

0048

MÜSİAD YAYINLARI-31

İhracatta
Avrupa
Birliği
Standartları
ve
Türkiye'nin
Bu
Standartlara
Uyumu

Dr. Zübeyde Öktem



MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

İHRACATTA
AVRUPA BİRLİĞİ (AB)
STANDARTLARI VE TÜRKİYE'NİN
BU STANDARTLARA UYUMU

DR. ZÜBEYDE ÖKTEM

Temmuz
1998



MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ
Mecidiye Cd. Cansızoğlu İş Merkezi 7/50-51 Mecidiyeköy-İstanbul
Tel: (0.212) 213 61 00 - 213 61 01 Fax: (0.212) 213 78 90 - 216 01 42

ISBN 975-7215-25-2

İç Düzen
Sıra 532 51 79

Baskı
Eksen 577 09 17

Her hakkı mahfuzdur.
Bu eserden ancak MÜSİAD'ın
izni alınmak veya MÜSİAD
kaynak gösterilmek suretiyle
alıntı yapılabilir.

Sunuş

Günümüzde uluslararası ticaret ve sanayi ilişkileri sınır tanımaz boyutlara ulaşmıştır. Ülke ekonomileri iç pazarlarla yetinmemekte, dış pazarlara göre kendine yön vermektedir.

Sanayinin çevreye ve insan sağlığına olan etkileri, insanları tabiat ve insanla barışık üretim yöntemleri arayışına sevk etmiştir. Bu da sürdürülebilir ekonomik büyüme olgusunu ortaya çıkarmıştır. Yani tabiatı tahrip etmeden gelişmenin yolları aranmaktadır.

Gerek çevre ve insan sağlığı, gerekse dış pazarların kalite açısından beklentilerine cevap verme amacına yönelik olarak, ülkeler sanayi ürünleri için belirli standartlar koymakta ve bunun sonucu kurumlar ve ölçüler ortaya çıkmaktadır.

Büyük bir dışa açılma potansiyelini içinde taşıyan Türk sanayi ve ticareti dış pazarlarda ve özellikle Avrupa'da oluşan bu sıkı standart politikalarıyla karşı karşıya bulunmaktadır. Türkiye'de TSE kurumlarıyla iç standartlar ortaya konmaktadır. Fakat özellikle Avrupa Birliği (AB) ülkeleri, kendi standartlarına uygunluğu esas almaktadır.

Dış ticaretimizin yüzde ellisi AB ülkeleriyle yapılmaktadır. Bu açıdan, AB standartlarının bilinmesi ve uygulanması büyük önem taşımaktadır.

Elinizdeki kitap bu amaca yönelik olarak hazırlandı. Standartların nasıl oluştuğu, AB standartları ve kurumları ile Türkiye'nin bunlara uyumu konularında gerekli bilgileri veren eseri yararlı olması dileğiyle dikkatlerinize sunuyoruz.

Eseri titiz bir çalışmayla ortaya koyan Dr. Zübeyde Öktem'e teşekkür ediyoruz.

Saygılarımla,



Erol Yarar

MÜSİAD Genel Başkanı

Önsöz

Günümüzde teknolojik gelişmelerle yaşanan hızlı değişimler, dünya pazarlarının benzeşmesi, ticari entegrasyonların artması, korumacılık yöntemlerinin şekil değiştirmesi vb. gibi sebepler pazarlama stratejilerini de çok yakından ilgilendirmekte ve etkilemektedir. Son yıllarda, özellikle pazarlama faaliyetleri, ürün/hizmet kalite standartları konusunda uluslararası kurallara uyum açısından, yönlendirilmesi ve önemle ele alınması gereken faaliyetler olarak algılanmaktadır.

İhracat pazarlamasında uluslararası kuralların ve standartların önemini, gelişmeleri ve yaşanan sorunları pazarlama açısından incelemek ve sonraki çalışmalara ışık tutabilmek, bu çalışmanın amacı olmuştur.

Söz konusu çalışmayı yapabilmek için İstanbul'da öğretim yapan devlet ve vakıf üniversitelerinde literatür taraması yapılmıştır. Aynı çalışma Cenevre, Birleşmiş Milletler Kütüphanesi'nde bizzat gidilerek yapılmıştır. Yine bu çalışmalar, konuyla ilgili kurumlarda (TSE, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatçı Birlikleri vb. gibi) yüz-yüze yapılan görüşmelerle her türlü kaynağa ulaşılmaya gayret edilerek, tamamlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmamda büyük desteklerini gördüğüm değerli hocalarım Prof. Dr. Tunç Erem'e ve Prof. Dr. Ömer Baybars Tek'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca, çalışmam boyunca bana anlayış gösteren eşim Mutlu Öktem'e de teşvik ve sabrından dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Dr. Zübeyde Öktem

*Marmara Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bahçelievler*

İçindekiler

ÖNSÖZ	5
I- İHRACATIN ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ YERİ VE ÖNEMİ	9
II- ULUSLARARASI PAZARLAMADA STANDARDİZASYON VE KALİTE	21
A. 1- ULUSLARARASI PAZARLAMADA STANDARDİZASYON	21
a) Mikro Pazarlamada Standardizasyon ve Standardlar	21
b) Makro Pazarlama Açısından Standardlar	23
c) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyon'u Gerektiren Nedenler	24
d) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyon'un Tanımı	27
e) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyon'un Amacı ve Önemi	28
f) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyon Çeşitleri	32
2- ULUSLARARASI PAZARLAMADA KALİTE	34
a) Uluslararası Pazarlamada Kalite'nin Tanımı	34
b) Uluslararası Pazarlamada Kalite'nin Önemi	35
c) Uluslararası Pazarlamada Toplam Kalite	38
B. ULUSLARARASI PAZARLAMADA ENGELLEYİCİ FAKTÖR OLARAK STANDARDİZASYON VE KALİTE	44
III- STANDART VE KALİTE ENGELLERİNİN ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ YERİ	55
A. ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ ENGELLER	55
1- TARİFE ENGELLERİ	56
2- TARİFE DIŞI ENGELLER	57
a) Avrupa Birliği'nde Tarife Dışı Engeller	59
b) Türkiye'de Tarife Dışı Engeller	62
3- TARİFE DIŞI ENGEL OLARAK STANDARDİZASYON VE KALİTE	65
a) Uluslararası Standardizasyon Engellerinde Akreditasyon	66
aa) Akreditasyon'un Tanımı	66
ab) AB'de Akreditasyon Kuruluşları	67
ac) Türkiye'de Akreditasyon Kuruluşları	68
b) Akreditasyon'un Engel Olarak İşlemesi	69

IV- AVRUPA BİRLİĞİ'NDE ULUSLARARASI PAZARLAMA	
AÇISINDAN STANDARTLAR	71
A. AVRUPA BİRLİĞİ VE STANDARDİZASYON'DA YAKLAŞIMLAR	71
B. AVRUPA BİRLİĞİ NORMLARININ AKTİVİTE ALANLARI VE BAŞLICA DİREKTİFLER	75
C. AVRUPA BİRLİĞİNDE KALİTE STANDARDI	78
D. AVRUPA BİRLİĞİNDE ÇEVRE STANDARDI	83
1- ÇEVRE KAVRAMLARI	84
2- AVRUPA BİRLİĞİ ÇEVRE ETİKET SİSTEMİ VE AMBALAJLAMA	86
E. AVRUPA BİRLİĞİNDE EŞYA NUMARALANDIRMA STANDARDI	88
F. AVRUPA BİRLİĞİNDE HABERLEŞME TEKNOLOJİSİ STANDARDI	89
G. AVRUPA BİRLİĞİNDE AVRUPA UYUMLULUK STANDARDI	90
1- "CE" İŞARETİ KOYMAK İÇİN YAPILACAK İŞLEMLER	93
2- "CE" İŞARETİ AB VE ISO 9000 İLİŞKİSİ	95
3- AVRUPA STANDARDİZASYON KOMİSYONLARI	
CEN, CENELEC ve CE	97
V- TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI PAZARLAMA AÇISINDAN	
STANDARTLAR	99
A. TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI STANDARTLARA HAZIRLANIŞI	99
B. TS-ISO 9000'İN YARARLARI, SERİLERİ VE KULLANICILARI	104
C. TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI PAZARLAMADA	
ISO 14000 ÇEVRE STANDARDI	109
1- TÜRKİYE'DE ÇEVRE ETİKET SİSTEMİ VE "YEŞİL NOKTA"	113
D. "CE" İŞARETİNİN ULUSLARARASI PAZARLAMADA	
TÜRK SANAYİSİNE VE DIŞ TİCARETİNE OLAN ETKİLERİ	117
1- ONAYLANMIŞ KURULUŞLARIN "CE" İŞARETİNDEKİ ROLÜ VE TÜRKİYE'DEKİ DURUMU	119
E. İHRACATTA STANDARDİZASYONA İLİŞKİN SORUNLAR	119
SÖNÜÇ VE ÖNERİLER	125
KAYNAKLAR	135

İHRACATIN ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ YERİ VE ÖNEMİ

İhracat, yüksek oranlı ve sürdürülebilir bir büyüme sürecine ulaşabilmenin temel taşı olarak kabul edilmektedir. İhracat uluslararası piyasalarda rekabet edebilmeyi gerektirir. Böyle bir rekabet için orta ve uzun vadede yeni teknolojilerin kullanılması zorunludur. Yeni teknolojilerin kullanılması için yatırım ve işgücü eğitimi gerekir. Yatırım, teknoloji ve eğitim etkisi bu kadarla da kalmaz. İhracatçı sanayilerin kullandığı teknolojiler, ileri ve geri bağlantılar yoluyla diğer sanayileri de etkiler. Böylece ihracat, teknolojik gelişmenin ortaya çıkarıp desteklediği bir sürdürülebilir büyüme sürecine yol açar. İkincisi, dünya pazarlarının yerel piyasalardan çok daha büyük olduğu dikkate alınırsa, ihracatçı sanayiler büyük ölçeklerle üretim yapabilirler ve ölçek ekonomilerden yararlanabilirler. Bu şekilde büyüme oranını yükseltebilirler. Ayrıca, yerel piyasaların sınırları içinde kalmak, minimum ölçek gerekliliği nedeniyle bazı sanayilerin kuruluşunu engelleyebilir. İhracat bu tür ölçek engellerinin aşılmasını sağlar. Üçüncüsü, ticaret yapamayan ve üretim etkinliği düşük sanayilerden daha etkin üretim yapan ihracatçı sektörlerle doğru bir kaynak yönelişi olabilir. Diğer bir ifadeyle, kaynak kullanımında etkinlik artabilir (Uygur 1996, s.10).

İhracat, özellikle sınai ürünlerinin ihracatı uzun seneler sadece gelişmiş ülkelerin yapabildiği faaliyetlerdi. Dünya ticaretinin giderek uluslararası olmaktan çıkması ve şirketler arası ya da şirket içi ticaret konumuna gelmesi sebebiyle, şirketler arası rekabet artmış

ve şirketler giderek pazarlama konusunda daha donanımlı ve bilgili olmaya başlamışlardır. Günümüzde bu konuda gelinen nokta "Global Pazarlama" aşamasıdır. Ancak global pazarlama da ihracat pazarlaması gibi uluslararası pazarlamanın yöntem, teknik ve strateji olarak uzantısıdır.

İhracat pazarlaması genel olarak pazarlamanın ülke dışındaki pazarlara yönelik olarak yapılması şeklinde tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre ise ihracat pazarlaması iki ya da daha fazla pazarlama karıması unsurunun, iki ya da daha fazla ülkede uyumlu bir uygulamasıdır (Mucuk 1987).

Ticari entegrasyonların arttığı, duvarların yıkıldığı, pazarların önemli ölçekte benzeştiği, ulaşım, teknoloji ve iletişimin arttığı günümüzde hedeflenen pazarlarda büyümüşür. Pastadan pay kapma yarışı müthiş bir rekabet ortamı yaratmıştır. O nedenledir ki birçok gelişmekte olan ülkede, devlet ihracatı teşvik politikalarını temel amaç edinerek ülkesinin dünya dış ticareti içindeki payını artırmak istemektedir.

Madran (1995, s.19) pazarlama stratejilerinde yeni yönelimleri belirtirken, bu süreci hızlandıracak en önemli etken olarak tüketicinin iyi, sağlıklı ve kaliteli ürünleri araması silahını göstermektedir. Pazarlamanın en gelişmiş evresi olan toplumsal pazarlamada firma kârlılığı ile birlikte tüketici tatmini ve toplumsal refah ile doğanın korunması amaçlarının bir arada sağlanması gerekmektedir. Türkiye özellikle yoğun dışa açılmanın yaşandığı 1980 sonrası, ekonomik, sosyal ve kültürel değişikliklere sahne olmuştur. Dış ticaretteki (ihracat-ithalat) artış, üretimde yeni teknolojiler, tüketicilerin "kalite" arayışı, iletişim araçlarının ve bilgi akışının son derece hızlanması ve toplumsal yaşamdaki değişimler ülkemizde pazarlama konusunda önemli değişim ve gelişimlerin meydana gelmesine neden olmuştur.

Gelişen ekonomileriyle, üretim kapasiteleri, mamul kaliteleri ve çeşitleri artan ülkelerde yurtiçi talebin yetersiz oluşu, bu ülkelerin uluslararası pazarlama faaliyetlerine yönelmesini zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluk gelişmekte olan ülkelerin uluslararası pazarda rekabet edebilecek ürünleri üretmelerine sanayileşmiş ülkelerin izledik-

leri politikaları izlemelerine ve benzeri bir çok değişime neden olmaktadır. Fakat bu değişimlerin ülke lehine olması için plan, politika ve stratejilerin dikkatle sürekli, kontrollü ve ilgili tüm birimlerce dayanışma içerisinde ayrıca sistemli bir şekilde yürütülmesi gereği vardır (Kırtış 1995, s.15-16).

İşletmeler, içinde bulundukları ülke ve bu ülkede bulunan hedef pazardaki çeşitli olumsuz etkenler veya dış pazardaki cezbedici olaylar nedeniyle, ya atıl kapasitelerini kullanarak sağladıkları üretim artışı ya da dış pazarlara yönelik üretim yapmak üzere yeni yatırımlara girebilmektedir. Ancak, o niyette olan işletmeler, işe başlamadan evvel, hedef dış pazarları çok yönlü olarak analiz etmek durumundadırlar. Aksi halde başarısızlık, kaçınılmazdır (Aksu 1993, s.19-20).

Yine Aksu (1993) aynı makalesinde işletmeleri ihracat pazarlamasına yönlendiren etkenleri şöyle sıralamaktadır:

- a) İç pazardaki talebin azalması,
- b) Çeşitli nedenlerden işletmede atıl kapasite var ise, üretim artırılarak, ihracat yoluyla, satış ve kâr artırılabilir,
- c) İç pazardaki rekabetten kurtularak, riski azaltmak,
- d) İç pazarlarda vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak,
- e) Ülkemizde olduğu gibi, döviz girdisi sağlamak amacıyla, dış satımcılara vergi iadesi, ihracatı teşvik kredisi, vergi istisnası gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı ve benzeri teşvik imkânlarından faydalanmak,
- f) Dış pazarlarda, güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda da güçlü hale gelmek,
- g) İşletmenin politik etkinliğini arttırmak.

Kırtış (1995, s.24)'e göre, uluslararası ekonomik ilişkiler dikkate alındığında; ekonomik gelişmeyi hızlandırmak, yapı değişikliğini sağlamak ve ekonomide sanayileşmeyi gerçekleştirebilmek için uygulanan stratejileri ithal ikamesi ve ihracata yönelik sanayileşme olarak ikiye ayırmamız mümkündür. Sanayicileşmede bir strateji

belirleme gereği vardır. İthal ikamesi stratejisinde döviz tasarrufu sağlayan projeler veya ihracata dayalı sanayileşmede döviz kazandırıcı etkisi yüksek projeler ağır basmaktadır. İhracata yönelik sanayileşme stratejilerinde faaliyetler ihracatın teşvik edilmesi yönünde yoğunlaşmaktadır.

Rao, Erramilli ve Ganesh (1990, s.64) araştırmalarında firmaların ihracat pazarlamasına yönelmelerinin en önemli sebebinin iç piyasalardaki ekonomik durgunluktan dolayı olduğunu kanıtladılar. İhracat üzerinde yoğunlaşan bu firmalar, uzun vadeli kaynak taahhütlerine gerek kalmadan, ihracat satışını canlandırabilecek rekabet edebilir fiyatlama gibi pazarlama taktikleriyle başarılı olabilirler. İhracatçılar, ekonomik durgunluktan en az etkilenen pazarlara yönelirler.

Türkiye ekonomisi geriye doğru incelendiğinde, planlı döneme kadar ithal ikamesine ağırlık verildiğini görmekteyiz. İthal ikamesine göre bir ülke, dışarıdan ithal etmek yerine büyük oranda yurtiçinde üretimle mevcut ihtiyaçlarını karşılamayı hedefler. İthal ikamesi politikasıyla yurtiçi pazarlamada ve üretimde güçlü hale gelen ülkeler daha sonra ihracatı geliştirme politikalarını gündeme getirerek, uluslararası pazarlamayı ve diğer ülkelerle rekabeti hedefleyebilirler (Kurtiş 1995, s.24).

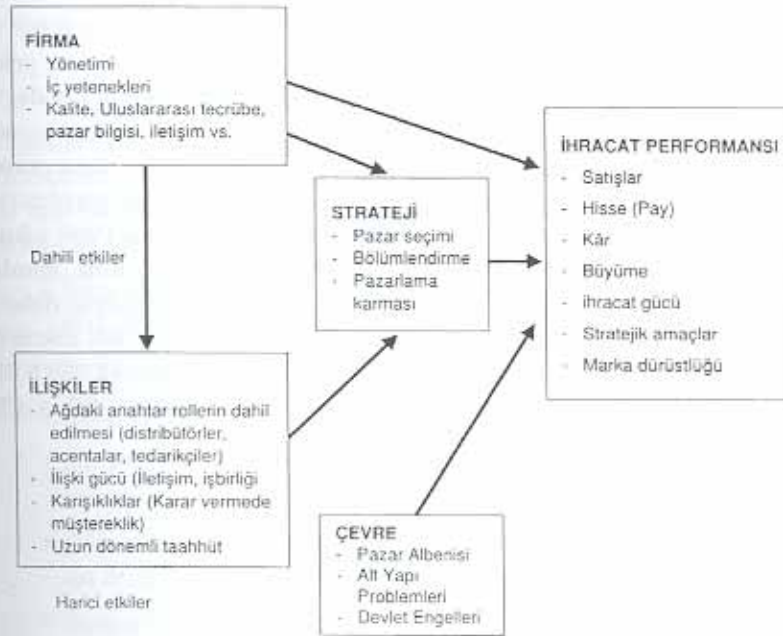
Türkiye 1980 sonrası İhracata Dayalı Büyüme Politikasını benimseyerek onun meyvelerini toplamaya başlamıştır. Hemen hemen dünyada gelişmekte olan ülkelerin pek çoğu bu politikayı uygulamaktadırlar.

Dış ticaret unsurlarından ithal ikamesinde, endüstrilere oranla ihracata yönelik endüstrilerde göreceli olarak daha büyük bir belirsizlik ve risk hakimdir. Çünkü ihracatçı dış piyasanın yoğun rekabet ortamı ile karşı karşıyadır (Metal Maden 1994, s.13).

Uygur'a göre (1996, s.9-10) ihracat yüksek oranlı ve sürdürülebilir büyüme sürecine ulaşabilmede temel taş olarak kabul edilir. İhracat uluslararası piyasalarda rekabet edebilmeyi gerektirir. Bu tür rekabetlerde orta ve uzun vadede yeni teknolojilerinin kullanılması zorunludur. Yeni teknolojiler içinde yatırım ve işgücü eğitimi lazımdır. Yatırım, teknoloji ve eğitimin yanında ihracatçı sanayilerin

kullandığı teknolojiler, ileri ve geri bağlantılarla diğer sanayileri de etkiler. Böylece ihracat, teknolojik gelişmenin ortaya çıkarp desteklediği bir sürdürülebilir büyüme sürecine yol açar. Yerel piyasaların sınırları içinde kalmak, minimum ölçek gerekliliği nedeniyle bazı sanayilerin kuruluşunu engelleyebilir, ihracat bu tür ölçek engellerinin aşılmasını sağlar. Ayrıca, ticaret yapamayan ve üretim etkinliği düşük sanayilerden daha etkin üretim yapan ihracatçı sektörler doğru bir kaynak yönelişi olabilir. Yani, kaynak kullanımında etkinlik artabilir.

Styles ve Ambler (1994, s.42) pazarlamada başarılı ihracat uygulamaları konusundaki görüşlerini ihracat performansının yenilenmiş modelini sunarak özetlediler. Bu modelin anahtar dinamikleri olarak da firma, firmanın ilişkileri, pazarlama stratejisi ve ihracat performansı gösterilmektedir (Şekil 1).



Kaynak: Styles ve Ambler (1994), s. 42)

Şekil 1: İhracat Performansında Karma Model

Türkiye ihracat potansiyelini öncelikle en yakın pazarlarda geliştirme şansına sahiptir. Avrupa Birliği ile Ekonomik entegrasyonun yolu açılmıştır. Bu şansını iyi kullanabilmelidir. Oğuz'a göre (1995, s.3) Tanzimat'tan günümüze uygun ve gelişmiş bir dünyanın parçası olma amacındaki Türkiye, bu amacın önemli bir halkasını daha yakalayarak Gümrük Birliği ile ilgili bir kilometre taşını geride bırakmıştır. Bir sonraki hedef, Avrupa Birliği'ne tam üyeliğidir. Ancak hiç kuşku yoktur ki öncelikle AB'nin ekonomik ve sosyal normlarına yakınlığına gerekmektedir. Bütün zorluklara rağmen önemli bir başarıyı gerçekleştiren ihracatçılar, 1995 yılında ülkeye 22 milyar dolar düzeyinde bir döviz girdisi kazandırmışlardır. Bu başarıya imza atan ihracatçılar Gümrük Birliği'nin sağlıklı işlemesine yönelik uyum yasalarının eksiklerinin mümkün olan en kısa zamanda tamamlanmasını ve eksiksiz biçimde uygulanmasını beklemektedirler.

Türkiye'nin ihracatı 1995 yılında 21.6 milyar dolar iken %7.1 artış oranıyla 1996 yılında 23.2 milyar dolara ulaşmıştır. Ana sektörler itibariyle ihracatın dağılımında 1996 yılında önemli bir değişiklik bulunmamaktadır. En büyük ihracat artışları tarım ve sanayi ana sektörlerinde gerçekleşmiştir. 1996 yılında 1995 yılına oranla en yüksek ihracat artışı, %14.9 ile tarım sektöründe görülmüştür. Bu grup ihracatı 1995 yılındaki 2.3 milyar dolardan 1996 yılında 2.7 milyar dolara yükselmiştir. 1996 yılı ihracatımız içinde %86.9'luk paya sahip olan sanayi grubu ihracatı 18.9 milyar dolardan 20.1 milyar dolara çıkarak %6.4 artmıştır. Madencilik sektörü ihracatı, 406 milyon dolardan 382 milyon dolara düşerek %5.8'lik bir azalış göstermiştir (Türkiye'nin Dış Ticareti 1996-1997, s.15) (Tablo 1).

Tablo 1: Sektörlere Göre İhracat

	1995	Pay	1996	Pay	Değ. %
Tarım	2.306.769	10.66	2.651.592	11.45	14.9
Bitkisel Ürünler	2.084.642	9.63	2.446.827	10.56	17.4
Hayvansal Ürünler	155.307	0.72	131.200	0.57	-15.5
Su Ürünleri	53.604	0.25	57.157	0.25	6.6
Orman Ürünleri	13.216	0.06	16.407	0.07	24.1
Maden ve Taş.	405.720	1.88	382.096	1.65	-5.8
Sanayi	18.923.986	87.46	20.134.302	86.91	6.4
İşlenmiş Tar. Ür.	2.214.078	10.23	2.259.592	9.75	2.1
İşlenmiş Petrol Ür.	276.983	1.28	248.443	1.07	-10.3
Sanayi Ürünleri	16.432.924	75.95	17.626.267	76.08	7.3
TOPLAM	21.636.474	100.0	23.167.991	100.0	7.1

Kaynak: Türkiye'nin Dış Ticareti 1996 (1997, s.14)

Türkiye İhracatçılar Birliği'nin (TİM) Genel Kurul'a sunduğu "Faaliyet Raporu"nda ülkemizin ihracat yapısına geniş yer verildi. Sorunların ayrıntılı işlendiği raporda, ihracatın daha da artırılması için alınması gerekli önlemler şöyle sıralandı (Yatırım Finansman-Dış Ticaret 1996, s.30-33).

- İhracat artışında devamlılık, uzun vadeli ve sürdürülebilir politikalara bağlıdır.
- İhracattaki süreklilik, üretim artışına dayanmalıdır.
- Ekonomik ve siyasi istikrar için yapısal reformlar kaçınılmazdır.
- Günümüzde ihracat için çok önemli bir faktör olan reel döviz kurunun uygulanması en temel politika olmalıdır.
- Gümrük Birliği'ne yönelik uyum yasalar ve düzenlemeleri bir an önce tamamlanmalıdır.
- İhracatta karşılaşılan kalite ve standardizasyon sorunu, öncelikli konular arasında ele alınmalıdır.
- İhracata yönelik devlet yardımları uluslararası normlarda ve ihtiyacı karşılayacak ölçülerde olmalıdır.

- İmalatçı ve ihracatçılara, rakiplerle eşit koşullarda finansman olanağı sağlanmalıdır.
- KOBİ'lerin ihracata dönük faaliyetleri desteklenmelidir.
- Yabancı sermaye, ihracata dönük yatırımlara kanalize edilmelidir.
- İhracatın geliştirilmesi için ekonomik politikaların yanısıra, sosyal politikalar da oluşturulmalıdır.
- İhracat, bakanlık düzeyinde temsil edilmelidir.

1980 sonrası başlatılan "ihracat seferberliği" ile ihracatın en sağlıklı döviz kaynağı olduğu herkesçe kabul edilmektedir. 1980 yılında 2.9 milyar dolar olan ihracatın 1995 yılında 21.6 milyar dolara ulaştığını belirten Eren, sanayi sektörünün genel ihracat içindeki payının %87'lere, ürün çeşidinin de 10.700'e ulaştığını belirtmektedir. 2000'li yıllarda Türkiye ihracatında savunma sanayi ürünleri, bilgisayar yazılım, biyoteknoloji ürünlerinin önem kazana- cağı tahmin edilmektedir. Eren, başlangıçta hammadde, pazarlara yakınlık ve ucuz iş gücü gibi avantajlarını iyi kullanan ihracatçıların zamanla bu avantajlarını Standart, kalite ve teknolojik yenilikler ile desteklediklerini ve ihracat getirilerini teknolojik yatırımlara dönüştürdüklerini bildirmektedir. Aynı ifadelerde şu görüşlere de yer verilmektedir:

Dünya ticareti giderek serbest hale gelirken uluslararası standart düzenlemeleri, teknik engeller de ticareti karmaşık hale getirmektedir. Bugün üretici firmaların büyük bir çoğunluğunun ISO 9000 standardı alması, toplam kalite yönetimine önem vermesi sevindiricidir.

