

İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri 2010



İstanbul'da Kültür Ekonomisini Döndüren Çarklardan biri:

ENDÜSTRİYEL TASARIM

Temel Yapısal Özellikler, Fırsat ve Tehditler, Politika Önerileri

Sektörel Araştırma Raporu

Yrd. Doç. Dr. Gökçe DERVİŞOĞLU OKANDAN

İstanbul Bilgi Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Kültür Yönetimi Programı Öğretim Üyesi

Aralık 2010



İSTANBUL
İL KÜLTÜR ve
TURİZM
MÜDÜRLÜĞÜ

Yasal Uyarı

Bütün hakları saklıdır. © 2010

Bu eserin bir kısmı ya da tamamı Kùltür ve Turizm Bakanlığı ve Tùrkiye Bilimler Akademisi'nin izni olmadan hiçbir şekilde çoğaltılamaz ve kopya edilemez. Raporda ileri sürùlen görùşlerin sorumluluğu yazara aittir. Yayın ve yazar adı kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

Sunuş

Bu belge, İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı desteği ile İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Türkiye Bilimler Akademisi tarafından yürütülen *İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri 2010 Projesi* kapsamında derlenen seriden biridir. Projenin iki ayağından biri olan Kültür Ekonomisi Envanteri, 21. yüzyıl İstanbul'unun büyüme akılarından biri olan kültür alanının geliştirilmesi için gerekli adımlara işaret etmek üzere tariflenmiş kapsamlı bir veri araştırma, haritalama ve değerlendirme çalışmasıdır. Bünyesinde bir çok uzman ve akademisyeni bir araya getiren söz konusu envanter çalışması ile ilk defa hem kamu sektörü, hem özel sektörü kapsayarak İstanbul'un kültür-sanat varlıklarının, mirasının ve ekonomisinin bir fotoğrafı çekilmiş olmakta ve toplanan verilerden yola çıkarak 21.yüzyıl başında İstanbul'un bir kültür başkenti olarak ilerlemesi için atılması gereken adımlara ve politikalara önerilerde bulunmaktadır.

Endüstriyel tasarım imalat sanayi gibi geleneksel üretime en yakın alanlardan biri olmakla beraber günümüzde endüstriyel tasarımın estetik ve maddi olmayan değeri rekabet avantajı için aranan özellikler arasında gelmektedir. Mobilyadan, cam ve züccaciyeye, ev eşyalarından ticari araç gerece reel sektörün üretim döngüsünün içinde önemli bir yere sahip olan endüstriyel tasarımdaki gelişmeler tasarımın diğer alt alanları mimari, grafik, modadan beslenmektedir.

Bu raporda, endüstriyel tasarım alanının yapısal özellikleri çözümlenmekte, sözü edilen potansiyeller tanımlarken, fırsat ve tehdit alanlarına dikkat çekilmektedir. Fırsat ve potansiyelleri doğru değerlendirmek ve tehditlerden korunmak adına gerekli görülen öncelikli kamusal politikalara çalışmanın sonuç kısmında yer verilmektedir.

ASU AKSOY - ZEYNEP ENLİL

Teşekkür

Başta, proje eş-yürütücülerimiz Doç Dr. Zeynep Enlil ve Doç. Dr. Asu Aksoy olmak üzere, benimle bilgi, deneyim ve çalışmalarını paylaşan sektör uzmanları Prof. Dr. Gülay Hasdoğın, ETMK İstanbul Şubesi eski başkanı Sertaç Ersayın, yeni başkanı Özlem Devrim ve başkan yardımcısı değerli hocam Gamze Güven ile tasarımcı bakış açısından bana her zaman destek veren dostum Gökhan Mura ve iş dünyasında tasarım konusunu gündeme taşımış Bora Gönenç'e şükranlarımı sunuyorum. Başta ETMK olmak üzere son 8 yıldır içinde bulunduğum bu camiada beni devamlı olarak besleyen Tasarım Kültürü ve Yönetimi ailesinin değerli üyelerine teşekkür etmekten mutluluk duyuyorum. Çalışma sırasında büyük bir sabırla bana destek veren eşim Cem Bora Okandan sayesinde bu sonuca ulaşabildiğimi eklemeliyim.

GÖKÇE DERVİŞOĞLU OKANDAN

Summary

A Wheel for the Cultural Economy in Istanbul:

INDUSTRIAL DESIGN

Structural Features, Threats, Opportunities and Policy Implications

Research Report [December 2010].

Istanbul, in the era of competition, is in need of new economic activities that may produce new employment opportunities and new business fields. Cultural economies, which are considered among new competitive economies, have the potential to respond to this need.

Industrial design has the holistic approach which enables today's firm a competitive advantage in terms of value added production. The industrial design field is well-connected with architectural, graphic and fashion design as well as crafts, a pioneer in production.

The purpose of this study is to examine the potentials of industrial design activities **in Istanbul** in contributing urban economies. In this study, actors that form the film industry are revealed by value chain analyses. The structural features of the industry are examined by exposing the strength and weaknesses, opportunities and threats of the industry. Finally, the policy implications are set up in order to manage the industrial design related field.

İçindekiler

Sunuş.....	2
Teşekkür.....	3
Summary	4
İçindekiler.....	5
Kısaltmalar	6
Şekil , Tablo ve Kutu Listesi.....	7
ENDÜSTRİYEL TASARIM ALANINDAKİ GELİŞMELERİN İRDELENMESİ:	8
1. Tarihsel Gelişim.....	8
2. Sektörün Yapısı.....	9
3. İstanbul’da Tasarım Eğitimi	26
4. Mekansal Analiz- Tasarımın İstanbul’da Kümeleşmesi	27
5. Mevzuat.....	28
6. Yayınlar.....	29
7. Sektörün Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	30
8. Sonuç ve Politika Önerileri.....	32
Kaynakça.....	34
Ekler	35

Kısaltmalar

DCMS	Department Culture, Media, Sports – Birleşik Krallık Kültür, Medya, Spor Bakanlığı
DME	Design Management Europe
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
ETMK	Endüstriyel Tasarım Meslek Kuruluşu
GMK	Grafikerler Meslek Kuruluşu
GVK	Gelir Vergisi Kanunu
İMMİB	İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği
İSO	İstanbul Sanayi Odası
İTO	İstanbul Ticaret Odası
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
KOSGEB	T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KHK	Kanun Hakkında Kararname
KVK	Kurumlar Vergisi Kanunu
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MTD	Moda Tasarımcıları Derneği
ODTÜ	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
ÖTV	Özel Tüketim Vergisi
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TİM	Türkiye İhracatçıları Meclisi
TMMOB	Türkiye Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TPE	Türk Patent Enstitüsü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayiciler ve İş Adamları Derneği
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu

Şekil , Tablo ve Kutu Listesi

Şekil 1: Endüstriyel Tasarımın Beslendiği Alanlar	11
Şekil 2: Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Konusunda Değer Zinciri/ Döngüsü	12
Şekil 3: Endüstriyel Tasarımcıların Çalışan Profili	14
Şekil 4: Endüstriyel Tasarımcıların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektörler	14
Şekil 7: Türkiye ve İstanbul’da Tasarım Tescil Sayılarının Artış Grafiği	16
Şekil 8: 2000-2005 yılları arasında Tasarım Tescil, Firma ve İstihdamın Yüzdesele Artışı.....	18
Şekil 9: İstanbul’da Tasarım Ofislerinin Mekansal Dağılımı	27
Tablo 1: Endüstriyel Tasarım Başvurularının Dağılımı (İstanbul-Türkiye).....	16
Tablo 2: Endüstriyel Tasarım Tescillerinin Dağılımı (İstanbul-Türkiye).....	16
Tablo 3: Türkiye Endüstriyel Tasarım Sektör Verileri.....	19
Tablo 4: Türkiye Endüstriyel Tasarım Sektörünün Yıllar İtibarıyla Değişimi.....	19
Tablo 5 :Türkiye Endüstriyel Tasarım Sektörünün İşletme Büyüklükleri, İstihdam ve Ciroya Etkisi.....	20
Tablo 6: İstanbul’da Bulunan Yüksek Öğretim Kurumları ve Kuruluş Yılları	26
Kutu 1: “Destek-Teşvik-Hibe”	21
Kutu 2: Ar-Ge Teşvikleri	25
Kutu 3: Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında KHK	28

ENDÜSTRİYEL TASARIM ALANINDAKİ GELİŞMELERİN İRDELENMESİ:¹

1. Tarihsel Gelişim

Endüstriyel tasarım konusunda farkındalık ve gerekli meslek erbabının yetiştirilmesi konusunda girişimler 1950'li yılların ortasından yani Türkiye'nin sanayileşme hareketinin başından beri atılmıştır. Bazı bakanlıkların, kabinelerin veya şahısların attıkları adımlar topyekün bir "Sanayi Politikası" unsuru olarak değerlendirilmediğinden aslında katma değerli üretimle ilgili farkındalık, tasarıma ilgi özel sektörde uygulayıcı birçok şirket tarafından gelişmemiştir. Bu durum aynı zamanda Türkiye'nin "marka" çıkarmasıyla ilgili de temel sorundur. Globalleşme ve uluslararası rekabet şartlarının özel sektördeki birçok firmayı zorlamasına kadar maliyet avantajı stratejisi ön planda katmıştır. Özellikle 1990'ların başından itibaren üretim merkezlerinin genel merkezlerden uzaklaşması, çoğunlukla Uzakdoğu'ya kayması gelişmekte olan ülkeler de dahil olmak üzere katma değerli üretim kavramını gündeme taşımıştır.

Bu çalışmanın odağı İstanbul olmasına rağmen Türkiye'nin geneliyle ilgili bazı bilgiler içermesi ve endüstriyel tasarım faaliyetlerinden yararlanan özel sektör firmalarının çok büyük bir kısmının İstanbul'da yer alması ve endüstriyel tasarım hizmeti veren çoğu bağımsız kuruluşun da (tasarım çalışmalarının devletin politika geliştirmesi dışındaki çalışmalar) bu şehirde gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır.

Türkiye'de endüstriyel tasarımın gelişmesiyle ilgili itici güç zanaatın Batı piyasasına uyarlaması sırasında özellikle 1955-57 arasındaki çabalarla gerçekleşmektedir. Bu dönemde ön plana çıkan bir destek olarak Amerikan kökenli yardım programı ICA (International Cooperative Administration) verilebilir. 1956'da ODTÜ'nün Amerika desteğiyle kurulması da Mimarlık Fakültesi altında Endüstriyel Tasarım bölümünün açılması da üniversite yönetiminin desteklediği bir girişimdir. Tarihsel gelişim açısından 1960'larda Sanayi Bakanlığı'nın ciddi desteğini alan bölüm, 1969 yılında Amerikalı bir tasarımcıya bu bölümün kurulma görevini verse de üniversitede endüstriyel tasarım eğitimi 1979 yılında başlamıştır. (Er, Korkut ve Er, 2003) Bundan önce Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'ne dönmüşen İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi ilgili bölümü açmıştır. Bu girişimde Devlet Planlama Teşkilatının 1973-1977 planının izlerini görmek mümkündür. Aslına 1970'lerin başında yüksek lisans programları ile eğitim girişimlerinde bulunmak istenirken bu girişimlerin çoğu lisans düzeyinde gerçekleşmiştir. (Hasdoğan, 2009) Yüksek öğrenimde bu çabaların yanında Milli Eğitim Bakanlığı'nın Almanya ile yaptığı işbirliği çerçevesinde Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu kuruluşu sayılabilir. Bölümün adı "Endüstriyel Tasarım" olmasa da endüstriyel ürün tasarımına en yakın eğitimi bu bölüm vermiştir.

¹ Araştırmanın sınırları: Bu çalışmanın kapsamı İstanbul şehrindeki tasarım faaliyetleri ve onları tetikleyen unsurlar olsa da hem endüstriyel tasarım alanının ülke içindeki gelişimi hem de geniş anlamda paydaş analizinde İstanbul'da bulunmayan bazı aktör ve yapılar da bütün yapıyı açıklayabilmek için değerlendirmeye girmiştir. Türkiye'de bu alanda faaliyetlerin büyük bir kısmını hem üretim, hem etkinlik hem de yayın olarak içeren İstanbul şehri, özel olarak belirtilen verilerde karşımıza çıkacaktır bunun dışında İstanbul özelinde verilere ulaşamadığında özel bir ibareyle Türkiye verileri kullanılacaktır.

Hasdoğın bundan sonra endüstriyel tasarımın profesyonel gelişme sürecini 5 yıllık 4 evrede incelemiştir. Buna göre Hasdoğın'ın ETMK'nın evrimini incelediği bu örnek çerçevesinde geliştirilen bu dönemler dayanışma (1988-1993), sunum (1994-1998), işbirliği (1999-2003), liderlik (2004-2008) olarak anılmaktadır. (Hasdoğın, 2009: 313) Süreç içinde bir altyapının kurulması, çıktılarının sergilerle sunulması, ekonomik kriz dönemlerinin işbirliği ve fuarlarla aşılması ve Türk markasına yönelik Turquality gibi programların devreye girmesi kamu aktörlerinin de tasarımla ilgili konuları telaffuz etmeye başlaması "Liderlik" dönemine denk gelmektedir.

ODTÜ ekolü Türkiye'de "Endüstriyel Tasarım" eğitimi ciddi bir şekilde yönlendirmesine rağmen çalışma hayatı ve üretim söz konusu olduğunda çoğu tasarımcı İstanbul'da var olmaktadır.

Türk Sanayi Politikası'nda Türk tasarımcısını, adını, imzasını ön plana çıkarma ve bu açıdan bir Yetenek Havuzu oluşturmaya dayalı bir çaba çok yeni oluşmaktadır (bkz. Tasarım Strateji Belgesi Taslağı); tasarımcılar Türk Tasarım Kimliğine ilişkin yaratılarını kişisel çabalarıyla yurtdışına taşımaya çalışmaktadır. Özellikler sektör temsilcilerinin beyan ettiği birçok görüş Ek 2'de bulunan Tasarım Strateji Belgesi Öneriler kısmında bulunmaktadır.

