ülkesi arasına girdüğünü, TURQUALITY® kapsamındaki firmaların markalı ihracatlarındaki birim fiyatlarının yükseldüğünü vurgulayan Çağlayan, "Bu bize şunu gösteriyor, markalaşmaya devam, markalaşmayı desteklemeye sonuna kadar devam" dedi.

Dünyanın en kapsamlı marka geliştirme programı olan TURQUALITY®, dünyaca ünlü pazarlama ve marka teorisyenlerini Türk markaları ile buluşturduğu Vizyon Seminerleri'ne devam ediyor. Bu yıl yedincisi düzenlenen Vizyon Semineri'nin konuğuşu kısaca VG diye bilinen, strateji ve inovasyon konusunda dünyanın önde gelen uzmanlarından biri olan Vijay Govindarajan oldu. Kurumsal üst düzey eğitim alanında ilk 10 işletme profesörü arasında yer alan, dünyanın önde gelen iş stratejisi ve inovasyon uzmanı Profesör Vijay Govindarajan, "Ters İnovasyon" ana temalı konuşmasında, Türk markalarına, değışen dünyada büyüme fırsatlarını nasıl yakalayabileceklerini, artık sadece ihracat yapmanın yeterli olamayacağını ve dünya markası olma yolunda inovasyonun rolünü anlattı.

"Fiyat avantajı artık tek başına yetmiyor"

TURQUALITY® Programı kapsamında yer alan şirketlerin yöneticilerinin global rekabet için gerekli yetkinliklere ulaşmasına destek olmak amacıyla düzenlenen Vizyon Semineri'nin açılış konuşmasını **Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan** yaptı. Her geçen gün daha fazla firmanın ve ürünün rekabetine sahne olan küresel piyasalarda avantaj sağlayabilmenin en önemli koşullarından birinin ürün farklılaştırması olduğunu vurgulayan Bakan Çağlayan,

“Geçmiş dönemlerde fiyat avantajımızı kullanarak, birçok sektörde rekabet gücümüzü koruyabilmistik. Ama artık bu sektörlerdeki varlığımızı, rekabet avantajımızı sürdürülebilir hale getirmek için inovasyon, tasarım ve markalaşma konusunda hızlı bir gelişim göstermek zorundayız” dedi.

“Katma değerli ürün ihracatımızı artırmamız şart”

Bakanlık olarak Türkiye'nin dış ticaretinin birim fiyat analizini yaptıklarını ifade eden Bakan Çağlayan, “Bizim kilo fiyatlarımız ne, başka ülkelerin ne? Bizim nasıl değişmiş, onların nasıl değişmiş? bunların hepsini inceliyoruz. Tablo şu: Genel ihracatımızın birim fiyatı 2009'da 1.16 dolar, 2010'da 1.25 dolar, 2011'de 1.47 dolar, 2012 yılında ise ortalama 1.58 dolar olarak gerçekleşmiş. Yani ihracat birim fiyatımızda sürekli bir artış var ama fiziki olarak ihracatına ağırlık verdiğimiz ürünlerdeki gelirimiz son derece zayıf. Bu alanda harcadığımız emeği fiyatların ya da katma değer görece yüksek olduğu ürünlerin üretimine kaydırmamız gerekiyor. Yani “katma değeri yüksek ürünlerde üretimimizi nasıl artırırız, ihracatımızı nasıl artırırız” buna bakmamız gerekiyor. Bunun için Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya daha çok yatırım yapmamız lazım” diye konuştu.