Eren'e göre (1996, s.25-26) günümüzde çevre dostu üretimi gerçekleştirmek oldukça önem arz etmektedir. Gerek ulusal, gerekse uluslararası düzeylerde çevre ile ilgili düzenleme ve standartlar ilk bakışta ticareti engelleyici ve maliyet artırıcı önlemler olarak görülmektedir. Oysa uzun vadede yeni mal ve hizmet imkânları yaratacağı unutulmamalıdır. 2000 yılında çevre dostu mal ve hizmetlerin 600 milyar dolarlık bir ticaret hacmine ulaşacağı gözönünde bulundurulursa, ihracatçılarımızın çevreye duyarlı ürün üretmelerinde

faydalar görülecektir. Dünya ekonomisi çığgın bir sanayileşme yarışı içinde iken, 2. Dünya Savaşı'nın hemen ertesinde imalat sanayi yatırım ve üretimde elde edilen büyük atılımla başlayan sanayileşme, dönemsel ekonomik krizlere rağmen bugüne kadar sürdü. Bu büyüme, başlangıçta, başarı olarak yorumlandı. Ancak süreç içinde görüldü ki, insanoğlu, sanayileşmenin bedelini, yaşadığı çevreyi öldürerek gerçekleştiriyor. Çevreci akımların gelişmesine bağlı olarak, sanayileşme stratejileri ve uluslararası ticaret kuralları da yeniden şekillenmeye başladı. Önce, Ticaret ve Tarifeler Genel Anlaşması'nın (GATT) Uruguay Raundu sonuçları, sonra GATT'nin yerine oluşturulan Dünya Ticaret Örgütünü (DTÖ) kuran anlaşma ve nihayet Avrupa Birliği (AB) ile gerçekleştirilecek Gümrük Birliği, bu gerçeği Türkiye'nin de önüne koydu. Yatırım ve üretime yönelik destekler, ihracata yönelik teşvikler, artık "çevre" faktörü dikkate alınarak yapılabilecek. **Yeni strateji ve modeller, ne pahasına olursa olsun "büyüme" değil, içinde bulunduğu çevreyi ve doğayı dikkate alan "sürdürülebilir büyüme" kavramıyla şekilleniyor** (Görünüm 1995, s.1).

Türkiye'de Dış Ticaret bürokrasisi, ihracatçılar, bilim adamları ve uzmanlar, kapsamlı bir çalışma yürütüyorlar. Dış Ticaret Müsteşarlığı, Türkiye ihracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birliklerinin ortaklaşa sürdürdükleri çalışmalarda aranan şeyi bir kaç kelimeyle özetlemek mümkün; "yeni bir ihracat stratejisi ve buna uygun modeller" (Görünüm 1995, s. 11). Uluslararası normlara uygun, Türkiye'ye özgü yeni modeller üzerinde çalışılıyor.

Bu çalışmada çevre faktörü önemli bir yeri işgal ediyor. Görünüm'e göre (1995, s. 11) yatırım ve üretime yönelik teşvikler uluslararası normlara aykırı olmamalı. Üstelik Batı'da gelişen Yeni Yaklaşım, "Çevreyi tahrip eden tesislerin ürünlerinin kullanılmasında" eksenini üzerine oturmaya başladı. GATT/DTÖ'yü kuran anlaşma, çevreye yönelik teşvikleri "karşı tedbir alınamayacak teşvikler" arasında sayıyor. Bu nedenle, yeni stratejiler "çevre" faktörü üzerinde yoğunlaşmalıdır. **Çevreyle uyumlu, doğaya ve çevreye zarar vermeyecek yatırımcıların teşvik edilmesi, mevcut tesislerin çevre korumaya yönelik yatırımlarının desteklenmesi gerekir.**

Dünyadaki bütün ülkeler dış ticaretini çeşitli mekanizmalarla yönlendiriyorlar. Son yıllarda bunların içerisinde standartlar ve normlar daha öne çıkmaktadır (Sabah 1995, s.4). Bu öne çıkış şu nedenlere bağlanabilir.

- (1) Ticaretin önündeki engelleri kaldıran GATT'tan kaçmak isteyen ülkeler, gümrüklerini indirdikleri mallara çeşitli zorunlu standartlar getirerek ithalatlarını sınırlama yoluna gidiyorlar.
- (2) Gizli koruma adı verilen bu yöntem her ülkenin kendi standartlarını geliştirmesi ve buna uymayan malların ithalatını yasaklaması ilkesine dayanıyor.
- (3) Bu durum ilk olarak Avrupa Birliği (AB) ülkeleri arasında dikkati çekti. Gümrükleri indiren AB ülkeleri karşılıklı sorunlar yaşadıklarını gördüler.
- (4) Kendi sanayilerini korumak için gizli korumaya başvuran ülkeler bu konuyu öylesine istismar ettiler ki sonunda ortak normlar belirlenmesine karar verildi.
- (5) "Ulusal Düzenlemeler Arasındaki Farklılıklar Nedeniyle Ortaya Çıkan Teknik Engellerin Kaldırılması İçin Genel Program" çalışmasını başlatan ülkeler, tek elden Harmonizasyon'a geçtiler.
- (6) Ancak bu direktiflerin oy birliğiyle yürürlüğe girecek olması çalışmalarını engelledi. 1969-1978 arasında sadece 100 direktif çıkartılabildi. Oysa üye ülkeler 300 direktif hedeflemişti.
- (7) İşlemlerin bu şekilde yürüyemeyeceğine göre AB üyesi ülkeler, "Karşılıklı Tanıma İlkesi"ni geliştirdiler. Böylece bir ülkede geçerli olan normun diğerlerinde de geçerli olması kabul edildi.
- (8) Yeni yaklaşım denilen bu yöntemle, ürünlerin AB standartlarına uyma zorunluluğu olamamakla birlikte, üretimin temel gerekleri olarak güvenlik, sağlık, çevre ve tüketicinin korunması ile pazara sunuluşunun direktiflerle düzenlenmesi kabul edildi.

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

- (9) Çeşitli ürünlerin hangi koşullar altında üretilerek satılabileceğini saptayan Avrupa Birliği Konseyi Direktifleri, Yeni Yaklaşım Direktifleri olarak tanımlandılar.
- (10) Avrupa Standartları (European Norm-EN) Avrupa Standartlar Enstitüleri tarafından hazırlanmaktadır. Bunlar CENELEC (Elektrik), ETSI (Telekomünikasyon ve Enformasyon) ve CEN (Diğer Ürünler).
- (11) Yeni yaklaşım çevresindeki bu standartla zorunlu değil, yol göstericidir. Kısacası AB Direktifleri ürünlerin nelere uyması gerektiğini, EN standartları da bu uygunluğun nasıl sağlanacağını içerir.
- (12) Standartların zorunlu olmaması bunların önemini azaltmaz. Çünkü nihai tüketici ve satıcılar bu standartlara sahip malları diğerlerine tercih etmektedir.
- (13) AB'ninkiler dışında ISO kalite standartları gibi çok önemli standartlar da bulunmaktadır. Bütün dünyada büyük bir hızla yayılmakta olan bu standartlar kalitenin ve verimliliğin simgesi haline gelmektedir.
- (14) AB'ye ihracat yapacak olanlar için asıl zorunlu olan CE işaretidir. Standartların aksine CE Direktifleri bütün üreticiler için zorunludur.
- (15) CE işareti taşıyan hiçbir ürün AB üyeleri tarafından standartlara uymuyor diye geri çevrilemez.

1994 yılı Nisan ayında imzaladığımız Uruguay Round Nihai Senedi ve 1995 yılı sonu itibarıyla AB ile Gümrük Birliği'ne girecek olmamız, 1995 yılını ihracat sektörü açısından önemli bir yıl olarak belirlemişti. Bütün bu gelişmeler, ihracat sektörüne bugüne kadar yapılan doğrudan parasal yardımların artık uygulamadan kaldırılarak yerine uluslararası normlarda devlet desteklerinin getirilmesini zorunlu kılmıştır. Dünya Ticaret Örgütü normlarına uygun olarak hazırlanan bu destekler sayesinde, ülkemizde bölgelerarası farklılıklardan kaynaklanan ekonomik ve sosyal dezavantajların giderilmesi, yeni eğitim olanakları sağlanarak istihdamın güçlendirilmesi, özellikle moda-marka, yeni ürün, üretim sistemi ve teknoloji kulla-

nan sektörlerde araştırma ve geliştirmeye önem verilmesi, aynı üretim alanında faaliyet gösteren KOBİ'lerin örgütlenmeleri, sanayinin çevre sorunlarının önlenmesi ve ihracat mallarımızın uluslararası alanlarda tanıtımının önem kazanarak ihracatımızın artırılması dolayısıyla teknik engellerin bertaraf edilmesi amaçlanmaktadır (Berkol 1995, s.5).

Pazarlama açısından bakıldığında, Erem'e göre (1990, s.552) Türkiye'nin ihracat zorluklarını araştıran herhangi birisinin gözlemleyebildiği bir gerçek de pazarlama sistem ve organizasyonlarındaki eksikliklerdir. İhracattaki başlıca problemlere çare olarak hal edilmesi gereken konular şunlardır: endüstriyel altyapı, ihracat düzenlemeleri (kuralları), bankacılık işlemleri, sigorta işlemleri, yetersiz bilgi-işlem ve eğitim. Soruna sadece pazarlama sorunu olarak değil, bir bütün olarak, uygulanması zorunlu bir sistem yaklaşımı biçiminde bakmak gerekir. Ancak, bu sistem içerisinde uluslararası pazarlama sisteminin de bir bütün ve hayati sistem olduğu gerçeğini de kabul etmek gerekir.

Gümrük Birliği ile pazarlama biliminin öneminin de büyük ölçüde artacağı kuşkusuzdur. Zira pazarlama faaliyetlerinde etkinlik ve verimlilik sağlamadan rekabet avantajı elde edebilmek mümkün değildir (Erem 1995, s.10).

II

ULUSLARARASI PAZARLAMA STANDARDİZASYONU VE KALİTE

A • 1- ULUSLARARASI PAZARLAMADA STANDARDİZASYON

Uluslararası Pazarlama Stratejilerinde Ürün'ün kalite standardının yerini ve önemini Tek (1987, s.27-33) konuyla doğrudan ilgili makalesinde çok güzel yorumlamış ve anlatmıştır. Ayrıca çalışmamıza da bu makale büyük ışık tuttuğu için makalenin özetini sunmakta fayda vardır:

a) Mikro Pazarlama'da Standardizasyon ve Standartlar

Mikro veya yönetimsel pazarlamada "standard", pazarlamanın 4P'sı adı altında fiyat, yer (dağıtım), promosyon ve ürün olarak bilinen pazarlama karmasının "ürün" alt bileşeni içinde yer alır. Onun için "standard"ın pazarlamadaki önemli rolünün ortaya konulmasında "ürün" kavramı içindeki yerini belirtmekte fayda vardır.

"Ürün", herhangi bir istek veya gereksinmeyi tatmin etmek üzere, dikkat çekmesi, alınması, tüketilmesi veya kullanımı amacıyla belirli bir piyasaya sunulan herhangi bir şey olarak tanımlanabilir. Çağdaş anlamda "ürün", fiziksel nesneleri, hizmetleri, kişileri, mekanları, örgütleri ve fikirleri kapsar, "ürün kalemi" ise, boyut, fiyat, görünüş veya başka bazı özellikleri bakımından ayrımlanabilen bir birimdir.

Gelişmiş toplumlarda ve endüstrilerde genişletilmiş olan ürünler oldukça önemli rekabet avantajlarına ve üstünlük faktörüne sa-

hiptirler. Maddi ürünün önemli bir parçası olan "standard"ın maddi ürünün kendi içindeki elemanlarla, diğer ürün alt karması elemanlarıyla ve aynı zamanda fiyat, promosyon ve yer gibi pazarlama bileşenleriyle karşılıklı bağımlılık ilişkisi vardır. Bunlar şöyle özetlenebilir:

- (1) Standard ve ürünün özü,
- (2) Standart ve stil, marka, kalite, ambalaj ve etiket,
- (3) Standart ve genişletilmiş ürün (garantiler, servisler vb.),
- (4) Standart ve fiyat, promosyon ve yer (dağıtım kanalları ve fiziksel dağıtım).

Standart ürün, öz ürünü veya tüketicinin üründen beklediği psikolojik tatmini artıran ya da yerine getiren üründür.

Kalite, bir markanın (ürünün) kendisinden beklenen fonksiyonları yerine getirebilme kabiliyetini gösteren bir derecelendirmedir. Yani ürün/hizmetin dayanıklılık, kullanım kolaylığı, onarım ... vb. gibi özellikleri ifade eder. Psikolojik özellikleri olduğu da unutmamalıdır.

Ambalaj ürün standardının ayrılmaz bir parçası olup, bizzat standarda tabidir. Etiketleme de ambalajın üstünde veya ambalaja ilişik olarak basılan, ürünü tanımlayan, standarda tabi bilgilerdir.

Standart ile genişletilmiş ürün arasındaki ilişkiler genellikle maddi ürün açısından ele alınmıştır. Halbuki genişletilmiş ürün kavramı açısından bakıldığında standartların bunları da kapsaması gerekmektedir. Yani ürün standartları denildiğinde tüm servisler, kişiler, mekanlar, örgüt ve fikirler de dikkate alınmalıdır. Ayrıca standardizasyon stil ya da moda bakımından da özel bir önem taşır.

Ürün alt karmasının bir elemanı olarak "standard" pazarlama karmasının diğer elemanları ile (fiyat-yer, promosyon) karşılıklı etkileşim içindedir. Bu etkileşimler firmaların tüketicilere yönelttiği pazarlama karmasının tüketicileri koruyucu etkilerini veya özelliklerini belirler. Standart gerçek fiyat artışları yanında suni fiyat artışlarının engellenmesinde de önemli bir faktördür. Fiziksel dağıtım ve dağıtım kanallarının işleyişinde önemli bir etkidir.

b) Makro Pazarlama Açısından Standartlar

"Ürün" anlayışında, tüketicinin daha iyi kalite ve fonksiyonel özellikler gösteren ürünleri tercih edecekleri fikrinden hareketle örgütün devamlı ürün geliştirme işlerine odaklanması söz konusudur. Bu aşamada standardizasyon daha fazla önem arz etmektedir.

1960'lı yıllarda ortaya çıkmaya başlayan modern pazarlama anlayışında firmanın odak noktası "tüketiciler", bunların istek ve gereksinimleri, amacı ise bütünleşik ve eşgüdümlü pazarlama araçlarıyla tüketicinin tatmin edilmesi ile kâr sağlamaktır. Genişletilmiş ürün anlayışı, satış öncesi, satış anı ve satış sonrasındaki hizmetlerin önemi nedeniyle Standardizasyon da bu uygulamada esas yerini almaktadır.

1980'li yıllarda kitle iletişimindeki gelişmeler güçlenemeseler bile tüketicilerin bilinçlenmelerine neden olmuştur. O nedenledir ki, tekeli satıcıların da modern pazarlamadan ve çağdaş kültürden etkilenerek tüketici lehine birçok yeniliklere gittiklerini görebilmekteyiz. yani modern pazarlama uygulamalarının olduğu yer, firma ve ülkelerde kuramsal olarak tüketiciye göre geliştirilen pazarlama karmalarının alt karması olan ürünün bir ögesi olan standartların en iyi şekilde uygulanabildiğini söyleyebiliriz. Ancak, gelişmiş toplumlarda bile (ABD'de olduğu gibi) modern pazarlamanın tüm olarak uygulanamadığını ve tüketicinin de tatmin edilemediği, ortaya konulmuştur. Neticede "tüketicinin korunması" akımları bir çığ gibi her yanı sarmıştır. Bu hareketler sonuçta "sosyal pazarlama" diye adlandırılan pazarlama anlayışıyla bir noktada kesişmiştir. Bu pazarlama anlayışında standartlaştırma kaynakları tüketen ve toplumsal önceliklere ağırlık veren ürünler bakımından önem kazanmıştır.

Standartlar doğa, içerik ve amaçları gereği tüketici haklarıyla iç-içe ve etkileşim halindedir. Standardizasyon ürün ve hizmetin hangi özellikleri taşırsa sağlam, dayanıklı, olanı kusurlarını, sağlık açısından etkilerini, tolerans limitlerini ve faydalarını ortaya koyar. Ürünün veya hizmetin kimliği, ehliyeti, vizesi, pasaportu "standart"tır. Standardizasyon tüketici haklarının gelişmesini, tüketici haklarının gelişmesi de standartların gelişmesini hızlandırır.

Firmalar, endüstriler, ticari birlikler (ticaret ve sanayi odaları) vb. kuruluşların kendi kendilerini düzenleme bakımından en sık uyguladıkları yaklaşımlardan biri kalite, güvenilirlik, güvenlik ve/veya sağlık gibi alanlarda ürün/hizmet standardizasyonuna gitmeleridir. Endüstriyel ürünlerde zaten büyük ve güçlü alıcılar satıcıları zorlamaktadır. Ancak tüketici malları açısından gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yasal standartlaştırma zorunluluğu uygun görülmektedir. Öte yandan, **tüketicinin korunması amacıyla standartlaştırmada aşırı gidilmesi ve güvenlik konusunun aşırı vurgulanması firmalar arasında rekabeti bozabilir, yenilikleri kısıtlayabilir.** Bu durum özellikle küçük firmaların aleyhine sonuç verebilir. Aslında standardizasyon rekabeti en az kısıtlayıcı faktörlerden biri olmakla birlikte, örneğin bir ulaştırma endüstrisine girişte yüksek standartlar piyasaya giriş için engeller yaratabilir. Buna karşılık gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde küçük girişimcilerin aleyhine olacak diye gıda maddelerinin, gıda ile ilgili hizmetlerin, ilaçların, çocuk oyuncaklarının ve bunun gibi tüketici sağlığı ve yaşamı doğrudan ilgilendiren ürünlerin standartlarından ve düzeylerinden fedakârlık yapılması beklenmemelidir.

c) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyonu Gerektiren Nedenler

The Single Market'e göre (1993, s.29-30) Avrupa Topluluğu içersindeki her ülkenin ayrı, ayrı uyguladığı Ulusal Standartlar ve düzenlemeler başlıca neden olmak üzere malların serbest dolaşımında bir dizi engeller vardı. Malların emniyetli ve düzgün çalışırliğından emin olabilmek için teknik düzenlemeler gerekliydi. Fakat hükümetler serbest ticaretle ulusal taleplerini engeller olarak kullanmaya meyilliydiler. Bunu önlemek için bir yol bulmak lazımdı.

Bir zamanlar, Almanya maden sularında bakteri seviyesini çok düşük tutmakta ısrar etti. Alman gazlı su üreticileri için bu talebi karşılamak çok kolaydı. Çünkü gaz içersine konan bir işlemle bakteriler öldürülüyordu. Fransızların karbonatsız, doğal maden suları Almanya'nın bu talebini karşılayamadı. Çünkü bakteri seviyesi çok yüksekti ve Almanya'ya satılamadı. Yine bir örnek de, İtalya'da sadece İtalyan usulü ile yapılan Spagetti satılabilirdi, diğerleri satı-

lamazdı. İmalatçılar (üreticiler) bir pazara girebilmek için yerel standartlara razı olmak zorundaydılar, o da onlara ürünlerinde gerekli değişiklikleri yapmak için paraya mal olabiliyordu.

Senelerce Topluluk, ulusal kuralları uyumlaştırmaya çabalayarak ve onları Avrupa Topluluğunun direktiflerinde eşitleyebilmek için farklı özelliklerden kaynaklanan problemlerle çok uğraştı. Tek bir ürün için bir direktif geliştirip onu yerleştirmek bile uzun yıllar aldı. Bu esnada, standartların uygulanacağı konumda üretici ve tüketiciler bile şaşırtıldı. Hatta, Topluluk iyi bilinen, farklı yerel ürünlerin yerine homojen ve yavan Avrupa Ürünleri (Europroducts) dizilerini araştırma konusunda eleştirildi bile.

Uluslararası Pazarlamada Standardizasyonu gerektiren en önemli etmenlerin başında "Çevre Faktörü" gelmektedir.

Çevre kavramı, son 20-30 yıldır gündemimize girmiş ve tartışılmaya başlanmıştır. İnsanoğlu, bu zamana kadar ihtiyaçlarını karşılamak ve hayat standardını artırmak için tüm kaynakları hiç tükenemeyecek gibi kullanmış, bunun sonucu olarak da çevreyi tahrip etmiştir. Yeryüzünde toprak, su, hava gibi kaynaklar tükenebilir özelliktedir ve insanlar yaşadıkları müddetçe bu kaynakları kullanmak durumundadırlar. Önemli olan bu kaynakları tutumlu kullanabilmek ve bunlara alternatif olarak yenilenebilir kaynaklar bulmaktır. Burada karşımıza sürdürülebilir kalkınma kavramı çıkmaktadır. **Sürdürülebilir kalkınma, kısaca mevcut ihtiyaçları gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerine engel olmadan karşılayarak kalkınmaktır.** Teknolojik gelişme ve sanayileşme kaçınılmazdır ve beraberinde çevre problemlerini de getirmiştir. Bununla beraber kalkınma planlarına çevre programlarının adaptasyonu gerekir. İlim ve teknoloji, çevre sorunlarının hem problemi hem de çözümüdür (Aksoy 1996, s.16).

Sriram ve Forman'a göre (1993, s.51) doğa ile ilgili endişeler hem bilimsel toplumda hem de genel halk arasında büyüyerek devam etmektedir. Ozon tabakasının delinmesiyle ilgili gelişmeler sonucunda kloroflora karbonlar ve diğer kimyasalların (atmosferdeki) asit yağmuru, atık kirli sular, kirlilik ve diğer atık maddeler konusuna neden olduğu ortaya çıktı. Ekolojik yapının güncelleşmesi so-

nucu şirketlerin en önemli sırasını bu konular aldı ve çözümler aranmaya başlandı. Bunun neticesinde de birçok şirket halk ve diğer kuruluşlar tarafından zor durumda bırakılmış ve doğa ve kirliliğe karşı duyarlılıklarının olup-olmadığı açığa çıkmıştır. Tüketiciler kirlenmeye karşı çok duyarlı olmaya çalışsalar da, bu konuda yapılması gereken şeyler hakkında bilgileri çok azdır. Yapılan araştırmalar, kültürel farklılıkların tüketiciye nasıl yansıdığını ve davranışlarını üretim dizaynına göre nasıl etkilediğini göstermektedir.

Standardizasyonu gerektiren nedenleri Ostim'deki (1996, s.40) ifadelerle de izah etmek mümkündür. Her ürün için her ülkede kendine özgü ulusal standartların geçerli olduğunu düşünelim. Oysa bir ülkenin diğerine o ürünü satabilmesi için, satacağı ülkenin standardına uygun olarak üretmesi gerekmektedir. Aksi takdirde o ülke sınırından içeri girmesi mümkün olamayacaktır. Farklı standartlarda üretim yaparak her ülkenin sınırlarını geçebilmeyi hedeflemek, ticarete esnekliği yok etmek demektir. Bu durumda Avrupa ekonomisi tek pazardan beklediği yararları görememektedir. İlk aşamada buna bulunan çözüm, her ürün için standartların ortak olarak yeniden belirlenmesi olmuştur. Bu anlamda bazı ürünler konusunda ortak standartları belirleme çalışmaları yoğun bir biçimde yapılmış ve büyük ölçüde de tamamlanmıştır. Başlangıçta her ülke kendi standartlarını yaygınlaştırma eğilimindeydi. Yaşanan deneyimlerin sonucunda, ürün çeşitliliğinin hızla arttığı günümüzde bu yaklaşımın çözüm getirmeyeceği anlaşıldı. Bu çözüme, "Eski Yaklaşım" veya "Klasik Yaklaşım" denmektedir. Oysa bu sorunu aşabilmek için yeni bir yaklaşım gerekiyordu. "**Yeni Yaklaşım**" adı verilen bu yaklaşımla çözüm bulunmuş oldu. **Buna göre ürünlerin değil, ortak riskler taşıyan ürün gruplarında sağlanması gereken temel gerekler belirlenecekti ve bunlar zorunlu olacaktı.** Ürünler, dahil olduğu grupların temel gereklerini yerine getirdiği takdirde serbest dolaşıma hak kazanacaktı. Bugüne kadar **19 ürün grubu** için bu çalışmalar tamamlandı ve sağlanması istenen temel şartlar yayımlandı. Bunlara topluluğun "Teknik Mevzuat"ı adı da verilmektedir.

TSE (1996, s.20-21) yayımlarından, Ticarete Teknik Engellerin gerekliliğini gündeme getiren nedenleri şöyle sıralayabiliriz.

- Ülkeler arasında Standartlar arasındaki farklar,
- Ülkeler arasında teknik düzenlemeler arasındaki farklar,
- Ülkeler arasında uygunluk değerlendirmesi (test ve belgelendirme) sistemlerinin yeterliliğine karşı duyulan güvensizlik ve bir gerekçeyle dayanarak test ve belgelendirme işlemlerinin tekrarı.

GATT'nin ticarete Teknik Engeller Anlaşması, teknik düzenlemelerde iç piyasada ve ithal mamuller üzerinde aynı etkiyi yaşatacak şekilde teknik mevcut ve standartların insan can emniyeti, insan, hayvan ve bitki sağlığı, çevrenin korunması, hile ve aldatmanın önlenmesi ve gerekli olan durumlarda performans gibi gereklerle dayanmaları ve gereksiz kontrollerden kaçınılması prensibini kabul etmiştir. Benzer hususlar Standartlar için de geçerlidir.

1) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyonun Tanımı

Standardizasyon (standartlaştırma), bir ürünün ileri sürülen gerçek değerini ölçmeye, anlamaya yarayacak tüm nitelik ve maddelerin belirlenerek ürünün ve ambalajının bir örnek hale getirilmesidir. Değer öğelerinin karşılaştırılabilmesi belirli fiziksel nitelikler ve kimyasal bileşimler saptanması ve sadeleştirme sürecidir. Daha çok fabrikasyon ürünler için kullanılır (Tek 1997, s.365).

İhracat ve ithalatın ülke ekonomisine yararlı olmasına imkan sağlamak için, tüm ilgili tarafların katkı ve işbirliği ile belirli kurallar koyma, bu kuralları uygulama ve uygunluk değerlendirmesi işlemlerine "İhracatta (Dış Ticarete) Standardizasyon" denilmektedir.

Standardizasyon, Milletlerarası Standardizasyon Teşkilatı (ISO) tarafından şöyle tarif edilmektedir:

"Standardizasyon; belirli bir faaliyetle ilgili olarak ekonomik fayda sağlamak üzere bütün ilgili tarafların yardım ve işbirliği ile belirli kurallar koyma ve bu kuralları uygulama işlemidir" (Resmi Gazete 1995, s.23).

TSE El Kitabı'na göre (1994, s.2) standardizasyon aslında toplumun kalite ve ekonomikliği arama çalışmalarının sonucu olarak ortaya çıkan bir faaliyettir. Esas itibarıyla mal ve hizmet üretiminde aranacak özellikler kapsama da, diğer hukuk, yöntem vb.

alanlar da kullanılabilir. Üreticiye, ekonomiye ve tüketiciye faydaları vardır.

e) Uluslararası Standardizasyonun Amacı ve Önemi

Bütün kısıtlama ve koruma önlemlerine rağmen, dünya ticareti serbestleşmeye doğru hızla gitmektedir. Bunun yanında her ülke kendi toplumunun kaliteli ürünlere layık olduğunu düşünerek gerekli tedbirleri almaktadır.

e.a) Standardizasyonun Amacı

Türkiye gerek G.A.T.T. (Yeni adıyla D.T.Ö.) gerekse A.B. içindeki bu anlamdaki standartlara uymayı kabul etmiştir. Standartların asıl amacı kaliteli ürünleri en ucuza tüketici pazarlarına sunmaktır. Çağımızda kalite kavramı, yalnızca ürün üzerinde düşünülmemelidir. İşletmelerin araç gereç dizaynı, teknolojik seviyesi, personel sayısı ve eğitimi, yönetim sistemi ve çevresel değerleri "Yeni Yaklaşım" geliştirmiştir. Standartları sadece "Ticarette Teknik Engeller" olarak görmemeliyiz (Çakıroğlu 1996, s.1).

Standartların amacı ürün, mal ve hizmetlerle ilgili olarak ekonomik, bilimsel ve toplumsal ortaklar arasındaki ilişkilerde sık sık ortaya çıkan teknik ve ticari sorunlara çözüm getirici referans belgelerini sağlamaktır.

Standartlar, spesifikasyonların tersine, standartların uygulanmasından sorumlu kuruluşların öncülüğünde tüm ekonomik aktörler tarafından geliştirilen ve uygulanması isteğe bağlı olan (birkaç istisna harici) teknik belgelerdir (Makina ihracatçısının Kılavuzu 1997, s.10).

TSE El Kitabı'nda (1994, s.3) standardizasyonun sağladığı faydalar açısından amaçları şöyle özetlenebilir.

Üretici Yönlü Amaçlar:

- Üretimin belirli plan ve programlarla yapılmasına yardımcı olmak
- Uygun kalite ve seri imalata imkan sağlamak
- Kayıp ve artıklar seviyesini azaltmak
- Verimliliği ve hasılayı artırmak

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

- Stokları azaltarak, depolamayı ve taşımayı kolaylaştırmak
- Maliyeti düşürmek.