Özel sektör tarafından tasarım konusuna eğilme özellikle son 5 yılda görülmektedir. (Nurus- İlk in Milano- Salone del Mobile sergisi -2007-; Kale Tasarım Merkezi - 2008-) Yukarıda belirtilen evrelerden "Liderlik" dönemine rastlayan bu çalışmalar özellikle yeni oluşturulan Tasarım Strateji Belgesi çerçevesinde daha çok gündeme taşınmıştır. Sanayi ve Ticaret Bakanının başkanlığında, Sanayi ve Ticaret, Kültür ve Turizm ve Milli Eğitim Bakanlıklarının Müsteşarları, DPT, Hazine, ve Dış Ticaret Müsteşarları, YÖK tarafından belirlenen bir üniversite öğretim üyesi, Tübitak, TPE, KOSGEB, TOBB, TESK, TİM, TUSİAD, TMMOB, ETMK, GMK (Grafikerler Meslek Kuruluşu) ve MTD (Moda Tasarımcıları Derneği) başkanlarından oluşan Tasarım Danışma Konseyi bürokratik katılımının yoğun olmasına rağmen politika geliştirme konusunda yeni bir adımdır. ²

2. Sektörün Yapısı

Tasarım öncelikli olarak imalat sanayi ile yakın ilişki içindedir. İçinde 2,5 milyon üzerinde işletmenin bulunduğu 79 trilyon TL'ye yakın bir değer üreten imalat sanayinin alt alanları ürün tasarımı konusunda tasarım desteği almaktadır. Design Turkey ödülleri kategorileri özellikle imalat sanayinin hangi alanlarında çalışmaların daha yoğun olduğu konusunda ipucu vermektedir. Buna göre 2008'deki Design Turkey sınıflandırmasına göre 12 kategori bulunmaktadır: (Hasdoğın, Ersayın ve Dalaman, 2010)

1. **Ambalaj:** Malların taşınması, korunması ve tüketiciye sunumu ile ilgili kullanılan her türlü ambalajın kendisi ve grafiği
2. **Aydınlatma:** İç ve dış mekan aydınlatmaları, el lambaları

² Çevrimiçi: <http://www.sanayi.gov.tr/NewsDetails.aspx?newsID=1113&lng=tr> 28.1.2011

3. **Elektronik ürünler:** Elektronik tüketici ürünleri: görsel işitsel cihazlar, bilgisayarlar ve yardımcı donanımlar, iletişim cihazları
4. **Elektrikli ev cihazları:** Evde pişirme, yiyecek soğutma ve temizlik amaçlı kullanılan elektrikli alet ve cihazlar: Beyaz eşya ve elektrikli ev aletleri
5. **Ev ve ofis gereçleri ve aksesuarları:** Temizleme pişirme, ve sofrta gereçleri ile kırtasiye ve ofis gereçleri
6. **Kamusal ve ticari ürünler:** Kentsel donatı öğeleri (aydınlatma hariç): teşhir ve satış donanımı
7. **Mobilya:** Ev ve ofis mobilyaları, mobilya aksesuarları
8. **Spor, hobi, oyun ve kişisel ürünler:** Spor, hobi, oyun veya kişisel bakım amaçlı etkinliklerde kullanılan gereçler ve kişisel ürünler: Spor alet ve gereçleri, kişisel bakım ürünleri, müzik aletleri, oyunlar, oyuncaklar, bebek ürünleri, fonksiyonel ayakkabı, inovatif mücevher ve moda aksesuarları.
9. **Ulaşım ve taşıma araçları:** Kara, demiryolu ve deniz araçlarının iç ve dış tasarımı ve aksesuarları
10. **Yapı gereçleri:** Yapıların iç ve dış donatımında kullanılan gereçler: Sıhhi seramik, sıhhi armatür, ısıtıcı ve soğutucular, elektrik donanımları ve ilgili hırdavat
11. **Yatırım ürünleri:** Profesyonel amaçlı kullanılan cihazlar: endüstriyel makineler, tarım makineleri, inşaat araçları, el aletleri
12. **Tıbbi cihazlar ve gereçler:** Hastane ve laboratuvar gereçleri, rehabilitasyon, hasta bakımı ve tıbbi müdahale gereçleri, protezler.

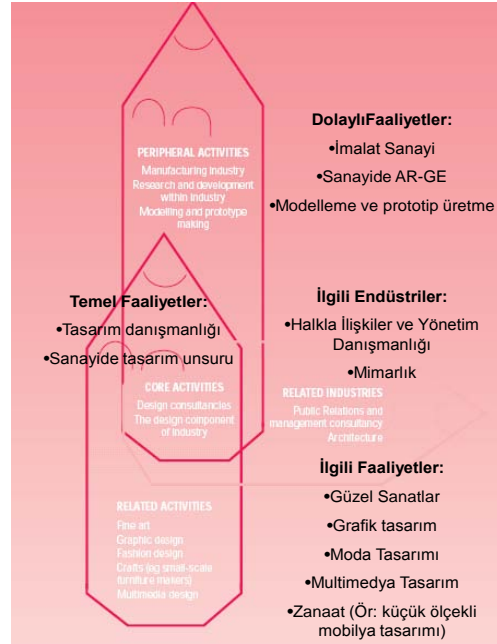
Sektörler kendi aralarında endüstriyel gelişmişlik, yatırım oranları, aktör sayıları, Ar-Ge oranları açısından farklılık göstermekle beraber, yaratıcı endüstriler sıralamasında önemli bir yere sahip olan endüstriyel tasarım bazen tasarımcının grafik, moda hatta mimari tasarıma hizmet ettiği örnekleri içinde barındırmaktadır.

2.1. Değer Zinciri:

Sektör içindeki durum diğer tasarım alanlarından beslenmekle birlikte imalat sanayinin gereklerini izlemeyi, teknoloji ve inovasyondan haberdar olmayı (teknik ve malzeme açısından) gerektirir. Bunun dışında sektörün “ürün tasarımı” yoğunluğunun yanında hizmet sektöründen beslendiği açıktır. Araştırma, danışmanlık, halkla ilişkiler bu alanda ön plana çıkan faaliyetlerdir. Endüstriyel tasarım her ne kadar teknoloji ile beslenen gelişmeleri barındırır da özellikle bazı geleneksel sektörlerde zanaat, usta-çırak ilişkisi üretim yöntemlerine yansımıştır.³

³ 8. Kategoride bulunan inovatif mücevher yanında bu serinin Kuyumculuk sektörüne dair raporunda bu ilişkinin ayrıtısına ulaşılabilir. (Evren, 2010)

Şekil 1: Endüstriyel Tasarımın Beslendiği Alanlar

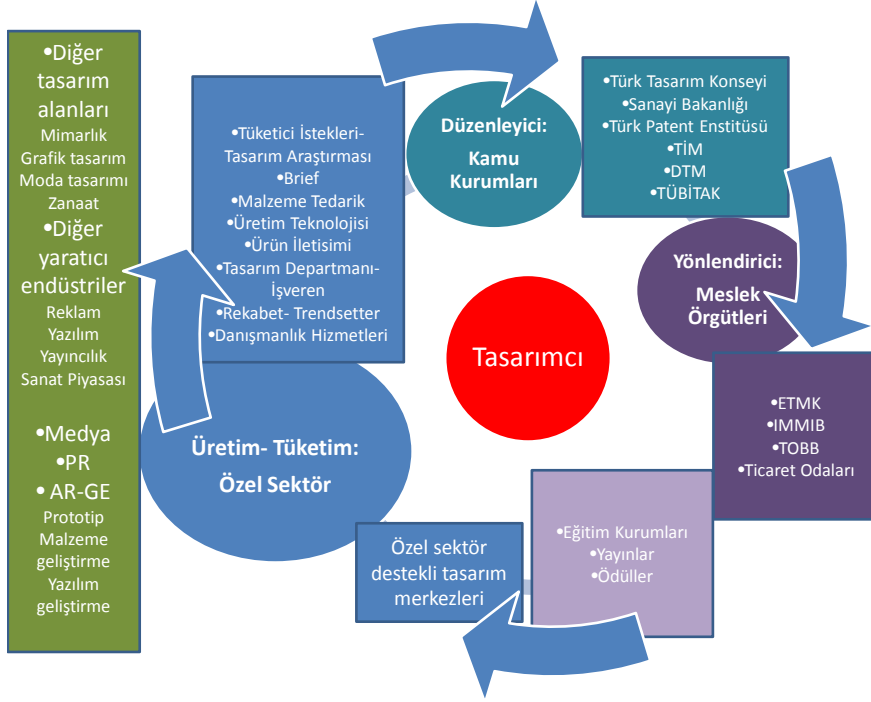


Kaynak: DCMS-Department Culture, Media, Sport'un (2000) yaptığı endüstriyel tasarım alanının temel, ilgili ve dolaylı faaliyetleri temel alınarak yazar tarafından uyarlanmıştır.

İmalat sanayi ile yakın ilişki dışında endüstriyel tasarımla ilgili birçok paydaş bu alanda değer yaratılması ile ilgili katkıda bulunmaktadır. Buna göre alanda politika üretme çabaları kamu kurumları ve meslek örgütlerince düzenlemekte, makro katkıların yanında mikro katkılar da özel sektörün müşteri analiz ve beklentileri çerçevesinde araştırmacı, tasarımcı ve eğitim kurumlarını ilgilendirmektedir.

Tasarım gibi katma değerli bir kavram söz konusu olduğunda klasik anlamda değer zincirinden bahsetmek oldukça zordur, zira tüm süreç bütünleşik bir şekilde işler. Tüketici davranışının gözlenmesi tasarım araştırmasına, teknolojik gelişme malzeme seçimine, destek hizmetleri prototip kalitesine ve nihayet üretilen ürünün sunulması en baştaki tüketicinin bir "deneyim" yaşayacağı ortamla buluşmasıyla gerçekleşir. Bu yüzden endüstriyel tasarım ergonomi, verimlilik, işlevsellik ötesinde kavramlarla değer yaratmaktadır.

Şekil 2: Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Konusunda Değer Zinciri/ Döngüsü



Kaynak: DCMS (2000) ayırımından yazar tarafından uyarlanmıştır.

Tasarımcı yukarıda da belirtildiği gibi çevresindeki doğrudan ve dolaylı paydaşlarla bir etkileşim halindedir. Tasarımcının ve işinin piyasa içindeki değerini talep (tüketici) kadar içinde bulunduğu toplumun kültürü, değer yargıları, düzenleyici kurum ve mekanizmaları da belirler.

2.2. Kurumsal Yapı ve Aktörler

Farklı kurumsal yapıların içinde tasarımcının muhatapları çeşitlidir. Tasarım; yapımcıları, üreticileri, araçları, yön verenler, dağıtımçıları ve tüketicileri gibi yatay anlamda bir değer zincirinin ötesinde bir yapıya sahiptir. Tasarım süreci bir döngü içinde her alanın birbirini beslemesiyle gerçekleşir. Tasarımcının tasarladığı ürünün değerlendirildiği sektörel yapı, medya, perakende zincirler ve nihayet ürünün tüketiciyle buluşmasındaki tüm aktörler de sürecin aktörleridir. Günümüzde bütünsel pazarlama yaklaşımı kapsamında müşteri ihtiyaçlarını belirleyerek *brief* veren de, farklı sektörlerde gelişme ile her zaman formun ötesinde bir anlam katkısını bekleyen de, AR-GE alanında (özellikle malzeme) konusundaki gelişmeleri tetikleyen de özel sektör kuruluşlarıdır. Özel sektörün bu konuda tavrı bu çalışmada “Yatırım” bölümünde incelenecektir. Tasarımcıyı yetiştiren eğitim kurumlarına da “Eğitim” kurumunda değinilmiştir. Bu yüzden tasarımda hem düzenleyici hem de temsil niteliği bulunan makro düzeyde yönlendirici olan ana aktörlere değinmekte fayda var.

2.2.1. Tasarımcı:

Tasarımcı tasarım eğitimini ve tecrübesini almış bir kurum içinde veya *freelance* çalışan, bununla beraber girişimci özelliklerle kendi firmasını kurmuş bir kişi olabilir.

İstanbul'da tasarımcının çalışma şekilleri, sektörü ve ilgi alanlarına yönelik Ağustos 2010 tarihinde gerçekleştirilmiş bir anket çalışmasının sonuçları ve grafikleri aşağıda sunulmuştur.

ETMK'nin üyeleri arasında yaptığı bu çalışmanın⁴ katılım oranı %50 civarındadır. Yıllar itibariyle varolan endüstriyel tasarım bölümlerinin mezunlarının yaklaşık %10'unun ETMK üyesi olması da örneklemin temsili açısından önemlidir.

Çalışmanın geneline bakıldığında özellikle ODTÜ Endüstriyel Tasarım ekolü, İzmir'in son dönemde yaratıcı alanlar konusundaki duyarlılığı ve Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi özel konumu dikkate alınmakla beraber ankete katılım %60 oranında İstanbul'dan gerçekleşmiştir.

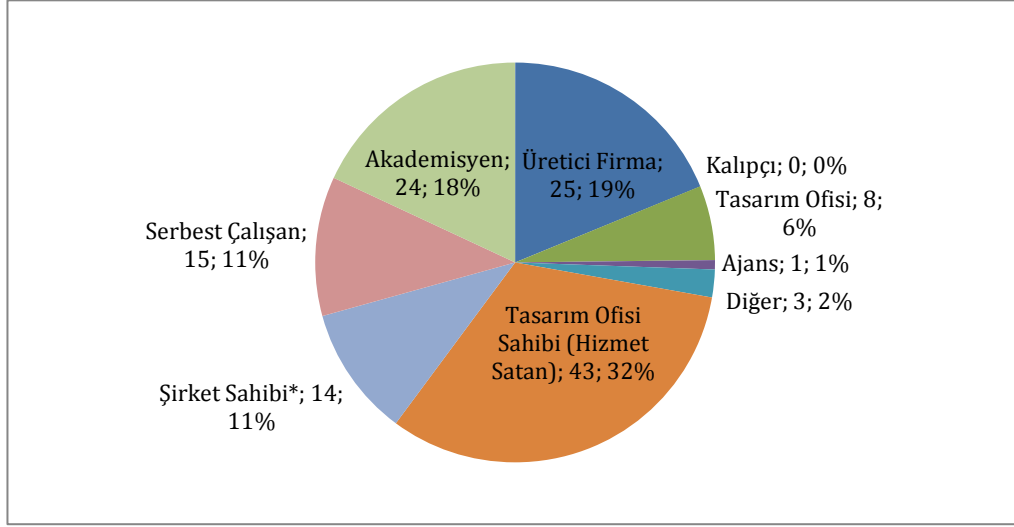
Tasarımcı faaliyet alanlarında %18 oranında akademisyen, %54 oranında girişimci (free lance, şirket ve tasarım ofisi sahibi) bulunmaktadır. %11 oranında temsil edilen şirket sahibi tasarımcı tasarladığı ürünün satışını da üstlenerek üretim zincirini satış sonrasına kadar takip eden tasarımcıyı göstermektedir.

