

TÜBİTAK Ve DEİK Arasında İş Birliği Protokolü İmzalandı

TÜBİTAK ile DEİK arasında gerçekleştirilen iş birliği anlaşmasının Türk özel sektörüne ve Türk sanayisine büyük katkısı olacağını ifade eden TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, dış ticarette yaşanan açığın iyileştirilmesi için bu gibi kurumlarla yapılabilecek iş birliklerinin son derece önemli olduğunu belirtti.



TOBB Yönetim Kurulu Üyesi İlhan Parseker, DEİK Dış Ekonomik İlişkiler Konseyi Yönetim Kurulu Üyesi Dr. Zeynel Abidin Erdem, TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Nüket Yetiş, TOBB ve DEİK Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, TOBB Başkan Yardımcısı Halim Mete, Kayseri Sanayi Odası Başkanı Mustafa Boydak.

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) ile Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) arasında 17 Kasım 2008 tarihinde bilimsel ve teknolojik işbirliklerinin geliştirilmesini hedefleyen bir işbirliği protokolü imzalandı.

TOBB/DEİK Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu ve TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Nüket Yetiş tarafından imzalanan işbirliği protokolü ile Türkiye'nin uluslararası arenada öncü olması anlamında ar-ge ve yenilikçilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi, yaygınlaştırılması, proje sayısının artırılmasına katkı yapılması ve sanayi, akademi, kamu kurumları arasında ulusal ve uluslararası işbirliklerinin geliştirilmesi amaçlanıyor.

TOBB/DEİK Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu toplantı sırasında yaptığı konuşmasında öncelikli olarak Türkiye'nin ticari rakamlarına değinerek, Türk iş cami-



DEİK ile TÜBİTAK arasında bilimsel ve teknolojik işbirliğinin geliştirilmesi amacıyla TOBB ve DEİK Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu ve TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Nüket Yetiş protokol imzaladı.

ası olarak hedeflerinin bölgesel aktörden küresel aktör haline gelmek olduğunu söyledi. Bunun için dünyanın en büyük on ekonomisi haline gelmeyi, yıllık 500 milyar dolarlık ihracat yapmayı, dünyada tanınan on markayı üretmeyi, en az üç sektörde dünya lideri olmayı hedef olarak koyduklarını belirten Hisarcıklıoğlu, "Bunu nasıl yapacağız? Bilim ve teknolojiye hâkim, yeni teknolojiler üretebilen, teknolojik gelişmeleri toplumsal ve ekonomik faydaya dönüştürme yeteneği kazanmış bir ülke olarak başarabiliriz. Bir yandan ekonomimiz büyürken aynı zamanda dönüştürülmelidir. Türk özel sektörünün bu yolda gerçekleştirdikleri göz ardı edilemez. 25 yıl önce ülke olarak tarım ürünlerinden sadece üç milyar dolar ihracat yapabilirken, bugün yüzde 92'si sanayi ürünü olan 135 milyar dolarlık ihracat yapabilir hale geldik. Neredeyse dünyanın tüm ülkelerine ihracat yapar hale geldik, ama bunlar yeterli değil. Türk sanayicisi yüksek teknoloji ürünleri tasarlamayı, üretmeyi ve pazarlamayı da öğrenecektir. Bu amaç doğrultusunda bugün bir iş birliği protokolü imzalıyoruz. Türkiye'nin toplam ihracatında ileri teknoloji ürünlerin payı yüzde yedi, orta seviyeli teknolojinin payı yüzde 31 ve düşük teknolojinin payı yüzde 44'tür. Bu yapıyı iyileştirmek zorundayız, bu da araştırmaya yapılacak yatırımla mümkün olacaktır. Türkiye'de ar-ge harcamalarını artırma konusunda önemli başarılar elde ettik. 1990'da ar-ge harcamalarının milli gelire oranı binde 32 iken, 2006 sonu itibarıyla bu rakam binde 76'ya yükseldi, ama bu oranın OECD ülkelerinde ortalama yüzde 2,25 olduğunu unutmamalıyız. Öte yandan rakibimiz olan yükselen piyasa ülkelerinden Çek Cumhuriyeti, Macaristan, İspanya ve İsrail'den geriyiz. Ar-ge harcamalarında özel sektör payı yüzde 25 oranında ve daha fazla Ar-ge yapması için yeni mekanizmalara ihtiyaç var. Bu konuda hükümetimizin çıkardığı Ar-ge Yasası bize büyük teşvik ve fırsatlar sunmaktadır. TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Nüket Yetiş'in gayretleriyle yakın zamanda yürürlüğe girmesi büyük bir aşamadır" şeklinde konuştu.