Ekonomik Yönlü Amaçlar:

- Kaliteyi teşvik eder, kalite seviyesi düşük üretimle meydana gelecek emlak, zaman ve hammadde israfını ortadan kaldırmak
- Sanayii belirli hedeflere yöneltip üretimde kaliteyi artırmak
- Ekonomide arz ve talebin dengelenmesine yardım etmek
- Yanlış anlamaları ve anlaşmazlıkları ortadan kaldırmak
- İhracat ve ithalatta üstünlük sağlamak
- Yan sanayi dallarının gelişmesini sağlamak
- Rekabeti geliştirmek
- Kötü malın piyasasına imkan tanımamak.

Tüketici Yönlü Amaçlar:

- Can ve mal güvenliğini korumak
- Karşılaştırma ve seçim kolaylığını sağlamak
- Fiyat ve kalite yönünden aldanmaların önüne geçmek
- Ucuzluğa yol açabilmek
- Ruh sağlığını koruyup, stresi önlemek
- Tüketicinin bilinçlenmesine katkıda bulunmak

e.b) Standardizasyonun Önemi

Türkiye'nin Avrupa Gümrük Birliği'ne girmesi ile yeni teknik düzenlemeler gündeme gelmiştir. Bu düzenlemelerin anlamı standartlara uygun mallar üretmek demektir. Bu konuya önem vermeyen üreticiler piyasadan silinebilirler. Türk Sanayi'nin dünya standartlarında mal üretir hale gelmesine bu standartlar yardımcı olacaktır.

AB üyesi ülkeler arasında malların serbest dolaşımına yönelik engeller fiilen kalkmıştır. Ancak, bu defa standartlara uyumu gerekli kılan teknik engeller konmuştur. Sözü edilen standartları insan

emniyeti, sağlık ve çevre açısından yaptırımlar diye dile getirebiliriz. Bütün bunların esas hedefi de tüketicinin korunması, ürün uygunluğu, çalışanın emniyeti ve çevreye zararlı etkilerin azaltılmasıdır.

Oğuz'un (1996, s.1) ifade ettiği gibi, uluslararası ticarete yön veren teknik ve ekonomik pek çok düzenleme bulunmaktadır. Teknik düzenlemelerin önemli bir bölümünü Standardizasyon ve çevre ile ilgili olanlar oluşturmaktadır. Birçok ülkenin Standardizasyon düzenlemelerindeki amaç ve beklentileri hemen-hemen birbirinin aynıdır. İnsanların can güvenliğinin sağlanması, emniyet ve asayişin korunması, ülke insanlarının yaşam düzeylerinin yükseltilmesi ve tüketicilerin doğru bilgilendirilmesi dış ticaretteki teknik düzenlemelerinin başlıca amaçları olarak belirtilmektedir. Standardizasyon düzenlemeleri yoluyla GATT çerçevesinde sanayi ürünleri ithalatında gümrük vergilerini aşağıya çekmek zorunda olan ülkeler ulusal sanayilerini korumaya yönelebilmektedirler. Türkiye'nin de sanayi ürünleri ihracatında rakip pazarları zorlayabilmesi ancak önüne çıkabilecek teknik engelleri aşabilmesi ile mümkündür. Onun içindir ki ihracatçıların ticaret yaptıkları veya ticaret yapmayı planladıkları ülkenin dış ticaretteki teknik mevzuatlarını araştırıp öğrenmeleri ve planlarını buna göre yapmaları gerekmektedir.

Birleşmiş Milletler, Avrupa Ekonomik Komisyonu'nu (ECE) 13-15 Mayıs 1996 arası "Standardizasyon Politikaları" çalışma grubunun, altıncı oturumunda "ECE (Economic Commission For Europe) Teknik Uyumluluk Anlaşması" üzerine yoğunlaştıkları maddeleri Standardizasyonun önemi noktasında şöyle tanımlamaktadırlar: (United Nations Economic and Social Council (1996, s.1-2).

(1) Birleşmiş Milletler (United Nations-UN) vesikalarının dokuzuncu bölümünde yer alan uluslararası ekonomik ve sosyal birlik-telikler meselesi 1945'de kabul edilmiştir. O zaman bir ekonomik sistem kurma teşebbüslerinin başarısızlığa uğramasına rağmen, ekonomik hukuk o günden bugüne hızlı bir şekilde gelişmiştir. Özenle hazırlanmış, yüzlerce uluslararası anlaşma 65 organizasyondan bazısında somutlaştırılmıştır. Akılcı bir biçimde Birleşmiş Milletlerin bir sistemi olan Avrupa Ekonomik Komisyonu (ECE) Sağlık anlaşmalarını, uyumlaştırılmış teknik düzenlemeleri ve standartları formüle ederek bu çabalara katkıda bulunmuştur.

(2) Elli yıl sonra Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO - World Trade Organizaton) kuruluşu yeni bir çok taraflı ticaret rejimi başlattı. Bu, imza eden ülkeler üzerinde önceki (GATT-General Agreements on Tariffs and Trade) Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşmalarına nazaran daha bağlayıcı şartlarda hükümler getirmektedir.

(3) Ticarete teknik engeller hususunda, konuyla ilgili Dünya Ticaret Örgütü (WTO) antlaşması önceki (1979) GATT Anlaşması'nın yerini almıştır. Daha sonraki Tokyo Round anlaşmalarının sadece biriydi ve ülkelerin ona bağlı kalması için bir mecburiyeti yoktu. Diğer taraftan, Ticarete Teknik Engellemeler üzerine yapılan yeni WTO Anlaşması yasal olarak imzalayan WTO ülkelerinin hepsini bağlamaktadır ve aynı zamanda bu anlaşma ülke sınırları içindeki hükümet dışı belirli kuruluşlara da uygulanabilecektir. WTO Anlaşması, diğer ülkelerin özelliklere gelişmekte olan ülkelerin teknik kuralların uygulanması ve hazırlanması ile standartlar ve uyum değerlendirmesi prosedürleri alanında, alt yapısal ve kurumsal sorunlar dahil olmak üzere özel problemlerle karşı karşıya kalabileceğini kabul etmektedir.

(4) Bu tip problemler aynı zamanda ECE üyesi ülkelerde de doğmaktadır, özellikle de planlı ekonomiden pazar ekonomisine geçişlerde. Dünya Ticaret Örgütü'nün henüz anlaşmayı imzalamamış olan ülkelere teknik açıdan yardım elini uzatma gibi bir mecburiyeti de yoktur. Öte yandan Birleşmiş Milletler, Avrupa Ekonomik Komisyonu sürdürülebilir gelişme prensipleri çerçevesinde pazar ekonomisine geçiş sürecindeki ülkelere yardımlarda bulunmaktadır.

(5) 1970'den bu yana, Standardizasyon Politikalarında hükümet kurumlarının sorumluluğunun ilk devreye girmesinden itibaren yardımcı yapılanmalar ve onun yerini alan Teknik Uyumluluk ve Standardizasyon politikaları üzerinde çalışma prensibi bölgesel veya uluslararası ticaret teknik engellemelerde üzerinde anlaşılan kurallarda ulusal uygulamaları kolaylaştırmak için tam bir öneriler metnini özenle hazırlamıştır. Standardizasyon politikaları üzerine yapılan öneriler metni yenilenmiş olarak Teknik Düzenlemeler ve Standartlar ECE (Avrupa Ekonomik Komisyonu) Anlaşmaları Listesi 1996'da yayımlanmıştır.

(6) Öneriler olarak tasarlanmış olmakla birlikte, ulusal uygunluk değerlendirme sistemleri düzenleme ve kuruluşlarındaki yeni bir önerinin dahil olduğu sonraki daha tutarlı kuralların kabul edilmesi çalışmaları da hemen hemen tamamlanmak üzeredir.

(7) Ülkelere WTO Anlaşmasının (henüz WTO imzalayıcıları değil) prensiplerinin uygulanabilirliğini yaymak ve bölgesel ve/veya uluslararası uyarlanmış kuralların ve icraatların uygulanışı hususunda diğer ECE üyesi ülkelerden teknik yardımlaşmaya geçiş aşamasındaki ECE üyesi ülkelerin haklarını tesis etmek için, çalışma grubuna hizmet edebilecek ECE Teknik Uyumluluk Anlaşmasını özenle hazırlayan imkanları müteala etmeyi arzulanabilir.

İ) Uluslararası Pazarlamada Standardizasyon Çeşitleri

Standardizasyon çalışması sonucu ortaya çıkan belge, doküman veya esere "standard" adı verilmektedir. Standartlar bilimsel, teknik ve deneysel çalışmaların kesinleşmiş sonuçlarını esas alır. Yalnız günümüzün şartlarını belirlemekle yetinmez, aynı zamanda geleceğin gelişme imkanlarını da göz önünde bulundurur, gelişmelere ayak uydurur. Kısaca Standard; imalatla, anlamda, ölçmede ve deneyde beraberlik manasına gelmektedir (TSE 1994, s.4).

Standartlar çeşitli ölçülere ve hareket noktalarına göre sınıflandırılır (TSE 1994, s.4):

Yapı Karakterine Göre	Uygulama Şekillerine Göre	Uygulama Alanlarına Göre
Madde	İhtiyari	İşletme
Mamul	Mecburi	Endüstriyel
Mahsul		Milli (TS, DIN vb.)
Usul (Metod)		Bölgesel (EN vb.)
Hizmet		Milletlerarası (ISO, IEC vb.)

Tek'e göre (1997, s.365-366) standart çeşitleri ikiye ayrılmaktadır:

- (1) Temel standartlar
- (2) Kalite, kimlik ve içerik standartları

(1) Temel Standartlar

Standartlaştırmaya tabi olabilecek madde, ürün, hizmet, yöntem vb'nin hepsinde veya bir kısmında ortak kullanılacak bazı ilkelere, Semboller, birimler, Standart sayılar, terimler ... gibi.

Şu gruplara ayrılır:

a) Yapı Karakterlerine Göre

Madde Standardı: (Meyve, sebze, maden cevheri vb. gibi doğal özelliklerine göre).

Yöntem (Usul) Standardı: (Hizmet icrasında kullanılacak alet, araç veya usul biçimi).

Hizmet Standardı: (Nasıl, ne şekilde ve nerede vb.).

b) Uygulama Alanlarına Göre

İşletme (Özel), Endüstriyel, Ulusal, Bölgesel, Uluslararası Standartlar (ISO vb.) olarak bölümlenebilir.

c) Uygulama Şekillerine Göre

Zorunlu Standart (Bakanlar Kurulu kararlarıyla uyulması zorunlu standartlar, sağlık, güvenlik vb. ile ilgili ürün hizmetlerinde).

Gönüllü Standart (Ulusal Standart endüstrilerince geliştirilmiş olup, uygulanması isteğe bağlı olan).

(2) Kalite, Kimlik ve İçerik Standartları

ISO 9000 KALİTE GÜVENCESİ STANDARTLARI

Uluslararası ticareti kolaylaştırmak amacıyla 1987'de Merkezi İsviçre'de (Cenevre) bulunan, birçok ülkenin Standart Enstitüsü ve kuruluşlarının üye olduğu Uluslararası Standartlar Örgütü ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri'ni oluşturmuştur. Tüketicilere uygun kalitede mal/hizmet sağlamak amacıyla, bir üretim sisteminde kalitenin planlanarak düzenlenmesi, yönlendirilmesi ve kontrol edilmesi işlemlerinin oluşturduğu faaliyet topluluğuna "Kalite Güvence Sistemi" denilir.

Bu Standartlar uluslararası ticarete bir zorunluluk olarak değil isteğe bağlı olarak yürütülebilir. Son yıllarda bir tedarikçinin ya da imalatçının ürününün istenen normlarda olduğunun ISO 9000

sistemleriyle belgelenmesi, alıcı firmalar tarafından zorunlu kılınmaktadır.

ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi, değişik danışmanlık firmalarınca verilen eğitim programları ile başlamaktadır. ISO 9000 serilerinden kendisine uygun olanı benimsemek isteyen bir firma (üretici vb.), danışmanlık firmalarından (TSE, KALDER, S & Q Mart, BORRA, EGİK, SGS, Bureau Varitas, DNV gibi teklif alarak işi başlatır. Bu teklifler şu aşamaları kapsar:

- (1) Ön değerlendirme raporunun hazırlanması
- (2) Kalite güvence sistemi tasarımı
- (3) ISO 9000 Eğitim Desteği
- (4) Değerlendirme ve test süreci
- (5) Sertifikasyon süreci desteği
- (6) Fiyatlandırma (dolar bazında) vb.

A • 2- ULUSLARARASI PAZARLAMADA KALİTE

a) Uluslararası Pazarlamada Kalitenin Tanımı

Bir toplumda kaliteden söz edebilmek için onu oluşturan bireylerin yaşam ve uğraşlarındaki kalite bilincine göz atmak gerekir. Bu bilincin yaygınlaştırılma hızı da en az bilincin kendisi kadar önemlidir.

Elimize aldığımız mürekkep akıtan bir tükenmez kalem için ürün kalitesi, ya da yürürken hızla gelip size çarpan bir insanın pervasızlığı için davranış kalitesinden söz edilebilir mi? Oysa iyiyi, güzeli ve doğruyu yapabilmek, ama "ilk defada doğruyu yapabilmek" bir kalite deyişidir.

Bu deyişin vurgulanması gereken noktası, doğruyu yapmak yanında, doğrunun ilk defa da yapılmasıdır. Bu da geri kalmış toplumların kavrayamadıkları "zamanın önemini" vurgular. O nedenle ki zaman, Kalitenin yadsınamaz boyutu oluyor. Biz de zamana saygı duyup, kaliteyi her yere taşımak ve Toplam Kalite felsefesini artık yaşama geçirmeliyiz (Gür 1996, s.6).

Kalite kavramı insanların ve sistemlerin "hata yapması" ve "mükemmele ulaşma isteği" gerçeğinden ortaya çıkmıştır. Latince nasıl oluştuğu anlamına gelen "Qualis" kelimesinden türemiş ve "Qualitas" kelimesiyle ifade edilmiştir.

Kalite'nin değişik tanımları bulunmaktadır:

- Kalite; bir ürün veya hizmetin ihtiyaçları karşılama yeteneğine dayanan tüm özellikleridir.
- Kalite; belirlenen şartlar altında ve belirlenen bir zaman süresi içinde istenilen fonksiyonları yerine getirebilme kabiliyetidir.
- Kalite; bir ürünün kullanım uygunluğunu belirleyen özelliklerinin tümüdür.
- Kalite; herhangi bir ürün sınıfının özelliklerinin insan topluluklarının istek potansiyelini karşılayabilme derecesidir.
- Kalite; önceden tespit edilmiş olan spesifikasyonlara ya da standartlara göre üretim yapma olgusudur.

Alıcı tarafından aranılan belirli şartları en iyi karşılayan anlamında kullanılan "Kalite" kısaca "amaçlara uygunluk derecesi" olarak tanımlanabilmektedir. Buradaki amaç kullanıcı kimsenin veya tüketicinin istek ve gereksinimleri olmaktadır (İGEME 1991, s.1).

Bir başka tanımla Kalite, bir mal veya hizmetin, müşterilerin açık ve kapalı olarak dile getirdikleri ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilme derecesidir. Müşteriyi elde etmenin yolu, onu tatmin etmekten geçer, müşterinin tatmini ise isteklerinin karşılanmasıyla mümkündür (Ariyörük 1996, s.1).

b) Uluslararası Pazarlamada Kalite'nin Önemi

Şengül'ün (1996, s.4) ifadesiyle kalite, 21.asrın en önemli ölçülerinden biri olacaktır. Bilimsel ve teknik ilerlemeler, gelişimden çok ticari kârı birinci planda tutun zihniyete baskın gelecek ve kalite, üretim artışı kadar önem kazanacaktır. Yine aynı ifade de kalitenin malın fiziksel şartlarında aranmasının yaygın bir görüş olduğu belirtilmektedir. Oysa, malın sunumu garantisi, satıştan sonraki yükümlülükler ve hizmet yönü de bir o kadar hassas ve önemlidir.

Son yüzyıldaki ekonomik ve teknolojik gelişmeler ülkelerin rekabet üstünlüğüne sahip olma ihtiyacını da en üst düzeye ulaştırmıştır. Hedef alınan pazarlara ihracatta, dünya ülkeleri arasında yer alabilmek ve bu pazarlarda rekabet gücüne sahip olmak, kaliteli mal sunumuna verilen önem ölçüsünde olmaktadır. Dış pazarlarda giderek artan ve yoğunlaşan rekabet, olabilecek en düşük giderle en yüksek kalitede mal üretmek koşulunu da birlikte getirmektedir (İGEME 1991, s.20).

Birde bu açıklamalara şunları ekleyebiliriz. Tüketiciler günümüzde kalite bilincine ulaşmışlardır. Kalite'nin bu kadar önemli hale gelmesi dış pazarlara kaliteli, uygun maliyetli ve tüketici beğenilerine hitap edecek mallar üretilip, sunulmasını gerektirir.

Bu amaca yönelik olarak İGEME'de (1991, s.21) ihracatçı bir firmanın sağlıklı politikalar tespitindeki unsurlar belirtiliyor. Bunları şöyle sıralayabiliriz.

- Tercihli kalite oluşturabilecek kadar ürünün iyi olması;
- Yeni ürünlerin kalite de belirli bir düzeye gelmedikçe piyasaya sunulmaması;
- Müşterinin üründen beklediğini alabilmesi ve
- Tüm bunların sağlanması için yönlendirici üst düzey idarecilerin kalite bilincine sahip olması.

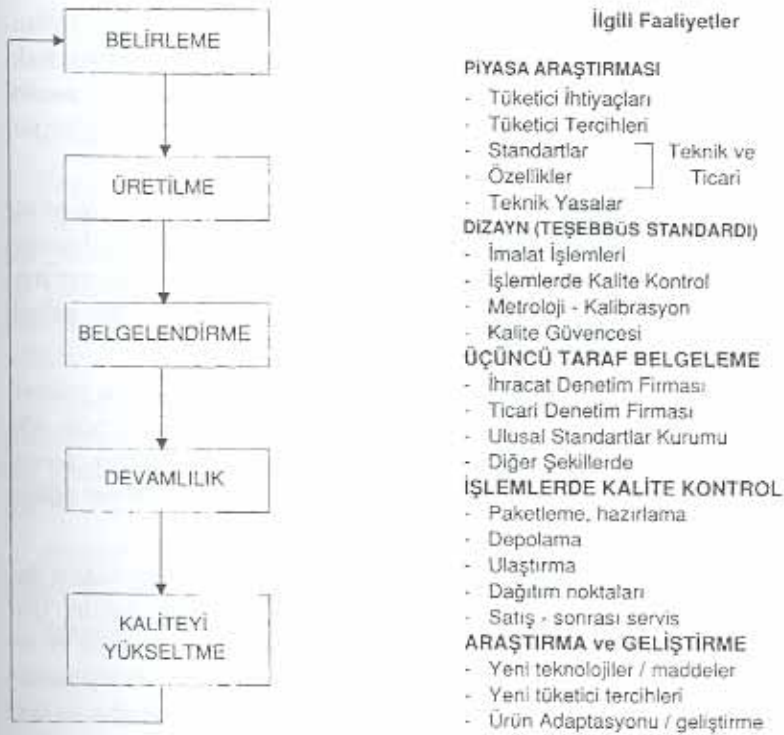
İhraç ürünlerinin kalite dönüşümü de Şekil 2'de gösterilmektedir.

Uluslararası pazarlamada "Kalite"nin öneminin iyi algılanabilmiş olması ihracatı da olumlu yönde etkileyecektir kuşkusuz. Ancak, ihracatta oldukça önem taşıyan Kalite ve Standardizasyon ile ilgili birçok sorunlar da çıkmaktadır. İşte bu sorunlara çözüm getirebilecek ve mutlaka dikkate alınmasında fayda görülen önerilerden bazıları aşağıda verilmektedir.

İhracatta Büyük Önem Taşıyan Kalite ve Standardizasyon ile İlgili Sorunlara Yönelik Öneriler (İGEME 1991, s.35):

- (1) Kalite kontrolüne gereken önemin verilmesi, kaliteye yönelik araştırmaların yapılması, kalitenin geliştirilmesi için gerekli faaliyetlerde bulunulması;

İhraç Ürünlerinin Kalite Dönüşümü



Şekil 2: İhraç Ürünlerinin Kalite Dönüşümü

Kaynak: İhracatta Pratik Bilgiler (1991,s.22)

Tüm bu çalışmaların başında yapılması gereken ilk şey tüketici isteklerine ve amacına göre belirlenen kalite özelliklerinin açık ve anlaşılır biçimde ortaya konulmasıdır.

- (2) Dış satımı kolaylaştıran ve geliştiren bir işlev olarak standartların hedef pazar seçilen ülkelerdeki uygulamaları takip edilmelidir.

Uluslararası Standardizasyon kuruluşları ile işbirliği yapılarak dış pazarlardaki Standardizasyon faaliyetleri izlenmeli ve benzer standartlar geliştirilmeye çalışılmalıdır. Firmanın başarı grafiği üretimin belli ölçülere, yasalara ve kullanıma uygunluk sağlamasına, yani standart olmasına bağlıdır.

- (3) Kalite ile ilgili tüm kurumlarla işbirliği halinde olup, yabancı ülke piyasalarında talep gören malın kalite özellikleri hakkında bilgi edinilmesi önemlidir. Çünkü belirsiz bir pazara girmek yerine kalite özellikleri önceden tespit edilmiş bir pazara girmek rekabet imkanını kolaylaştırmaktadır.
- (4) Firma içinde bir kalite kontrol biriminin kurulması ve iyi bir sisteme oturtulması gerekmektedir. Kalite kontrol laboratuvarları kurmak, kalifiye eleman çalıştırmak ve bunların maliyetinin karşılanabilmesi için işletme bütçesinden yeterli kaynak tahsis etmek önemli bir aşamadır.
- (5) Malzeme ve ekipman dışında kalite standartlarının yükseltilmesinde önemli bir unsur olan "İnsan Faktörü"nü dikkate alınması gerekmektedir. Bu konuda yönetimin, personelin eğitime gereken önemi vermesi ve gereken eğitim programları oluşturması gerekmektedir.
- (6) Fazla, fakat kalitesiz mal yerine, az ancak kaliteli, katma değeri yüksek mal ihracatı yapma anlayışı yerleşmelidir. Günümüz ticaret dünyası çok hızlı bir teknolojik gelişme ve rekabet ortamı içine girmiş bulunmaktadır. İhracatçı şirketlerin bu hızlı gelişme ve rekabete ayak uydurması zorunluluk haline gelmiştir. Bu da rekabet gücünü artıran bir unsur olan KALİTE ile mümkündür.
- (7) Malın üretim aşamasından itibaren bütün aşamalarda KALİTE unsuruna yer vermek suretiyle entegre bir kalite Kontrol sistemi uygulamak kaliteli mal üretimini sağlayacaktır.

c) Uluslararası Pazarlamada Toplam Kalite

Bayram'ın (1996, s.5) ifadesiyle "Toplam Kalite" kuruluşlarının tüm imkânlarını çalışanların katılımıyla koşulsuz müşteri mutlulu-

ğunu sağlamak üzere seferber edilmesi ve sürekli gelişme olarak algılamaktadır. Bu çerçevede benimsenen ilkeler ise şunlardır:

- Müşteri, kalite anlayışının odak noktasıdır.
- Yönetim anlayışı "insana saygıya dayanır.
- Kalite bir yaşam biçimi olarak benimsenmiştir.
- Dünyaya ve değişime açık, öncü girişimcilik ruhu çalışanlar tarafından paylaşılmaktadır.
- Katılımcı yönetim sistemi benimsenmiştir.

Toplam Kalite Yönetimi (TKY), verimliliğin artırılması için kalitenin tüm üretim sürecine yayılmasıdır. TKY, kalitenin bir faktör olarak performans değerlendirmesine dahil edilmesini, kalite iyileştirme çabalarının örgütsel amaçlarla entegrasyonunu ve tüm örgüt çapında taahhüdü içeren kalite kontrol yaklaşımıdır (Tek 1997, s.362).

Cebeci'ye göre (1996, s.27)Toplam Kalite Yönetimi, müşteri beklentilerinin ilk ve her defasında, tam zamanında karşılanmasını içeren insana ve takım çalışmasına önem veren bir yönetim felsefesidir.

Avrupa Toplam Kalite Modeli, "Girdiler" ve "Sonuçlar" olarak 9 temel öge üzerinde şekilleniyor (Sabah 1996, s.4):

Girdiler

(1) Liderlik: Kuruluşun toplam kaliteye yönlendirilmesinde tüm yöneticilerin yaklaşımı.

(2) Politika ve Strateji: Kuruluşun misyonu, vizyonu, uzun ve orta dönem stratejileri nasıl oluşmaktadır ve bu değerlere nasıl ulaşılmaktadır.

(3) Çalışanların Yönetimi: Kuruluşun insan kaynakları planlaması, uygulanması, çalışanların yönlendirilmesi ve iletişim.

(4) Kaynaklar: Mali kaynaklar, bilgi kaynakları, ikmal sistemi ve tedarikçi yönetimi, teknoloji kullanımı.

(5) Süreçler: Kuruluşun başarılı olmasında etkin olan katma değer yaratan tüm faaliyetlerin yönetimi.

Sonuçlar

(1) Müşteri Tatmini: Müşterilerin, kuruluşun ürettiği ürün, hizmet ve müşteri ilişkileri ile ilgili algılamaları. Müşteri tatmini için kuruluşun izlediği göstergeler.

(2) Çalışanların Tatmini: Çalışanların, yönetim yaklaşımı ile ilgili algılamaları. Çalışanların tatmini için kuruluşun izlediği göstergeler.

(3) Toplum Üzerindeki Etki: Kuruluşun yerel faaliyetlere katılımı, çevre ve doğal kaynakların kullanımı konularında toplumun algılamaları. Kuruluşun topluma katkı sağlamak için izlediği göstergeler.

(4) İş Sonuçları: Kuruluşun finansal göstergelerdeki başarı derecesi. Kuruluşun finansal olmayan göstergelerdeki başarı derecesi.

Mükemmel kuruluşlar geliştikçe Toplam Kalite Yönetimleri de değişir. Bu, Kalite Ödülü vurgulanarak yapılır. Bunun unsurları şöyle sıralanabilir.

- **Müşteri Odaklılık:** "Müşteri istek ve beklentileri" ve Katma değer nasıl sunulabileceği anlaşılmaktadır.
- **Tedarikçi Ortaklığı:** Hem müşteriye hem de tedarikçiye iyileşme ve katma değer yaratılmaya çalışılır.
- **Çalışanların Geliştirilmesi ve Katılımı:** Katılım ve iletişim fazladır. Öğrenmek ve becerileri geliştirmek için sağlanan imkanlarla desteklenir.
- **Süreçler ve Verilerle Yönetim:** Bütün faaliyetler sistematik olarak süreç yapısıyla yönetilmektedir. Veriler, ölçüm ve bilgi sistemi temel gerekliliklerdir.
- **Sürekli İyileştirme ve Yaratıcılık:** Orjinal düşünce ve yaratıcılık teşvik edilmektedir.
- **Liderlik ve Amacının Tutarlılığı:** liderler organizasyonel kültürü geliştirmektedirler. Şirketin çaba ve kaynaklarını mükemmelliğe yöneltmektedirler.
- **Toplumsal Sorumluluklar:** Kuruluş ve çalışanları düzenleyici ve yasal gereklerin de ötesine geçecek iyi bir ahlaki yaklaşımı sergiler.

- **Sonuçlara Yönlendirme:** Sürekli başarının korunması ilgili tüm tarafların tatmin edilmesine ve menfaatlerinin dengelenmesine bağlıdır.

Artık günümüzde firma ve kuruluşlar Toplam Kalite Modeline teşvik edilerek ödüllendiriliyorlar. Firmaların/kurumların kendilerini geliştirmelerine zemin hazırlayan ve Toplam Kalite'ye özeniren bu ödüller aşağıda açıklanmaktadır.