“Teşvik yetmez, kamuoyu oluşturmamız gerekiyor”

Türkiye'nin 2023 yılı ihracat hedefinin olan 500 milyar dolar olduğunu hatırlatan Bakan Çağlayan, “Bu kapsamda öncelikle Ar-Ge yatırımlarını artıracak tedbirler alarak, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Ar-Ge harcamalarının GSYİH'ye oranını aşamalı olarak artıracak ve 2023 yılında %3'e çıkaracağız. Yatırım-üretim-ihracat değer zincirinin tüm halkalarına yönelik oluşturduğumuz teşvik sistematiğimizi, Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmayı özendirerek şekilde kurguladık ve uyguluyoruz. Ama sadece teşvik etmek yetmiyor. Ülkemizde bu konularda kamuoyu oluşturmak, farkındalığı artırmak da çok önemli. Bu yıl üçüncüsünü düzenlediğimiz Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri, bugün burada katıldığımız TURQUALITY® Vizyon Semineri gibi etkinlikler bu farkındalığı oluşturmak için atılan önemli adımlar” dedi.

“Endüstriyel tasarım tescilinde Avrupa'da ilk üçteyiz”

Moda ve endüstriyel ürün tasarımı alanlarında faaliyet gösteren firmalara yurtdışı tanıtım, pazarlama, kira gibi geniş bir yelpazede destekler sunduklarını anlatan Bakan Çağlayan, “Türkiye son yıllarda tasarım konusunda önemli işler yapıyor. Bunun sonucunda da son birkaç yılda endüstriyel tasarım tescil başvurularında “Avrupa'nın en çok başvuru yapılan ilk 3 ülkesi” arasına girdik. Ülkemizde yapılan tasarım tescil başvuru sayısı 2010'da 31 bin, 2011'de 36 bin 578, 2012'de 41 bin 220'ye ulaştı. 2010'da 8 bin 343 olan patent tescil başvurusu sayımız 2011'de 10 bin 241, 2012'de ise %13 artarak 11 bin 599'a ulaştı. Bu artışta Ar-Ge yatırımlarındaki artışın katkısı büyük. 2011'de Ar-Ge harcamaları

yüzde 20 artışla 11,1 milyar TL'ye ulaştı. Böylece Ar-Ge harcamaları GSYİH'nin binde 8,6'sına yükseldi. Ama hedefimiz 2023'te yüzde 3'e çıkarmak" dedi.

"TURQUALITY® klasik bir devlet yardım programı değil"

Tasarımdan pazarlamaya, satıştan satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde düzenlenen, dünyanın ilk ve tek marka geliştirme programı olan TURQUALITY®'nin de başarılı bir şekilde uygulanmaya devam ettiğini vurgulayan Bakan Çağlayan, " Biz, TURQUALITY®'yi klasik bir devlet yardım programı değil, bir iş yapma kültürü olarak değerlendiriyoruz. Türk ihracatçısının fasonculuktan markalı mal ihraç eden bir noktaya taşınması ülkemizin yakaladığı konjonktür itibarıyla kaçınılmaz bir fırsattır. Firmalarımız TURQUALITY® ile birlikte dünya markası olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Bunun en güzel göstergesi de bu firmaların markalı ihracatlarındaki birim fiyat artışıdır. Şöyle ki Programda yer alan firmalarımızın 2012'de sadece destek kapsamındaki markalarıyla yaptıkları ihracatın birim fiyatı 3,28 dolar olmuştur. Bu, marka olmanın, markalı mal satmış olmanın ortaya koyduğu katma değerdir. Bu bize şunu gösteriyor, markalaşmaya devam, markalaşmayı desteklemeye sonuna kadar devam" diye konuştu.

"Bölgesel anlamda lider markalarımız oluşmaya başladı"

Küresel anlamda, henüz en değerli marka listelerinde ilk 100'de, ilk 500'de Türk markaları olmadığını anlatan Bakan Çağlayan şunları söyledi: "Ama bölgesel anlamda lider markalarımız oluşmaya başladı. Ancak, bizim kazandırdığımız vizyon ile bu hedefe er veya geç ulaşacağımıza yürekten inanıyorum. Çünkü marka olmak ve markalaşmak uzun vadeli, sabır isteyen bir yatırımdır. Biz de Bakanlık olarak her zaman sizin yanınızda olacağız, bu yolculukta size her türlü desteği vereceğiz."

Daha fazla bilgi için: Medyaevi İletişim / Necla Yılmaz -0212 351 91 81