TOBB/DEİK Başkanı Hisarcıklıoğlu, Türk iş camiası olarak TÜBİTAK'ın bu konuda liderliği üstlenmesinden memnuniyet duyduklarını, sanayiden ve özel sektörden kopuk, bürokrasiye boğulmuş eski yapısından kurtarılarak bilimi ve inovasyonu destekleyen çağdaş yapıya kavuşturulmasında payı olan TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Yetiş'e teşekkür ettiklerini söyledi.

NE BİLDİĞİMİZ DEĞİL, BİLGİYİ NASIL KULLANDIĞIMIZ ÖNEMLİ

TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi (MAM) konferans salonunda düzenlenen imza töreninde konuşan TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Nüket Yetiş, bir ülkenin gelişmesinde bilgiyi, "olmazsa olmaz" olarak tanımlayarak "Bununla birlikte ne bildiğimiz değil, bilgimizi nasıl kullandığımız önemlidir. Bilgiyi ticarileştirip satma modelleri geliştirmeliyiz. Bu krizi Türkiye için en büyük bir fırsat vesilesi haline getirmek için çalışmalıyız. Sanayici, devlet teşvik ediyor diye değil, ihtiyaç duyduğu için araştırma geliştirme yapmalıdır. Kriz sonrası başka bir dünya kurulacak ve bu dünyada araştırma geliştirme yapmayan sanayiciye yer olmayacak" diye konuştu.

Bilime daha çok yatırım yapanların en fazla milli gelire sahip ülkeler olduğunu vurgulayan Yetiş, Türkiye'de son dönemde bu alana daha çok pay ayrıldığını söyledi. Yetiş, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Türkiye 2002 yılına ait istatistiklerde, Avrupa ve dünya ortalamasına göre bilimsel yayın sayısında iyi, ancak bilim adamı sayısı ve yatırımlar açısından çok düşük durumdaydı. 2004 yılından itibaren Türkiye'nin bu göstergelerde daha iyiye götürülmesi yönünde çalışmalar yürütüyoruz. Bu çalışmalar ışığında Ar-ge programlarına daha fazla kaynak ayrılmaya başlandı. TÜBİTAK sadece araştırma yapan değil, aynı zamanda araştırma yaptıran bir kurum haline getirildi. 2002'de Türkiye üç milyar dolarlık Ar-ge harcaması yapmışken bu rakam 2006'da 4,9 milyar dolara, 2007'de ise 6,6 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'nin milli gelirden Ar-ge'ye ayırdığı pay 2003'te binde dört iken, 2007'de bu oran binde 7,1 oldu. Bu oranın 2013'de yüzde ikiye çıkarılması hedefleniyor" ifadelerini kullandı.

Ar-ge harcamalarında özel sektör payının arttığını da ifade eden Yetiş, "2002'de Ar-ge harcamalarının yüzde 41,3'ü özel sektör tarafından finanse edilmişken, 2007'de yüzde 48,3'ü özel sektör tarafından finanse edilmiştir. Bu da sevindirici bir gelişmedir" dedi.

TÜBİTAK ile DEİK arasında imzalanan iş birliği protokolünün Türkiye'de Ar-ge ve yenilikçi faaliyetlerinin artmasını sağlayacağını ifade eden Yetiş, "Bu protokol ile iki kurum, sahip olduğu bilgi birikimi ve iş birliği ağını birbirleri ile paylaşacak ve ortak amaçlar için kullanacak. Bu iş birliği protokolü, Türkiye'de bilim ve teknolojinin gelişimi için çok önemli katkılar sağlayacak" dedi.



TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu ve beraberindeki heyet TÜBİTAK MAM sergi alanını gezerek bilgi aldı.

Çağrı Merkezleri KOBİ'lerin Hizmetinde

Türkiye'de hızla yaygınlaşan çağrı merkezleri, küreselleşen ticarette KOBİ'lerin gelişiminde önemli bir faktör oluşturuyor. Customer Management Center (CMC) Genel Müdür Yardımcısı Metin Tarakçı, KOBİ'lerin maliyet avantajı elde edilebildiği gibi, gereksinim duyulan hizmeti bu alanda uzman bir firmadan alarak çok daha yüksek verimlilik elde etmeleri de mümkün olduğunun altını çiziyor.



Gelişen küresel kriz karşısında KOBİ'ler kendilerine yeni fırsatlar yaratmaya çalışıyor. Özellikle küreselleşen ticarette KOBİ'lerin dış kaynak kullanımını daha da ön plana çıkarmış bulunuyor. Müşterilerine kaliteli hizmet vermek isteyen KOBİ'ler, çağrı merkezlerinin kendilerine yönelik sağladığı hizmet kolaylaştırıcı avantajlarını kullanmaktalar. Customer Management Center (CMC) Genel Müdür Yardımcısı Metin Tarakçı ile yaptığımız söyleşi KOBİ'lerin çağrı merkezleriyle yapacakları işbirliklerinin kendilerine neler kazandıracağının ipuçlarını veriyor.



Customer Management Center (CMC) Genel Müdür Yardımcısı Metin Tarakçı.

Ticarette, özellikle küreselleşen ticarette çağrı merkezlerinin önemi nedir, CMC'nin bu alandaki çalışmalarından kısaca bahsedebilir misiniz?

İş dünyasında dış kaynak kullanım oranı giderek artıyor ve bu alanda en çok tercih edilen konulardan biri de çağrı merkezi hizmetleri. Çağrı merkezi hizmetlerinin dış kaynak kullanımı yoluyla alınması, genel kabul gören bir diğer ifadeyle outsource edilmesi sayesinde firmalar kendi uzmanlık alanlarına odaklanarak, daha etkin ve verimli çalışma imkânına sahip olabilir. Çağrı merkezlerinden elde edilen veriler ve sonuçlarla ilgilenen şirketler, müşteri yönetim stratejileri üzerinde yoğunlaşarak verimliliklerini arttırabilirler. Aynı zamanda müşterilerle kurulan iletişimden elde edilecek katma değeri arttırarak, pazarlama faaliyetlerine yön verebilirler.

KOBİ'lere iletişim açısından sağladığınız kolaylıklar var mı?

Öncelikle bir çağrı merkezi olarak, kendi müşterilerimiz ve onların müşterileri arasında bir iletişim köprüsü olarak görüyoruz kendimizi. Sunduğumuz hizmetleri de her zaman için bu anlayış doğrultusunda yapılandırıyoruz. Her zaman müşterilerimizle masanın aynı tarafından eğiliriz hedeflerimize. Bu yaklaşım KOBİ'lerimizin iletişim ihtiyaçları açısından çok önemlidir; aksi takdirde hedeflenen mesajların etkin ve efektif bir şekilde taşınması, toplanması, ölçülmesi ve tüm bunların sonucunda değerlendirilmesi mümkün değildir. Bu amaçla KOBİ'lere önerebileceğimiz hizmetler arasında, gelen çağrıların ölçülebilir şekilde ve standart bir kalitede karşılanması, müşteri anketleri, talep ve şikâyetlerin sonuçlandırması, doğru veri girişi, satış ve randevu görüşmeleri gibi çok farklı başlıklar sıralanabilir. Biz kurumsal müşterilerimizle "iş ortağı" ve "stratejik ortak" felsefesiyle çalışarak, kurumsal firmalar ve onların müşterileri arasındaki ilişkileri geliştirmeye yönelik katma değerli çözümler üretmeye ve iş süreçlerinin geliştirilmesine yönelik aksiyonları kesintisiz almaya her zaman özen gösteriyoruz. Tüm bunlar KOBİ'lerin, hedeflenen müşteri memnuniyeti seviyelerine ulaşmalarında son derece kritiktir. Aslında tüm bu saydığımız avantajlar ve beklentiler, her büyüklükte firma için geçerli olan konular. Bu nedenle şirketler dış kaynak kullanımını mutlaka dikkate almalı, gereksinimlerini iyi saptamalı ve bu alandaki iş ortaklarını büyük dikkatle seçmeliler. Dolayısıyla KOBİ'lerin de, CRM alanında yapabilecekleri, geliştirebilecekleri çok şeyler olduğunu ve bu konuda çok da istekli olduklarını söylemeliyiz. KOBİ'ler, geniş müşteri kitlelerine etkin bir şekilde ulaşmayı hedeflediklerinde, dış kaynak çağrı merkezi kullanımı onlar için ideal bir iş çözümü haline geliyor.

Gelişen küresel kriz özellikle istihdam sağlaması açısından kurumunuzun öncelikli bölgesi var mı, varsa burada kaç kişiye iş sağlama olanağınız var ve Türkiye'nin hangi bölgelerine öncelik vermeyi düşünüyorsunuz?

CMC olarak büyüme planlarımız çerçevesinde 2009 yılı içinde müşteri temsilcisi ile idari ve destek kadroları için yeni alımlar yapmayı planlıyoruz. 2009 sonuna kadar yaklaşık olarak 300 kişiye yeni istihdam olanağı yaratacağız. Bunların yüzde 95'i müşteri temsilcisi, geri kalan yüzde beşlik kısım ise idari ve destek kadrosu için olacak. Pozisyona göre değişmekle birlikte, idari ve destek kadrodaki işe alımlarda üniversite mezunu, iyi derece yabancı dil bilgisine sahip, yöneticilik becerileri yüksek, analitik düşünebilen, çözüm odaklı, sektörde tecrübeli olan adayları tercih etmekteyiz.