1989 yılında Avrupa'nın önde gelen sanayi kuruluşları, Avrupa'nın küresel rekabette öncülük şansını artırmak üzere bir vakıf kurdu. EFQM (European Foundation For Quality - Avrupa Kalite Vakfı) adı verilen kuruluş, şirketlere toplam kalite konusunda öncülük ederek bir model oluşturdu. EFQM'nin verdiği Avrupa Kalite Ödülü, Japonya'da 1951'den beri verilmekte olan Deming, ABD'de ise 1988'den beri verilen Malcolm Boldrige ödülüne alternatif olarak Avrupalı şirketler tarafından gündeme getirildi. Bu gün Avrupa'da 5 binin üzerinde kuruluş tarafından benimsenen "Avrupa Toplam Kalite Modeli", doğru politika ve stratejilerin belirlenmesini, çalışanların, kaynakların ve süreçlerin etkin yönetimi sonucu, müşteri tatmini, çalışanların tatmini, toplumun kuruluşu, algılaması, finansal ve finansal olmayan sonuçlarda iş mükemmelliğine ulaşmayı hedefliyor (Hürriyet, 1996, s.1).

Yukarıdaki açıklamalara şu bilgiler de ilave ediliyor. EFQM'nin kurucu üyeleri arasında KLM Havayolları, Fiat, Volkswagen, Renault, Philips gibi dev firmaların da olduğu 546 üyesi bulunmaktadır. Türkiye'den ise Brisa, Netaş, FMC Nurol, Kordsa, Beksa, İpek Kağıt, Türk Elektrik Endüstrisi, Arçelik, Simko, Nestle, Ata Menkul ve Garanti Bankası üye bulunuyor.

EFQM her yıl "Avrupa Kalite Yarışması" düzenliyor. Değerlendirme 2 aşamada yapılıyor. "Büyük Ödül (Award)" ve "Başarı Ödülü (Prize)".

EFQM Avrupa Kalite Ödülü Yarışması, bu yıl 9 temel kriter ve 33 kıstasa göre yapıldı. Bunlar, liderlik, politika ve strateji, çalışanların yönetimi, kaynaklar, süreçler, müşteri tatmini, toplum üzerindeki etki ve iş sonuçları konularıdır (KalDer Bülten 1996, s.1).

1996 yılında yapılan Avrupa Kalite Yarışması'na 500'e yakın kuruluş katılmıştır. İngiltere'nin Edinburg kentinde açıklanan neti-

celere göre "1996 Avrupa Kalite Büyük Ödülü"nü Sabancı Grubu'nun lastik şirketi Brisa, "Avrupa Kalite Başarı Ödülü"nü ise yine bir Türk firması olan Netaş kazanmıştır (Sabah 1996, s.4).

Başarı ödülleri (Tablo 2)'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Avrupa Kalite Ödülü Yarışmasını Kazananlar

Büyük Ödül (Award)	Başarı Ödülü (Prize)
1992 Rank Xerox Ltd.	1992 BOC Ltd. USISA ve Millken
1993 Millken Avrupa Bölümü	1993 Desing to Distribution Ltd.
1994 Desing to Distribution Ltd.	1994 Ericsson ve IBM
1995 Texas Instruments	1995 TNT Express
1996 Brisa	1996 Netaş

Kaynak: Sabah Kalite Özel Sayfaları (1996, s.4).

Yine bu alanda bir başka kuruluş olan EOQC (Avrupa Kalite Kontrol Teşkilatı) da faaliyet göstermektedir. Politik olmayan, kâr amacı taşımayan uluslararası bir teşkilat olarak faaliyet göstermekte olan bu kuruluşa dünyanın çeşitli yerlerindeki 215 milli teşkilat üyedir. Türk Standartları Enstitüsü (TSE) de 1976 yılında tam üye olarak katılmıştır (İGEME 1991, s.19).

İGEME (1991, s.20) aynı konularda Almanya'da DGQ (Deutsche Gesellschaft. Qualiteat), İsviçre'de SAQ (Arbeitsgemeinschaft G.Qualiteatsförderung) nın bulunduğunu belirtmektedir. Bu teşkilatlar kalite eğitimini de organize etmektedirler.

Avrupa'nın Kalite Kontrol Teşkilatında Komitelerin oluşturduğu kontrol konuları;

- Otomotiv
- Enerji
- İnşaat
- Ölçme
- Eğitim
- İmalat/Kullanıcı ilişkiler
- Güvenirlilik
- Kozmetik / Farmakoloji
- Yiyecek
- Kalite Kontrolde Std.
- Değişimler
- İstatistiki metotlar
- Software kalitesi
- Kalite çevrimi

1996'da Brisa'nın kazandığı Avrupa Kalite Ödülü'nü 1997'de KOBİ kategorisinde yine Sabancı Grubu'ndan "BEKSA" kazanmıştır. Büyük şirketlerde ise başarı ödülü "NETAŞ" a verilmiştir (Sabah 1997, s.9).

Şener'e göre(1996,s.1) başlangıçta "kalite" sadece ihracat yapan kuruluşların problemi idi. Oysa Gümrük Birliği'ne girildikten sonra iç piyasada da ayakta kalabilmenin esas şartı kalite olmuştur.

Globalleşen Dünya Ekonomileri'nde yaşanmakta olan değişimler çeşitli verilerle veya ISO 9000 serisi standartlar ve CE Markası gibi yaptırımlar yolu ile Türkiye'yi de yoğun bir şekilde etkisi altına almaya başlamıştır. Bu yeni durum sanayimizin gerçek anlamda rekabet kavramı ile tanışmasını ve yüksek rekabetçi bir yapılanmayı mecburi hale getirmiştir.

1991 yılında kurulmuş olan Kalite Derneği (KALDER) toplam kaliteyi başarı ile uygulayan kuruluşların örnek modeller olarak ortaya çıkartılması ve daha yaygınlaştırılabilmesi amacıyla KALDER ve TÜSİAD işbirliği ile bir kalite ödülü düzenlemiştir. TÜSİAD-KALDER KALİTE ÖDÜLÜNÜ son dört yılda sırasıyla BRİSA, TUSAŞ, NETAŞ ve KORDSA almıştır. Kordsa yetkilileri, Toplam Kalite uygulamalarını bir yaşam biçimi olarak görmelerinin bu başarıyı sağladığını Bülten'de (1996, s.1) de ifade etmişlerdir.

TÜSİAD-KALDER Kalite ödülünün Kriterleri Tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3: TÜSİAD-KALDER Kalite Ödülünün Kriterleri

Çalışanların Yönetimi			Çalışanların Tatmini	
	%8		%10	
Liderlik	Politika ve Strateji	Süreçler	Müşteri Tatmini	Sonuçlar
%12	%7	%15	%20	%14
	Kaynaklar		Toplum Üzerindeki Etkiler	
	%8		%6	
	Girdiler		Sonuçlar	

Kaynak: Hürriyet Özel Kalite Eki (1996,s.4)

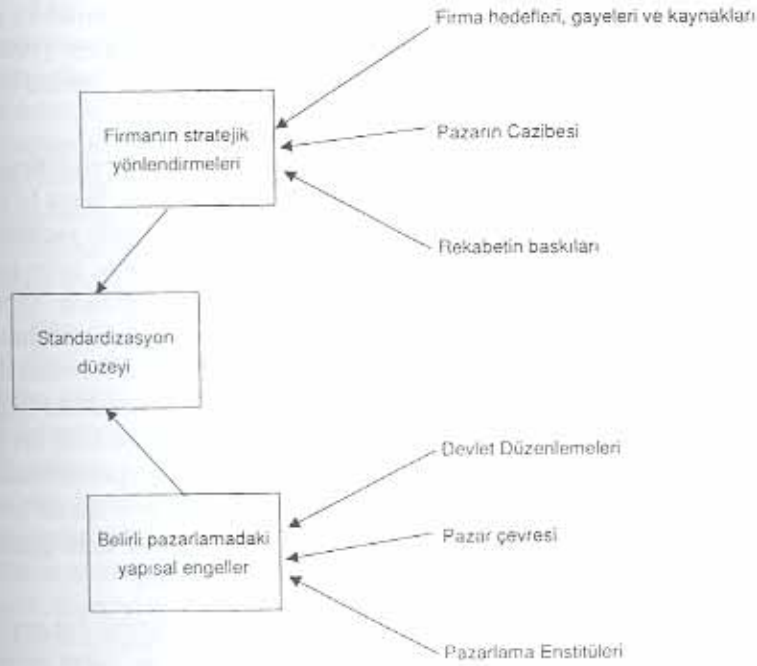
B. ULUSLARARASI PAZARLAMADA "ENGELLEYİCİ FAKTÖR" OLARAK STANDARDİZASYON VE KALİTE

İşletmelerin yoğun rekabet atmosferinde birbirlerine üstünlük sağlamaları, rekabet güçlerini geliştirmeleri; kalite yükseltimi, maliyet azaltımı, verimlilik geliştirilmesiyle ancak mümkün olabilir. İşletmelerin rekabet ortamında başarılı olmak, rekabet güçlerini geliştirmek, amaçlarıyla geliştirici eylemleri organize etmeleri zorunluluğu yanında bir başka zorunluluk daha vardır: Geliştirici faaliyetleri rekabet yasaları gereği organize etme zorunluluğu. Bunun örneği ISO 9000 Kalite Güvencesi Standardı, uluslararası bir standart olup belirli bir kalite düzeyini ifade etmektedir. Bu standart belirli bir kalitenin elde edilmesini, sürekliliğini ve bu kalite üretiminin kullanım-kontrol bakımından garanti edilebilmesi için izlenecek yöntemlerin genel çizgilerini açıklamaktadır. Kalite yönetimi konusunda bir sistem yaklaşımı getiren bu standart şirketlere rekabet üstünlüğü, kaliteli üretim ve uluslararası pazarda bir garanti sağlamaktadır. **Bu normlarda çalışmamanın ilk sonucu, uluslararası pazara açılmama ve ihracat yapamamadır.** Ancak bununla da kalmayıp, ikinci aşamada iç pazarı kaybetmekte vardır. Bu normları uygulayan, geliştirici faaliyetleri sürekli olarak düşünen, planlayan ve sonuçlarını uygulayan işletmeler değişen ve gelişen kürede yerlerini alacaklardır. Aksi durumda işletmelere arenayı terk etme yazgısının var olduğu da unutulmamalıdır (Çetin 1994, s.36).

Dünya ticaretinde çevre faktörlerinin getirdiği kurallar gün geçtikçe artmakta ve tükenen doğal kaynaklar korunmaya çalışılmaktadır. Miramon ve Stevens'in (1992, s.25-26) belirttikleri üzere çevresel düzenlemeler ve Standartlar tarife dışı engeller yaratmaktadır. Çevresel masraflar ve vergiler, firmaların rekabet edebilirliğini değiştirebilir. Ticaretin akışını direkt veya indirekt etkileyen çok fazla çevre politikaları vardır. Eğer yabancı tedarikçiler, milli tedarikçi olarak aynı gerekliliklere bağlı değilseler ulusal çevre politikalarının uygulanabilirliğinin mümkün olmadığı anlaşılır. dolayısıyla, arabalardan kimyasallara kadar ürün dizilerini ithal eden bir ülkenin çevre ürün standartlarıyla tanışma gerekliliği vardır. İhracatta yasaklar ise ülkedeki tabii kaynakların muhafazasında bir mekaniz-

ma olarak kullanılmaktadır. Mesela, bu ülkeler, OECD veya değil, orman ve deniz ürünleri ihracatlarına kısıtlama getirdiler.

McGee'e göre (1987, s.171-172) standardizasyonda yapısal engellere devlet düzenlemeleri, pazarın yapısı ve pazarlama enstitüleri dahildir. Hükümet hareketleri genelde milli ekonomilerin ürünleri içindir. Bunlar Ticaret uygulamalarındaki korumacılık, parasal yardımlar, özel vergi yardımları ve yerli pazar üreticileri için kısıtlamalardır. Bu uygulamalarda medya kullanımındaki kısıtlamalar da olduğu gibi yerli ve yabancı rakiplere eşit uygulanan düzenleme şekilleri getirilebilir. Pazarlama programlarını böylesi engellere adapte etmek ülkeye girişten önce gerekli olan şeydir. Şirketler bu adaptasyonlardan sakınmayacaklardır. Belirli pazarlarda var olan yapısal engellerde ve uluslararası pazarlara girişte firmanın Stratejik nedenleri (Şekil 3)'teki gibi gösterilebilir.



Kaynak: McGee (1987, s. 171)

Şekil 3: Standardizasyon Düzeyindeki Kararlar

Firmanın ilk olarak müzakere edilecek stratejik nedenlerine firmanın hedefleri, amaçları ve kaynakları, uluslararası pazarın çekiciliği ve rekabet baskıları dahildir.

Ecological Economics'e göre (1992,s.20) Avrupa Topluluğu (EC), çevre politikası yapan Batı Almanya için giderek artan önemli bir seviyede. EC şimdi, üye ülkelerinin çevre politikalarının çerçevesini ve zamanlamasını oturtmaya çalışıyor. 1 Temmuz 1987'de Avrupa Tek Pazarı hareketinin onaylanması ile ilk olarak hemen çevre koruması politik amaç olarak anlaşmalarda tanındı ve dahil edildi. Hatta ekoloji ilk öncelikli sırayı aldı ve Avrupa Tek Pazarı entegrasyonunun oluşmasını amaçlayan politikalarda çevre politikası yapma ikinci sırada kaldı. Diğer bir ifade ile EC, ekonomik politikaların önemi ile bağdaşacak, onlara uyan bağımsız çevre politikalarına müsaade etmeyecekti.

Ticarette çevre faktörünün önemini, karşılıklı etkileşimlerini ve standardizasyonun geliştirilmesiyle ilgili faktörleri Siebert (1995, s.178-179-180) makalesinde açık olarak belirtmektedir. Özetini sunacak olursak:

Genel kanı odur ki, ekonomik büyüme ile dünya ticareti birleştirilmektedir ve ekonomik büyüme kirliliği doğurmaktadır. Sıkça telâfuz edilen ticaretteki engellerin çevrenin iyileştirilmesinde yardımcı olacağı mütalâasıdır. Bu argüman yanlıştır. Çevre koruma, çevre politikası enstrümanları tarafından kontrol altında tutulmalıdır. Çünkü bu enstrümanlar çevresel kirliliği ifade eder ve kirliliğin azaltılmasındaki baskıyı gerçekleştirir. Eğer uygun çevre politikaları eksikse, genişleyen dünya ticareti çevre açısından sadece zararlı olabilir. Doğru çevre politikası üstlenilmişse ticaretin serbestleşmesi kötü çevre nitelikleri ile birleştirilmemelidir. Ticaret politikası çevre politikasının yerine konamaz. Bunun yanında, ticaret refahı artırır ve bu da çevre korumayı kolaylaştırır. Ticaretle elde edilen yüksek milli gelirle çevre politikalarına verilen fırsat maliyetleri azaltılabilir.

Eğer bir ülke kirliliğe yol açan ürünler ihraç ediyorsa bu çevre kalitesini de düşürür. Eğer üreten ülke çevreye en az zarar veren malı ihraç ederse, çevre politikasını uygulayarak rekabet avantajını geliştirecektir.

Eğer ürün dışarıda ülkedekinden daha yoğun kirlilikte üretiliyorsa, ithal vergisi veya kota gibi ticaret politikası enstrümanları önerilir. İthal vergisi ve kotalar, kendi ülkesindeki gibi yabancı ülkenin de benzer çevre politikasını uygulaması için teşvik edilir.

Diğer bir mesele de, bir ülkenin ithal ürünlerden etkilenebilecek çevresini korumak istediği zamandadır. Bir ülkenin çevre kirliliği yaratan yatırım ürünü ithal ettiğindeki durumu düşünelim. Bu durumda, emisyon vergileri, transfer müsaadeleri veya düzenlemeler gibi çevre politikası enstrümanları uygulanabilir. Ticareti kısıtlayan ürün normları gerekli değildir. Eğer kriterler, tüketim mallarındaki veya kimyasal ürünlerdeki gibi zararlı maddeler veya öldürücü ilaçlar ihtiva ediyorsa, tüketicinin bilgilendirilmesindeki gelişmeler veya ürün normları o zaman uygun bir strateji olabilir. Ürün normları yine de ticarete engeller olarak konulur.

Eğer bir ülke ticareti etkileyen ulusal ölçülerıyla çevresini korumak isterse, GATT'ın rolü devreye girer. GATT kuralları, yerel hükümetlere gerektiğinde karar verecekleri çevre politikası enstrümanlarını uygulamalarına müsaade eder. Bu müsaade emisyon vergilerini, müsaade sistemlerini, yeniden kullanılabilir atıklar için geri ödeme plânlarını içerir. Teknik düzenlemeler bu gibi durumda ticarete gerekli olmayan engelleri kurmak olarak formüle edilmemelidir. Daha özel olarak çevre politikası enstrümanları yerel ve yabancı ürünler arasında ayırım yapmamalıdır.

Yine de kullanıldığında kirlilik bırakan veya kirlilik ihtiva eden ithallerle çevresinin kirlenmesinden negatif etkilenen bir ülke kendisini kirlilik vergileriyle, ithalat vergileri ile veya ürün normları uygulayarak koruyabilir. Mamafih, bu durum ticareti değiştirecektir. Bu sebeple kuralların işleme, çevre politikalarının yabancı mallara ağır gümrük vergileri uygulayarak yerli ekonomiyi koruma bahanesi olarak kullanılma ihtimalini önlemek için gereklidir. Böylece, dünya pazarındaki bir bölümlenmeden kaçınmak için çevreye duyarlı ürünlerin ticaretinde çatıyı (esas) teşkil eden kurallarda GATT'a ihtiyaç vardır.

Yine uluslararası ticarete çevreyle barışık ambalajlama tüketicinin en fazla dikkat ettiği konular arasındadır.

Prendergast, Pitt ve Berthon (1997, s.75,92,53) hem tüketicinin ve hem de Avrupa Birliği'nin şirketlerin aktivitelerinin çevreye etkilerini azaltmada yoğun baskıları olduğunu vurgulamaktadırlar. Bütün alanlardaki şirketler, şirketleri için gerekli olan, ihtiyaç duydukları, onlara hitap eden direktiflerin farkındalar. Ürün maliyetinde ambalajlama az bir paya sahip olmasına rağmen ürünün rekabeti bakımından hayati çok sayıda fonksiyona sahiptir. Ambalajlamanın başlıca fonksiyonu ürünü bulundurması ve onu korumasıdır. Belki bundan daha az önemli gibi gelebilir ama ürüne tüketicinin dikkatinin çekilmesiyle ürün imajının etkisi de bir o kadar önemlidir. Çevre yasalarının geçerliliği ve tüketicinin doğayla barışık ambalajlamaya talebi birçok şirketleri ambalajlarını yeniden dizayn etmeye zorlayacaktır. Bu tekrar düzenleme noktasına gelindiğinde veya tamamen yeni bir ambalaj geliştirildiğinde, şirketin bu pazarlama fonksiyonunun kararda en büyük etkisi olacaktır. Daha başlangıçta pazarlamayla ilgili olarak ambalajlama fonksiyonunu işletmek akıllıca bir iş olacaktır.

Ierland (1994, s.160-161) çevre problemleri hakkındaki endişelerin çevrenin korunmasında uluslararası anlaşmaları ve ulusal çevre politikalarını doğurduğunu söylüyor. Ticaret modellerini etkileyen çevre araçlarına örnek olarak da şunları vermektedir:

(1) Standardlar ve normlar gibi, direkt düzenleyici araçlar. Bunlar ulusal bazda (seviyede) çevresel hedeflerin başarılmasında başlangıca vesiledir. Ürün ve Standart işlemlerini ayırmak gerekir. Ürün standartları tüketimin dış görünümü ile ilgilidir. Ve ticarette tarife dışı engeller olarak kullanılabilirler. İşlemlerin standartları ise üretimdeki dış görünüşle ilgilidir ve ülkeler arasında farklılık yaratan standartların olduğu yerlerdeki durumlarda kirlilik limanları yaratabilirler.

(2) Ekonomik araçlar: yardımlar, yükler ve vergi kolaylıkları. Yardımlar ticaretin bozulmasına ve belli bir yerde toplanmaya yol açabilir. Diğer ekonomik araçların kullanımı mesela emisyon bedeli, ürün bedeli, idari giderler, depozit iade sistemleri, mali teşvikler ve pazarlanabilme izinleri henüz pek sık kullanılmamaktadır. Bu nedenle bu araçların ticaret üzerindeki deneyimsel etkinlikleri halen tam bilinmiyor.

(3) Uluslararası çevre antlaşmaları (Montreal Protokolü (1987), Uluslararası Tropical Orman Antlaşması (1985) ... vs. bir veya daha fazla ticaret kısıtlamalarını ihtiva eder.

Wirth'ün (1994, s.10) çevre ve ticaretle ilgili yazdığı kitabında, Aralık 1993'de tamamlanan GATT çerçevesindeki çok taraflı Ticaret görüşmelerinin (Multilateral Trade Negotiation) Uruguay Round bölümünde çevrenin korunması ve halk sağlığı konusunda standartlara hitap eden iki yeni ilavenin yapıldığı belirtiliyor. Birisi yiyecek tedarikini kirlenmelerden korumak amacıyla yapılan ulusal düzenlemelerdir (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures-Uruguay Round SPS Agreement). Diğeri ise sağlıkla ilgili (sanitary and phytosanitary measures) olan standartların dışında önceki "Tokyo Round" Standart kurallarını ortadan kaldıran Ticarete Teknik Engeller anlaşmasıdır (Agreement on Technical Barriers to Trade).

Stevens'e göre (1994, s.5) ticarete serbestleşme, çevre politikalarını ve standartları hem olumlu hemde olumsuz etkileyebilir. Ticaretin çevrenin gelişmesine ve/veya kötüleşmesine olan katkısını belirlemek sanıldığı kadar kolay değildir. Çevre ve ticaret politikaların hükümetler içinde daha iyi entegre olma durumundadırlar. Bir politikanın diğeri üzerine olan etkisini bulmaya çalışmak ve sadece birinin görüşlerini ve değerlendirmelerini almak sorunu çözmeyecektir. Ticaret ve çevre arasındaki sorunların çözümü, her ikisinin de aynı paketin içinde değerlendirilmesi ile mümkündür.

Kummer'e göre (1994, s.5-6) tahmini rakamlarla ifade etmek gerekirse dünyadaki organik kimyasalların toplam üretimi 1950'lerde 7 (metrik) milyon ton iken 1985'de 250 milyon tonun üzerine çıkmıştır. Zararlı atıklar dünya genelinde, özellikle sanayileşmiş ülkelerde gün geçtikçe artmaktadır. Organik kimyasalların artışına göre zararlı atıkların arttığı biliniyor. Tahminlere göre zararlı atıkların global olarak miktarı yıllık 300-500 milyon ton arasında değişmektedir. OECD tahminlerine/verilerine göre OECD üyesi devletler 1980'li yılların sonunda yılda 300 milyon ton zararlı atık üretmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nin ürettiği 260-275 milyon ton'luk atık, Avrupa Topluluğunun ürettiği ise 20-35 milyon ton'luk atıktır. Doğu Avrupa ülkelerinin ürettiği de (geriye kalan

dünyadaki pay 16 milyon ton iken) 19 milyon ton civarındadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin rakamlarının fazla görünmesinin sebebi bu ülkede sulandırılmış olan atık sularının zararlı atıklar olarak mütalâa edilmeleridir.

Dünya Ticaret Örgütü (1995, s.5-6) Ticaret ve Çevre Komitesi Toplantısının Cenevre'de yapıldığını belirtmektedir. Bu toplantıda Japonya, Mısır, Arjantin, Avustralya, Hindistan, ABD temsilcileri görüşlerini beyan etmişlerdir. AT (Avrupa Topluluğu) temsilcisi de Rio Konferansı'ndaki genel yaklaşıma değinerek, anılan konferansta, ticaret, çevre ve kalkınmanın sürdürülebilir kalkınma kapsamı içerisinde birbirinden bağımsız düşünülmemeyeceğini yinelemiştir.

Delege gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere artan çevre standartlarına uymalarını talep etmekte ve gelişen dünya ekonomisinin üretim-tüketim modellerini takip etmelerini beklemekte olduğunu belirtmiş diğer taraftan gelişmekte olan ülkelerin ise yüksek çevre standartlarının ve düzenlemelerinin pazara giriş olanaklarını engelleyebileceğinden de endişe duyduğunu ifade etmiştir. Temsilci, AT'nin özellikle üzerinde durduğu noktanın ticaret ve çevre konularının kalkınmayı tehlikeye atmaması ve ihracat performansını tehlikeye düşürmemesi gibi konulara özellikle önem verdiğini belirtmiştir.

1985 yılından bu yana Avrupa Komisyonu çeşitli ürün grupları için direktifler yayınlamaktadır. Yeni yaklaşım direktifleri olarak anılan bu direktifler, sağlık, güvenlik, çevre ve tüketiciyi koruma konusunda uyulması gereken şartları belirtmektedir.

Avrupa Birliği'ne üye devletler, bu direktifleri genellikle iki yıllık geçiş süreci içinde ulusal yasaları haline getirmekle ve bu şartlara uygun olmayan kanunları yürürlükten kaldırmakla yükümlüdürler.

Türkiye gibi Avrupa Birliği dışında yer alan ülkelere Avrupa Birliği ülkelerine ihraç edilen ürünler için de aynı zorunluluklar geçerli olmaktadır. Bir direktifin geçiş sürecinin sonunda, belirtilen şartlara uygun olarak üretilmeyen, yani Sağlık, Güvenlik, Çevre ve tüketiciyi koruma şartlarına uymayan ürünlerin, Avrupa Birliği ülkelerine girişi ve pazarlanması mümkün değildir. Üreticiler, gerek

Avrupa Birliği ülkelerinde gerekse AB dışındaki ülkelerde, direktiflere uygunluğu sağlayarak bu uygunluğun işareti olan CE işaretini ürünleri üzerinde kullanırlar.

Günümüze kadar birçok ürün grubu için Yeni Yaklaşım direktifleri yayınlanmıştır. Yakın gelecekte daha pek çok ürün için direktifler çıkarılması konusunda Avrupa Birliği'nde çalışmalar devam etmektedir.

Üreticilerin, direktiflerin şartlarını sağlayabilmelerine yol göstermek amacıyla Avrupa çapında standartlar hazırlanmaktadır. Uyumlaştırılmış Avrupa Standartları olarak adlandırılan bu standartlar, Avrupa Birliği Ülkelerinde ulusal standartların bir araya getirilerek düzenlenmesi şeklindedir.

Avrupa Standartları (EN Normları) Avrupa Standartlar Enstitüleri olan:

- (1) CENELEC (Elektrik Ürünleri)
- (2) ETSI (Telekomünikasyon ve enformasyon teknolojileri)
- (3) CEN (Diğer Ürünler)

Tarafından Ulusal Standardizasyon kuruluşları ile işbirliği yapılarak hazırlanmaktadır (Yatırım Finansman Bülteni 1996, s.1).

GATT Symposium on Trade'de (1994, s.89) ticaretin serbestleşmesi, çevrenin korunması ve sürdürülebilir kalkınma konusunda konuşan panelist ve katılımcıların dile getirdiklerinden bir özet sunulabilir:

Üretimin sürekliliğini sağlayacak çevre maliyetleri ödenmeyerek ticari rekabette avantaj elde edilmektedir. Bu durum uzun vadede çevrenin yok olmasına ve bedelin yok edilen kaynaklara bağlı yerel topluluklara ödettirilmesine neden olmaktadır. Uluslararası ticarete konu mallara bir taban fiyat getirilerek, üretimin sürekliliğini sağlayacak çevre yatırımları için kaynak sağlanmalıdır. Serbest ticaretin olumlu etkilerinin olması için, tüketici ve üreticiler çevre maliyetlerini paylaşmalıdır. Gelişmekte olan ülkelere sağlanan küresel yaygın kaynaklar makul biçimde fiyatlandırılmalı, bu sayede yaratılan maddi kaynaklar ürünlerin elde edildiği mahallerde çevre yatırımlar için kullanılmalıdır. Ticari ve ekonomik ilişkiler, Dünya

kaynaklarının daha verimli, daha adil kullanılmasını ve kalkınmanın sürekliliğini hedeflemelidir. Sürdürülebilir kalkınmanın hareket noktasını eşitlik prensibi oluşturmalıdır.

Yine adı geçen GATT/DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü) Sempozyumunda DTÖ'ye ticaretin serbestleştirilmesi konusunda 3 önemli görev düşmektedir. Birincisi zayıf güçlünden koruyacak ticaret kuralları koymak; ikincisi gelişmekte olan ülkelerin pazara girişlerini teşvik ederek çevre koruma için ödemek zorunda oldukları kaynakları kazanmalarını sağlamak; üçüncüsü ise Tarım Sübvansiyonu ve tarife ayarlamaları gibi çevreye zarar veren ticaret çarpıklıklarının kaldırılmasını teşvik etmek. Çevre'nin tahrip olması ticari çarpıklıklara neden olan tarım politikalarından kaynaklanmaktadır.

Diğer konsensüs sağlanan konular ise şöyledir:

- Birçok DTÖ kuralı, çevresel önceliklere uyumlaştırılmak için değiştirilmelidir.
- Bir ülkedeki kirlilik bütün dünyayı etkiler. Sınır olarak yerel çevreyi almak doğru bir yaklaşım değildir. "Milli Egemenlik" ile "ortak çevre toplumu" kavramlarının uzlaştırılması gerekmektedir.
- Pilot projeler yolu ile bazı sektör ve ürünler için kirleten öder prensibine dayanan yeni maliyet genelleştirme çalışmaları yapılmalıdır. Bu projeler çevre uyumlu üretim standartları sağlanması için öncelik oluşturmalıdır.
- En iyi çözüm küresel çevre problemleri ile uğraşmak için hazırlanmış olan Uluslararası Çevre Anlaşmaları (International Environmental Agreements - IEA) kapsamındaki, bilimsel ve uluslararası kabul görmüş standartlardır.
- Belgelendirme sürecinin ayırıcı olmamasını ve parametrelerin ithal mallarının aleyhine kullanılmamasını garanti altına almak için çevre etiketlemesi (eco-labeling) sisteminin tasarımı ve uygulanmasında uluslararası işbirliğine gidilmelidir.
- DTÖ kuralları altında bir çevre anlaşması yürütülemez. Bu türden anlaşmalar geniş tabanlı katılımlarla mümkün olabilmektedir. Çevre kirliliğinin sınır tanımadığı göz önüne alınır-

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

sa, çevre koruması için en iyi çare uluslararası işbirliğidir. Bazı hükümetlerin çıkarları zedelenen bazı iş çevrelerinin korkusu ile işbirliği zorlanabilir. Ancak diğer ülkeler kendilerini korumak ve işbirliği sürecini hızlandırmak için çevre standartlarını yükseltebilirler. Böyle bir durumda az gelişmiş ülkelere çevresel standartlarını yükseltmeleri için mali ve teknik yardım yapılmalıdır.

III

STANDART VE KALİTE ENGELLERİNİN ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ YERİ

A. ULUSLARARASI PAZARLAMADAKİ ENGELLER

Avrupa Birliği ve Türkiye'deki Tarife ve Tarife Dışı Engelleri incelemeden önce, genel olarak Uluslararası Pazarlamadaki engellerin neler olduğunu ana başlıkları ile vermekte fayda vardır.

(1) TARİFE ENGELLERİ

- a) Uygulanmakta Olan Tarife Seviyeleri
- b) DTÖ Anlaşmaları Çerçevesinde Olabilecek Azami Tarife Seviyelerinin Tahmini

(2) TARİFE DIŞI ENGELLER

- a) Kayıt, Dökümantasyon, Gümrük İşlemleri
- b) İthalat Yasakları
- c) İthalatın Gözetimi (Kontrolü)
- d) Standartlar ve Diğer Teknik Düzenlemeler
- e) İthalatı Dengeleme Koşulu
- f) İhracat Kısıtlamaları
- g) İthalat Vergisi Dışındaki Vergi ve Harçlar
- h) İthalat İzni
- i) Ticari Kamu Teşekkülleri
- j) Kamu Alımı
- k) Fiyat ve Pazar Düzenlemeleri

- l) Teşvikler
- m) Minimum İthalat Fiyatları
- n) İthalat Kotaları
- o) Karteller
- p) Yerel Katkı (Girdi) Payı
- r) Anti-Damping, Fark Giderici Vergi Koruma Tedbirleri
- s) Diğerleri (Pazara Giriş Stratejisi Sempozyumu 1997, s.10).

1- TARİFE ENGELLERİ

a) Avrupa Birliği'nde Tarife Engelleri

Avrupa Ekonomik Topluluğu bir gümrük birliği modeline dayanmakla birlikte, öngörülen iktisadi birleşme hareketi bununla sınırlı değildir. Roma Anlaşması'nda üyeler arasındaki ticarette gümrük tarifeleri ve kotaların kaldırılması ve üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesini uygulanması kabul edilmiştir. Ancak anlaşmada, üyeler arasında mal ticareti yanında faktör hareketlerinin de serbestleştirilmesi (yani bir ortak pazarın oluşturulması), belirli ekonomik ve mali konularda ortak politikalar uygulanması ve ulusal politikalarındaki uyumsuzlukların giderilmesi gibi ilkeler yer almaktadır (Seyidoğlu 1996, s.218).

Ayrıca Avrupa Birliği'nde gümrüklerin sıfırlanması ile ve üye ülkeler arası serbest dolaşım ile hemen hemen "Tarife Engelleri" diye birşey kalmamıştır.

b) Türkiye'de Tarife Engelleri

Dış ticaret politikasının en eski ve en yaygın araçlarından birisi kuşkusuz ki gümrük vergileridir. Bu vergiler ithal mallarının ülke sınırlarından girişi sırasında devletçe alınır. "Tarife" deyimi ise çeşitli mallara uygulanacak vergi oranlarını gösteren listeleri ifade eder. Gümrük vergileri normalde yasalara bağlı olduğundan parlamento faaliyetlerini gerektirir. Ancak Türkiye'de olduğu gibi gümrük vergilerinin konulması, kaldırılması ve vergi oranlarının değiştirilmesiyle ilgili bazı yetkiler yasalarla hükümete de verilmiş olabilir (Seyidoğlu 1996, s.121).

Yine Seyidoğlu'nun (1996, s.122) ifadesiyle gümrük vergilerinin uygulanmasında iki amaç vardır. Biri devlet hazinesine gelir sağlamak diğeri yerli sanayiye dış rekabetten korumaktır. Gümrük vergileri ülkelerin bütçe gelirlerinde farklı oranlarda yer alır. Az gelişmiş ülkelerin önemli gelir kaynağıdır. Tarifeler, dış ticarete bu nedenle önem arzeder. Gelir sağlamaya yönelik tarifeler ekseriya toplum tarafından tüketilen yaygın mallarda kullanılır.

Dış Ticaret Müsteşarlığı raporlarında tarife engelleri şu unsurları içermektedir.

- a) Uygulanmakta olan tarife seviyeleri
- b) DTÖ Anlaşmaları çerçevesinde olabilecek azami Tarife Seviyelerinin tahmini

Halen kota uygulaması nedeniyle arzulanan seviyeye ulaşamayan AB'ye yönelik tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatımız, Gümrük Birliği ile birlikte kota uygulamasının kaldırılacak olması nedeniyle kısa sürede büyük bir artış trendine girecektir. Diğer taraftan, patent, sımai ve fikri mülkiyet hakları, tüketiciyi ve çevreyi koruma, uluslararası standartlara uyum gibi önemli hususlarda yapılacak yasal düzenlemelerle birlikte AB tarafından uygulanmakta olan anti-damping, telafi edici vergi, anti-sübvansiyon gibi yaptırımların sona erecek olması önümüzdeki yıllarda ülkemiz ihracatı önündeki engelleri kaldırarak ihrac potansiyelimizi ve performansımızı olumlu yönde etkileyecektir (Dış Ticaret Müsteşarlığı 1995, s.17).

2- TARİFE DIŞI ENGELLER

Dünya ekonomisinde ticari bloklaşmanın hız kazanması, bu bloklar dışında kalan ülkeler için ticari ve ekonomik anlamda bir dizi potansiyel tehlike taşıyor. Bu potansiyel tehlikelerini başında ise tarife dışı engeller geliyor. Bloklaşmaya giden ülkelerin kendi aralarındaki ticarete önem vermeleri, 1990'lı yıllarda tarife dışı engellerini ağırlık kazanmasına yol açacak. Kotalar, özel pazarlama anlaşmaları ve telafi edici vergiler, "non-tariff barriers" olarak adlandırılan tarife dışı engellerin tipik örnekleri arasında yer alıyor (Erem 1992, s.1).

Nuray ve Çalış'ın (1996, s.6-7) İktisadi Kalkınma Vakfı için yaptıkları çalışmada uluslararası ticaret yaklaşımlarının üç ana başlıkta toplanabileceği belirtiliyor. Bunlar serbest ticaret (free trade), korumacılık (protectionism) ve düzenlenmiş ticaret (managed trade) olarak bilinmektedir.

Serbest ticaret, ülkeler arasında malların hiçbir milli sınır gözetmeksizin kısıtlamaya tabi olmaksızın dolaşımı anlamına gelmektedir.

Tarife Dışı Engel ise malların ülkeler arasında dolaşımını kısıtlayan her türlü kural veya uygulamalar diye tanımlanmaktadır. İthalatın kontrolüne yönelik dış ticaret mevzuatı kadar çevre, fikri ve sınai haklar, standartlar gibi ticarete doğrudan ilgili olmayan fakat ticarete tesir eden mevzuat ve uygulamalar da bu tanıma girmektedir.

Yine Seyidoğlu'na göre (1996, s.147) devletin dış ticaret akımlarında müdahale için en çok kullanıldığı araç tarifelerdir. Ancak zaman içinde bu müdahale araçlarında çeşitlilikler ve artışlar ortaya çıkmıştır. Gümrük tarifelerinin dışında, serbest ticaret akımlarına müdahale amacıyla kullanılan bu araçların hepsi tarife dışı araçlar (non-tariff barriers) olarak ayrı bir grup oluştururlar. Bir çoğu ithalatın kısıtlanmasına yönelik olup, bir kısmı da ihracatın özendirilmesini amaçlayabilir. Hatta ithalatın caydırılması amacıyla da konulmuş olabilir. Genel ifade ile tarife dışı engeller gümrük tarifelerinden ayrı olarak uluslararası mal ve hizmet akımlarının normal gelişim seyrini etkileyen her çeşit politikaları ve uygulamaları ifade eder.

GATT çerçevesinde gümrük tarifeleri yavaş yavaş indirilirken dış ticarete kısıtlayıcı tarife dışı araçlar (engeller) yaygınlaşmaktadır. Bu da dünya ticaretinde saydamlığın yok olması demektir. Çünkü kısıtlamalara göre tarifeler daha az belirsizlik doğurur. Oysa yeni kısıtlamalar fiyatlar ve miktarlar konusunda belirsizliklere yol açmaktadır. Tarife Dışı Ticaret Politikası Araçları, Seyidoğlu'nun (1996, s.148-167) ifadeleriyle şu ana başlıklar altında toplanmaktadır:

- (1) İthal Kotaları
- (2) İthal Yasakları
- (3) Döviz Kontrolü

- (4) Çoklu Kur Sistemi
- (5) Fark Giderici Vergiler
- (6) Damping
- (7) Karteller
- (8) İç Piyasaya Dönük Endüstrilere Sübvansiyon
- (9) İhracat Vergileri
- (10) İhracat Sübvansiyonları
- (11) Gönüllü İhracat Kısıtlamaları
- (12) Yurtiçi Katkı Zorunluluğu
- (13) Kamu Kuruluşlarının Satınalma Politikaları
- (14) Sağlık, Güvenlik ve Çevre Standartları
- (15) Sınai, Ticari ve Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması

a) Avrupa Birliği'nde Tarife Dışı Engeller

Nuray ve Çalış'ın (1996, s.8) belirttiği üzere Beyaz Kitap'ta ticareti kısıtlayan, bozan ya da rekabetçi pazar ekonomisinin işleyişini kısıtlayan engeller fiziki, teknik ve mali olmak üzere üç ana başlıkta toplanmaktadır.

(1) Fiziki Engeller

AB'nin coğrafi sınırlarının üye ülkeler arasında kalan kesimlerindeki gümrük kapılarında mallara ve kişilere uygulanan fiziki kontrollerdir. Bu muayeneler malların orijini, kullanım güvenliği, istatistik ve standart denetimi amaçlarına yöneliktir ve AB pazarının bölünmüşlüğü'nün en gerçek göstergesiydi. Şahıslar üzerindeki muayeneler ise, genellikle ülkeye giriş yapan yabancı uyrukluların kontrolüne yöneliktir ve hâlâ büyük ölçüde sürdürülmektedir.

(2) Teknik ve İdari Engeller

Bu başlık altındaki engelleri, üye ülkelerinin sağlık, standartlar, çalışma, güvenlik, tüketicinin ve çevrenin korunması içerikli ulusal mevzuatlarının, amaçlar aynı olsada, birbirleriyle farklılık göstermelerinden kaynaklanan güçlükler olarak tanımlayabiliriz.

Yılmaz'ın tanımıyla (1997, s.46-47) ülkelerin uluslararası ticarette temel gereklilikleri (güvenlik, sağlık, çevre ve tüketicinin korunması) gerekçe göstererek aldıkları önlemlerin (standartlar, teknik düzenlemeler) amacı dışında ticareti kısıtlayıcı bir nitelik kazanmasına "Teknik Engeller (Technical Barriers)" denilir. GATT müzakereleri ile tarife oranlarının tedricen azaltılması, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, dış ticaretinde açık veren, ya da dış dünyanın rekabetinden ulusal üreticilerini korumak isteyen ülkeleri bazı gerçeklerle (insan mal ve can sağlığı, çevrenin korunması vs) çeşitli önlemler almaya yöneltmiştir. Zamanla bu tedbirler, uluslararası ticarette engel teşkil etmeye başlamıştır. Bütün bunları önleyebilmek için de Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Anlaşması ekinde yer alan Ticarette Teknik Engeller Anlaşması yürürlüğe girmiştir. Türkiye bu anlaşmaya taraf olmuştur. Brüksel'deki Avrupa Komisyonu ile Cenevre'deki DTÖ Sekreteryası ticari ürünlere ilişkin olarak ulusal düzeyde gerçekleştirilen standart ve teknik düzenlemelerin uluslararası düzeyde gerçekleştirilen standart ve teknik düzenlemelerin uluslararası düzeyde karşılıklı bildiğimiz görevini yürüten ana bildirim merkezleridir. Taraf ülkelerden gelen tüm görüşleri, bildirimleri alarak ilgili yerlere dağıtırlar. Bu işlemlerde ulusal bildirim merkezlerince yapılır. DTÖ çevresindeki teknik düzenlemeler kapsamında, Türkiye'nin ulusal bildirim merkezi görevi Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yürütülmektedir.

(2.1) Uygunluk Değerlendirmesi ve Teknik Düzenleme

Uygunluk değerlendirmesi, bir ürünün veya ürün grubunun uyması gereken asgari sağlık, emniyet ve çevre koruması, tüketicinin doğru bilgilendirilmesi koşullarını ve gerekli görülen hallerde performans esaslarını düzenleyen mevzuata ve bu mevzuata atıf yapılan standarda uygunluğunun tespiti ifade eder.

Teknik düzenleme, ürünün özelliklerini, işleme ve üretim yöntemlerini idari hükümler de dahil olmak üzere belirtilen ve uyulması zorunlu olan; bir ürüne, işleme veya üretim yöntemine uygulanan terminoloji, sembol, ambalajlama, işaretleme veya etiketleme gereklerini de içerebilen veya yalnızca bunlardan biriyle ilgili olabilen mevzuatı ifade eder (Gümrük Birliği El Kitabı, s.75).

TSE (1995, s.20-21) yayımlarına göre ise bu kavramlar şöyle tanımlanmaktadır:

Uygunluk değerlendirmesi, bir mamulün/ürünün veya hizmetin konuyla ilgili teknik düzenlemelere veya standardına uygunluğunun yeterli ve yetkili kılınmış bir kurum/kuruluş tarafından değerlendirilmesi ve uygun bulunanlar için bir uygunluk belgesinin tanzim edilmesidir.

Teknik düzenleme, kamu yararını korumak amacıyla ürün/mamül karakteristiklerini veya bunlarla ilgili prosesleri veya üretim/imalat metotlarını, hukuken geçerli uygulanabilir idari hükümler dahil olmak üzere kapsamına alan ve ürünlerin/mamüllerin piyasaya arzı için sahip olmaları gereken özellikleri belirleyen ve devlet tarafından zorunlu uygulamaya konulan teknik dökümandır. Bu teknik döküman aynı zamanda; proses veya üretim/imalat metodunda uygulanan terminolojiyi, sembolleri, ambalajlama, markalama veya etiketleme gereklerini kapsamına alabilir veya sadece bunlardan biri ile ilgili olabilir.

(3) Mali Engeller

Nuray ve Çalış (1996, s.10), mali engellerin genel olarak, üye ülkelerin dolaylı vergi (KDV gibi) tahsilatını denetlemek üzere aldıkları ve özellikle gümrük kapılarında yoğunlaştırdıkları önlemlerden kaynaklanan zorluklar olarak tanımlanabildiğini belirtiyorlar.

Tüketim vergileri ve katma değer vergisinin ortak bir taban tespit edilerek, benzer nitelikler mallar bakımından eşit oranlarda uygulanmaması, bu tip vergilerin malların ve hizmetlerin fiyatına doğrudan yansımaları nedeniyle, üye ülkelerde mal/hizmet fiyatlarının farklı düzeylerde oluşmasına neden olmaktadır.

Komisyon, Roma Antlaşması'nın "dolaylı vergileme yasalarının uyumlaştırılmasını" öngören 99. maddesinden hareketle, ortak kurallara ve oranlara dayanan bir KDV sistemi geliştirmek için önemli adımlar atılmıştır.

Gümrük kapılarındaki kontrollerin kaldırılması ile zayıflayan bu tarz denetimlerin ülke içlerinde yapılması bir ara çözüm olarak uygulanmaktadır.

b) Türkiye'de Tarife Dışı Engeller

Avrupa Birliği ile Türkiye arasında Gümrük Birliği'nin tamamlanmasına ilişkin 1/95 Sayılı Türkiye-AB Ortaklık Konseyi Kararının, 8-11. maddeleri çerçevesinde, ülkemiz, Avrupa Birliği'nin standardizasyon, test ve belgelendirme konusundaki mevzuatını beş yıl içinde kendi iç mevzuatına entegre edecektir. Diğer bir deyişle, beş yıllık geçiş süresinin sonunda, Avrupa Birliği'nin tüm teknik mevzuatı ülkemizde geçerli olacak ve böylece Gümrük Birliği'nin gerçek hedefi olan malların serbest dolaşımı sağlanacaktır (Dış Ticaret Standardizasyon Genel Müdürlüğü 1996, s.2).

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki Gümrük Birliği'nin temeli, Roma Anlaşması'nın yürürlüğe girmesinden bir yıl sonra 1959 yılında Türkiye'nin AB'ye katılmak üzere müracaatı ile resmen atılmıştır. Ankara Anlaşması, Türkiye'nin AB'ye katılımını üç aşamada öngörmektedir (Görünüm 1996, s.25-26).

- AB geçiş döneminin hemen başında, 1971 yılı itibariyle, Türkiye menşeli sanayi ürünlerinin gümrük vergilerini sıfırlarken, Türkiye'nin AB kaynaklı sanayi ürünlerinde gümrük vergilerini sıfırlaması ve böylece Gümrük Birliği'nin fiilen yürürlüğe girmesi için 22 yıllık bir süre tanınmıştır.
- "Hazırlık Dönemi"nin ertesinde, Katma Protokol"ün 1 Ocak 1973 tarihinde yürürlüğe girmesiyle, toplam 22 yıl sürecek olan "Geçiş Dönemi" yani hukuki süreç başlamıştır.
- Türkiye'nin 14 Nisan 1987 tarihinde yaptığı tam üyelik başvurusu ertesinde taraflar arasında teknik ve siyasi platformda yürütülen görüşlerin sonuçları, Gümrük Birliği'nin tamamlanması ve sürdürülmesi için gerekli koşulları belirleyen bir "Gümrük Birliği Kararı" altında toplanarak, Ortaklık Konseyi'nin 6 Mart 1995 tarihli toplantısında kabul etmiştir. Böylece, 22 yıllık geçiş dönemi, 1.1.1996 tarihi itibariyle son bulmuş ve Türkiye'nin AB'ye katılımı yolunda "Son Dönem"e girilmiş bulunmaktadır.

Yine Görünüm'de (1996)' AB'nin Ortak Ticaret ve Ortak Rekabet Politikalarının neler olduğuna değiniliyor. Bunlar şöyle özetlenebilir:

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

- Ortak Gümrük Tarifesi
- İthalatta ortak kurallar
- Dampingli ithalata karşı korunma
- Miktar kısıtlamalarının (kotaların) idaresi
- Haksız ticari uygulamalara karşı topluluk haklarının korunması
- İthalatta uygulanan diğer mevzuat
- Ticari markaların korunması ve taklit ürünlerin serbest dolaşımına girmesinin önlenmesi
- Çeşitli standart ve teknik şartlara ilişkin düzenlemeler
- Tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında özel düzenlemeler
- İhracatta ortak kurallar
- Resmi destekli ihracat kredileri

Dış Ticaret Standardizasyon Genel Müdürlüğü (1996. s.2) raporunda yer alan bilgilere göre;

Avrupa Birliği ile Türkiye arasında Gümrük Birliği'nin Tamamlanmasına ilişkin 1/95 Sayılı Türkiye-AB Ortaklık Konseyi Kararının, 8-11. maddeleri çerçevesinde, ülkemiz, Avrupa Birliği'nin standardizasyon, test ve belgelendirme konusundaki mevzuatını beş yıl içinde kendi iç mevzuatına entegre edecektir. Diğer bir deyişle, beş yıllık geçiş süresinin sonunda, Avrupa Birliği'nin tüm teknik mevzuatı ülkemizde geçerli olacak ve böylece Gümrük Birliği'nin gerçek hedefi olan malların serbest dolaşımı sağlanacaktır. Avrupa Birliği'nin teknik mevzuatına uyum sağlamanın vazgeçilmez ilkesi "teknik altyapı"nın oluşturulması çok önemlidir. Teknik altyapının oluşturulabilmesi için, ülkemizde, Avrupa Birliği'nin zorunlu olarak istediği bazı testleri yapabilecek yeterlilikte laboratuvarların kurulması gerekmektedir.

Ülkemizdeki laboratuvar altyapı yeterliliği, sadece Gümrük Birliği için değil, AB ülkelerine yaptığımız ihracatta da çok önemlidir. Tüketicinin korunmasına oldukça önem veren AB ülkeleri ihracatta, ürünle birlikte birçok test raporları ve belgeler istemektedirler.

Gün geçtikçe uyulması zorunlu olan kural ve düzenlemeler artış göstermektedir.

İthalatın azaltılmasında uygulanan diğer yöntemler tarife-dışı engellerdir ve özellikle gelişmiş sanayi ülkeleri bunları icat etmekte büyük maharet göstermektedirler. Bu yeni korumacılık yöntemleri, gümrük tarifelerinden çok daha önemli bir koruma aracı olarak kullanılmaktadır. Türkiye dilerse bu olanaktan gümrük birliğine rağmen yararlanabilir. Gerçi Uruguay Round Anlaşması bu tür ticaret engellerini de ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Ancak Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında dahi tarife dışı engellerin ortadan kaldırılması başaranmadığından, Türkiye'nin sanayisini korumak için bu aracı kullanabileceği ortadadır. Öte yandan halen çocuk işçi veya sigortasız işçi çalıştırarak, çevreyi kirleterek üretim yapan firmalar, giderek artan şekilde sosyal damping veya çevre dampingi suçlamalarına maruz kalmakta ve AB bunlardan yapılan ithalatı engellemektedir. Bu ise AB ile gelişen ticaretin Türk sanayinde var olan ve sosyal açıdan son derece olumsuz bazı koşulları düzeltmek gibi bir yararının da olabileceğini göstermektedir (Özkan 1995, s.51-).

Gümrük Birliği El Kitabı'na göre (1996, s.74) Türkiye, Uruguay Round Nihai Senedini imzaladığında, otomatik olarak, bu paket içinde yer alan Ticarete Teknik Engeller Anlaşması'na da taraf olmuştur.

Bu anlaşmaya göre, üye ülkeler, teknik düzenlemelerin, uluslararası ticaret üzerinde gereksiz engel yaratmayacak şekilde hazırlanmasını temin edecektir. O nedenledir ki, teknik düzenlemeler, ancak, ulusal güvenlik gerekleri, aldatıcı uygulamaların önlenmesi, insan sağlığı ve güvenliğinin, hayvan veya bitki yaşam ve sağlığının ya da çevrenin korunması gibi meşru nedenlerle hazırlanabilir ve uygulanabilir.

Ticarete Teknik Engeller Anlaşması'nın temel amaçlarından biri olan, teknik düzenlemeler, uygunluk değerlendirme prosedürleri ve standartlara ilişkin uygulamaların anlaşılabilirliğini sağlamak için, Anlaşma'da, her ülke tarafından hazırlanan ve uluslararası normlara aykırı olan uygulamaların, diğer üye ülkelere bildirilmesi öngö-

rılmaktadır. Bu sistemle, ülkeler diğer ülkelerde uygulanan düzenlemelerden erken haberdar olabilmektedir. Bu da uluslararası ticarete açıklık ve şeffaflık getirmektedir.

Gegez'e göre ise (1997, s.198) yabancı hükümetlerin kendi firmalarına yardım ve teşvikleri tarifelerden daha ciddi engeller olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte 1 Ocak 1996 tarihi itibarıyla Gümrük Birliği'ne girilmiş olması, bazı tekstil ve konfeksiyon maddelerinde Türkiye'ye uygulanmakta olan miktar kısıtlamalarını sona erdirmiştir. Yani tarife dışı engeller genel olarak mukayeseli önemini hâlâ korurken, miktar kısıtlamaları (kotalar) gibi önemli bir tarife dışı engel Türk ihracatçı firmaları için artık sorun olmamaktadır.

3- TARİFE DIŞI ENGEL OLARAK STANDARDİZASYON VE KALİTE

Korumacılığın ne denli şekil değiştirdiği ve ihracattaki önemi oldukça açık bir biçimde vurgulanmaktadır. Doğangün'ün (1997, s.11-12) ifadeleri şöyle özetlenebilir:

Dış ticaretçilerin eski yöntemleri, yani tarife içi engeller, tarife dışı engeller, gümrük vergileri, kotalar, ithalat yasakları... vb. **Artık büyük bir değişim sürecindeler. Ticaret şimdi daha zor, çünkü yeni korumacılık önlemleri var.** Tarife Dışı Engellerin de her geçen gün boyutları büyümekte ve ihracatçı ve üreticilere büyük sorumluluklar getirmektedir.

- Birinci unsur, standartlar. ISO, SN, DIN.. vb. standartlar diyoruz. Avrupa Topluluğu'nun standartlarına. Avrupa Topluluğu'nun kendi tüketicisinin alışkın olduğu bu standartlara uymayan ürünler artık ihraç edilemez hale geliyor dünyada. En belirgin örneğini AB ve Amerika gibi iki büyük tüketici toplumunda net şekilde görmek mümkün.
- İkinci unsur ise insan, hayvan ve bitki sağlığının korunmasıdır. En önemli olan meselenin de tekstil ve konfeksiyon olduğunu söyleyebiliriz. **Ekotekst ciddi bir sorundur ve önümüzdeki yıllarda ciddi boyutlarda karşımıza çıkacaktır.** Ayrıca insan hayatını ve insan vücudunu tamamen tehlikeye atan makinaların imali veya dizaynı da çok önemlidir.

- Üçüncü unsur, çevre korumasıdır. Artık çevreye uyumlu, çevrenin korunmasına önem veren ürünler her zaman tercih edilir hale geliyor. Ve bütün ülkeler ithalatta bunu arar hale geliyor yavaş yavaş

Uluslararası pazarlamada önemli bir faktör de "Kalite"dir. Ülkelerin çoğu, özellikle de gelişmiş ve zengin ülkeler, kendi tüketici-sine daha kaliteli mal sunma eğilimindedir. Amerika'da yapılan bir araştırmada 1960'lı yıllarda tüketicinin malı satın alma kriterlerinde öncelik fiyatdaymış. Satış sonrası hizmet, ambalaj, teslim ve kalite vs. gibi hususlar alt sıralarda yer alıyormuş. Amerikalılar aynı araştırmayı 1992 yılında yapmış ve tüketiciler arasında tam tersine bir temayül görmüşler. Artık tüketici malı seçmede birinci kriter olarak KALİTE'yi koymuş ortaya. Alacağı malın kalitesini de, o kalitenin fiyatını da kendisi saptar hale gelmiş. Dolayısıyla Kalite çok öncelik kazanan bir unsur haline geliyor. Avrupa Topluluğu'ndaki CE belgesi, yani ürün pasaportu da bu kaliteyi belgeleyen bir belge olarak önümüze çıkıyor. Bu da önümüzdeki dönemde ticaretimizi ve ihracatımızı önemli ölçüde etkileyecek ciddi konulardan birisidir.

a) Uluslararası Standardizasyon Engellerinde Akreditasyon

aa) Akreditasyon'un Tanımı

Bilindiği üzere, Gümrük Birliği'nin esas amacı Avrupa Birliği tek pazarına entegre olabilmek ve dolayısıyla malların serbest dolaşımını sağlamaktır. Malların serbest dolaşımı için, iki taraf arasındaki teknik düzenlemelerin birbiriyle uyumlu olması büyük önem arz etmektedir. Bu sürecin içersi de "standartlar"ın önemi daha da öncelik kazanmaktadır. Standardizasyonda akreditasyon'un ne olduğunu Tarım Teknolojileri Ekipmanları (1996, s.10) ve Gümrük Birliği El Kitabı (1996) şöyle özetlemektedir:

Akreditasyon: Laboratuvarların,, belgelendirme ve muayene kuruluşlarının üçüncü bir tarafça belirlenen teknik kriterlere göre çalıştığının, bağımsız ve tarafsız bir kuruluş tarafından onaylanmasıdır. Üçüncü parti değerlendirme tekniği olarak akreditasyon, söz konusu kuruluşlarda güvenilirliğin sağlanması ve sürekliliği için önemli bir araçtır.

Test kuruluşlarının yaptığı testlere veya belgelendirme kuruluşlarının verdiği belgelere güvenilebilmesi için, bu gibi kuruluşların belirlenmiş uluslararası kriterlere göre çalışmakta olduklarının belgelenmesi gerekmektedir. Tüm dünyanın uygulamakta olduğu Avrupa Birliği'nde de EN 45000 standartlarında yer alan temel kriterler şunlardır:

- Test laboratuvarlarını akredite eden kuruluşların uyması gereken kriterler,
- Test laboratuvarlarının işletilmesi ve değerlendirilmesi için gerekli olan teknik kriterler ile bu laboratuvarlarda kullanılan cihazların birinci sınıf laboratuvarlar tarafından kalibre edilmesi ile ilgili kriterler.
- Test ve belgelendirme kuruluşlarında çalışan personelin taşıması gereken özelliklerle ilgili temel kriterler.

Türk ihrac ürünlerinin teknik engelle karşılaşmasının önlenmesi açısından uygunluk değerlendirme işlemlerinin Avrupa Birliği normlarına uygun olarak gerçekleştirilebilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle Türkiye'de Avrupa Birliği sistemine uygun bir akreditasyon düzenlemesinin oluşturulması gerektiği düşüncesiyle, "Milli Akreditasyon Konseyi Kuruluş Kanun Taslağı" hazırlanmıştır.

ab) AB'de Akreditasyon Kuruluşları

Uluslararası akreditasyon yapılarının daha saydam ve anlaşılabilir hale getirilmesi konusunda yeni bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada ulusal ve uluslararası akreditasyon kuruluşlarının sayısı ve etkileri incelendi. Şu anda faaliyet göstermekte olan 29 akreditasyon kuruluşu vardır ve üç tanesinin daha kurulması planlanıyor. Bu 29 kuruluştan 23'ü bir ya da daha fazla akreditasyon vermiş durumdadır ve toplam akreditasyon sayısı 291'i bulmaktadır.

Akreditasyon kuruluşları arasında birinci sırayı ulusal ve uluslararası düzeyde 46 kuruma akreditasyon vermiş olan Hollanda "Akreditasyon Kurulu (RVC) alıyor ve onu 43 ulusal kuruma akreditasyon vermiş olan Birleşik Krallık Ulusal Akreditasyon Konseyi izliyor.

Faaliyet göstermekte olan akreditasyon kuruluşlarından 8'i başka ülkelerdeki kayıt kuruluşlarına akreditasyon vermiş durumdadırlar. Dış ülkelere verilen akreditasyonların sayısı 43, buna karşı ülke içinde verilen akreditasyonların sayısı ise 248. Bu kuruluşlardan uluslararası düzeyde en aktif olana da yine Hollanda'nın RVC Kurumu.

Yapılan araştırmalarda ortaya çıkan gerçek şu ki ilgili kurumlar çoklu akreditasyonu, yani sadece ulusal kuruluş tarafından değil yabancı kuruluşlardan da akreditasyon almanın önemini kavramış durumdadırlar. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda akreditasyon kurulları olmadığından bu işin uluslararası düzeyde tanınmış akreditasyon kurulları tarafından yapılması önem taşımaktadır (KOSGEB AB Bülteni 1996, s.13-1).

ac) Türkiye'de Akreditasyon Kuruluşları

Yatırım Finansman-Dış Ticaret (1996, s.93) Dergisinin verdiği haberde Türkiye ile AB arasındaki teknik mevzuatın uyumlaştırılmasında önemli olan "Türkiye Akreditasyon Konseyi"nin kuruluş ve görevlerinin belirlendiği yasa taslağının Başbakanlık'a sunulduğu yer alıyor. Türkiye Akreditasyon Konseyi'nin (TÜRKAK) Kuruluş ve Görevleri hakkında Kanun Taslağı, test, belgelendirme, denetleme ve Kalibrasyon faaliyetlerini yürütecek yurtiçi ve yurtdışındaki kuruluşların yapacağı akreditasyon işlemlerini içeriyor. Taslak, konu ile ilgili kuruluşların, belirli standartlara göre faaliyetlerde bulunması ve bu suretle, verdikleri belgelerin, ulusal ve uluslararası alanda kabulünü sağlamayı hedefliyor.

Bu taslağa göre TÜRKAK'a akredite edilmek üzere başvuran Test ve Belgelendirme Kuruluşlarını ilgili olduğu standartlara göre değerlendirilip akredite etmek, uluslararası, bölgesel ve diğer ülkelerin akreditasyon kuruluşları ile ilişkiler kurmak ve işbirliğinde bulunmak görevleri veriliyor. Bu görevlerin tarafsız ve bağımsız yapılabilmesi içinde konseye idari ve mali alanda gereken yetkiler veriliyor.

Konsey'in akreditasyon faaliyetleri sonucu elde edeceği gelirlerinin büyük kısmını, akredite edilen kuruluşlardan alınacak ücretler ve aidatlar oluşturacak. Konsey'in kuruluşunun KOBİ'ler için çok

önemli olduğu ifade edilmektedir. Böylece yurtdışındaki kuruluşlara verilen yüksek belgelendirme ücreti ve de ürünün analizinde geçen süre sebebiyle zaman israfı önlenmiş olacaktır. KOBİ'lerin AB'ye ihracat kapasitelerinde TÜRKAK sayesinde artışlar beklenmektedir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından hazırlanan TÜRKAK Taslağı'na en fazla TSE (Türk Standartları Enstitüsü) karşı çıkmaktadır. TSE yetkilileri ihtiyaç duyulduğunda kendilerinin geçen yıl hazırladığı **Kalite Akreditasyon Milli Konseyi Yönetmeliği**'nin bu açığı kapatabileceğini ifade etmektedirler.

Dış Ticaret yetkilileri ise, bir kuruluşun hem standart yapan, hem de denetleyen olamayacağına, uluslararası standartlara göre de böyle bir kuruluşun idari ve mali yönden özerk olması gerekliliğini savunuyorlar. **Ayrıca AB ile imzalanan Gümrük Birliği anlaşması ile Türkiye'nin 2000 yılına kadar Akreditasyon Konseyi'ni kurması isteniyor.**

b) Akreditasyon'un Engel Olarak İşlemesi

Mendes (1996, s.5-6) akreditasyon kurumlarının sağlıklı yapıya henüz kavuşturulamamış olmalarının sorunlar yarattığını belirtiyor. Eski yaklaşımda hükümet yeterlilik sorumluluğunu üzerine almıştır. Yeni yaklaşımda ise hükümetler bu yönde bir sorumluluk taşımazlar. Özel laboratuvarların yeterliliğine kim karar verecektir? Bu yeterlilikte "Akreditasyon" kavramı ortaya çıkmıştır. Akreditasyon kurumları tamamen tarafsız ve ticari çıkarlardan uzak olmalıdır. AB ülkelerinde hükümetler akreditasyon kurumlarını desteklerler.

Avrupa'da bir akreditasyon kurumu yoktur. Daha çok 15 Ulusal akreditasyon Kurulu'na dayalı bir ağ olduğu belirtilmektedir. Bu ağın da 2 farklı yapısı vardır. Birincisi ÖLÇÜM, diğeri de BELGELENDİRME AĞI'dır. Her ikisi de Avrupa Test ve Belgelendirme Kurumu altında çalışmaktadır. İleride her ülkenin tek bir akreditasyon yapısına geçeceği belirtilmektedir. Böylelikle bu engellerin de aşılabacağı umulmaktadır.

IV

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE ULUSLARARASI PAZARLAMA AÇISINDAN STANDARTLAR

A. AVRUPA BİRLİĞİ VE STANDARDİZASYON'DA YAKLAŞIMLAR

1- AB (Avrupa Birliği)'nin Kuruluşu

Avrupa İkinci Dünya Savaşı'ndan en çok zarar gören bölge olarak çıkmıştır. Bu olumsuz koşullarda 1944 yılında ilk ekonomik bütünleşme Belçika, Lüksemburg ve Hollanda'nın Benelüks Gümrük Birliği'ni kurması ile oluşmuştur. 8-10 Mayıs 1948'de bir Avrupa Kongresi toplanarak bir mesajla Avrupa Birliği için çaba sarf edilmesi istenmiştir. 18 Nisan 1951'de Paris Anlaşması ile Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) kurulmuştur. Bu, bugünkü Avrupa Topluluğu'nun temelini oluşturan bir antlaşmadır. AKÇT'nin başarısının ardından ekonominin tüm sektörlerini kapsayacak bir entegrasyona karar verilmiş ve 1957 yılında altı Batı Avrupa Devleti (Almanya, Fransa, Belçika, Hollanda, Lüksemburg ve İtalya) arasında imzalanan "Roma Anlaşması" ile AET ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu (EUROTOM) kurulmuştur. 1 Ocak 1958'de yürürlüğe giren bu antlaşmada gümrük birliği temelini dayandıran AET'nin nihai hedefi Avrupa'nın siyasal bütünlüğe ulaşmasıdır.

1973'de İngiltere, Danimarka ve İrlanda Cumhuriyeti, 1981'de Yunanistan, 1986'da İspanya ve Portekiz Topluluğu katılmışlardır. 1 Ocak 1996 tarihinde, üç EFTA ülkesi, Avusturya, Finlandiya ve İsveç'in AB'ne katılımlarıyla üye sayısı 15'e yükselmiştir.

Topluluk Organları, Topluluğun temel yapısını teşkil eden Konsey, komisyon, Avrupa Parlamentosu, Adalet Divanı, Ekonomik ve Sosyal Komite, Bölgeler Komitesi yanı sıra, Sayıştay, Avrupa Yatırım Bankası, Avrupa Para Enstitüsü gibi yardımcı kurumlardan oluşmaktadır.

1/95 sayılı Ortaklık Konseyi çerçevesinde uyum sağlanması öngörülen AB'nin teknik mevzuatının tarihsel gelişimi ve yaklaşımlar aşağıda açıklanmaktadır. Bu açıklama Gümrük Birliği El Kitabı'nın (1996, s.70-73) ve Dış Ticaret Standardizasyon Genel Müdürlüğü Raporu'nun (1996, s.3) bir özetidir.

2- Avrupa Birliği'nde "Klasik Yaklaşım"

Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulmasından sonra üye devletler arasında tarifelerin ortadan kalkması, malların serbest dolaşımını için yeterli olmamıştır. Üye olan her ülkenin ticarete konu olan malları için uygulanması zorunlu olan ayrı-ayrı teknik düzenlemeleri vardır. Bu farklı düzenlemeler ticarete engel yaratmaktadır.

İşte bu nedenledir ki 1961 yılında çalışmalar başlatılmış ve neticede 1969 yılında üye devletler arasındaki Standardizasyon uygulamalarının uyumlaştırılmasına ilişkin bir yaklaşım yürürlüğe konulmuştur. "Klasik Yaklaşım" adı verilen bu yaklaşımın esas amacı, mevzuat düzeyindeki teknik kurallarla eş etkiye sahip tüm standartların uyumlaştırılmasıdır. Klasik Yaklaşım çerçevesinde mevzuat uyumlaştırılmasına konu olan alanlar şunlardır:

- Tekstil ürünleri
- Elektrikli aletler
- Eczacılık ürünleri
- Kozmetik ürünleri
- Gıda maddeleri
- Tehlikeli maddeler
- Motorlu araçlar
- Tüketici ve çevrenin korunması

3- Avrupa Birliği'nde "Yeni Yaklaşım"

Klasik Yaklaşım'ın çok teknik ayrıntıyı içermesi nedeniyle çok zaman kaybına sebep olması "Yeni Yaklaşım" adı verilen yeni bir Standardizasyon modelini geliştirmiştir. Bu yaklaşıma göre sadece ürünün sahip olması gereken asgari güvenlik koşulları uyumlaştırılacaktır. Avrupa Standardizasyon Kuruluşları tarafından hazırlanacak standartlar ile yalnızca ürünün teknik ayrıntıları belirlenecektir. Yeni yaklaşımla bugüne kadar belirlenebilen şartlar bazıları şunlardır:

- alçak gerilim cihazları
- makinalar
- oyuncaklar
- inşaat malzemeleri, ... vb.

4- Avrupa Birliği'nde "Global Yaklaşım"

Klasik yaklaşımdaki büyük eksiklik, ülkelerin uyguladığı test yöntemleri ile belgelendirme faaliyetlerinin uyumlu olmamalarıydı. Avrupa Birliği, 1989 yılında, test ve belgelendirme konularını içeren "Global Yaklaşım"ı yayınlamıştır. Bu yaklaşıma göre de, her üye ülkede, belli ürünlerin testini yapmak ve bu ürünler için belge düzenlemek üzere bazı kuruluşlar yetkilendirilecek ve o ürünle ilgili olarak, yetkilendirilmiş kuruluşların dışında hiçbir kuruluşun verdiği belge geçerli olmayacaktır.

5- Avrupa Birliği'nde "Modüller Yaklaşımı"

Mevzuat hazırlayıcılara yönelik oluşturulmuş bir modüller sistemidir. İnsan, hayvan sağlığı ve güvenliğini ve çevre korumasını sağlamak üzere bu sektördeki malların özelliklerine ve taşımakta oldukları risk oranına göre tespit ettiği modül veya modeller kombinasyonunu konuyla alakalı mevzuat kapsamında uygunluk değerlendirme prosedürlerini belirleyebilmektedir. A'dan M'ye kadar olmak üzere 8 adet modül vardır:

- MODÜL A : İç Üretim Kontrolü
- MODÜL B : Tip İncelemesi
- MODÜL C : Tipe Uygunluk Beyanı

MODÜL D : Üretim Kalite Güvencesi

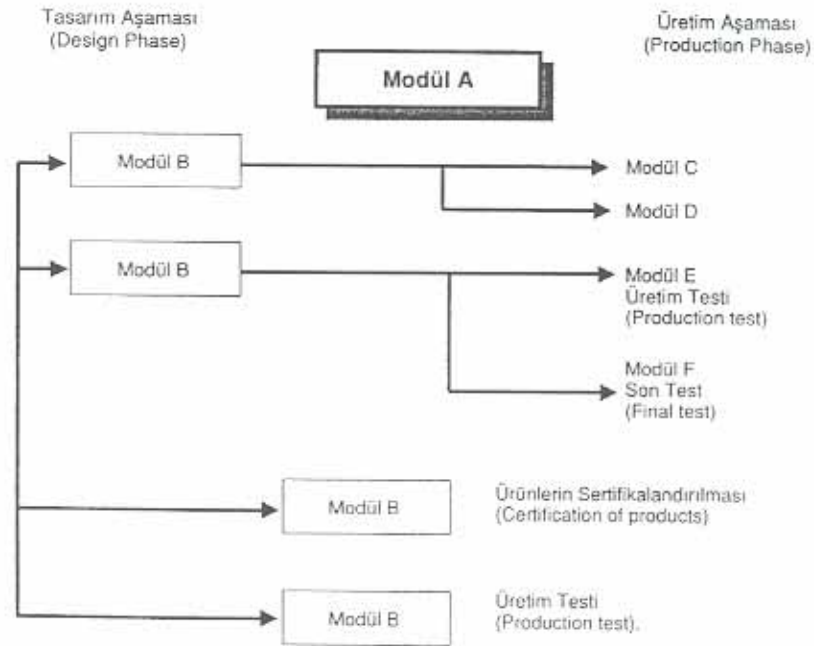
MODÜL E : Ürün Kalite Güvencesi

MODÜL F : Ürün Doğrulaması

MODÜL G : Birim Doğrulaması

MODÜL M : Tam Kalite Güvencesi

Mevzuat hazırlayıcılar, modüllerden faydalanarak, üreticiye, ürünün teknik düzenlemelere uyduğunu kanıtlamak için, birden fazla alternatif sunabilmektedir. Ürünün direktifinde, birden fazla modül kombinasyonu bulunmakta ve üretici isterse bunlardan birini, isterse de ürünün Avrupa Standardını uygulayabilmektedir.



Kaynak; Mendes (1996, s.6)

Şekil 4: Kalitenin Belirlenmesi ile İlgili Modüller

B. AVRUPA BİRLİĞİ NORMLARININ AKTİVİTE ALANLARI VE BAŞLICA DİREKTİFLER

Avrupa Topluluğu (EC-European Community) Ülkeleri içersinde ticarete engel birçok farklı teknik standartlar bulunmaktaydı. Birçok durumlarda, aynı ürün ihraç edildiği her ülkenin belirli standartlarına göre farklı tiplerde imal edilmek zorunda olacaktı. Bu durum, 1983'de 83/189 nolu direktif ile herhangi bir endüstri veya bir tarım ürünüyle ilgili yeni teknik standartların önceden Komisyona bildirilmesi Üye Ülkelerden talep edilerek, biraz da olsa azaltıldı. Böyle bir hareket yeni standartların ticarete bir engel olup-olmayacağını kararında üye Devletlerin Katılımını teşvik etti (The European Business Legislation 1993, s.163).

The European Business Legislation'a göre (1993, s.1984-165)1985'den itibaren THE WHITE PAPER (Beyaz Kitap)'ın bir özeti olarak, teknik uyumlaşmada topluluğun yeni yaklaşımı altında ilki dizili bir sistem uygulanmaktadır. Diğer teknik yönler, üye devletler arasındaki karşılıklı tanınmanın getirdiği bir sistem altında olurken, bir ürün belirli yönleri itibariyle sağlık ve emniyet bakımından merkezileştirilmiş kurallara uymak zorundadır. Yukarda adı geçen kaynak CEN (Conformity European Norms) ve aktivite alanlarını, başlıca direktifleri aşağıda ifade edilecek şekilde özetlemektedir:

CEN, 6 EFTA Ülkesi ve 12 üye devletlerin hepsinin ulusal standartlar kurumlarından oluşan bir birliktir. CEN'nin para ile ilgili İdari Bölümü EC (Avrupa Topluluğu) ile sözleşmeli ilişkilerden karışılmaktadır.

Yeni yaklaşım ile, direktifler sağlık, emniyet, tüketicinin korunması ve çevre ile ilgili başlıca gereklilikler üzerine kuruldu. Bunlar bağlayıcı olmak zorundadırlar da. Teknik detaylar Avrupa Standartlarına göre düzenlenmektedir. Bunlar tercihe bağlıdır. Avrupa Standardın teknik özellikler ve direktiflere uyan her ürün elde edebilir. Bu da "CE" markasını taşıyabilir ve bununla tüm üye ülkelere rahatlıkla girebilir demektir.

CEN, Avrupa Standartlarının planlanmasından, tasarlanmasından ve uygulanmasından sorumludur. Prosedürler endüstri ve ulusal standartlar otoriteleri gibi ilgili grupların işbirliklerine bağlı

ve açıktır. Teknik komite, ilgili endüstrinin teknik uzmanlarından oluşan, her ulusal CEN üyesi tarafından verilen yasal oy ve genel araştırmanın dahil olduğu işlerliği teftiş eder. Standartlar, İngilizce olarak resmi tasdiklidir. Muhtemelen her üye 18 ülkenin ulusal standardına tercüme edildiğinde ve standartlarda değişiklikler yapıldığında Fransızca, Almanca ve adaptasyon olarak tamamlanabilmektedir. Bu şekilde aynı olan bir ürünlerdeki ulusal ve Avrupa Standartları birbirine denk olarak ve her üye ülkenin ulusal standartlar enstitüsünden olarak daha geniş bir topluluk pazarına gelebilecektir.

CEN'nin aktivitelerinin kapsadığı faaliyet alanları şunlardır:

- Mekanik mühendislik
- Yapı ve inşaat mühendisliği
- Sağlık teknolojisi
- Haberleşme teknolojisi
- Biyoloji ve biyoteknoloji
- Kalite
- Sertifika
- Test-deneme
- Çevre
- Materyaller ve kimya
- Çalışma yerlerinde sağlık ve emniyet
- Enerji
- Ulaşım
- Paketleme
- Tüketim eşyaları
- Spor faaliyetleri, işsizlik
- Yiyecekler

Mesela yiyecek meselelerine bir süt komitesinin kurulması ile başlamaktadır. Elektronik standartlar CENECEC (Comite European de Normalisation Electro-technique) ile hizmet veriyor, telekomünikasyon ETSI (European Telecommunications Standards Insti-

tute)'nin sorumluluğunda. EC'nin teknik yasalarına yukarıda adı geçen faaliyetler (mekanik mühendislik, inşaat mühendisliği, sağlık teknolojisi, çalışma yerlerindeki sağlık ve emniyet, enerji, tüketim eşyaları... vs.) bağlanmıştır.

Avrupa Standartları EN 45000 serileri olarak yayınlanmıştır.

Aşağıdaki başlıca gerekli direktifler yürürlükte:

• Oyuncak emniyeti	-Direktif	88/378
• Basit Basınçlı Kaplar	-Direktif	87/404
• İnşaat Malzemeleri	-Direktif	89/106
• Elektromanyetik	-Direktif	89/336
• Makina	-Direktif	89/392
• Şahıs Koruma Teçhizatı	-Direktif	89/686
• Şahıs Koruma Teçhizatı	-Direktif	89/686
• Tartı Aletleri	-Direktif	90/384

Otomatik olmayan

• Gaz Yakan Aletler	-Direktif	90/396
• Tıbbi Cihazlar	-Direktif	90/385
• Tıbbi Cihazlar	-Taslak direktif	
• Telekomünikasyon Cihazları	-Direktif	

Bu direktiflerin bazıları halihazırda yürürlükte, 1993'de tamamen hepsi yürürlükteydi. Bazı ürünlerin birden fazla direktifleri tatmin etmesi gerektiği de unutulmamalıdır.

Avrupa Birliği norm'larının sadece AB ülkeleri standartları olarak değerlendirilmemeleri gerekir. Bu standartlar AB ülkelerinin dış ticaretinde tüm ülkelere sunduğu ve onlardan da istediği (ithalat ve ihracatta) asgari gereklilikler olarak mütalaa edilmelidir. Türkiye, Ortadoğu, Uzakdoğu vb. ülkeler gibi Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'de Avrupa'nın, Avrupa'da ABD'nin önemli bir pazarını teşkil etmektedir ve aynı gereklilik ve standartlar onlar içinde geçerlidir.

Mesela bu ticaretin boyutlarına bir örnek vermek gerekirse Qureshi ve Erem'in (1996, s.3) birlikte yaptıkları bir çalışmadan söz etmek mümkün. ABD Ticaret Bakanlığı'nca 1993'de yapılan ihracat/ithalat istatistiklerinde ABD'nin ticari ilişkilerinde ilk 10 sırayı alan ülkelerin arasında İngiltere, Almanya, Fransa ve Hollanda gelmektedir. Hatta rakamlarla da bu ticaretin boyutlarını gösterebilmek mümkün (Tablo 4).

Tablo 4: ABD'nin 1993'te 4 AB Ülkesi ile Dış Ticareti

	DIŞ TİCARET	İHRACAT	İTHALAT
ÜLKE	DENGESİ	(Milyon Dolar)	(Milyon Dolar)
İngiltere	4.708,1	26.438,3	21.730,1
Almanya	-9.629,9	18.932,2	28.562,1
Fransa	-2.012,5	13.266,8	15.279,3
Hollanda	7.395,2	12.838,5	5.443,3

C. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE KALİTE STANDARDI

Standards'a göre (1993, s.165) günümüzde Avrupa pazarına hitap edebilecek imalatçılar için başlıca uyumlaştırılmış teknik standartlara ilave olarak her çeşit işlemlerin kalitesinde amaçlanan standartlar üzerinde oldukça önemli bir yoğunlaşma vardır. Esas olan, Şirketlerin tedarikçiye ve müşteriye kendi işlemlerinin önceden belirlenen kalite kontrol seviyeleri ile bağdaştığını göstermek için tescillenmiş ilgili standartları uygulayabileceklerinin fikrini oluşturmalarıdır.

CEN'in ISO 9000 standardı bu alanda uluslararası bir ölçümdür ve ilgili, ulusal düzenleme ile tamamlanabilir (İngiltere'deki BS 5750 gibi).

Avrupa Kalite Değerlendirme ve Belgelendirme Komitesi (The European Committee for Quality Systems Assessment and Certification-EQS) bir Avrupa Test ve Belgelendirme Organizasyonu Komitesi (European Organisation for Testing and Certification-EOTC)'dir. Özellikle de çok uluslu değerlendirme gerekliliğinden sa-

kınma amacı ile EN 2900,002 003 ve 45012 standartlarının değerlendirilmeleri ve belgelendirmeleri ile ilgilidir. Aynı zamanda ulusal kuralları da uyumlaştırır. EN 29000 serileri uyumlaştırma gayretlerinin konusudur ve ISO 9000 kalite sistemleri ve yöntemi ilede uygunluk sağlamaktadır ve pek farklılıkları da yoktur.

Çalışma işlemlerini modernize etme amaçlı böylesi standartlarda ve rekabet eden ticari çevre düşüncesinde hayati bir faktör olan KALİTE, üretim sırasındaki pahalıya mal olan hataları da önler ve ürünlerin veya hizmetlerin kalitesini geliştirir ve bütün bunların anlamı da satış patlamasıdır.

Kabul edilmiş uluslararası norm ve standartlara göre ürün imal etmek Pumps and Compressors (1995, s.18-19) adlı kitaba göre giderek önem arz etmektedir. Birçok ürünler için normlar sadece özel boylar, oranlar olarak değil, dayanıklılık ve nihai ihtiyaçlar içinde uygulanabilmektedir. Bir ürünün standardı olduğu halde, o ürün standarda göre üretilmiyorsa, onun satılması çok zor alacağı gibi diğer ürünlerle de rekabet şansı olmayacaktır. Her Avrupa ülkesinin kendi kurallaştırma enstitüleri ve ekseriye kendi normları vardır. Birçok durumlarda standartlar ve normlar diğer ülkelerdekilerle mukayese edilebilir olacaktır. Avrupa Birliği'ndeki standartlara en iyi uyanlar olarak bilinen Alman Endüstri Normları (DIN-German Industry Norms), bazı İngiliz Standartları (BS-British Standards) veya Avrupa Normları (EN-European Norms)'nın Avrupa pazarına girmeleri çok daha mümkün gözükmemektedir. DIN normları, diğer çoğu normlardan daha gözdedir. Hatta İngiltere'de bile İngiliz Standard normlarından daha tercih edilir durumdadır. Şunu da belirtmek gerekir ki bazen petrol endüstrisinde görüldüğü gibi diğer bazı normlar Amerikan API veya ANSI gibi DIN'dan çok tercih edilebiliyor. Avrupa düzeyinde CEN (Comite Europeen de Normalisation) Avrupa normlarını yerleştirmek için çalışıyor. Bu Avrupa normlarında esas emniyet, sağlık ve çevreyi koruma kurallarıdır. Avrupa normlarının kanun yapıcı bir özelliği yoktur, normlaşma devrine gönüllü seçimdir. Avrupa normları, bütün Avrupa normlaşma enstitülerinin yardımları ile CEN tarafından kurulmaktadır.

Alman pazarına mal tedarik edenler veya yabancı üreticiler önemli gereklilikleri, teknik kuralları ve ürünlerine uygulayacakları

Kalite işaretlerini takip etmek zorundadırlar. Federal Almanya Cumhuriyeti'nin teknik kurallarının en önemli yayıncısı Alman Standardizasyon Enstitüsü (German Institute For Standardization-DIN)'dür (Germany Your Business Partner 1994, s.78).

1- ISO 9000: Kalite Standardı

Bir Kalite Güvence Sistem Belgesi olan ISO 9000 Belgesi, son ürünün kalitesinden çok ürün ve işletme yönetiminde; ürün tasarımında; kullanılan deney ve muayene yöntemlerinde; ürün ve hizmetlerin kalitesini etkileyen teknik, idari ve insan faktörlerini kontrol altında tutmak için gerekli organizasyon yapısında uygulanacak kılavuzları içeren bir "toplam kalite güvencesi" standardıdır. ISO 9000, hemen hemen dünyanın hiçbir yerinde uygulaması zorunlu bir sistem olmayıp, yalnızca belge sahibinin, ürünlerinin belirli bir kalite kontrolünden geçtiğini kanıtlamasına yardımcı olarak piyasada güvenin tesis edilmesini kolaylaştırır (Gümrük Birliği El Kitabı 1996, s.74).

ISO 9000 Standardı 1987 yılında (ISO) yani Uluslararası Standard Kuruluşu'nca (International Standards Organisation) uluslararası standard olarak onaylanıp yayımlanan ve halen AB ülkelerinde de uygulanmakta olan bir uluslararası yönetim kalitesi standardıdır. ISO (Uluslararası Standardizasyon Teşkilatı) uluslararası bir organizasyondur. Merkezi Brüksel'dedir. 1947'de kurulmuştur. Elektrik ve elektronik dışında bütün iş kollarını kapsar. ISO Kalite Standardı bugün 90 ülke tarafından ulusal standart olarak benimsenmiştir (Hürriyet 1997, s.1).

ISO 9000 serileri TSE-ISO 9000 serileri ile de aynı olduğu için bu serilerin anlatımı "Türkiye'de Uluslararası Pazarlamada Standartlar" bölümünde anlatılmaktadır.

a) ISO 9000 Kalite Güvence Sistemlerinde Gelişmeler

ISO 9000 News (1996, s.20)'a ve Dünya (1996)'ya göre; 1995 itibarıyla dünyadaki belgeli kuruluşların sayıları ve dağılımları aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

Dünyadaki toplam ISO 9000 belgeli kuruluş sayısı Ocak 1986'da 27.816 iken, 5.82 kat artarak Aralık 1995'te 127.353'e

ulaşmıştır. Aynı dönemde Türkiye'deki belgeli kuruluş sayısı da 26'dan 16.7 kat artarak 434'e ulaşmış olup, Ağustos 1996'da bu sayı 490'dır.

(1) ISO 9000 Belgeli Kuruluşların Kıtalar Dağılımı

(1) Avrupa	92.610
(2) Amerika	11.599
(3) Avustralya	10.526
(4) Uzakdoğu	9.240
(5) Afrika/Batı Asya	3.378

Görüldüğü üzere, Avrupa'daki belgeli kuruluşlar, dünya toplamının %72.2'sini teşkil etmektedir.

(2) ISO 9000 Belgeli Kuruluşların Avrupa'daki Dağılımı

1- İngiltere	52.591
2- Almanya	10.236
3- Fransa	5.535
4- Hollanda	5.284
5- İtalya	4.814
6- İsviçre	2.065
...	
15- Türkiye	434
...	
34- Litvanya	2
35- Makedonya	1
36- Estonya	1

Avrupa'da en çok belgeye sahip ülke İngiltere'dir.

İngiltere'deki belgeli kuruluş, Avrupa toplamının %56.8'ini, dünya toplamının %41.3'ünü teşkil etmektedir.

Türkiye ise, Portekiz (389), Macaristan (399), Yunanistan (248), Çek Cumhuriyeti (180), Polonya (130), Slovenya (99), Slovakya (59), Lüksemburg (48), Romanya (42), Rusya ve Hırvatistan (22) gibi ülkelerin önünde 15'inci sırada yer almaktadır.

(3) ISO 9000 Belgeli Kuruluşların Amerika'daki Dağılımı

(1) USA	8.762
(2) Kanada	1.3797
(3) Brezilya	923
(4) Meksika	215
(5) Arjantin	86
(6) Venezuela	81

USA'daki belgeli kuruluş sayısı kıta toplamının %75.5'ini teşkil etmektedir.

(4) ISO 9000 Belgeli Kuruluşların Avustralya'daki Dağılımı

(1) Avusturalya	8.834
(2) Yeni Zelanda	1.692

Avusturalya, kıtanın %83.9'unu teşkil eden belgeli kuruluş sayısı ile USA ve birçok Avrupa ülkesinin önünde yer almaktadır.

(5) ISO 9000 Belgeli Kuruluşları Uzakdoğu'daki Dağılımı

(1) Japonya	3.762
(2) Tayvan	1.354
(3) Singapur	1.180
(4) Hong Kong	739
(5) Malezya	690
(6) Güney Kore	619

Bu grupta Japonya %40.7 ile birinci sırayı alırken Vietnam ve Fiji 1'er kuruluş (%0.01) ile son sırada yer almaktadır.

(6) ISO 9000 Belgeli Kuruluşların Afrika/Batı Asya'daki Dağılımları

(1) Güney Afrika	1.454
(2) Hindistan	1.023
(3) İsrail	523

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

(4) Birleşik Arap Emirlikleri	104
(5) Suudi Arabistan	98
(6) Mısır	45

%43.0 ile Güney Afrika birinci sırada yer alırken; %0.03 ile Yemen, Zaire, Nijerya, Kenya ve Afganistan son sırada yer almaktadır.

(7) Türkiye'de ISO 9000 Belgeli Kuruluşların Belge Veren Kuruluşa Göre Dağılımı

TSE'den belgeli kuruluş	329	%67.1
TSE+Yabancı kuruluşlardan belgeli kuruluş	13	%2.7
Yabancı kuruluşlardan belgeli kuruluş	148	%30.2
TOPLAM	490	

D. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE ÇEVRE STANDARDI

AB'de ISO 14000 serisi çevre yönetimi, denetimi, performansın değerlendirilmesi, etiketleme ve hayat boyu değerlendirme alanlarında gönüllülüğü esas alan standartlardır. Bu standartlar çevre yasaları ve yönetmelikleri ile uyumludurlar (Aksoy 1996, s.16).

- ISO 14001 çevre yönetim sistemi kurulması için gerekli özellikleri kapsar, belgelendirmeye esas olan standarttır.
- ISO 14004 genel çevre yönetim prensipleri ve tekniklerini ortaya koyan bir kılavuздur.
- ISO 14010-14011-14012 Çevre denetimiyle ilgili konuları içerir.
- ISO 14031 çevre performans değerlendirmesi için kriterleri kapsar.

Diğer alt kategoriler ürün standartları üzerinde odaklanmak üzere geliştirilmiştir. Örneğin; ISO 14020, 14021 ve 14024 çevreyle ilgili etiketleme ve ISO 14040 hayat boyu değerlendirmeyi kapsar.

ISO tarafından hazırlanan diğer standartlar, örneğin ISO 9000 kalite yönetim sistemleri gibi, ISO 14000'de, görünüşte uygulanma-

sı zorunlu değildir. Fakat, üretim ve servis sektöründeki kuruluşların birçoğu uluslararası pazarda iş yapabilmek ve rekabet edebilme için ISO 14000 ile uyumlu olma yönünde kendileri üstünde güçlü bir pazar baskısı hissedeceklerdir (Aksoy 1996, s.16).

1- ÇEVRE KAVRAMLARI

Günümüzde Ticaret ve Çevre birbirinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Çevre ile ilgili geliştirilen Standartlar, kavram ve prensipler sadece ulusal arenalarla kısıtlı değildir. Bu konuda en çok kullanılan prensip ve kavramlara kısaca değinmekte fayda görülmektedir. Sık, sık telaffuz edilmekte olan bu kavramları ihracat Genel Müdürlüğü'nün (1995, s.1-5) yayınlarından ihracatla ilgili olanları aşağıdaki gibi sınıflanabilir:

a) *Sürdürülebilir Kalkınma Prensibi (Sustainable Development Principle)*

(1) Günümüzde ihtiyaçları göz ardı etmeden ve gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini engellemeden gelişmedir.

(2) Çevrenin kendi kendini yenilemesi ve ekonomik gelişmeyi destekleyecek doğal kaynak tabanının sürdürülmesi, artırılması ve rasyonel kullanımının yanısıra ulusal ve uluslararası hakkaniyete yönelik ilerlemedir.

b) *Ekonomik İlerleme (Economic Progress)*

Ekonomik, çevresel ve sosyal hedeflerin uyumlaştırılıp entegrasyonunun sağlanmasıdır.

c) *Sürdürülebilir Kaynak Kullanımı (Sustainable Resource Use)*

Doğal kaynakların uzun vadede azalmasına ve gelecekteki tüketim imkânının muhafaza edilmemesine sebep olmayacak bir yöntem ve oranda gerçekleştirilmesidir.

d) *Biolojik Çeşitlilik (Biodiversity)*

Ulusal ve Uluslararası Kalkınma Stratejileri geliştirilirken, global, doğal ve suni çevresel sistemin kendi kendini yenilemesi için kritik bir öneme haiz olan biyolojik çeşitliliğin korunmasına dikkat edilmesidir.

e) Ortak Ancak Farklılaştırılmış Sorumluluklar (Common but Differentiated Responsibilities)

(1) Gelişmiş ülkelerin çevresel yok olmayı engellemeye daha fazla katkı sağlama imkânı bulunması ve gelişme yolundaki ülkelere nazaran daha çok finansal ve teknik kaynağa sahip olması nedeniyle, global temelde sürdürülebilir kalkınma hedefini başarmak için gerekli acil yükün daha büyük bir kısmını taşımasıdır.

(2) Ülkelerin global paylaşımdaki kaynakların korunması için ekonomik güçleri oranında katkı ve sorumluluğudur.

f) Kirleten Öder Prensibi (Polluter Pay Principle)

Herhangi bir ürünün ve/veya tüketimi sonucu ortaya çıkan kirliliği önlemek ve kontrol altına almak için ulusal makamlarca alınacak tedbirler sonucu ortaya çıkan maliyetin, kirliliğe sebep olan ürün veya hizmetin maliyetine yansıtılması, bir kirliliği önlemek için alınacak tedbirler arasında sübvansiyonların yer almaması ve böylece kirliliğin bedelinin devletlere değil kirliliğe neden olan sektör ve firmalara ödettirilmesidir.

g) Çevresel Maliyetlerin Uluslararasılaşması (Internalisation Of Environmental Costs)

Ürünün piyasa fiyatının, doğal kaynaklardan yararlanma, kirlilik, atık üretimi, tüketim, atık tüketimi ve diğer çevresel maliyetleri yansıtacak şekilde saptanması ve bu kapsamda ekonomik olarak değerleri belirlenemeyen hava ve su gibi dışsallıkların bir şekilde fiyatlandırılarak içselleştirmesi faaliyetidir.

h) Kirliliğin Önlenmesi (Pollution Prevention)

Tehlikeli atık oluşumunu önlemek ve azaltmak için ihtiyaç prensibi çerçevesinde hammadde seçimi, ürün ikamesi ve temiz üretim teknoloji ve süreçleri yoluyla alternatif temiz üretim metotları bulunarak kirliliğin oluşmadan önce önlenmesidir.

ı) Varoluş Süreci Değerlendirmesi (Life Cycle Assessment)

Ürün ile ilgili hammaddenin işlenmesi, imalat, nakliye, dağıtım, kullanım, yeniden kullanım, devamlılık, geri dönüşüm ve nihai atık oluşumu aşamalarındaki çevresel maliyet ve yükün hesaplanmasıdır.

2- AVRUPA BİRLİĞİ ÇEVRE ETİKET SİSTEMİ VE AMBALAJLAMA

Ergün (1996, s.7), hazırladığı "Avrupa Birliği'nde Ekolojik Etiketler ve Ekolojik Tekstil Ürünler" başlıklı çalışmasında bu konuya şöyle açıklık getirmektedir.

1980'li yıllardan itibaren üretici ve tüketiciler için çevre ile ilgili konuların önemi gittikçe artmaktadır. Çevre ile ilgili yasalar hemen hemen tüm sanayileşmiş ülkelerde hazırlanıp, ciddi bir şekilde uygulamaya başlanmıştır. Çevre duyarlılığının sanayileşmiş ülkelerde güçlenmesi uluslararası ticarete konu olan ürünleri ve bu ülkelerde ihracat yapan ihracatçıları da etkilemektedir. Türkiye'nin ihracatında en önemli pazarı oluşturan Avrupa Birliği ülkelerinde de çevre duyarlılığı oldukça güçlenmiştir. 1993 tarihli AT 5. Çevre eylem Programı bir çok çevre politikasını da belirlemektedir.

AB Konseyi 23 Mart 1992 tarihli 880 nolu direktifi ile AB'nin çevre etiketi sistemini oluşturmuştur. Bu sistemle çevre üzerinde etkisi azaltılmış ürünler çevre etiketi ile ödüllendirilir.

AB çevre etiketi sisteminin amacı çevreye zararı azaltılmış ürünlerin tasarımını, üretimini ve pazarlamasını geliştirmek ve bu ürünleri çevre etiketi ile ödüllendirmektir. Diğer bir amacı da tüketicileri bu ürünlerin çevreye etkileri konusunda bilgilendirmektir.

Tüm AB ülkeleri için geliştirilmeye çalışılan çevre etiketleri (eco label) ile bazı AB üyesi ülkeler tarafından geliştirilmiş olan ulusal düzeydeki çevre etiketlerini (environmental hallmark) birbirinden ayırmak gerekir.

Çevre etiketleri yeni bir pazarlama aracı olarak görülmeye başlandığından gün geçtikçe sayıları artmaktadır. Bazıları sadece kendi ülkelerinde geçerli olmasına rağmen bazı istisnalar da vardır. Mesela: SWAN etiketi İsveç, Norveç ve Danimarka'da geçerlidir. SKAL etiketi ise Hollanda ve Almanya'da kabul görmektedir (Ergün 1996, s.8).

Çevre etiketi edinilmesi mecburi değildir. Gönüllü bir uygulamadır. Ancak AB düzeyinde geliştirilen sağlık ve çevre ile kriterler

zaman içinde Avrupa'ya ihracat yapanların karşısına tarife dışı bir engel olarak çıkabilecektir.

O nedenle ihracatçıların bu gelişmeleri de yakından izlemeleri gerekmektedir.

AB'nin çevre etiketi ile oluşturulmaya çalışılan bu sistem içerisinde herhangi bir ürüne verilecek çevre ödülü için adı geçen ürünün tanımı ve ilgili çevre kriterlerinin belirlenmesi gereklidir. Kriterler, ürün için hammadde seçiminden, imalatına, paketlenmesine, tüketimine ve kullanıldığında geri dönüşümlü olması temeline dayandırılmıştır (Ergün 1996, s.3).

AB çevre etiket sistemi içinde çevre kriteri geliştirilmiş ürünler ve bunların AB Resmi Gazetesi'nde yayınlandığı tarihleri şöyle sıralayabiliriz:

Çamaşır makinaları	7 Ağustos 1993
Bulaşık makinaları	7 Ağustos 1993
Gübreler	31 Aralık 1994
Tuvalet kâğıdı	31 Aralık 1994
Kâğıt havlu	31 Aralık 1994
Çamaşır deterjanları	13 Eylül 1995
Boya ve vernikler	6 Ocak 1996
Elektrik ampulleri (tek uçlu)	6 Subat 1996

Elektrik ampulleri (çift uçlu), izolasyon malzemeleri, ince kâğıt, tekstiller, buzdolabı ve saç spreyleri ile ilgili kararlar da oylama aşamasındadır.

AB'deki bir firma AB dışından ithal edeceği bir ürün için çevre etiketi isteyebilir. AB dışındakiler firma ürünü için alacak olduğu çevre etiketini AB dışında bir ülkenin kurumundan alması halinde, 880 sayılı direktife göre, bu çevre etiketi için adı geçen kriterlerin AB'deki kriterlerle aynı kurallara dayanması gerekmektedir (Ergün 1996, s.8).

Avrupa Birliği üyesi ülkeler, ambalaj ve ambalaj atıklarının nihai kullanımdan, tüketiciden veya atıkların toplandığı yerden, en iyi şekilde değerlendirilmesi amacıyla toplanması ve biriktirilmesi için-

de sistemler kurmak üzere gerekli önlemleri alacaklardır. 94/62/EEC sayılı Konsey Kararnamesine göre, ambalajlarda geri dönüştürülebilme ve tekrar kullanımı için önemli şartlar şunlardır (Güllü 1996, s.28):

- Ambalaj, hacim ve ağırlık olarak tüketici tarafından kabul görececek ve gerekli güvenlik ve hijyen seviyesini sağlayacak malzeme kullanmayı gerektirecek şekilde imal edilecektir.
- Ambalaj, tekrar kullanım, iyileştirme ve dönüştürmeye izin verecek şekilde imal edilmiş; ayrıca, ambalajın artık ile kalıntıları, çevre üzerinde asgari olumsuz etkiyi bırakacak düzeyde tasarlanmış olacaktır.
- Ambalaj, artığı yakıldığında veya dönüştürülme esnasında, emisyonu geçen, bileşen veya malzemesi asgari düzeyde zehirli ve zararlı maddeler bulunduracak şekilde imal edilmelidir.

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerdeki ambalajlama konusundaki düzenlemelere en güzel örnek, Almanya'da sürdürülen "Yeşil Nokta" uygulamasıdır. Yeşil Nokta uygulaması, 12 Haziran 1991 tarihinde "Ambalaj Atıklarının Önlenmesi Yönetmeliği" ile başlamıştır.

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin çevre ve sağlıkla ilgili etiketleri

Hollanda	Milieukeur Etiketi, Skal
Almanya	Blue Angel (Blau Engel), SG Etiketi,
Kuzey Avrupa Ülkeleri	SWAN Etiketi,
İsveç	Falcon Etiketi, Krav Etiketi
Fransa	NF Etiketi

E. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE EŞYA NUMARALANDIRMA STANDARDI

Standards (1993, s.164-165)'e göre Uluslararası Eşya Numaralandırma Birliği'nin [The International Article Numbering Association (EAN)], Romanya hariç bütün Avrupa dahil olmak üzere 52 ülkede bağlayıcı organizasyon üyeleri var ve onların Avrupa standartları olarak kullanılmasını CEN'e önermiştir.

EAN eşya numara sistemi üye ülkelerin üretici ve ürünlerini teşhis eden ve kodlu numara içeren rakamlar olarak 13 rakam çubuk kullanılmaktadır. Sistem, Amerika ve Kanada'da kullanılan 12 numaralı Genel Ürün Kodu (Universal Product Code-UPC) ile tamamen uyusmaktadır. EAN üye ülkelerin uyumlaştırma işlemlerine dahil olmaktadır.

F. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE HABERLEŞME TEKNOLOJİSİ STANDARDI

Ferne'in (1994, s.27-28) belirttiği gibi: IT (Information Technologies) standardizasyonu bazen çatışma halindeki iki gruba karışmaktadır. Birincisi bilgisayar imalatçıları ve dağıtıcıları (hardware ve software) ile diğeri de imalat, pazarlama ve üretim dizaynı üzerine çalışan hizmet firmaları ile ilgilidir ki onlar tekelci zihniyetle pazarı, müşteri gruplarını özel sistemlerle (MS-DOS, Apple, vs.) esir alarak bölmektedirler. IT standartları en çok ağlanma ile ilgilenmektedir, özellikle de ölçütlere bağlı müşterilerin dikkatini çeken ağlanma kapasiteleri ile. Mesela kullanıcılar ne kadar belirli bir standarda bağlanırsa (mesela VHS veya Betamax) o standard o kadar da diğer potansiyel kullanıcılar için cazip olacaktır (Örneğin VHS daha çok filmleri buharabildiği için gözde olduğunu söyler, çünkü kasetleri değiştirmek veya ödünç almak daha kolay olacaktır).

Hızlı teknoloji ilerlemesi ve IT iletişiminin entegrasyonunun gelişmesi, ulusal, bölgesel ve uluslararası alanlarda resmi ve resmi olmayan birçok kuruluşun çoğalmasına yol açtı. Dolayısıyla bu kuruluşların kendi aralarında sınıflandırılmaları gerekiyordu. Mesela Avrupa'daki kuruluşlar şöyle sınıflandırıldı:

(1) Kullanıcı Yönüyle Var Olan Kuruluşlar

- Avrupa Açık Sistem Çalışma Grubu (EWOS)
(European Workshop for Open Systems)
- Birbirine Bağlı Teknik ve Resmi Protokol Açık Sistemleri (OSITOP)
(Open Systems Interconnection/Technical and Office Protocol)

(2) İmalatçı Yönüyle Var Olan Kuruluşlar:

- Avrupa Kompüter İmalatçıları Birliği (ECMA)
(European Computer Manufacturers Association)
- Standartlar İlerletme ve Uygulama Grubu (SPAG)
(Standard Promotion and Application Grup)

Özellikli konuları savunmak veya resmi kanallardan daha hızlı hareket edebilmek için birçok firmalar bir araya gelerek birleştiler ve uluslararası olarak şu kuruluşları oluştururlar:

(1) Uluslararası Kuruluşlar

- Uluslararası Standartlar Organizasyonu (ISO)
(International Standards Organization)
- Uluslararası Elektroteknik Komitesi (IEC)
(International Electrotechnical Committee)
- Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU)
(International Telecommunications Union)

(2) Avrupa Kuruluşları

- Avrupa Elektroteknik Standardizasyon Komitesi (CENELEC)
(European Committee for Electrotechnical Standardisation)
- Avrupa Telekomünikasyon Standartları Enstitüsü (ETSI)
(European Telecommunications Standardisation Institute)

G. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE AVRUPA UYUMLULUK STANDARDI

CE işareti için bir çok tanım, izah ve yorum yapılmaktadır. Ostim (1996, s.14) CE işaretinin bir uygunluk işareti olduğunu anlamaktadır. İngilizce "Conformity of Europe"un ilk harflerini teşkil etmektedir. Üzerine ilişitirildiği ürünün temel gerekler yönünden özellikle sağlık, insan emniyeti, tüketicinin korunması ve çevre korunması yönlerinden uygunluğunu gösterir. Daha başka bir ifadeyle ürünün taşıması gereken zorunlu teknik özelliklerin uygunluk sembolüdür.

CE işareti bir kalite belgesi değildir. Ürünün kalitesini göstermez. Bu işaret, Avrupa Topluluğu'nun üye ülkeler sınırları içinde oluşturduğu tek pazarın işleyişini kolaylaştırmak amacıyla ortaya koyduğu bir kavramdır. Bu kavramın Avrupa Topluluğu açısından iki önemli işlevi vardır:

- Üye ülkeler arasında serbest ticaretin önündeki teknik engellerin kaldırılması
- Üçüncü ülke ürünlerine karşı tek pazarın korunmasıdır.

CE işareti için, Topluluğun Teknik Mevzuatına uygun olan ürünlerin üzerine konan ve Tek Pazarda serbest dolaşım hakkı veren bir ürün pasaportudur diyebiliriz. Bu tanımı izah edebilmek içinde Teknik Mevzuatın ve Teknik Engellerin ne anlam ifade ettiğini anlamak gerekir.

1985 yılında çıkarılmaya başlanan "Yeni Yaklaşım Direktifleri" belirli ürün grupları için sağlık, güvenlik, çevre ve tüketiciyi koruma konularında zorunlu şartları içermektedir. Şu anda Avrupa Birliği'nde pazarlamakta olan ürün gruplarının %40'ı direktiflerde belirtilen CE işaretini taşımak mecburiyetindedir.

Önceleri CE, "Conformité Européenne", yani Avrupa'ya Uygunluk kelimelerinin baş harflerinden oluşan bir simge şeklinde uygulanmış, daha sonraları ise "Community Europe" yani Avrupa Toplulukları, kelimelerinin baş harflerinden oluşmasının daha anlamlı olacağı konusunda görüş birliğine varılmıştır.

Bu işaret,



İlgili ürünün direktiflerce belirtilen şartlara uygun olarak üretildiğini ve pazara konulduğunu belirtir. CE işareti bir kalite işareti değildir. Örnek olarak, çalışmayan bir pres CE işareti açısından en güvenli pres olmasına rağmen aynı zamanda en kalitesizdir.

Ce işareti taşımayan ürünler, Avrupa Birliği'nde pazarlanamaz ve hatta Avrupa Birliği dışında üretilen ürünlerin bu ülkelere girmesi engellenebilir. Bu nedenle, Ce işareti, Türkiye gibi Avrupa Bir-

liği dışında yer alan ülkelerden ihraç edilen ürünler için pasaport görevi görmektedir (Yatırım Finansman Bülteni 1996, s.2).

Mendes'in (1996, s.4-5) "CE" ile ilgili açıklamaları şöyledir:

Yeni Yaklaşım kapsamında AB lkeleri tarafından bir takım modüller oluşturmuştur. Bu modüllere göre ürünler için verilen CE işareti uygulama açısından bir garanti vermektedir. Teşebbüslerinin rekabetliği konusunda ise bir garanti vermemektedir. zerinde "CE" işareti bulunan herhangi bir rn, Avrupa standartlarında üretiliyor demektir. Onun rekabet yeteneği ile ilgili garantidir anlamına gelmez. AB'de gündemde olan bir konudur bu. Getirilecek yeni uygulama ile uygun belgesi olan bir ürün aynı zamanda rekabetliği ile de belge alacaktır.

AB'nin kalite politikasında zorunluluk yoktur. Ancak uygulamayı sağlayan bir teşviktir ve konuyla ilgili devlet kuruluşlarının sorumluluğunu sağlamaktadır.

Belirtilmesi gereken diğer bir unsur da piyasanın kalite konusundaki beklentilerinin karşılanmasıdır. Yine Mendes (1996)'in ifadesiyle söylemek gerekirse iç pazarın yaratılmasındaki koşullar şunlardır:

- Güvenlik/Kaliteli rnler (Safety/Quality Products)
- Üreticilerin Yeterliliği (Competence Suppliers)
- nc Kişilerin Yeterliliği (Competence Third Parties: EN 45000)
- Prosedürlerin şeffallığı (Transparency Procedures: Certificate)
- Piyasaların Birbirine Yaklaşması Zorunluluğu (Convergence of Market)

Bütün bunların olabilmesi CE işaretiyle mümkündür. Bu işareti koymak için bir dizi tesisler kurma gereği vardır. CE işareti Avrupa Direktiflerine uygunluğu gösterir. Sadece bir zorunluluğu göstermez. CE markasına sahip bir ürün serbestçe dolaşabilmelidir. CE işaretinin sorumluluğu üreticiye aittir. Üretilen ürünün direktiflere uygunluğunun ilanı ve beyanı üretici sorumluluğuğundadır. Bunun ispatında da zorunluluk yoktur, ancak problemler çıktığında ispat etmek gereği vardır.

1- "CE" İŞARETİ KOYMAK İÇİN YAPILACAK İŞLEMLER

Tesid Bülteni'nde (1996, s.4) üreticilerin ürünlerine CE işareti koymak için izleyebilecekleri iki yoldan bahsedilmektedir:

a) Kendi Kendine Beyan Yolu (Self Declaration Route)

Bu yol eğer ürüne uygulanabilecek "Uyumlu" (harmonize) standartlar var ise kullanılabilir. Harmonize standartlar birlik içinde kabul görmüş ve AT'nin yayın organında yayımlanmış standartlardır. Örneğin audio/video ürünleri için EMC yani Elektromanyetik Uyumluluk Konusunda yayımlanmış harmonize standartlar vardır. Bunlar:

EN 5501 Emission

EN 55020 Immunity

EN 60555 Harmonics and Voltage Fluctuations (Yenisi EN 61000 3 2)'dir .

Üretici, ürünün bu standartlara uygunluğunu herhangi bir laboratuvar da (Avrupa Topluluğu dışında da olabilir), test edip uygunluğundan emin olur ise bir Uygunluk Beyanı (Declaration of Conformity-Doc) hazırlar. Ürünün Avrupa Topluluğu içinde satılabilmesi için Uygunluk Beyanının üretici firmanın topluluk içindeki temsilcisi ya da ithalatçısı tarafından imzalanarak 10 yıl süre ile saklanması zorunludur. Bu yol tamamen beyana dayanmaktadır. Üretici testleri kendi laboratuvarlarında yapabilir ya da hiç test etmeden de uygunluk beyanı verebilir.

Ancak, herhangi bir şikayet veya pazar denetiminde bir uygunluk belirlenirse, Uygunluk Beyanının dayandırıldığı test raporlarının ibrazı gerekecektir. Bu durumda test edilen örnek ile incelenen örnek arasında fark olup olmadığı araştırılır.

Eğer fark varsa sorumluluk üreticiye aittir ve tazminat ve/veya ürünün toplatılması gibi cezai yaptırımlar uygulanır.

Eğer test edilen örnek ile incelenen örnek tamamen aynı ise, test sonuçlarındaki farklılığın nedeni araştırılır. Ölçümlerde test laboratuvarının hatalı olduğu belirlenirse, söz konusu tazminat ve zarardan laboratuvar sorumludur. Test laboratuvarının sorumlulu-

ğu paylaşmasını sağlamak açısından, EN 45001 standardında belirtilen test laboratuvarları için gerekli ölçütlerin sağlandığına dair sertifikası bulunan akredite laboratuvarlar tercih edilmelidir.

b) Teknik Yapı Kütüğü Yolu
(TCF Technical Constrution File Route)

Ürüne yönelik uyumlu standartların bulunmaması ya da eksik olması veya ürün boyutlarının getirdiği kısıtlamalar dolayısı ile test yapılamaması durumunda ya da bir ürün grubuna ait çok çeşitli varyasyonlar mevcut ise, EMC direktifine göre Teknik Yapı Kütüğü oluşturulur ve Yetkili Kuruluş vasıtası ile belgelendirme yolu izlenir.

Bu yöntemde üretici, ilgili test ve ölçüm sonuçlarını ve ürün ailesine ait tüm teknik bilgileri içeren bir TCF hazırlar ve Yetkili Kuruluşa gönderir. Yetkili Kuruluş bu dosyayı inceleyerek -ve gerekirse ilave testler yaparak elektromanyetik açıdan koruma tedbirlerinin alınıp alınmadığını değerlendirir. Değerlendirme sonucu olumlu ise Uygunluk Belgesi (Certificate of Conformity-COC) yayımlar. Üretici de bu Uygunluk Belgesine dayanarak Uygunluk Beyanını hazırlar ve ürününe CE işaretini koyar.

Yetkin Kuruluşlar, (Competent Body) EN 45011 standardında tanımlanan şartları yerine getirebilen, EMC konusunda - ya da belgelendirme yapacakları diğer alanlarda deneyime ve uzmanlığa sahip ve sadece Avrupa Topluluğu içinde kurulmasına izin verilen akredite kuruluşlardır.

Hangi yol seçilirse seçilsin, dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta da işbirliği yapılacak laboratuvarın teknik yeterlilik, fiyat, akreditasyon açılarından iyi tahlil edilmesi gerektiğidir.

EMC'ye ilişkin bir test laboratuvarında EN55013, EN55020 ve EN60555 test düzeneklerinin mutlaka bulunması gerekmektedir. Bununla birlikte bu düzenekleri doğru bir biçimde değerlendirecek bir deneyim ve uzmanlık ile bunları kanıtlayan bir akreditasyon belgesi de olmalıdır (Tesis Bülteni 1996, s.4).

c) "CE" İşaretinin Alınabileceği Yerler

CE işaretinin nasıl temin edileceği, ürünün taşıdığı riske bağlıdır. Bazı düşük riskli ürünlerde asgari gereklerin yerine getirildiği

sadece üreticinin beyanı ile belgelendirilmektedir. Oysa yüksek riskli ürünler için bir test ve belgelendirme kuruluşuna ihtiyaç vardır. Bir ürünün risk düzeyi ve bu risk düzeyine bağlı olarak hangi uygunluk değerlendirme prosedürlerinden geçmesi gerektiği, ürüne ait direktifte belirtilmekte olup, CE işareti verecek olan kuruluşlar, yalnızca bir AB üyesi devleti tarafından bu konuda yetkilendirilen ve Komisyon ile diğer üye devletlere bildirilen kuruluşlardır (Gümrük Birliği El Kitabı 1996, s.73).

Yatırım Finansman Bülteni'ne göre (1996, s.9) üretici ürettiği ürünün ilgili direktiflere uygunluğunu sağlayıp, kendisi uygular. CE işaretini Avrupa Birliği'ndeki ülkelerde de Avrupa Birliği dışındaki ülkelerde de veren bir kuruluş yoktur. Avrupa Birliği'ndeki Onaylanmış kuruluşlar direktiflerde belirtilen durumlarda, yüksek risk taşıyan ürünler için uygunluk değerlendirmesi işlemlerini yürütürler. Bunun dışındaki ürünler için, üreticiler uygunluk çalışmalarından sonra, CE işaretini ürünleri üzerine koyarlar. Kısacası, CE işareti yetkili bir kuruluş tarafından değil, üreticinin kendisi tarafından ürün üzerine konulur.

2- "CE" İŞARETİ AB VE ISO 9000 İLİŞKİSİ

ISO 9000 standartları ile CE Markası arasındaki ilişkiyi Mendes (1996) şöyle ifade etmektedir. AB Komisyonu bir standardizasyon kuruluşu değildir. ISO 9000 veya başka standartlar üzerinde herhangi bir yetkiye de sahip değildir. Standardizasyon özel faaliyettir. AB Komisyonu elinden geldiği kadar uluslararası ve AB Standardizasyon kurallarını uygulamaya çalışmaktadır. Kalite sistemi bir zorunluluk olmayıp istedikleri takdirde kuruluşların kullandığı bir sistemdir. AB Komisyonu standardizasyon yapan kuruluşları teşvik etmektedir.

ISO 9000 ve Avrupa Topluluğu'nun EN 14000'ini farklı kalite sistemleridir. AB Komisyonu maliyetten kaçınmayı temel amaç kabul ettiğinden bu sistemler birbirini nasıl tamamlayabilir, onun üzerinde çalışmaktadır.

AB mevzuatı ile ISO 9000 arasındaki ilişki şudur: Üreticiler, tasarım aşamasından üretim aşamasına kadar kalite sisteminin bir dizi unsurunu yerine getirmek zorundadırlar. AB Mevzuatı ISO 9000 serisini zorunlu kılmaktadır (Mendes 1996).

Firmalar ya uluslararası standartlara uygun üretim yapacaklar, ya da piyasadan silinecekler. Yürürlüğe giren Gümrük Birliği Anlaşmasına göre Türkiye azami 5 yıl içerisinde bütün Avrupa Birliği standartlarına uyum sağlayacak. Rekabetin son derece zorlaştığı bu dönemde ayakta kalmak isteyen herkes kaliteli üretim yapmak ve malını tüketiciye beğendirmek zorundadır. CE işaretini getirdiği yükümlülükleri ciddiye almayan firmaların iflas etmeleri bile mümkündür. CE işaretli bir malın hatalı üretiminden dolayı zarar gören tüketicinin 5 trilyon liraya varan tazminat hakkı bulunmaktadır. Bağlayıcı olmayan bu standartların hepsi müşteri tarafından talep ediliyor. Örneğin ISO 9000 belgesine sahip ürün rakiplerine göre müşteri tarafından tercih ediliyor. Yine Avrupa Normlarına (EN) uygun olarak üretilen mamullere karşı tüketicilerin yaklaşımı diğerlerine göre çok daha farklı. ISO 9000 serisi, standartlar arasında en çok bilineni, 20 madde içerisinde kalitenin yönetimi esaslarını düzenleyen bu standartlar, uluslararası alanda gün geçtikçe vazgeçilmez bir unsur olmaya başlıyor. Aslında her ülkenin kendine ait standartlarını belgeleyen resmi bir kuruluşu var. Ancak bu uluslararası alanda faaliyet gösteren ülkeler için yeterli olmuyor. İşte ISO 9000 serisi, ülkeler arası kaliteyi ve kalite yönetimini belgeleyen standartlardır. Bu belgelendirme ile sadece mamul üzerindeki değil, insan üzerindeki hatalarda minimuma iniyor. Hiçbir yasal zorlama olmamasına rağmen firmalar maliyetlerde tasarruf sağladıkları için bu sistemi tercih ediyorlar.

CE işareti ise üreticilere çok ağır sorumluluklar getiriyor. Bu işareti ürününe koyan malın bütün AB direktiflerine uygun olduğunu belgelemiş oluyor. Bu durumda eğer bir tüketici bu ürünü kullanırken zarar görürse 5 bin ila 70 milyon ECU arasında tazminat alma hakkına sahip. CE işaretinin bir diğer özelliği ise ispatlama zorunluluğunu üretici firmaya yüklemesidir. Malın AB direktiflerine uygun olarak üretildiğini, zararın tüketicinin yanlış kullanımından kaynaklandığını ispatlama sorumluluğu üreticininindir. Eğer üretici bunu ispatlayamazsa tazminat ödemekle yükümlü olacaktır. Eğer üretici ürünün AB direktiflerine uygun olarak üretildiğini ispatlarsa, olayın bir başka boyutu ortaya çıkıyor. Tüketicie tazminatı AB ödüyor. Çünkü üretici AB'nin bütün direktiflerine uygun

üretim yapmış ve tüketici de ürünü hatalı kullanmamışsa o zaman AB'nin direktiflerinde bir hata bulunmaktadır. Tüketicinin zararı AB direktiflerindeki hatadan kaynaklandığına göre bunun bedeli de AB tarafından ödenecektir (Çapa ve Sarıca 1996, s.3).

3- AVRUPA STANDARDİZASYON KOMİSYONLARI CEN, CENELEC ve CE

Arkan (1996, s.1) 1995 Dış Ticaret İstatistiklerine bakıldığında, Türkiye'nin toplam ihracatının %51,2'si, ithalatının da %50'den fazlasının AB ülkelerine olduğunu, bunun için AB ile ticari ve sınai bir entegrasyon içinde bulunmamız gerektiği belirtmektedir. AB'nin dış ticaret politikaların benimsemediğimiz zaman çok büyük sıkıntılar doğacağı da ifade edilmektedir. Ülkelerin kendi sanayilerini korumak istemeleri sonucu ülkeler arası ticarete teknik engellerin ortaya çıktığı ve AB komisyonu'nun bu engelleri ortadan kaldıracak bir sistem olan "her bir ürün için tek tek standartlar koymak yerine, benzeri ürünleri bir araya getirerek, asgari gerekliliklere uymayı sağlayacak direktiflerle standartizasyon sistemini kurmayı" gerçekleştirdikleri vurgulanmaktadır. Arkan (1996)'ın belirttiği üzere, üreticiler, Avrupa Standardizasyon komisyonları olan CEN ya da CENELEC'in uyumlaştırılmış standartlarına uymak zorundadırlar. CE işaretini içeren direktif sayısı 19'dur. Direktif kapsamına giren 250 standart hazırlanmıştır. Bu direktif veya standartları bilmek ya da uygulamak, CE işaretine sahip olmak için yeterli değildir. Ürünün aynı zamanda insan ve çevre sağlığı ve güvenliğini temin edecek standartlara uygun olduğunun da kanıtlanması gerekmektedir. CE işareti bir kalite belgesi değildir. Ticari bir malın bir üye ülkede diğerine geçmesinde bir çeşit pasaporttur. Yani ürünün bir kabul işaretidir.

Temel gerekler yanında, ürünlerin bu gerekleri sağlayıp sağlamadığının hangi yollarla belirlenebileceği bir başka deyişle uygunluk inceleme işlemleri belirlenerek yayınlanmıştır. Bu ana gerekler belirlenirken, Dünya Ticaret Örgütü/Ticaret Teknik Engellerle ilgili anlaşma hükümlerine de riayet edilmesine itina gösterilmiştir. Teknik mevzuat tüm ürün gruplarını kapsayana kadar yeni ürün gruplarının temel gereklerinin belirlenmesi ve yayınlanarak zorunlu hale getirilmesi devam edecektir. **Tek pazara girmek is-**

teyen ürünler CE işaretini taşımanın gereklerini yerine getirmekle yükümlüdürler. Bu zorunluluk tüm topluluk firmaları, üçüncü ülke firmaları gibi Gümrük Birliği'ndeki Türkiye'nin firmaları tarafından üretilen ürünleri de kapsamaktadır (Ostim 1996, s.14).

TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI PAZARLAMA AÇISINDAN STANDARTLAR

A. TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI STANDARTLARA HAZIRLANIŞI

1- TSE'nin (Türk Standartlar Enstitüsü) Kuruluş Amaçları

Her türlü madde ve mamuller ile usul ve hizmet standartlarını hazırlamak gayesiyle Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Ticaret Borsaları Birliği bünyesinde 16 Ekim 1954 Tarihinde Türk Standartları Enstitüsü kurularak çalışmalarına başlamıştır. Kısa adı TSE olan Enstitü, 22 Kasım 1960 tarihinde 132 sayılı kanun ile bugünkü tüzel kişiliği haiz, özel hukuk hükümlerine göre yönetilen bir kamu kurumu niteliğini kazanmıştır. Enstitü'nün ilgili olduğu Bakanlık Başbakanlıktır (Türk Standartları Enstitüsü 1996, s.1).

Enstitü'nün kuruluş kanununda görevleri aşağıdaki şekilde belirtilmiştir (T.S.E. 1996, s.2).

- Her türlü standartları hazırlamak ve hazırlatmak,
- Enstitü bünyesinde veya haricte hazırlanan standartları tetkik etmek ve uygun bulduğu takdirde Türk standartları olarak kabul etmek,
- Kabul edilen standartları yayınlamak ve ihtiyari olarak uygulamalarını teşvik etmek, mecburi olarak yürürlüğe konmalarında fayda görülenleri, ilgili Bakanlığın onayına sunmak,
- Özel ve resmi sektörün talebi üzerine standartları veya projelerini hazırlamak ve mütalaa vermek.

- Standardlar konusunda her türlü ilmi ve teknik incelemelerle araştırmalarda bulunmak, yabancı memleketlerdeki benzer çalışmaları takip etmek, milletler arası/ve yabancı standard kurumları ile münasebetler kurmak ve bunlarla işbirliğinde bulunmak
- Üniversiteler ve diğer ilmi, teknik kurum ve müesseselerle işbirliğini sağlamak, standardizasyon konularında yayın yapmak, milli ve milletlerarası standartlardan arşivler meydana getirmek ve ilgililerin faydalanmalarına sunmak,
- Standardlarla ilgili araştırma maksadıyla ve ihtiyari standartların tatbikatında kontrol için laboratuvarlar kurmak, muayene, analiz ve deneyleri, resmi veya özel sektörün talep edeceği teknik çalışmaları yapmak ve rapor etmek,
- Yurtta standart işlerini yerleştirmek ve geliştirmek için elemanlar yetiştirmek ve bu maksatla kurslar açmak ve seminerler tertiplemek,
- Standartlara uygun kaliteli üretimi teşvik edecek her türlü çalışmaları yapmak ve bunlarla ilgili belgeleri tanzim etmek,
- Metroloji ve kalibrasyon ile ilgili araştırma ve geliştirme çalışmaları yapmak ve gerekli laboratuvarları kurmak.

2- TSE'nin Belgelendirme Faaliyetleri

TSE'nin (1994, s.6) el kitapçığında belgelendirme işlevini ve gruplarını şöyle tanımlamaktadır:

Türk Standartları Enstitüsü'nden ürettiği mal için belge almak isteyen üretici, üretim yerinde ve üretmiş olduğu madde, mahsul ve mamul üzerinde yapılan incelemeler neticesinde, belge almaya hak kazandığında, bu hakkı Türk Standartları Enstitüsü ile bir sözleşme imzalayarak elde etmektedir.

Belgelendirme faaliyetleri 7 ana grupta yürütülmektedir.

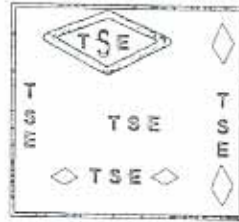
- (1) Üretim yerlerinin belgelendirilmesi,
- (2) Ürünlerin (madde, mamul, mahsul) belgelendirilmesi,
- (3) Parti mallarının belgelendirilmesi,
- (4) İthal mallarının belgelendirilmesi.

- (5) Laboratuvarların belgelendirilmesi,
- (6) Hizmet yerlerinin belgelendirilmesi,
- (7) Kalite sistemlerinin belgelendirilmesi.

3- Ürünlerin Belgelendirilmesinde Kullanılan Markalar

a) Türk Standardlarına Uygunluk Markası (TSE Markası)

TSE markası, üzerine veya ambalajına konulduğu malların ilgili Türk Standardına uygun olarak imal edilip, piyasaya arz edildiklerini ve mamulle alakalı bir problem ortaya çıktığında Türk Standardları Enstitüsü'nün garantisi altında olduğunu ifade eder. Ayrıca, Enstitü ile yapılacak bir sözleşme çerçevesinde kullanılabilen beş ayrı tipte tescil edilen markadır.



b) Kalite Uygunluk Markası (TSEK Markası)

TSEK Markası, üzerine veya ambalajına konulduğu malların henüz Türk Standardı olmadığından ilgili milletlerarası veya diğer ülkelerin kabul edilen teknik özelliklere uygun olarak imal edilip piyasaya arz edildiklerini ve mamulle alakalı bir problem ortaya çıktığında Türk Standardları Enstitüsü'nün garantisi altında olduğunu ifade eder. Ayrıca, Enstitü ile yapılacak bir sözleşme çerçevesinde kullanılabilen ve dört ayrı tipte tescil edilen markadır.



c) *EX Uygunluk Markası*

Parlayıcı ve yanıcı gaz ortamlarında kullanılan emniyeti artırılmış elektrikli malzemeler ile ilgili Türk Standardları ve milletlerarası veya diğer ülkelerin standartlarına veya Enstitü tarafından kabul edilen teknik özelliklere uygun olarak imal edilip piyasaya arz edildiklerini ve mamulle alakalı bir problem ortaya çıktığında Türk Standardları Enstitüsü'nün garantisi altında olduğunu ifade eder. Ayrıca, Enstitü ile yapılacak bir sözleşme çerçevesinde kullanılabilen yandaki şekilde belirtilen markadır.



4- *Kalite Sistemlerinin Belgelendirilmesi (TS ISO 9000 Serisi)*

Bir ülkenin kalkınmışlık düzeyinin en inandırıcı kanıtı, kuşkusuz ürettiği mal ve hizmetin kalitesidir.

Bir çok farklı tanımlı bulunan kalite, TS-ISO 9000 Kalite Standardları Serisi'nde "Amaca uygunluk ve kullanımda güvenlik" şeklinde tanımlanmıştır (TSE 1994, s.7).



5- *Türkiye'nin Standardlar ile İlişkisi*

Türk ihrac ürünlerinin Yeni Yaklaşım ve benzeri direktifler gereği teknik engellerle karşılaşmasının önlenmesi bakımından, AB

teknik mevzuatına uyum sağlanması ve bu çerçevede teknik alt yapının bir an evvel oluşturulması gereği vardır.

Dış Ticaret Müsteşarlığı Raporu'nda da (1996, s.5)a ifade edildiği üzere halihazırdaki mevzuatımız ve AB mevzuatına uyumlaştırılacak Türk mevzuatı çerçevesinde aranacak olan ithalatta uygunluk değerlendirmesi işlemlerinin daha sağlıklı bir şekilde yapılmasının sağlanması gerekmektedir.

Aynı zamanda iç piyasada da belli bir kalitenin oluşturulması amacıyla tüketici güvenliğinin sağlanması açısından ülkemizde faaliyet gösteren laboratuvarların, test ve belgelendirme kuruluşlarının uluslararası standard ve teknik düzenlemelere uygun olarak test yapabilecek yeterlilikte olmaları büyük önem kazanmaktadır.

Bu itibarla, AB'nin teknik mevzuatına uyumluluğun gereği olan teknik alt yapı için, ülkemizde EN 45000 serisi standartlarında belirtilen teknik özelliklere sahip laboratuvarların, test ve belgelendirme kuruluşlarının kurulması gerekmektedir. EN 45000 serisi standartlar ülkemizde TS EN 45000 serisi standartlar adı altında yayımlanmıştır.

Laboratuvarların, test ve belgelendirme kuruluşlarının yeterliliklerinin idari ve mali açıdan bağımsızlığa sahip üçüncü bir kuruluş tarafından onaylanması yani akredite edilmeleri gerekmektedir. Herhangi bir ürün ya da hizmetin, ilgili standarda veya teknik düzenlemeye uygun olup olmadığı ve bu uygunluğu belgelendiren bir kuruluşun söz konusu denetimleri yaparken kullandığı araç-gereçlerin doğru ölçülüp ölçülmediği, çalışan personelin söz konusu testleri yapmak için yeterli olup olmadığı ve nihayetinde ürün veya hizmetin layıkıyla belgelendirilip belgelendirilmediği ancak akreditasyon yoluyla değerlendirilebilmektedir.

EN 45000 serileri olarak yayınlanan Avrupa Standardları çalışmamızın AB'nde standartlar bölümünde başlıca direktifleriyle yer almıştır. TS-EN 45000 olan seriler de bu serilerin aynısıdır.

Standards (1993) ve The European Business Legislation Handbook da belirtildiği üzere EN 29 000 standard serileri ulusal kuralları da uyumlaştırdığı gibi ISO 9000 kalite sistemleri ve yönetimi ile de uygunluk sağlamaktadır.

Arıyörük (1996, s.1) Avrupa Topluluğu'na üye ülkelerle ekonomik ilişkilerimizin dış ticaretimizde önemli bir yeri bulunması nedeniyle, Tek Pazar'da ISO 9000 veya Avrupa Standardı EN 29000 serisinin uygulanacak olmasının Türkiye için çok önemli olduğunu belirtmektedir.

Yukarda adı geçen standartlar ülkemizde TS-ISO 9000 veya TS-EN-ISO 9000 Kalite standartları olarak anılmaktadır.

Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesi ile uyması gereken yeni standartlar gündeme gelmiştir. Gümrük Birliği gerçekleşmemiş olsa bile AB'ye ihracat yapan üreticiler bu standartlara uymak zorundadırlar.

Bunların başlıcalarını şöyle sıralamak mümkün:

- EN olarak adlandırılan Avrupa normları (European Norms)
- HD diye adlandırılan Harmonize Dokümanlar
- Çeşitli Avrupa direktifleri

ISO ve IEC Standardlarıdır.

Bilen'in (1996, s.22) ifadesiyle herhangi bir konuda yukarıda adı geçen standard ve direktif mevcut değil ise o takdirde milli standartlar veya en çok kabul gören başka bir Avrupa ülkesi standardı (DIN, BS, AFNOR gibi) geçerlidir.

B. TS-ISO 9000'İN YARARLARI, SERİLERİ ve KULLANICILARI

1- Yararları

Kavrakoğlu ve Balkır (1996, s.5-6) tarafından yapılan "ISO 9000 Türkiye Uygulaması" konulu araştırmanın değerlendirilmesi şöyle özetlenmektedir:

Dokuz yıllık bir geçmişe sahip olan ISO 9000 Kalite Güvence Sisteminin ülkemizdeki uygulamaları beş yıl öncesine dayanmaktadır. Sağlıklı değerlendirmeler yapabilmek için vaktin henüz erken olduğu, ancak yapılan veya yapılacak çalışmaların gelişmelere ışık tutabileceği belirtilmektedir.

(1) ISO 9000 sistemi uygulama amaçları ülkelere göre farklı öncelikler göstermektedir. Ancak ana başlıklarda benzeşmeler gözlenmektedir. Bunlar "pazarlamada imaj güçlendirme", "müşteri taleplerine uymak", "yönetim ve denetim etkinliği", "Toplam Kalite'ye hazırlık", "Sistem kurmak"dır. Maalesef "Kaliteyi artırmak" ilk sırada değildir.

(2) Oldukça geniş bir görev paylaşımını ve yüklü bir masrafı beraberinde getiren ISO 9000 sistemine geçiş süreci ortalama 1, 1.5, 2 yıl arasında değişmektedir. Ancak sağlanan yararlar da oldukça önemli boyutlarda.

(3) Şirket içi yararlar:

- Sistematikleşmek
- Yönetim etkinliği
- Belirsizliklerin azalması
- Hataların azalması
- Standardlaşma
- Etkin iletişim
- Eğitim

olarak verilebilir.

(4) Dışa dönük yararlar ise:

- Müşteri memnuniyeti
- Müşteri artışı
- Firma imajının güçlenmesi
- Reklamasyonda azalma

olarak özetlenebilir.

TS-ISO-EN 9000 (ISO 9000, EN 29000) serisi standartlar kalitede güvenceyi sağlamaya yönelik kalite sistem standartlarıdır. Kalite sistemi rekabet edebilmek için stratejik bir araçtır. İşgücü, makine,teçhizat, tesis firmaların mal veya hizmet üretmeleri için zaten sahip oldukları kaynaklardır. TS-ISO 9000 standartları bu kaynakların en doğru, en verimli şekilde kullanılmasını sağlar. Makina teçhizatı bakımının yapılması, çalışmaların yapacakları işlerle ilgili ye-

terli eğitime sahip olmaları, işlerin nasıl yapılacağına, nasıl kontrol edileceğine dair yazılı dokümanların olması, üretimde eksiklikleri farketme yerine ebaştan müşteri isteklerini eksiksiz ve doğru tanımlamak, üretim öncesi tasarım aşamasında tüm problemleri çözmek, girdilerin doğru teminini sağlayacak sistemi kurmak, müşteri şikayetlerini analiz edip hataları önleyici tedbirler almak, müşteri beklentilerini karşılayacak mal veya hizmeti ilk defada, zamanında ve her defasında doğru olarak karşılamayı sağlar. TS-ISO 9000 standartları da kuruluşlardan bu çalışmaların bir sistem dahilinde, kayıtlarla ispat edilir şekilde yapılmasını isteyen bir felsefe ve disiplindir. Dolayısıyla firmalar belgelendirme istemese bile kendi menfaatleri gereği, rekabetin bir şartı olarak pazarlamada avantaj elde etmek için kalite sistem standartlarıyla ilgili çalışma yapmak ve bir sisteme sahip olmak zorundadır (Avcı 1996,s.29).

2- TS-ISO 9000 Serileri

ISO'nun (Uluslararası Standardlar Organizasyonu tanımına göre ISO 9000 serisi şu standartlardan oluşmaktadır (Kavrakoğlu 1996).

ISO 9000	Kalite Yönetimi ve Kalite Güvencesi Standartları Seçim ve Kullanım Kılavuzu
ISO 9001	Kalite Sistemleri - Tasarım/geliştirme, üretim testi ve hizmette Kalite Güvencesi modeli
ISO 9002	Kalite Sistemleri, üretim ve tesiste Kalite Güvencesi modeli
ISO 9003	Son muayene ve deneylerde Kalite Güvencesi modeli
ISO 9004	Kalite yönetimi ve kalite sistemleri elemanları - kılavuz
ISO 9004-2	Hizmetler için kılavuz
ISO 9005	Kalite sözlüğü

Kavrakoğlu (1996, s.49), ISO 9000 serisinin kullanım amaçlarını da şöyle açıklamaktadır:

- (1) