



TÜSİAD YÖNETİM KURULU ÜYESİ VE

ŞİRKET İŞLERİ KOMİSYONU BAŞKANI

CANSEN BAŞARAN-SYMES'İN

“FİKRİ VE SİNİ MÜLKİYET HAKLARI SEMİNERLERİ”

09 Aralık 2013

Trabzon Sanayi ve Ticaret Odası, Trabzon

Değerli Konuklar, saygıdeğer basın mensupları,

TÜSİAD adına sizleri saygıyla selamlıyorum. TÜRKONFED, DOKASİFED ve Karadeniz Teknik Üniversitesi işbirliği ile gerçekleştirdiğimiz “Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları” seminerimize hoş geldiniz.

1990’lardan bu yana bilgi teknolojilerinin gelişimi ile sanayi devrimi ile eş tutulan ve kimilerince küresel rekabette çağ atlama olarak da tanımlanan yeni bir devrime tanıklık ediyoruz. “Bilgi toplumu” olarak nitelendirdiğimiz, emek ve sermayenin yerini bilgi, teknoloji ve insan sermayesinin aldığı bu yeni dönemde şirketler için eski kurallar ile rekabet etmek giderek daha da zor bir hal alıyor. Zira, dünya genelinde şirketler, pazar payı yaratmak ve karlılıklarını arttırmak için yenilikçiliğe, teknolojiye ve markalaşmaya öncelik veriyor ve bu amaçla hem Ar-Ge faaliyetlerine hem de markalaşma ve marka yönetimine ciddi miktarda yatırım yapıyorlar. Hatta son çalışmalar büyük şirketlerin maddi olmayan varlıklara yaptıkları yatırımların maddi varlık yatırımlarını geçtiğini söylüyor.

Saygıdeğer dinleyiciler,

Gerek yenilikçilik ve teknolojinin gittiği yön, gerekse günümüzde markaların bizler için ifade ettikleri hakkında bazı tespitlerimi sizlerle paylaşmak isterim.

Teknoloji önceleri sadece uzmanların kullanımına açık sokaktaki insandan uzak bir araç olarak algılanırken, artık hepimizin parmağının ucuna, taktığı saate ve hatta gözlüğe kadar geldi. Kasım ayında WIPO’nun yayımladığı ‘PCT Yıllık Analiz’ de bu durumu rakamlarla ortaya koyuyor. Bu sene PCT (Patent İşbirliği Anlaşması) başvurularında ilk sırayı elektronik makineler alırken, ikinci sırayı dijital iletişim üçüncü sırayı ise bilgisayar teknolojilerinin aldığını görüyoruz. Madalyonun öteki yüzünde ise teknoloji ve insan arasındaki mesafeyi kısaltmayı başaranlar şirketlerin rekabet yarışını kazandığını görüyoruz. Bu gerçeği son 10 yılda teknoloji ve iletişim şirketlerinin Fortune 500 şirketleri arasındaki yerlerine bakarak da görebiliriz. Bir başka deyişle dünyada teknoloji, insanı merkeze alan bir eğilim içinde.

Markalaşma da evriliyor. Sanayileşme döneminde tüketiciler ile üreticiler arasındaki mesafe açıldıkça, şirketler yarattıkları markalar ile kendilerini tanımlamış ve ayırtmıştı. Günümüzde ise marka şirketleri tanımlamanın ötesine geçiyor ve tüketicilere bir deneyim yaşatmayı hedefliyor. Bir başka deyişle ürünün kendisi kadar, ürünün markasının çağrıştırdığı değerler de önem kazanıyor. Hatta çoğu zaman aynı özelliklere sahip ürünler için daha fazla fiyat ödemekten de çekinmiyor. Zira tüketiciler sadece ürünü değil, yaratılan bu değeri de satın alıyor.

Bu noktada yenilikçilik, teknoloji ve marka arasındaki ilişkiyi de iyi okumamız gerektiğine inanıyorum. Yine WIPO'nun bu sene yayımladığı "Küresel Fikri Mülkiyet" raporuna göre markalaşma yenilikçiliğin getirisini garanti altına almada en önemli araçlardan biri olarak karşımıza çıkıyor. Markanın gücünü arkasına yenilikçi ürün, yarışa rakiplerinin önünde başlıyor. Bunun bilincinde olan ve yenilikçiliğe yatırım yapan şirketlerin aynı zamanda markalaşmaya da yatırım yaptığını görüyoruz. Çünkü artık marka gücü yenilikçiliği tamamlıyor.

Değerli Konuklar,

Tüm bu değerlendirmelerin ardından Türkiye'deki durum hakkında görüşlerimizi paylaşmak isterim. Son yıllardaki ekonomik performansıyla dünyanın önde gelen ülkeleri arasına giren Türkiye'nin ihracat dengesini sağlaması ve ekonomisini bir üst seviyeye taşımasının yolu 'bilgi ekonomisine' dönüşümden geçmektedir. Bu dönüşümde Türkiye'nin bilişim teknolojilerini kullanarak verimliliğini artırmanın yanı sıra katma değeri yüksek, yenilikçi, çevreyle dost, küresel norm ve standartlara uygun ürünler üretmesi ve bunları kendi markaları ile dünya pazarlarında yarıştırması gerekiyor.