Bu incelemede de görüldüğü gibi endüstriyel tasarım eğitimi almış ve meslek kuruluşuna kabul edilmiş tasarımcılar, çalışma şartlarına göre değer zinciri ile farklı yerlerde veya farklı defalarda temas etmektedirler. Bir akademisyen tasarım araştırması konusunda konsept öncesi çalışma yaparken, üretici firmada çalışan tasarımcı zinciri tasarımını prototipiyle üretime teslim edene kadar, tasarım ofisi sahibi araştırmadan, üretim sonrası satış, hatta satış sonrası hizmetlere kadar takip etmektedir.

Girişimci tasarımcı bir süre sonra tasarımdan uzaklaşarak tasarım yönetimine yönelebilir veya bünyesinde tasarımcılar çalıştırabilir. Şirket büyüklüğü açısından cüce işletme kapsamına giren tasarım ofisinde tasarımcı olarak çalışan, tasarım ofisi sahibi, free lance çalışan, tasarımının üretimini de yapan bir şirket sahibi ve ankette temsil edilmese de tasarım becerisini bir kalıpcıda kullanan kişilerin çalışma koşulları da üniversite veya üretici firma gibi daha büyük kurumlarda çalışanlardan farklılaşmaktadır.

⁴ ETMK'nin kayıtlı üyelerine mail ve telefon yoluyla ulaşıp yaptığı bu anketin ham verisini bu çalışma için paylaşan ETMK İstanbul Şube Başkan ve Yardımcısına teşekkür ederiz.

Şekil 3: Endüstriyel Tasarımcıların Çalışan Profili

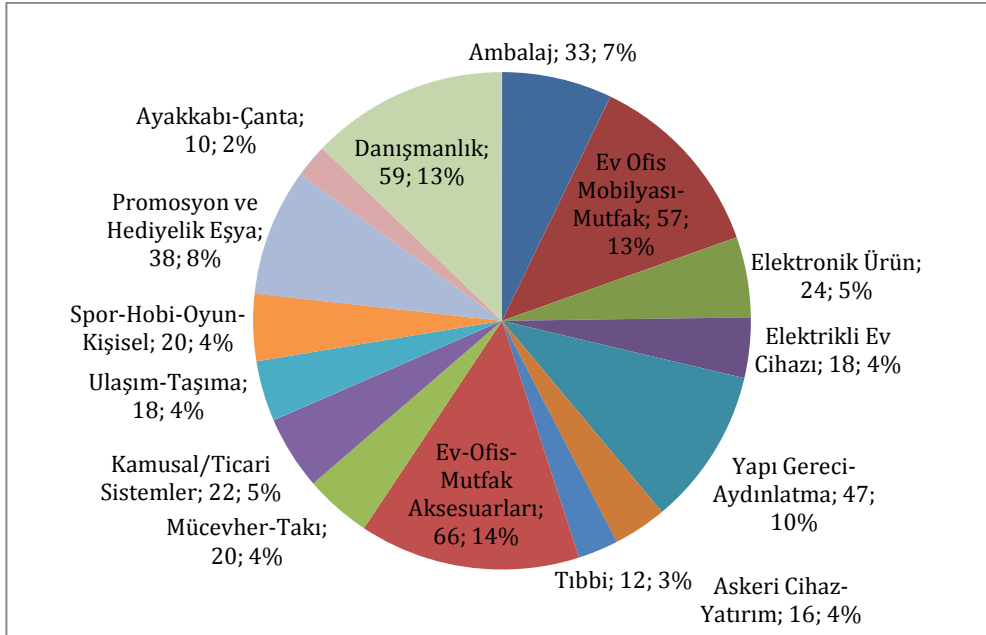


Kaynak: ETMK üye anketi (Ağustos 2010)

Tasarımcıların %19'unun üretici firmada çalıştığı belirtilmiştir. İmalat sanayide çalışan çoğu tasarımcı özgün tasarımlar yerine *styling* konusunda yoğun çalıştığını ifade etmişlerdir. Özgün tasarım yapamayan birçok tasarımcı üretici firmalarda belirli bir kişisel deneyime ulaştıktan sonra kendi tasarımlarını hayata geçirmek için girişimcilik veya freelance çalışma yolunu seçmektedir.

Yine aynı çalışmanın sektörel dağılım kısmında mobilya ve ev aksesuarlarının %13-14 ile temsil edildiğini, hizmet tarafında da %13 oranında tasarım danışmanlık hizmeti verildiğini gözlemlemekteyiz. Mobilya, ev aksesuarı, aydınlatma ve yapı gereci gibi ürünlerle dekorasyon alanına hizmet verenler, tasarım alanında karşımıza çıkan tasarımın dekorasyon alanıyla yakın ilişkisini tekrar göz önüne sermektedir.

Şekil 4: Endüstriyel Tasarımcıların Faaliyet Gösterdiği Alt Sektörler



Kaynak: ETMK üye anketi (Ağustos 2010)

Araştırmada bu verilerin yanında mekan tasarımına yönelmiş tasarımcıların %39'unun stand tasarımı, %25'inin vitrin ve mağaza tasarımıyla ilgilendiği ortaya çıkmıştır. Endüstriyel tasarımcılar arasında grafik tasarım, hukuk, organizasyon, STK çalışmaları ve medyada çalışanlar da bulunmaktadır. Sadece endüstriyel tasarımcıların üye olduğu bir listede bile görüldüğü gibi endüstriyel tasarımcılar ürün tasarımı dışında sektöre destek veren birçok alanda faaliyet göstermektedir.

Tasarımcının ya kendi markasını yaratıp tasarım ürettirip tüm değer zincirine hakim olması veya tasarıma önem veren büyük bir kurum içinde kendi ismini ve çizgisini kaybetmeden üretmesi gerekmektedir.

Tasarımcının iş koşulları tasarımın doğru algılandığı ve gereken önemin verildiği kuruluşlar haricinde zorlayıcıdır. Burada eğitimini aldığı ve düşünce yapısıyla evrildiği özgün tasarım faaliyetini gerçekleştireceği ortam imalat sanayi içinde çok sık rastlanan bir yapı değildir. Özgün tasarıma kendi markası altında devam etmeye karar verirse tasarım yetkisinin yanında güçlü girişimcilik özellikleri de göstermek durumundadır.

2.2.2. Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Endüstriyel Tasarımcıların Türkiye'deki tek meslek örgütü olan ETMK, 1988'de yeni mezun bir grup tasarımcı tarafından kurulmuş bir dernektir. Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, bugün yurtiçi ve yurtdışından üyeleri ile tasarım mesleğini Türkiye'de tanıtmak, meslek haklarını korumak, tasarımcı – üretici – kullanıcı işbirliğini geliştirmek için çalışan tek mesleki örgüttür. Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) iletişim ve tartışma listesidir. Liste ETMK üyelerine ek olarak, Endüstri Ürünleri Tasarımı alanında lisans veya yüksek lisans derecesine sahip olan veya halen bu alanda lisans, yüksek lisans ve doktora programlarına devam eden kişilere de açıktır.⁵

ETMK tüm endüstriyel tasarımcıları kapsayan bir örgüt olmamakla beraber bu mesleğin sorunlarının tartışma platformlarına taşımak ve işbirliği yapmak gibi sorumluluklar üstlenmektedir.

Bu sorumlulukları özellikle alanla ilgili düzenleme yapan devlet girişimlerinde alanı tanıtarak sürdürmüştür. DTM, Sanayi Bakanlığı, Türk Patent Enstitüsü gibi kurumlar düzenlemeler sırasında ana paydaş olarak ETMK'yi muhatap almaktadır. Ancak yıllar itibarıyla sayıları artan (özellikle vakıf üniversitelerinin bu alana girmesiyle) endüstriyel tasarım mezunlarının farklı alanda çalışma pratiklerinden ve ETMK'nın Mimarlar Odası gibi bir meslek kurumu bir onay mercii olmamasından dolayı ETMK mesleği geniş bir sayısal katılımı temsil edememektedir. Aynı zamanda Reklamcılık Sektörü kadar kadar düzenlenmiş standart ve prosedürleri bulunmamaktadır. (bkz. Reklamcılar Derneği- Reklamcılar Vakfı) Ne yazık ki reklamın satış üzerinde artırıcı etkisi kanıtlanıp bu bir araç olarak kullanılıyorken tasarımla ilgili böyle bir kantitatif ölçüt geliştirilmemiştir.

ETMK'nın tasarımın farkındalığının artırılmasına yönelik sergilerinin yanında son dönemde Tasarım Yönetimi ile ilgili etkinliklere destek verdiği gözlenmektedir. Bunun yanında tasarımcının tercih ettiği iş modellerinden girişimcilik, özellikle tasarım ofislerinin kurumsallaşması ve gelişmesi de ETMK tarafından önerilmektedir.

⁵ Çevrimiçi: <http://www.etmk.org.tr/about/etmk/> 28.1.2011

2.2.3. Türk Patent Enstitüsü - Patent ve Yasal Düzenlemeler:

Türk Patent Enstitüsü tarafından özellikle tanıtım alanında yapılan çalışmalar neticesinde bu alandaki gelişmeler artmaktadır. İstanbul her zamanki lider konumuyla TPE içinde endüstriyel tasarım tescil belgesi sayısında diğer büyük kentlerden açık ara öndedir. 2009 verilerine göre Türkiye'deki tasarım tescillerinin %54'ü İstanbul başvurularına yapılmaktadır.

Tablo 1: Endüstriyel Tasarım Başvurularının Dağılımı (İstanbul-Türkiye)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
34 İSTANBUL	1375	996	1071	945	802	997	1166	1865	2170	2499	2529	2794	3154	3082	3182
TR TOPLAM	1492	1645	1961	1826	1697	2194	2549	3608	3977	4525	4925	5510	5984	6093	5927

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü

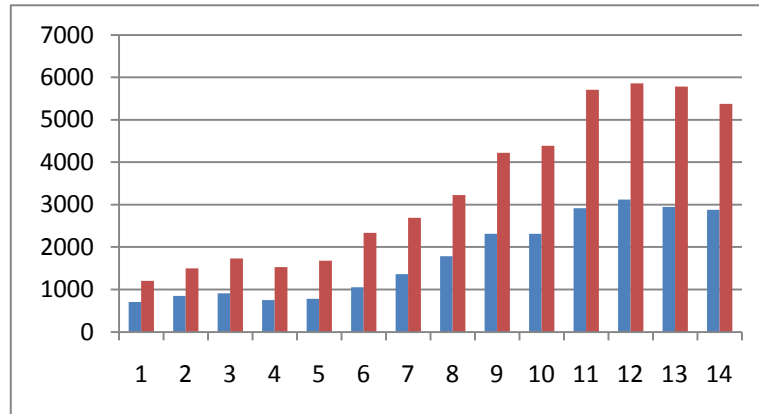
Tablo 2: Endüstriyel Tasarım Tescillerinin Dağılımı (İstanbul-Türkiye)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
34 İSTANBUL	0	709	847	907	750	782	1052	1362	1784	2315	2313	2917	3117	2947	2877
TR TOPLAM	0	1206	1497	1735	1528	1678	2339	2693	3225	4223	4388	5708	5856	5783	5378

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü

Toplam tescil sayılarının son 14 yıl itibariyle gelişimi aşağıda gösterilmiştir. Son yıllarda İstanbul'un ağırlığı azalamakta Türkiye'de İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerin dışında da yapılan çalışmalarla tasarım tesciline önem verilmektedir. Bununla beraber İstanbul'un öncülüğü devam etmektedir.

Şekil 5: Türkiye ve İstanbul'da Tasarım Tescil Sayılarının Artış Grafiği



Kaynak: Türk Patent Enstitüsü⁶ (Kırmızı TR, Mavi- İstanbul)

⁶ Kaynak: Türk Patent Enstitüsü İstatistikler: <http://www.tpe.gov.tr/>

Günümüzde ülkemizde Ar-Ge faaliyetleri bünyesinde tasarımcılık alanında gelişmeler kaydedilmesi ve tasarımların korunması amacıyla yasal düzenlemeler de sağlanmıştır. Türkiye'nin, "Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Kuruluş Anlaşması" ve eki "Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Antlaşması"ndan (TRIPS) ve Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nden kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirmesi amacıyla, TPE öncülüğünde patent, marka, endüstriyel tasarım ve coğrafi işaretler alanlarında reform niteliğinde kanun hükmünde kararnameler oluşturulmuştur.

TPE'nin hem Tasarım Danışma Konseyi'nin oluşturulması ve komitelerinin çalışması hem de sonuç belgelerinin yayınlanması açısından aktif ve önemli bir rolü olmuştur. Yarı-kamusal bu kurum çalışmalarını Fikri Mülkiyet alanının önde gelen meslek kuruluşları ve araştırma merkezleriyle birlikte yürütmektedir.

2.2.4. Türk Tasarım Konseyi

Türk Tasarım Konseyi, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın istemi ile Bakanlar Kurulu'nun 2009/15355 sayılı kararı ile kurulmuştur. Karar 3 Eylül 2009 tarih ve 27338 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kararname gereği; Konsey, Sanayi ve Ticaret Bakanı'nın başkanlığında, Bakan'ın bulunmadığı durumlarda Müsteşar'ın başkanlığında yılda iki kez toplanmaktadır. Sekreteryası hizmetleri Türk Patent Enstitüsü tarafından yürütülmektedir.

Konsey; Sanayi ve Ticaret Bakanı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı, Milli Eğitim Bakanlığı Müsteşarı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarı, Hazine Müsteşarı, Dış Ticaret Müsteşarı, Yükseköğretim Kurulu tarafından belirlenecek bir üniversite öğretim üyesi, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu Başkanı, Türk Patent Enstitüsü Başkanı, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanı, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Başkanı, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı, Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Başkanı, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Başkanı, Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Derneği Başkanı, Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği Başkanı ve Moda Tasarımcıları Derneği Başkanının katılımıyla teşekkül eder.

Konsey, 1. Toplantısını Sanayi ve Ticaret Bakanının başkanlığında 23 Ekim 2009 tarihinde yapmıştır. Toplantıda, "Türk Tasarım Konseyi Çalışma Usul ve Esasları" Konsey onayına sunulmuş ve üye görüşleri ile son şekli verilerek kabul edilmiştir. Bu toplantıda Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı Çalışmayı'nın yapılmasına karar verilmiştir.

Bu çalışmanın sonunda Strateji Belgesi'nin genel amacı aşağıdaki şekilde belirtilmiştir: "İnsana ve çevreye duyarlı, katma değeri yüksek tasarımların yaratılmasını ve korunmasını, ülkemiz tasarım ve tasarımcılarının sürdürülebilir bir şekilde dünya ile rekabet edebilir hale getirilmesini ve 'Türk Tasarımı' kimliğinin

tanınmasını ve yerleşmesini sağlamak amacıyla gerekli idari, yasal ve teknik alt yapıyı geliştirmek.”

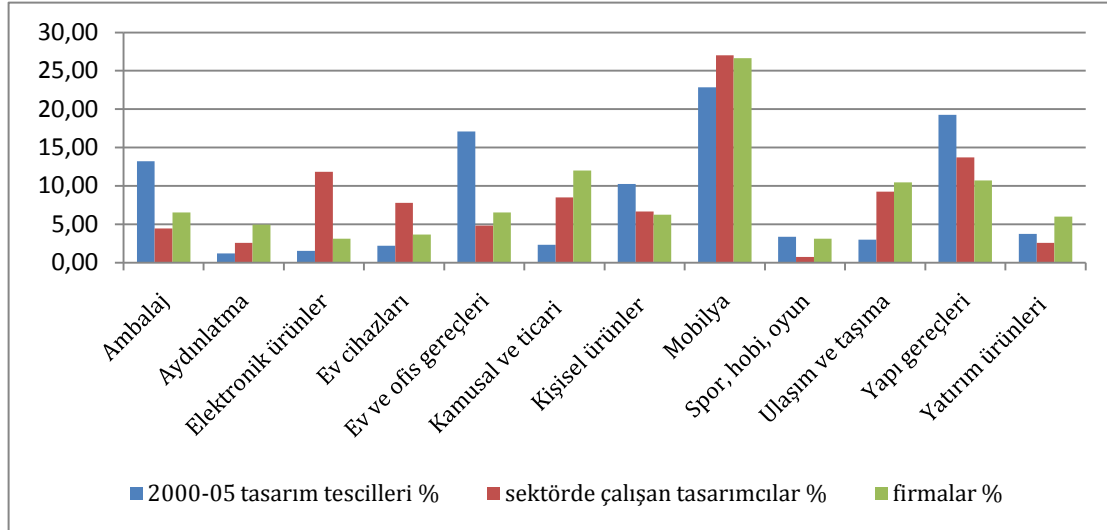
Geniş kapsamlı bir bakış açısıyla yola çıkan bu girişimin tüm paydaşları her süreç katarak ilerlemesi, Türkiye’de tasarıma bakışı değiştirecek ve tasarımı bir ana değer olarak sağlamlaştıracak güce sahiptir. Bu çalışmanın başarısı sürdürülebilir bir Sanayi Politikası ile yıllardır konuşulan Tasarım Politikasının eşgüdümünü beraberinde getirecektir.

2.3. Ekonomik Değerler / İşletme Yapıları ⁷

Türkiye’de Endüstriyel Tasarım ile ilgili sektörel çalışmalar genelde ETMK üye profili üzerinden veya akademik tezler kapsamında gerçekleşmektedir. Bu sebeple yukarıda sonuçları verilen çalışma dışında ve özellikle ODTÜ Endüstriyel Tasarım Bölüm Başkanı Prof. Dr. Gülay Hasdoğan (eski ETMK Başkanı) ve ekibinin ETMK, Design Turkey ve uluslararası tasarım yarışmaları üzerinden yaptıkları değerlendirmeler dışında bu alanda ham verinin eksikliği duyulmuştur.

Yapılan çalışmalarda özellikle mobilya ve yapı gereçleri sektörlerinin öncülüğünden bahsedilebilir. (bkz. Şekil 8)

Şekil 6: 2000-2005 yılları arasında Tasarım Tescil, Firma ve İstihdamın Yüzdesele Artışı



Kaynak: ETMK - Gülay Hasdoğan – TPE, 27 Mayıs 2008

Başka bir araştırmada Türkiye çapında 197 adet tasarım ofisinden bahsedilmektedir. Bu şirketlerin toplam cirosu 42 milyon dolar civarındadır ve bu şirketler yaklaşık

⁷ Bu bölümdeki veriler Worldwide Industrial Design Services Industry 2010 ücretli kataloğundan yararlanılmış ikincil kaynak konumundaki bir rapordan alınmıştır. Rapor Gerbrand Bas tarafından Hollanda Sanayi Bakanlığı için 2010 yılında yazılmıştır.

2000 kişiye istihdam sağlamaktadır. Bu tablodaki endüstriyel tasarımcı sayısı İstanbul'da bulunan ETMK üye sayısına yaklaşıktır. (Bas, 2010)

Tablo 3: Türkiye Endüstriyel Tasarım Sektör Verileri

Türkiye	
Tasarım şirketi	197
Ciro (\$M)	42
İstihdam	1913
Çalışan başına satış (\$)	20001
Endüstriyel Tasarımcı	320
Ciro/Çalışan (tam zamanlı denk) (\$)	21212

Kaynak: Worldwide Industrial Design Services Industry 2010

Tablo 4: Türkiye Endüstriyel Tasarım Sektörünün Yıllar İtibarıyla Değişimi

Sektör Ortalaması	Yıllar					Yüzdesel Değişim %			
	2006	2007	2008	2009	2010	06-07	07-08	08-09	09-10
İşletme Sayısı	187	195	195	197	197	4,1	0,3	0,6	0,1
Satış (\$M)	33	38	37	38	42	15,8	-1,3	2,4	8,5
İstihdam	1,819	1,837	1,842	1,913	1,980	1,0	0,3	3,8	3,5
Satış (TL M)	50	58	58	59	64	15,8	-1,3	2,4	8,5

Kaynak: Worldwide Industrial Design Services Industry 2010

Yıllar itibarıyla değişime baktığımızda ekonomik krize rağmen sektörde bir gerileme olmadığını küçük yapısı itibarıyla radikal bir değişim geçirmese de yükselme trendinde olduğunu görmekteyiz. Bu sektörün mevcut yapısıyla 64 milyon TL'lik bir ciro yapmasının yanında yaptığı üretim katma değerli olduğu için yarattığı ekonomik değeri ölçmek kolay değildir.

Tablo 5 :Türkiye Endüstriyel Tasarım Sektörünün İşletme Büyüklükleri, İstihdam ve Ciroya Etkisi

	İşletme Büyüklüğü									Toplam
	1-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-249	350-499	500+	Bilinmeyen	
2008	138	26	16	10	2	1	0	0	2	195
2009	139	27	16	10	2	1	0	0	2	197
2010	139	27	17	10	2	1	0	0	2	197
	Ciro / Satış (\$ M)									Toplam
2008	5	4	5	7	4	7	2	2	1	37
2009	5	4	6	8	4	7	3	2	1	38
2010	5	4	6	8	5	7	3	2	1	42
	İstihdam (Toplam Çalışan)									Toplam
2008	480	184	266	354	149	186	71	71	81	1,842
2009	495	190	274	365	154	192	73	73	96	1,913
2010	514	197	284	379	160	199	76	76	96	1,980

Kaynak: Worldwide Industrial Design Services Industry 2010

Yukarıdaki tablolarda çok net bir şekilde görüldüğü üzere tasarım sektörünün lokomotifini mikro işletmelerdir. 1-4 çalışana sahip yaklaşık 140 işletme sektörde egemen olan yapıyı sergilemektedir. İstisnai örnekleri dışında sektördeki işletme büyüklükleri maksimum 50 kişiyi istihdam edecek şekilde yapılanmıştır.

Altını çizdiğimiz bu önemli işletme tipi özellikle tasarım ofisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarım ofislerinin yalnız bir işletme olarak yarattıkları ekonomik değerden daha fazla bir değeri yaratıcılığın çarpan etkisiyle yaratmaları “katma değerli” üretimin özüdür. Yani hem tasarımın estetik değeri gibi maddi olmayan bir faktör satış fiyatını arttıracak, hem de özgün tasarımı sunan kurum farklılaştırma üzerinden kendi değerini, itibarını, marka algısını güçlendirecektir. Bu yüzden özellikle ekonomik kriz dönemlerinde ekonominin lokomotifini konumundaki KOBİ’lerle ortak çalışmaya özendirilmelidirler. Ancak, bu birlikteğin oluşmasında bazı temel sorunlarla karşılaşmaktadır. Hasdoğan’a(2010) göre tasarım ofisleri’nin karşılaştıkları temel sorunlar şunlardır:

- *KOBİ’lerin tasarım hizmetine yönelik ihtiyaçlarını tanımlayamamaları ülkemizde tasarım hizmet sektörüne erişimlerini kısıtlamakta, bu sektörün gelişmemesine yolaçmaktadır.*
- *Faaliyet gösteren çoğu tasarım ofisi için tasarım, firmayı tek başına ayakta tutabilecek kadar canlı bir etkinlik alanı değildir.*

- Kendi üretim birimi olmayan ve sadece endüstriyel tasarım konusunda danışmanlık hizmeti veren az sayıda firma, ülkemizde tasarım hizmetine gereksinim duyabilecek üreticilerin çok küçük bir bölümüyle çalışabildiklerini ileri sürmektedir.
- KOBİ'lerin büyük bir bölümü özgün tasarımın hayati önemini kavrayamamakta, rakiplerinin ürünlerini taklit etmeleri, veya yenilik arayışına girmeden üretim yapmaları nedeniyle tasarımcıyla bir araya gelememektedir.

2.4. Yatırım

Kutu 1: “Destek-Teşvik-Hibe”

Ülkemizde, yatırımı, üretimi, rekabet analizini, pazarlamayı en iyi şekilde yapabilen küçük ve büyük endüstri kolları artık tasarımı da en iyisi ile yapabilecek görgü, deneyim ve çalışma kültürüne sahiptir veya sahip olmalı. Özellikle mobilya, küçük ev cihazları, otomotiv, ambalaj, aydınlatma, vitrifiye, yapı ve inşaat sektöründe başı çeken kurumların bu motivasyonda olduklarını söylemek mümkün. Bu aşamada 2008 sonunda Resmi Gazete’de yayımlanan fakat henüz uygulama esasları yazılmadığı için devreye geçmemiş olan tebliğin uzun metnini okumakta fayda var. Ancak özetle belirtmek gerekir ki, tasarım ofisleri ve şirketlerini destekleyerek Türkiye’de tasarım kültürünün oluşturulması ve yaygınlaşmasını sağlamak amaçlı oluşturulduğu belirtilen tebliğ, Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş ve sadece tasarım hizmeti ve/veya danışmanlığı faaliyetinde bulunan ve bünyesinde en az üç adet tasarımcı bulunan şirketleri kapsayacak. Yazılım, donanım ve tasarımcı giderlerinin % 50’sini karşılayacak olan destegin ülkemiz endüstrisine ivme kazandıracığı kesin.

Kaynak: Sertaç Ersayın, Radikal Tasarım Gazetesi, Sayı 3

Ülkemizin büyük holdinglerinin tasarım ve inovasyon konusunda özel bir ilgiye sahip olduklarını bunu da özellikle ilgili faaliyet alanlarında gösterdiklerini biliyoruz. Eczacıbaşı Holding’in Vitra markasının altında dünyaca ünlü tasarımcı Ross Lovegrove ile çalışması, Kale Grubu’nun yine vitrifiye ürünlerde Türk tasarımcıları ön plana çıkarması, çatal- bıçaktan yat tasarımına kadar endüstriyel tasarımcıların yelpazesini de genişletmiştir. Son dönemde muhafazar kesim olarak nitelendirilen gruplar da tasarım ile bağlantılarını ortaya koyan girişimlerde bulunmaktadır (Ensar Vakfı’nın Sultanahmet’de açtığı İstanbul Tasarım Merkezi gibi).

Devlet kurumlarının katma değerli üretime destek verme projelerinden en önemlisi de Turquality projesidir. Projenin hukuki alt yapısını oluşturulmak üzere, 28 Ağustos 2003 tarihinde Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu’nun 2003/3 sayılı “Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının Oluşturulmasına İlişkin Tebliğ”i yürürlüğe girmiş, Devlet Bakanı Kürşat Tüzmen’in müsteşarlık döneminde Turquality Çalışma Grubu ve Sekreteryası ile proje başlamıştır. Çalışma Grubu DTM, TİM ve İhracatçı Birlikleri ile özel sektör temsilcilerinden oluşmaktadır.

Proje 2004 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründen 15 firmayı kapsamında bulunduran bir pilot proje olarak hayata geçmiş, 23 Kasım 2004 tarihinde bu 15 firmaya sertifikaları törenle verilmiştir. Tekstil ve hazır giyim sektörünün öncü danışmanlık firmalarıyla çalışılıp 2005 yılında ana strateji açıklanmıştır. Deloitte Danışmanlık tarafından oluşturulan Firma İnceleme Çalışması, Mart – Ekim 2006

döneminde Marka Destek ve Turquality kapsamındaki toplam 64 firmaya uygulanmış, bu çalışma sonucunda belirlenen 33 Turquality firması, 13 Aralık 2006'da yapılan lansmanla kamuoyuna duyurulmuştur. Sadece finansal değil kurumların yetkinliklerinin geliştirilmesine yönelik know-how unsurunu da dikkate alan program Yönetici Geliştirme Programı ve Vizyon seminerleri ile ilerlemektedir.

Özel sektörde 10 yılda 10 dünya markası yaratmaya yönelik bir program olan Turquality'in marka, katma değerli üretim, yetkinlik geliştirme, danışmanlık alan konularında önemli bir tecrübeyi doğru paydaşlarla başlattığını azımsamamak gerekir.

Kısaca kendini aşağıdaki gibi tanıtan program rekabet avantajı sağlama konusunda bir farkındalığı hem devlet hem de özel sektör nezninde yaratmıştır.

TURQUALITY®, Dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programıdır. Günümüzde gittikçe ağırlaşan rekabet koşulları ve değişen tüketim kalıpları uluslararası arenada yer almak isteyen şirketleri daha fazla katma değer ve daha fazla pazar payı anlamına gelen güçlü markalar yaratmaya teşvik ediyor.

Tekstil ve hazır giyim, otomotiv, elektronik, gıda gibi rekabetçi sektörlerimiz açısından ihracatta markalaşmanın önemi gün geçtikçe daha da artmaktadır. TURQUALITY® ülkemizin rekabet avantajını elinde bulundurduğu ve markalaşma potansiyeli olan ürün gruplarına sahip firmaların, üretimlerinden pazarlamalarına, satışlarından satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yönetsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişimlerini sağlamak suretiyle uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla global bir oyuncu olabilmeleri amacıyla oluşturulmuş destek platformudur.⁸

Design Turkey aracılığıyla tasarım alanında da bir farkındalık yaratmak isteyen program özellikle tasarımın üretim ile kurduğu ilişkiye yönelmiştir.

Turquality programı başından beri "iyi örnek yaratma" misyonunu yabancı danışmanların desteği ile sürdürmüştür. Maalesef programın Türk insan kaynağı ve tectübesini kullanmaya yönelik zaafı Turquality kapsamında Tasarım danışmanlığı konusunda yetkilendirilen 34 danışmanlık şirketinin yalnızca 7 tanesi Türk tasarımcılar/danışmanlar tarafından yönetilmesinde çıkmaktadır. (bkz Ek 1) Kariyerine akademik olarak başlamış ödüllü tasarımcılarımızdan Gamze Güven bu durumu hala Türk şirketlerinin Türk tasarımcıları ve tasarım yöneticisine güvensizliği olarak nitelendirmektedir.⁹ Turquality gibi bu alanda gelişme için araç niteliğinde kurgulanmış bir programın aynı zamanda tasarım yönetimi konusunda da Türk girişimini korumaya yönelik düzenlemeler getirmesi önerilmektedir.

⁸ Çevrimiçi: <http://www.turquality.com/5.aspx> 27.01.2011

⁹ 2 Temmuz 2010 kişisel görüşme.

2.5. Etkinlikler

2.5.1.1. Yarışmalar:

Tasarım dünyasında yarışmalar özellikle tasarım öğrencilerinin ön plana çıkarılması, tasarımı üretecek olan firmanın tasarıma verdiği önem, tasarımcının da üretilmiş bir fikri temsili açısından değerlidir. Günümüzde endüstriyel tasarımın alt sektörleri olarak nitelendirdiğimiz alandan birçok firma hem yeni yetenekler keşfetmek hem de tasarımla isimlerini anmak için bu organizasyonları desteklerken uluslararası prestifli yarışmalar mesleki birlik ve kamu aktörlerine de esin vermiştir.

ADA, G- Mark, IF, Red Dot, IDEA gibi tasarım yarışmalarında veya DME tasarım yönetimi ödüllerinde Türkiye’yi ödülle temsil etmiş Autoban, Nurus, ILIO, Demirden Design gibi tasarım ofisi ve şirketleri sayabiliriz.

Bunun dışında Turquality projesinin de büyük desteğiyle oluşturulan Design Turkey ürün tasarımı ve kavramsal tasarım alanlarında ciddi bir süreç, geniş jüri değerlendirmesi ve farklı alt alanlarda Türkiye’de profesyonel endüstriyel tasarımcıların üretimini desteklemek için kaliteli ve rekabetçi bir platformdur.

“Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri, Türkiye’de kullanıcının ihtiyaçlarını gözeten, ihracatta ve ulusal pazarda ürüne katma değer ve rekabetçi üstünlük kazandıran iyi tasarımı ödüllendirmek amacıyla TURQUALITY® Programı dahilinde, Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) işbirliğiyle düzenlenen bir tasarım değerlendirme sistemidir.

Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödüllerinin iki ana kategorisi vardır:

1. Ürün Tasarımı Ödülleri
2. Kavramsal Tasarım Ödülleri

*Design Turkey **Ürün Tasarımı Ödülleri**, son kullanıcıyı hedefleyen belirli bir işlevi olan, endüstriyel yöntemlerle üretilmiş ve piyasaya sürülmüş, tasarımcısı, üreticisi veya marka sahibi T.C. kökenli olan ürünleri sektörel bazda değerlendirir; “iyi tasarım” ölçütlerini yerine getiren tasarımlara **İyi Tasarım Ödülü**, “üstün tasarım” ölçütlerini yerine getiren tasarımlara **Üstün Tasarım Ödülü** verir. Ödüllü tasarımlara ödül işaretini ürünün üzerinde veya reklamında kullanma izni verilir. Ödül alan tasarımlar, sergiler ve yayınlar aracılığıyla tanıtılır.*

*Design Turkey **Kavramsal Tasarım Ödülleri**, endüstriye gelecek için yön gösterecek yaratıcı fikirleri teşvik etmek amacıyla iki yılda bir belirlenen tema çerçevesinde, üretim için programa alınmamış tasarım projelerini değerlendirir.”¹⁰*

Diğer tasarım yarışmalarından bazıları aşağıdaki gibidir:

- Şekeroğlu “İyi fikir” Plastik Ambalaj Tasarım Yarışması: Üniversite öğrencilerine açık ürün tasarımı proje yarışması
- Bombay Sapphire Bardak Tasarım Yarışması: Dünyadaki genç yetenekleri Bombay Sapphire’in cam mavi şişesinden esinlenerek, yaratıcı, fonksiyonel

¹⁰ Çevrimiçi: <http://www.designturkey.org.tr/tr/hakkinda/> 20.01.2011

bir kadeh tasarlamaya davet ediyor. Tasarım dünyasına yeni yetenekler kazandırmayı amaçlıyor.

- Duyar Vana Uluslararası Vana Tasarımı Yarışması: Duyar Vana A.S. uluslararası vana tasarımı yarışması açmıştır.
- İMMİB Endüstriyel Tasarım Yarışması: İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) tarafından, ETMK İstanbul şubesinin desteğiyle düzenleniyor.
- Kalesinterflex Ulusal Tasarım Yarışması: Çanakkale Seramik & Kalebodur Türkiye ve KKTC'deki üniversitelerin Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakülteleri'nin mimarlık, iç mimarlık ve endüstri ürünleri tasarımı bölümleri 2.,3. ve 4. sınıf lisans öğrencileri arasında Kalesinterflex Ulusal Tasarım Yarışması düzenliyor.
- Bosch Oyuncak Tasarım Yarışması: Bosch Elektrikli El Aletleri, tasarım alanındaki yaratıcı beyinleri keşfetmek ve genç tasarımcıların mesleki gelişimine katkıda bulunmak amacı ile "İçindeki Çocuğu Uyandır" oyuncak tasarım yarışmasının ikincisini düzenliyor.
- Ambalaj Tasarımı Ulusal Öğrenci Yarışması
- Geri Dönüşüm Tasarım Yarışması

2.5.1.2. ETMK Tasarım Sergileri:

- Designers' Odyssey'94 Türk Tasarımcının Serüveni
- Designers' Odyssey'98
- ADesign Fair 2003-Sınırların Ötesine Ürün Tasarımı Sergisi
- 2005 "2000'lerde Tasarımla Fark Yaratıcılar" Sergisi Marketingist Pazarlama Fuarı kapsamında
- 2006 "Tasarımla Kazananlar" Sergisi, Marketingist Pazarlama fuarı kapsamında
- 2009 "Türk Tasarımın İnanmak" ETMK 20.yıl sergisi

2.5.1.3. İstanbul Design Week ve Design Library

İstanbul bazlı etkinlik, tasarım ve iletişim şirketi Dream Design Factory (dDf) tarafından bağımsız tasarımcılar, üniversiteler ve sanayinin katılımıyla 2005 yılından beri gerçekleştirilen İstanbul Design Week (2009 yılında İstanbul Designweekend olarak gerçekleştirilmiştir) 2005'den 2010'a kadar kapsamını genişletmiş, uluslararası bir boyuta taşımıştır. Tarihi Galata Köprüsü üzerinde düzenlenen ve yaklaşık 10.000 m2 kapalı alana yayılan bu fuar daha ilk yılında 50.000 kişiyi ağırlamıştır. 2010 yılında 17 adet ulusal ve uluslararası sergiyi barındırmış, 25 ülkeden katılımcı kabul etmiş, 20 ülkenin tasarım fuar temsilcisini ağırlamıştır. Büyük şirketler, bireysel tasarımlar, tasarım grupları, üniversitelerin aynı çatı altında toplandığı bu etkinlik 2008-2009 yıllarında dünyanın en büyük tasarım fuarı Salone del Mobile organizatörleri ile birlikte çalışmışlardır. 2010 yılında 35 dünyaca ünlü tasarımcı ağırlayan idw'nin yanında dDf şirketinin tasarıma desteği şirketin Hasköy'de uluslararası işbirliği ile açtığı Design Library- Tasarım Kütüphanesi ile sürmektedir.

2.6. Destek Altyapısı

Tasarımla ilişkili konularda verilen devlet destekleri girişimci tasarımcı açısından önemli bir konudur. Ar-Ge konusunda devletin verdiği destekler nakit destekler ve vergisel destekler olarak ayrılmaktadır. Nakit destek kaynaklarının başlıcaları Hazine Müsteşarlığı, Tübitak ,Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı'nın nakit destekleri vardır.

Girişimci tasarımcılar için KOSGEB'in girişimcilik destekleri sayılabilir.¹¹ Son dönemde DPT'ye bağlı Kalkınma Ajansları bazı hibe programları başlatmıştır. İstanbul Kalkınma Ajansı'nın Yaratıcı Endüstrilerle ilgili fonu hem kâr amacı güden, hem de gütmeyen kurumlarla ilgili paketler içermektedir.¹²

Kutu 2: Ar-Ge Teşvikleri

DPT'nin Ar-Ge ve Endüstriyel tasarımın ilişkisine yönelik yaklaşımı ülkemizde kalkınma ve gelişim stratejilerinin temel ekonomik araçlarından olan teşvik sisteminde de gözlenmektedir. Ar-Ge konusunda ülkemizde hem vergisel destekler hem de Hazine Müsteşarlığı, TÜBİTAK ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı nakit destekleri bulunmaktadır. Vergisel destekler Gelir Vergisi Kanunu (GVK'nun 89. Md, 9. fkr.), Kurumlar Vergisi Kanunu(KVK'nun 10.1. Md. KVK (5422) 86 no'lu Genel Tebliği, KVK (5520) 1no'lu Genel Tebliği, KVK (TGB- 1,2,3,4) sirküleri) ve Katma Değer Vergisi Kanunlarında (KDVK 3065 syl Geçici md. 20) yer alan düzenlemeler ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'nda (TGBK 4961 syl. Geçici md.2) yer alan düzenlemeler halinde tanımlanabilir.

İlgili düzenlemelerde, işletmeler GVK'ya ve KVK'ya göre "İşletmeleri bünyesinde gerçekleştirdikleri münhasıran yeni teknoloji ve bilgi arayışına yönelik Araştırma ve geliştirme harcamaları tutarının % 40'ioranında hesaplanacak Ar-Ge indirimi" ne sahiptir (Resmi Gazete, 2005).

KDVK kapsamında 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanununa göre :

Teknoloji geliştirme bölgesinde faaliyette bulunan girişimcilerin, kazançlarının gelir veya kurumlar vergisinden istisna bulunduğu sürece münhasıran bu bölgelerde; ürettikleri ve sistem yönetimi, veri yönetimi, iş uygulamaları, sektörel, internet, mobil ve askeri komuta kontrol uygulama şeklinde teslim ve hizmetleri katma değer vergisinden ve TGKB'nda yönetici şirketlerin, bu kanun kapsamında elde ettikleri kazançlar ile bölgede faaliyet gösteren Gelir ve Kurumlar vergisi mükelleflerinin, münhasıran bu bölgedeki yazılım ve Ar-Ge faaliyetlerinden elde ettikleri kazançları 31.12.2013 tarihine kadar Gelir ve Kurumlar vergisinden müstesnadır (Resmi Gazete, 2005).

Kaynak: Güneş (2008)

¹¹ Çevrimiçi: <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=8> 28.01.2011

¹² Çevrimiçi: <http://www.istka.org.tr/Default.aspx?pid=6&did=36> 28.01.2011

3. İstanbul'da Tasarım Eğitimi

Endüstriyel Tasarım Okulları:

Endüstri ürünlerini dışarıya satmaktan başka seçeneği olmayan ülkemiz endüstrilerinin, kendi tasarımcılarını yetiştirmesi ve teknolojilerini geliştirmesi, kendi geleneklerini ve kimliğimizi yansıtan tasarımları satması günümüzdeki ekonomik sorunların aşılmasında katkıda bulunabilecek yaklaşımlardan biridir. Giriş bölümünde de değinilen, ülkemizi etkileyen okullar yıllar itibariyle ekoller doğurmuştur. 1973 yılında açılan ilk örneğinden bu yana 12 üniversitede lisans düzeyinde endüstriyel tasarım eğitimi verilmektedir.

Endüstriyel tasarıma yönelik yetişkin eğitimleri alanın bağlantılı olduğu konularda çeşitli seminerle şeklinde verilmektedir. (İstanbul Bilgi Üniversitesi Tasarım Kültürü ve Yönetimi Sertifika Programı gibi). Müfredatı içindeki önemli teknik kısım endüstriyel tasarım eğitiminin özünü her zaman lisans eğitimi ile ilişkilendirmektedir.

Tablo 6: İstanbul'da Bulunan Yüksek Öğretim Kurumları ve Kuruluş Yılları

Okul	Fakülte	Bölüm	Türü	Kuruluş	Şehir
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	Mimarlık Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Devlet	1973	İstanbul
Marmara Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Devlet	1985	İstanbul
İstanbul Teknik Üniversitesi	Mimarlık Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Devlet	1993	İstanbul
Yeditepe Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Endüstri Tasarımı Bölümü	Vakıf	1996	İstanbul
Doğuş Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf	2005	İstanbul
Haliç Üniversitesi	Mimarlık Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf	2005	İstanbul
Kadir Has Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf	2005	İstanbul
Okan Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf		İstanbul
Bahçeşehir Üniversitesi	Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf	2008	İstanbul
Işık Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf		İstanbul
İstanbul Arel	Mühendislik Mimarlık	Endüstri Ürünleri	Vakıf	2009	İstanbul

Üniversitesi	Fakültesi	Tasarımı Bölümü			
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Mimarlık Fakültesi	Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü	Vakıf	2010	İstanbul

4. Mekansal Analiz- Tasarımın İstanbul'da Kümeleşmesi

Şekil 7: İstanbul'da Tasarım Ofislerinin Mekansal Dağılımı



Kaynak: Dexigner- Türk Tasarımcılar Haritası- Çevrimiçi 28.08.2010

Endüstriyel Tasarım ofisleri genelde diğer Yaratıcı Sektör ofislerinin de bulunduğu alanlarda öbeklenmiştir. Özellikle mutenalaşma hareketinden sonra bireysel tasarımcı olarak faaliyet gösteren birçok küçük girişim Galata kulesi çevresine atölye ve satış alanını taşımıştır. Bununla beraber Sultanahmet civarında özellikle çevredeki zanaat birikiminden yararlanmak isteyen tasarımcılar ve Haliç çevresinde santralistanbul, İstanbul Design Week – Eski Galata Köprüsü Balat ve Design Library – Eski Şapka Fabrikası gibi küvoz (incubator) özelliği gösteren mekanlardan yararlanan atölyeler bulunmaktadır. İstanbul'un eski yerleşim bölgesi dışında özellikle Çengelköy ve Kanlıca'da tasarım ve tasarım danışmanlık ofisi olarak çalışan birimler bulunmaktadır. Üretimle ilgili birçok malzeme ve prototip-kalıpcı da Çağlayan-Okmeydanı bölgesinde, Haliç üstlerinde kümelenmiştir. Bunun yanında tüketim konusunda adresistanbul birçok dekorasyon, iç mimari ve tasarım markasını buluşturmaktadır.

5. Mevzuat

Kutu 3: Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında KHK

ENDÜSTRİYEL TASARIMLARIN KORUNMASI HAKKINDA KANUN HÜKMÜNDE KARARNAME

KHK'nin Tarihi - No: 24/06/1995 - 554

Yetki Kanunu Tarihi - No: 08/06/1995 - 4113

Yayımlandığı Resmi Gazete Tarihi - No: 27/06/1995 - 22326

Avrupa Birliği (AB) ile üyelik müzakerelerinin başlamasıyla birlikte 554sayılı endüstriyel tasarımların korunması hakkında kanun hükmünde kararnamenin yasalasması çalışmalarına hız veren Türk Patent Enstitüsü (TPE), tasarım kanunu taslagını 2005 yılında ilgili kurum ve kuruluşların görüşüne açtı. İkinci taslak, 2006 yılı başında TPE’de düzenlenen bir çalıştayda paydas temsilcilerine sunuldu.

Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu da taslagın değerlendirme sürecinde rol alan paydaslar arasındaydı. Taslak, geçtiğimiz Subat ayında TBMM’ye sunuldu.

Tescilli korumadan tescilli ve tescilsiz korumaya geçiş: Tescil sistemine ilişkin önemli bir değişiklik getiren taslak, tescilli tasarımların yanı sıra tescilsiz tasarımların da korunmasını düzenliyor. AB’nintasarımların korunmasına ilişkin topluluk tasarımı tüzüğüne benzer şekilde, tescilsiz tasarımların, Türkiye’de kamuya sunulmasından itibaren üç yıl süreyle kopyalamaya karşı korunması öneriliyor. Tekstil ve moda gibi sektörlerde geliştirilen tasarımların çok sayıda ve kısa ömürlü olması, ekonomimizde önem taşıyan bu sektörler açısından tescilli sistemin yeterince hızlı ve ekonomik olmaması, tescilsiz korumayı çekici bir seçenek haline getiriyor.

Tasarımcı olarak belirtilme hakkı: AB’nin topluluk tasarımı tüzüğü, tasarımcının kimliğini belirtmeden tescil başvurusu yapabilme seçeneği veriyor. Benzer düzenlemelerin aksine başvuruda tasarımcının kimliğini belirtmenin zorunluluk olmaktan çıkması, Avrupa Birliği’nde tasarım meslek örgütlerinin üretici firmalar karşısında yeterince varlık gösteremedigine işaret ediyor. Ülkemizdeki düzenleme, tasarımcının kimliğinin belirtilmesini bir hak olarak tanımlıyor ve eger başvuru sahibi tasarımcının kendisi değilse başvuru hakkının nasıl elde edildiğinin açıklanmasını da zorunlu tutuyor. TPE’nin hazırladığı ilk tasarım kanunu taslagı, bu açıdan, ne yazık ki AB’nin topluluk tasarımı tüzüğünü örnek almıştı. Eleştiriler dikkate alınarak taslakta değişiklikler yapıldı ve mevcut düzenlemede tasarımcılara sağlanan haklar taslagın son halinde de korundu. Yine de TBMM’de taslak üzerinde yapılacak değişikliklerin meslektaslar ve tasarım örgütleri tarafından bu konu açısından yakından izlenmesi gerekiyor.

Kamu düzenine veya genel ahlaka aykırılık incelemesi: Ülkemizdeki mevcut düzenleme, diğer birçok düzenlemede olduğu gibi kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı tasarımların korunmayacağı hükmünü içeriyor. Tasarım kanunu taslagı, AB’nin topluluk tasarımı tüzüğüne benzer şekilde, tescil başvurusu yayımlanmadan önce, başvuru aşamasında kamu düzenine veya genel ahlaka aykırılık incelemesinin yapılmasını öneriyor. Ne tür tasarımların kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı olabileceği sorusunun yanıtı yoruma açık, ancak hassas konuların siyasi ve cinsel olmak üzere iki alanda öbeklendiği söylenebilir. Nitekim tasarım kanunu taslagının gerekçesinde, bu incelemenin “uygulamada sıkıntılara yol açan bazı “başvuruların”

reddine imkan sağlayacağı belirtilerek, örnek olarak “terör örgütlerinin simgelerini içeren tasarımlar” gösteriliyor.

“İnsan duyuları ile algılanan” tasarımdan yalnızca görünüş olan tasarıma: Tasarım kanunu taslağı, tasarımın tanımına ilişkin de önemli bir değişiklik getiriyor. Mevcut düzenlemede tasarım, “insan duyuları ile algılanan” özellikler temelinde tanımlanıyor; taslakta önerilen tanım ise tasarımı görünüş özellikleri ile sınırlıyor.

Kaynak: Fatma Korkut, Radikal Tasarım Gazetesi, 4. Sayı

6. Yayınlar

6.1. Süreli Yayınlar

Tasarım konusunda yayınları incelemek, üniversite kütüphaneleri ve çok genç bir girişim olan Design Library dışında tasarım izleyicisinin tasarım kavramı ve örnekleriyle nasıl, hangi mecralarda bulunduğu tespit etmek amaçlıdır. İddialı bir girişim olan Tasarım Gazetesi dışında yayınların çoğu bu alana özel ilgi sahibinin takip edip, edineceği niteliktedir.

Aylık çıkan dergiler içinde Tasarım Dergileri daha çok “Ev-Dekorasyon” alt ayrımına yakın konumlanmaktadır. İstanbul merkezli basın yayın sektöründe büyük yayın gruplarının çıkardığı dergilerin yanında tasarımla ilgili dergiler, geniş ilgi alanına hitap etmeyen yayınlar çıkardığında uzun soluklu olamamakta, tasarım alanının çok çeşitli beslenmesinden kaynaklanan sebeplerden dolayı da meslek dergisi olarak ana referans olmamaktadırlar. Süreli yayın izleme alışkanlıklarına bakıldığında Türkiye genelinde özel dosyalar veya etkinliklerle entegre edildiğinde bu dergilerin tirajları 15000 civarına ulaşmaktadır.

Bu alanda ADesign İstanbul Design Week’in de öncüsü olan Adesign Fair ile 2000li yılların başında yayıncılık ve etkinlik yönetimini birleştirmiş böylece etki alanını genişletmiştir.

Icon özel alanda yabancı bir yayının Türkiye’ye gelme sürecinde yaşanabilecek deneyimleri yaşamıştır. Tasarımla ilgili çeşitli tartışmalar açarak misyonunu yürütmüş ve ne yazık ki noktalamıştır. Benzer bir şekilde yayın hayatına başlayan Frame de bu tartışmaları “Mimarın Mutfağı” aktiviteleriyle sürdürmektedir. XXI mimarlık tasarım dergisi yine özverili bir şekilde mimarlık kadar tasarım ve tasarım yönetimine yer vermektedir.

6.2. Tasarım Gazetesi

Kale Tasarım Merkezi’nin Radikal Gazetesi işbirliğinde çıkardığı Tasarım Gazetesi, tıpkı platformun kendisi gibi, tüm yaratıcı disiplinlere açık bir yayıncılık anlayışına sahiptir. Hayatın her alanını tasarım perspektifinden sorgulayan gazete, güncel, eleştirel ve yenilikçi bir dili benimsemektedir.

Tasarımın farklı alanlarında faaliyet göstermekte olan profesyonellerin katkılarıyla hazırlanan gazete, ürün tasarımından mimariye, modadan web tasarımına pek çok konudaki son gelişmeleri masaya yatırır. Radikal Tasarım Gazetesi aylık olarak yayımlanır.

6.3. Yayın Grupları

Aşağıda Tasarım yayıncılığı ile ilgili incelenen tüm örnekler hem İstanbul'un Türk tasarım dünyasındaki etkin konumu hem de basın dünyası ve özel sektörde bu alanlara ilgi gösteren şirketler sayesinde, eğitim kurumlarının yoğunluğu dikkate alınarak İstanbul'da faaliyet göstermektedirler.

6.3.1.1. *Tasarım Yayın Grubu*

Tasarım Yayın Grubu mimarlık, iç mimarlık, çevre düzenleme, endüstri ürünleri tasarımı, mobilya, grafik, fotoğraf dallarında süreli yayınlar ve kaynak kitapları bünyesinde bulundurmaktadır . Yayın hayatına "Tasarım" adlı mimarlık dergisi ile 1989 yılında atılan Tasarım Yayın Grubu, 1992 yılında "Mutfak&Banyo Dekorasyon", 1994 yılında "Villa Dekorasyon", 2005 yılında Türkiye'deki ilk iç mimarlık dergisi olan "B.O.B", 2008 yılında dünyaca ünlü dekorasyon dergisi "Frame", Türk mimarlarına adanmış monografik dergi "Pro Designer" ve son olarak mimarlara yönelik malzeme dergisi "e-Malzeme" ile tasarım dünyasına yönelik yayımlarına devam etmektedir. Web sitesi ile de hayli iddialı olan e-malzeme dergisi, internet yayıncılığına örnektir.

20 yıldır faaliyette olan Tasarım, mimarlık kitapları ile de öğrencilere, akademisyenlere ve konusunun profesyonellerine hizmet sunmaktadır. Tasarım Yayın Grubu, yurtdışında yayınlanan mimari, iç mimari, endüstriyel tasarım, fotoğraf, hobi ve sanat kitaplarını ülkemize getirerek, yaklaşık 2800 kitabın satışını, PageOne, Daab, LINKS, TeNeues gibi yayınevlerinin dağıtımını üstlenmektedir.

6.3.1.2. *YEM Kitabevi*

YEM Kitabevi, Türkiye'nin Mimarlık, Tasarım, Kültür, Sanat ve Şehircilik alanlarında uzmanlaşmış tek kitabevidir.

YEM Kitabevi aynı zamanda, sayısı 150'ye yaklaşan Mimarlık, Tasarım ve Sanat kitaplarıyla mesleki yayıncılık alanında önemli bir boşluğu dolduran YEM Yayın'ın kitaplarının satış ve dağıtımını üstlenmektedir. Kişi ve kurumlara kütüphane kurulumu, üniversitelerde ve sektörel etkinliklerde gezici sergiler düzenlenmesi, kitap toptan satış ve dağıtımını ve online satış gibi hizmetlerle de okuyucularına servis vermektedir.

7. Sektörün Güçlü ve Zayıf Yönleri

Türk Tasarım Konseyi'nin Tasarım Danışma Kurulu ülkemizde genel olarak tasarıma yönelik yetkinlik ve geliştirmeye açık alanların tespitine yönelik bir çalışmayı, yukarıda kurulu üyelerini sıralarken belirttiğimiz katılımlı perspektiften gerçekleştirmiştir.

Stratejik planlamanın önemli unsurlarından GZFT– Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler (SWOT) analizi eylem planlarına yönelik hedeflerin geliştirilmesi için temel niteliğindedir. Buna göre Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı

taslağında¹³ yer alan güçlü ve zayıf yönler aşağıdaki gibi sıralanmıştır (TPE, 2010).

Ülkemizin tasarım alanındaki güçlü yanları temel olarak aşağıdaki alanlarda yoğunlaşmaktadır:

- Genç nüfus ve insan kaynağı potansiyeli
- Yaratıcılık potansiyeli
- Girişimcilik
- Tarihi ve kültürel zenginlik

Bununla birlikte tasarım alanında zayıf yanlar da aşağıdaki ana başlıklar altında toplanmaktadır:

- Bilinç eksikliği
- Eğitim sorunları ve tasarım kültürü eksikliği
- Teşvik ve finansman sorunları
- Politika ve planlama eksikliği
- İşbirliği ve koordinasyon alanındaki sorunlar
- Tanıtım eksikliği
- Mevzuat sorunları

Strateji Belgesi çalışması kapsamında belirlenen zayıf yanların güçlendirilmesi için katılımcılar tarafından çözüm önerileri sunulmuş ve bu öneriler ana başlıklar itibariyle Strateji Belgesi kapsamında detaylı olarak sunulmuştur. (bkz. Ek2)

Belirli başlıklar altında belirlenen problem alanlarına göre,

1. Mevzuat
2. Teşvik ve Finansman
3. Eğitim ve Kültür
4. İşbirliği ve Koordinasyon
5. Bilinçlendirme ve Tanıtım

konularında gruplar oluşturulmuş ve katılımcılar kendi istekleri ve çalıştığı alanlar doğrultusunda bu gruplara katılım sağlayarak grup çalışmaları yürütülmüştür.

¹³ Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı'nın taslak hali Ağustos 2010 tarihinde eğitim ve araştırma amaçlı olarak Türk Patent Enstitüsü tarafından yazarla paylaşılmıştır. Raporun son hali kamuya paylaşılan kadar alıntılarda "taslak" haliyle geçmesi önemlidir.

8. Sonuç ve Politika Önerileri

Yukarıda istatistiki sayılarla fikri mülkiyet hakları konusundaki gelişmeler sunulsa da uzman görüşlerine göre Türkiye’de tasarımla ilgili en büyük sorunların başında ülkemizde oturmuş “Taklitçilik Kültürü” ve Sanayi Politikası eksikliği gelmektedir. Aynı zamanda bu sanayi politikasının oluşturulmasında çoklu bakış açısı, vizyoner ve lateral düşünme yeteneği artık maliyet avanağı peşinde koşamayacak Türkiye’yi katma değerli üretim ve bu alanda genç nüfusa istihdam yaratılması konusunda farklılaştırılacaktır. Malzeme bilgisi, bütünleşik pazarlama faaliyetleri, tasarım yönetimi gibi artık disiplinlerarası konularda da eğitim alan tasarımcıların bu politikadan yararlanması için 3 Eylül 2009’da Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiş; Türk Tasarım Danışma Konseyi önemli bir atılımdır.

Çalışma grupları genel amaca ulaşmak için her bir problem alanına ilişkin olarak beş hedef belirlemiştir: (TPE, 2010)

1. Tasarım faaliyetleri ile ilgili mevzuatı, tasarım sektörünün ve iş dünyasının ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde uluslararası standartlara uyumlu hale getirmek ve uygulamaları etkinleştirmek
2. Tasarım ile ilgili destekleri çeşitlendirilmek ve etkinliğini arttırmak
3. Tasarım duyarlılığını eğitimin bütün aşamalarına yaygınlaştırmak ve insana ve çevreye duyarlı, katma değeri yüksek tasarımlar yapabilecek yetkinlikte tasarımcılar yetiştirmek
4. Türkiye'deki tasarım dünyasına ait sanayici, eğitimci, meslek örgütü gibi farklı aktörler arasında ortak mutabakatı sağlamak için kurumlar arası iletişim ve işbirliği eksikliklerinin giderilmesi amacıyla yerel, ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyetlerde bulunma
5. Toplumda ve sanayide tasarım farkındalığını artırmak.

Bu çalışma katma değer kavramının özellikle ekonomik durgunluk ve kriz ortamında bir çözüm olacağını ve Türkiye demografik avantajlarını değerlendirme eğitimindeki hükümetin bu önemli konuya eğilmesiyle gerçekleşse de hem doğru paydaşlandırma (yani gerçekten stratejik açılım sağlayacak tüm tarafların katılımı) hem de çalıştay çıktılarının gerçekleştirilebilir eylem planlarına dönüşümü asıl çıktıları sağlayacaktır.

Yakın gelecekte,

- fikri mülkiyet,
- envanter,
- altyapı,
- girişimcilik desteği,
- insan kaynağı destek programları,
- üreticinin eğitimi (tasarım katma değerini anlama ve brief verme, tasarımcısının adına da kendi markası kadar sahip çıkma)

konularındaki gelişmeler sanayinin üretimle ilgili kısır döngüden çıkması için izlenmesi gereken unsurlar olacaktır. Geçmişte politik nedenlerle

engellenen bazı örnekler (Anadol, Devrim, Anadol Böcek-Jan Nahum tasarımı-) girişimlerin sürekliliği konusunda paydaşları da sorumlu kılmaktadır.

Türkiye'nin genelinde endüstriyel tasarımla ilgili yapılan bu analiz sürece dahil olan tüm paydaşların aktif katılım ve desteğini gerektirmektedir. İstanbul gibi bir dünya şehrinin son döneminde birçok girişimi uluslararası yaratıcı alanda anılmaktadır.

Aşağıdaki unsurlar yapılan analiz sonunda yakın gelecekte üzerine eğilimesi gereken noktalar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Politika bazlı eylem önerileri:

- İstanbul'da özel sektörün kümelenmesinden de kaynaklanan özel durumdan dolayı hem kamu hem de yerel yönetimin tasarım ve üreticinin buluşması ile ilgili dünya modellerini incelemesi;
- KOBİ'lerin tasarımcılarla buluşmasını sağlayacak İngiltere'de gerçekleştiği gibi know-how transferinin şirket içine tasarım danışmanları getirerek kurgulanan modellerin geliştirilmesi (Ward ve Dekker, 2009),
- Turquality projesinde markalaşma konusuyla ilişkili tüketim boyutunun yanında Türk tasarım danışmanlarının daha aktif kullanılması ve Design Turkey gibi ortamlarla üretimle bağlantı kurulması,
- Kümelenme içinde Galata dahil Haliç içinde tasarım ve tasarımcıyı destekleyecek teşvik ve muafiyet mekanizmalarının kurulması (Serbest bölge, vergi muafiyeti, Haliç'in şu anda kullanılmayan eski endüstri merkezlerinde tasarım- üretici buluşmaları gibi)

İstanbul'un bu birikimi oluşturma ve yayma konusunda çok doğru bir kent olması, yabancı tasarımcılar ve tasarım izleyicilerinin yanında Hollanda ve İtalya gibi tasarım ekolleri oluşturmuş ülkelerin şehre gösterdikleri ilgiden bellidir.

Kaynakça

- Alpay Er, F. K. (2003). U.S Involvement in the Development of Design in the Periphery: The Case History of Industrial Design Education in Turkey between 1950-70's. *Design Issues* , 17-36.
- Antonia Ward, J. D. (2009). Managing Design in SMEs. *Design Management Review*, 47-53.
- Bas, G. (2010). *Oppurtunities and Obstacles for Dutch Industrial Design Services in Turkey*. Amsterdam: Designlink.
- (2000). *Design*. London: Department of Culture, Media, Sport.
- Enstitüsü, T. P. (2010). *Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı Taslağı*. Ankara: TPE.
- Evren, Y. (2010). *İstanbul Kültür Envanteri: Mücevher Tasarımı ve Kuyumculuk*. Ankara: TÜBA.
- Gülay Hasdoğan, S. E. (2010). *Design Turkey 2008 Endüstriyel Tasarım Ödülleri: Ödüllü Tasarımlar*. Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı.
- Güneş, S. (2008). Kalkınma ve Gelişme Stratejilerinde Endüstriyel Tasarım Disiplinin Yeri: Yenilik, Ar-Ge ve Teşvikleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi* , 64-76.
- Hasdoğan, G. (2009). The Institulization of Industrial Design Profession in Turkey: Case Study: The Industrial Design Assosiation of Turkey. *The Design Journal* , 311-337.
- Hasdoğan, G. (27 Mayıs 2008). *TPE Sunumu*. Ankara: ETMK.
- Hasdoğan, G. (2011). Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Sektörünün Gelişme Trendleri ve İstanbul’un bu Gelişmedeki Konumu. Y. E. Zeynep Enlil (Dü.) içinde, *Yaratıcı İstanbul*. İstanbul.

Ekler

Ek 1: Turquality Kapsamında Tasarım Danışmanlığı Vermek İçin Yetkilendirilmiş Türk Firmaları:

2006/4 Sayılı Tebliğ'e ilişkin Uygulama Usul ve Esaslarının 51. maddesi b bendine göre yetkilendirilmiş danışman firmalar:

Yetkilendirilmiş firmaların çoğu yabancı menşei olan firmalardır. Bu firmaların İstanbul'da merkezi olanları aşağıda sıralanmıştır. Yukarıda belirtildiği gibi Tasarım Danışmanlığı alanında yer alan 34 firmanın çoğu uluslararası kökenlidir. İstanbul bazlı firmalara baktığımızda listenin her üç kategorisinde de az sayıda temsil edilmektedirler.

1.Grup Danışmanlık Firmaları

Ünvan	Yetkilendirildiği Alan
Arzu Kaprol - Moda Tekstil Tasarım Dan. San. Tic. Ltd. Şti.	Tasarım Danışmanlığı

2.Grup Danışmanlık Firmaları

Ünvan	Yetkilendirildiği Alan
İdil Tarzi - Ömta Ltd.Şti.	Tasarım Danışmanlığı
MG Tasarım ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.	Tasarım Danışmanlığı
Orhan Irmak Tasarım San.ve Tic.Ltd.Şti.	Tasarım Danışmanlığı
Tasarım Üssü Proje Danışmanlık Ltd. Şti	Tasarım Danışmanlığı

3.Grup Danışmanlık Firmaları

Ünvan	Yetkilendirildiği Alan
İnfotron Elektronik ve Bilgisayar Sistemleri Üretim ve Ticaret A.Ş.	Tasarım Danışmanlığı
Vena Tasarım Reklamcılık Danışmanlık Tic.Ltd.Şti.	Tasarım Danışmanlığı

Ek 2: Tasarım Danışma Konseyi'nin hazırladığı Strateji Belgesi SWOT Analizi ve Önerileri (Ağustos 2010 versiyonu)

1.1. GÜÇLÜ YANLAR

- 1 Nüfus potansiyeli
- 2 Jeopolitik konum avantajı
- 3 Ülkemizin özel konumu
- 4 Genç, çalışkan, istekli, başarıya ihtiyacı olan bir neslin varlığı
- 5 Tarihi miras ve kültürel zenginliğimiz
- 6 KOBİ ağırlıklı ekonomi
- 7 Komşularla yakın ilişkiler ve vizesiz seyahat imkânı
- 8 Herkesten daha istekli ve ihtiyaç sahibi olmamız
- 9 Tasarım bilincinin hızlıca yer edinmeye başlaması
- 10 Nitelikli genç tasarımcı sayısı
- 11 Tasarım duyulan ekolojik ihtiyaç
- 12 Dünyada belirli sektörlerde tanınmış olmamız
- 13 Devlet desteği
- 14 Tarihi geçmişteki mimari, hat vb. alanlardaki deneyim ve başarılarımız
- 15 Türk girişimcilik ruhu ve kıvrak zekâsı
- 16 Ülkemizin gelişen ülkeler arasında olması
- 17 Türk tasarımcısı - Türk sanayicisi işbirliği
- 18 Girişimcilik ruhu
- 19 Üretim
- 20 Mecburiyet

1.2. ZAYIF YANLAR

Mevzuat

- 1 Yasal mevzuatın tamamlanmamış olması (2) *
- 2 Bürokratik engeller
- 3 Yasal düzenlemelerin zaman alması
- 4 Yasal ve idari alt yapı istekliliği

- 5 Tasarım üretimini koruyan altyapının olmaması (1)
- 6 Taklitçiliğin yasal yaptırımının olmaması (1)

Eğitim ve Kültür

- 1 Yaratıcılık eğitimindeki eksiklikler, yaratıcı düşünceyi geliştiren eğitim sisteminin olmayışı (12)
- 2 Taklit Kolaylığı (1)
- 3 Zihniyet kalıplarımız (2)
- 4 Özgüven Eksikliği
- 5 Toplumsal eğitim düzeyimizin yetersizliği
- 6 Taklit eğilimi
- 7 Mesleki eğitimin yetersizliği (1)
- 8 Genç tasarımcıların yetişmesi bakımından eğitim eksikliği
- 9 Yaratıcı fikirlere toplumsal bakış
- 10 Eğitim ve Kültür (2)
- 11 Tecrübesizlik, tasarım geleneğinin çok yeni olması (1)
- 12 Plansız kurulan eğitim programları (2)
- 13 Eğitim imkânının yetersizliği
- 14 Tasarım kültürünün eksikliği (1)
- 15 Eğitimin yeterli nitelikte olmaması (1)

Bilinçlendirme

- 1 Bilinç eksikliği (1)
- 2 Tasarım ve tasarımcının öneminin Türkiye'de sanayi tarafından yeteri düzeyde anlaşılabilmesi (1)
- 3 Bilincin yaygın olmaması
- 4 Kendi fikirlerimizde inat etme
- 5 Umursamazlık
- 6 Geç kalmışlık
- 7 Değişen kafa yapısıyla aksiyon
- 8 Tasarım bilincinin toplumda ve sanayide yeterince oluşmaması (9)

- 9 Yaratıcı fikre değer verilmemesi
- 10 Tasarımın yeterince benimsenmemesi
- 11 Değişmesi gereken kafa yapısı

** Parantez içerisindeki sayılar ilgili maddenin katılımcılardan önem derecesine göre aldığı oy sayısını göstermektedir.*

- 12 Tasarımcıya güvensizlik
- 13 Tasarımın teknik kavram olarak görülmemesi
- 14 Okumaya olan ilgi azlığı
- 15 Uzun vadede sağlanacak üst düzey getiriye önem vermemek
- 16 Tasarımın önemine inanmamak (2)
- 17 Özgüven eksikliği
- 18 Bilinç ve zihniyet (1)
- 19 Taklit kolaylığı
- 20 Mevcutla yetinme düşüncesi
- 21 Öncelikle ticari açıdan değerlendirme
- 22 Tasarımın sanayi ve halk tarafından doğru ve yaygın tanınmaması

Teşvik ve Finansman

- 1 Kaynak tahsisinde yetersizlik
- 2 Destek politikalarının etkin ve yaygın olmaması
- 3 KOBİ'lerin finansman zaafı (1)
- 4 Finansman zorlukları
- 5 Teşvik mekanizmalarının yetersizliği (2)
- 6 Ticari kaygı (2)
- 7 Risk sermayesinin eksikliği

Politika ve Planlama

- 1 Sanayileşme sürecinde geç kalma (1)
- 2 Kurumsallaşma (2)
- 3 Devlet politikası eksikliği

- 4 Tasarım politikalarının eksikliği (1)
- 5 Strateji oluşturmama
- 6 Uzun vadeli planlama ve uygulama zaafı (3)
- 7 Tasarımla ilgili ülke politikası olmaması (1)
- 8 Askeri ve sivil bürokrasi

İşbirliği ve Koordinasyon

- 1 Koordinasyon kopukluğu
- 2 Tasarımcı - sanayici işbirliği yapılmaması
- 3 Tasarımın üretim sürecine taşınmaması (7)
- 4 Ortak çalışma kültürümüzün olmaması (3)
- 5 Üniversite sanayi işbirliğinin yeterli düzeyde olmaması
- 6 Toplumun bütünü yerine konulara bireysel yaklaşmak, işbirliğinden kaçmak

Tanıtım

- 1 Global tanıtım politikalarının eksikliği (1)
- 2 Markalaşma eksikliği
- 3 Mesleki tanınırlık
- 4 Medya (1)

Diğerleri

- 1 Dışa bağımlılık

1.3. ÖNERİLER

Mevzuat

- 1 Firmaların yerli tasarımcılar ile çalışması teşvik edilmeli
- 2 657 sayılı DMK'da meslek olarak belirtilmek (5)
- 3 Sanayi ürünlerinde tasarımcı imzası aranması, bu durumun yasal mevzuata dönüştürülmesi
- 4 Tasarım mevzuatının düzenlenmesi (4)

- 5 Bakanlıklar, ticaret odaları ve yerel yönetimlerin tasarım danışmanı çalıştırılmasını şart koşması
- 6 Tasarımcı haklarının yasal düzenlemelerle oluşturulması
- 7 Tasarım tescilinin kolay hale gelmesi (1)
- 8 Teşvik edici sicil sistemi (1)
- 9 Tasarımcıların örgütlenme organizasyonu
- 10 Etkin ve uygulanabilir mevzuat ve kurumsal organizasyon (1)

Eğitim

- 1 Tasarımda görselliğin ötesine geçerek mühendislik ve diğer unsurları dikkate almak (1)
- 2 Üstün yetenekli öğrencilerin tasarım alanına yönlendirilmesi (1)
- 3 Tasarımla ilgili mesleki eğitimin artırılması (2)
- 4 Toplumsal yaratıcılığı geliştirmeye yönelik örgün/yaygın eğitim programları uygulamak
- 5 Tasarım ve inovasyon dersinin ilkokuldan başlayarak zorunlu hale getirilmesi (2)
- 6 Okul öncesi dönemden başlayan yaratıcılık eğitimine önem verilmesi (1)
- 7 Kaliteli ve geliştirilebilen eğitim
- 8 İlk ve orta öğrenimde tasarım odaklı eğitim
- 9 Okullardaki teknoloji tasarım dersine önem verilmesi (4)
- 10 Sektörel tasarım okullarının açılması (6)
- 11 Eğitim planlaması yapılması
- 12 İlköğretimden başlamak
- 13 Mesleki eğitimde sistematik yaklaşım belirlenmesi (6)

Finansman ve Teşvik

- 1 Tasarımın üretime geçirilmesi için destek verilmesi (1)
- 2 Sektörel destek mekanizmaları oluşturulması (1)
- 3 KOBİ'lere tasarım ve ürün geliştirme desteklerinin verilmesi (5)
- 4 Yaratıcı fikrin çoğalması için teşviğin artması ve vergilerin azalması
- 5 Tasarım eğitimine mali destek
- 6 21.yy gerçeklerinin bizi teknolojik alanda öne çıkmaya mecbur etmesi
- 7 Tasarım projelerini gerçek ürüne dönüştürecek risk sermayesine destek (1)
- 8 Patent başvurularına verilen desteklere benzer tasarım tescilleri için destekler verilmesi
- 9 Her sanayi sektörü için yılda en az 10 tasarım yarışması düzenlenmeli ve katılanların tümüne destek verilmeli (5)

- 10 Daha çok kaynak ayırma
- 11 Türk tasarımcı istihdamının sanayide teknik ve yönetici düzeyinde teşvik edilmesi (1)
- 12 Tasarımın teşvik edilmesi (1)
- 13 Özgün ürün geliştirmenin şirket değerlendirmede bir parametre olarak alınması (1)
- 14 Tasarımcının değil, tasarım markalarının finansal olarak desteklenmesi (1)
- 15 Etkin bir teşvik sistemi kurulması
- 16 Öncelikli sektörlerin belirlenmesi (1)
- 17 Eğitime yönelik destek mekanizmalarının geliştirilmesi, özel sektörün yatırımının sponsorluğunun devlet tarafından teşvik edilmesi

Bilinçlendirme

- 1 Tasarıma talep yaratılması (1)
- 2 Bilincin artırılması için ilköğretimden başlayarak eğitim verilmesi ve medyanın etkin kullanılması
- 3 Toplum hedefleyen "tasarım tutundurma" faaliyetleri
- 4 Kültürel zenginliğimiz ve girişimci genç nüfus potansiyeli
- 5 KOBİ'lerde tasarım konusunda konuya hakim kişilerce eğitim programları düzenlenmesi (1)
- 6 Sanayi ve toplumu tasarım konusunda tüm medya kaynakları üzerinden bilgilendirmek
- 7 Bilinçlendirme çalışmaları (1)
- 8 Taklit etmeyelim (1)
- 9 Özel sektörde tasarım departmanlarının oluşturulması ve bu departmanlarda nitelikli yöneticilerin istihdam edilmesi
- 10 Farklılaşma

Araştırma

- 1 Türk tasarım dünyasının envanterinin çıkarılması (5)
- 2 Tasarımla ilgili yayınlara önem verilmesi
- 3 Türkiye'nin tasarım kültürünü ve bilgi birikiminin kayıtlanması, Türkiyeli tasarımcıların tanıtımı

İşbirliği ve Koordinasyon

-
- 1 Bakanlıklar ve Türk Tasarım Danışma Konseyi işbirliği (KOBİ'lerle birlikte stratejilerin geliştirilmesi bakımından) (1)
 - 2 Bakanlıklar ve Türk Tasarım Danışma Konseyi işbirliği (Yurtdışına açılım bakımından)
 - 3 Tasarım konusunda faaliyet gösteren ara yüzlerin desteklenmesi (3)
 - 4 Bu konuda kendisini kanıtlamış ülke ve uluslararası kuruluşlarla her türlü işbirliğini geliştirmek
 - 5 Siyasi iradenin tasarım konusunda oluşumunu sağlamak
 - 6 Sanayi - üniversite ve tasarım kuruluşlarının ortak çalışması (5)
 - 7 Eğitim kurumları, kamu kuruluşları, tasarımcılar, dernekler, sivil toplum kuruluşları ve sanayici işbirliği ve koordinasyonunu sağlayan proje ve eylemler
 - 8 Tasarımcılar arası işbirliği için her yıl tasarım kongresi (sempozyumu) yapılmalı
 - 9 Kamu özel sektör ve ilgili üniversitelerin etkin işbirliğini kurumsallaştırmak

Tanıtım

- 1 Sanayide başarı örnekleri yaratılmalı (2)
- 2 Medya aracılığıyla bilgilendirmeler yapılması
- 3 Basın yayın yoluyla tasarım/endüstriyel tasarım /ürün tasarımı farklarını ayırt ederek halkı ve sanayi sektörünü bilgilendirme (1)
- 4 Zihniyet dönüşümü için önce tasarım kelimesinin dolaşıma sokulması
- 5 Tasarım ürünlerinin daha geniş kitlelere tanıtılması için konsept mağazalar açılmalı
- 6 Modern tanıtım unsurlarının planlı bir biçimde kullanılması
- 7 Devlet eliyle ve ETMK işbirliğinde Tasarım/Ürün Tasarımı tanıtım merkezleri kurulması
- 8 Rekabetin yaratıcılığı güdüleme etkisinden yararlanmak için uluslararası eğitim, sanat ve bilimsel etkinlikler düzenlenmelidir
- 9 Çok ortaklı bir iletişim yayın organizasyonu (1)

Yapılanma

- 1 Alt Tasarım Komisyonu Atölyesi kurulmalı (Sektör bazlı / odalarda, derneklerde, sanayi bölgelerinde)
- 2 Tasarım köyü kurulması (4)
- 3 Genel disiplinlerde (ambalaj vs) Tasarım Ar-Ge Akademisi oluşturmak (2)
- 4 Esnek bir yapıda çalışan, tasarım kültürü ve tanıtımına odaklanmış "Tasarım Destek

Merkezi" oluşturulmalı (1)

5 Tasarımcıyı doğru yönlendirecek tasarım yöneticileri olmalı (1)

6 Tasarımcıların çalışmalarının kurumsallaştırılması(3)

Ek 3: Tasarım Danışma Konseyi'nin hazırladığı Strateji Belgesi Eylem Planı
(Ağustos 2010 versiyonu)

HEDEF -1

“Tasarım faaliyetleri ile ilgili mevzuatı, tasarım sektörünün ve iş dünyasının ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde uluslararası standartlara uyumlu hale getirmek ve uygulamaları etkinleştirmek”

Öncelikli Faaliyetler

1. *Tasarımcılığın bir meslek statüsü olarak tanımlanması için gerekli düzenlemelerin yapılması*
2. *Tasarımcıların Anayasada belirtildiği şekilde Kamu Kurumu niteliğinde Meslek Kuruluşu kapsamında örgütlenmelerinin sağlanması*
3. *Tasarımların Korunması Hakkında Kanun tasarısının TBMM Genel Kurulunda görüşülmesinin sağlanması*
4. *Mevzuatın uygulanması ile ilgili idari ve teknik altyapının güçlendirilmesi*
5. *Tasarım faaliyetlerinin vergi mevzuatında istisna ve muafiyetler kapsamında değerlendirilmesi*

HEDEF -2

“Tasarımla ilgili destekleri çeşitlendirilmek ve bu desteklerin etkinliğini arttırmak”

Öncelikli Faaliyetler

1. *Türk tasarımının markalaşmasına yönelik teşvik sisteminin düzenlenmesi için tasarım yöneticileri ve tasarımcıların istihdamının desteklenmesi*
2. *Tasarım alanında yüksek öğrenim görmüş tasarımcı gençlerin tasarım ofisi kurmalarını destekleyen mekanizmaların geliştirilmesi*
3. *Tasarım ofislerinden alınacak tasarım hizmetlerinin desteklenmesi*
4. *Ulusal ve uluslararası tasarım yarışmalarında ödül alan tasarım firmalarının, söz konusu yarışmalara katılım ve alınan ödül giderlerinin desteklenmesi*
5. *Tasarım kültürünün artması için gerçekleştirilecek tasarım yarışmalarının düzenlenmesinin ve desteklenmesinin sağlanması*
6. *Tekno-girişim desteğinin, yenilikçi tasarım projelerini de kapsayacak şekilde genişletilmesi*
7. *KOBİ'lerde yenilikçi tasarım projelerinin gerçekleştirilerek bu projelerin ticaretleştirilmesinin desteklenmesi*
8. *Tasarım faaliyetlerinin destek ve teşvik kapsamına alınması*
9. *Tasarım faaliyetleri kapsamında eğitim, danışmanlık, tanıtma ile tescil ve koruma giderlerinin desteklenmesi*

HEDEF -3

“Tasarım duyarlılığını eğitimin bütün aşamalarına yaygınlaştırmak ve insana ve çevreye duyarlı, katma değeri yüksek tasarımlar yapabilecek yetkinlikte tasarımcılar yetiştirmek”

Öncelikli Faaliyetler

1. *Okul öncesi eğitimdeki yaratıcı faaliyetlerin ne kadar yaygın olduğunun ve ne ölçüde etkin olduğunun araştırılması*
2. *İlköğretimdeki teknoloji ve tasarım dersinin müfredatının gözden geçirilmesi, ders dışı yaratıcı etkinliklere yer verilmesi*
3. *Güzel Sanatlar ve Meslek Liseleri başta olmak üzere orta öğretimde yaratıcılığı ve tasarımı teşvik edici çalışmalar yapılması*
4. *İlköğretim, lise, üniversite öğrencileri arası tasarım yarışmalarının artırılması*
5. *İki yıllık Meslek Yüksek Okullarının tasarım bölümlerinin müfredatının ve programların gözden geçirilmesi*
6. *Tasarım alanında yeni açılacak ve mevcut bölümlerin lisans programlarında müfredat ve eğitim kadrosu açısından asgari kriterlerin belirlenmesi*
7. *Mevcut lisans programlarının eğitim kalitesinin tespit edilmesi, akreditasyon sistemi ve kalite birimi kurulması*
8. *Türk tasarım envanteri için veri tabanı oluşturulması ve edebiyat oluşturacak araştırma merkezleri kurulması*
9. *Mesleki ortaöğretimde tasarım derslerinin ağırlığının artırılması*

HEDEF -4

“Türkiye'deki tasarım dünyasına ait sanayici, eğitimci, meslek örgütü gibi farklı aktörler arasında ortak mutabakatı sağlamak için kurumlar arası iletişim ve işbirliği eksikliklerinin giderilmesi amacıyla yerel, ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyetlerde bulunmak”

Öncelikli Faaliyetler

1. *Tasarım haftaları organize edilmesi (endüstriyel tasarım, grafik tasarım, tekstil ve moda tasarımı)*
2. *Farklı alanlarda tasarım yarışmalarının organize edilmesi*
3. *TRT'nin tasarımla ilgili yapımlar hazırlaması, konuyla ilgili yayımlara yer vermesi*
4. *Ulusal ve uluslararası çalıştaylar düzenlenmesi, uluslararası tasarım kuruluşları ve konseyleriyle kamu ve özel sektör kuruluşlarının ilişkilerinin geliştirilmesi, işbirliğiyle yapılacak çalışmaların desteklenmesi*
5. *Üçer aylık dergi ve bültenler şeklinde süreli yayınların hazırlanması*

6. *Türkiye’de ciddi bir şekilde boşluğu hissedilen tasarıma dönük akademik yayınların çeşitlendirilmesi, konu ile ilgili teorik ve uygulamaya dönük araştırmaların kamuya sunulması amacıyla bir akademik derginin yayınlanması*
7. *Sanayi ile yerli/yabancı tasarımcının bir araya getirilerek ortak projeler geliştirilmesi*
8. *Yılda 1 defa Türkiye’de uluslararası Tasarım Festivali ve Kongresi düzenlenmesi*

HEDEF -5

“Toplumda ve sanayide tasarım farkındalığını arttırmak”

Öncelikli Faaliyetler

1. *Başarı öykülerinin medya aracılığı ile yaygın bir şekilde duyurulması*
2. *Tüm sektörlerde iyi örneklerin sınıflandırılarak sunulması, Design Turkey’in uluslararası bir etkinliğe dönüştürülmesi*
3. *Tasarımın medyanın gündemine taşınması*
4. *Verimli tasarım yöntemi sürecini aktarmak için OSB’lerde etkinlikler düzenlenmesi*
5. *Tasarım hikâyesi üzerine belgesel çekilmesi*
6. *Tasarım mağazaları açılması*