Bununla birlikte, teknoloji ithal ederek büyüyen diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de teknolojiye bağımlılık düzeyi önlenemez biçimde artmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak yüksek maliyetli ithal teknolojilerin dış ticaret dengesini bozduğunu ve yüksek cari açık olarak ekonomimize yansıdığını görüyoruz. Türkiye'nin düşük teknolojili ürünler üretmesi ve ağırlıklı olarak markasız fason üretim yapması, hedeflediğimiz ekonomik büyümenin gerçekleşmesinin önündeki en büyük engeldir. Küresel pazarlarda daha üst bir sıraya sıçramak ve rekabetçiliği sürdürülebilir kılmak için Türkiye'nin düşük

teknolojili üretim modeli ve geleneksel iş yapış modellerinin yol açtığı “orta gelir tuzağını” hızla aşması gerekmektedir.

Türkiye’de son 15 yılda Ar-ge harcamalarının yıllık yüzde 10’un üzerinde artması ve bu oranla Türkiye’nin Avrupa’da en hızlı büyüme oranını yakalayan 4. ülke olması bizleri heyecanlandırıyor. Öte yandan, 2012 yılı itibari ile Türkiye’de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamasının GSYİH içindeki payı binde 8.6’dan 9,2 seviyesine yükseldi. Tüm bu göstergeler, son yıllarda Ar-Ge politikasının, sanayi politikası altında öncelikli bir yere sahip olmasının ve her kurum tarafından desteklenmesinin sonuçları. Ancak, verilen tüm bu desteklere rağmen Ar-Ge faaliyetleri bir yenilik ile sonuçlanmadığı ve bu yenilik koruma altına alınmadığı sürece katma değer yaratmakta zorlanmaya devam edeceğiz. Zira, fikri ve sınai mülkiyet hakları yenilikçi düşüncüyü ve bilgi üretimini teşvik etmenin temel güvencesidir.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması alanındaki durumumuza göz atarsak: Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayımlanan 2013 - 2014 Rekabetçilik Raporu’na göre 148 ülke arasında 74. sırada yer almaktayız. Bu alanda hala atmamız gereken adımlar var.

Bu bağlamda, patent haklarının korunmasına ilişkin gerekli mevzuatın ivedilikle hazırlanması ve fikri ve sınai mülkiyet hakları sistemini daha güçlü bir yapıya kavuşturacak düzenlemelerin yapılması ülkemizi rekabetçilik sıralamasında daha yukarılara taşıyacak adımlardan birkaçıdır.

Değerli Konuklar,

Fikri haklar çoğu zaman uzman hukukçu, mühendis ve AR-GE ile ilgili profesyonellerin ilgilendiği bir konu olarak kalıyor. Ancak 21. yüzyıl koşullarında Türk iş dünyası yöneticilerinin rekabet güçlerini arttırabilmeleri ve başarılı iş sonuçlarını perçinleyebilmeleri için fikri mülkiyet haklardan nasıl yararlanacaklarını bilmeleri, fikir ürünlerine ürettikleri diğer ürünler gibi değerlendirmeleri ve şirket stratejilerine dahil etmeleri büyük önem taşıyor.

TÜSİAD olarak 1996 yılından bu yana ülkemizde yatırım ortamının iyileştirilmesi ve rekabetçiliğin artmasında fikri ve sınai mülkiyet hakların korunmasının önemini gündemimizin üst sıralarına taşıdık ve çeşitli

platformlarda dile getirdik, getirmeye de devam ediyoruz. Ülkemizde fikri haklar bilincinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlerimizin yanı sıra güçlü bir fikri haklar sistemi için gerekli olan mevzuatların oluşturulması için atılması gereken adımlara işaret ettik.

Bugün ise fikri ve sınai mülkiyet hakları üzerine Trabzon'da gerçekleştirdiğimiz bu seminer ile bir ilke imza atmanın mutluluğu ve gururu içindeyiz. Bu gururun benim açımdan şahsi bir boyutu, İstanbul dışında fikri haklar konusunda gerçekleştirdiğimiz ilk seminerin benim de memleketim olan Trabzon'da olması... Diğer yandan bu talep, Trabzon iş dünyasının gündeminin dünya gündemine paralel olduğunu bizlere göstermesi açısından da mutluluk verici... Fikri hakların ve markalaşmanın tüm şirketlerimiz tarafından içselleştirilmesi ve Anadolu'dan tüm dünyaya yayılacak patentli ürün ve markaların yaygınlaşması Türk sanayisinin küresel rekabet gücünü artıracak, bölgesel kalkınmaya destek sağlayacaktır.

Fikri ve sınai mülkiyet haklarını şirket stratejilerinin bir parçası haline getirmek amacıyla yola çıktığımız bu seminerin herkes için faydalı olmasını temenni ederim.

Bu seminer ile bizleri bir araya getiren KTÜ Öğretim Üyesi İlker Avcı'ya, nazik ev sahipliği için Trabzon Sanayi ve Ticaret Odası'na, değerli işbirlikleri için DOKASİFED ve TÜRKONFED'e teşekkür ederim.

Beni sabırla dinlediğiniz için teşekkür eder, saygılar sunarım.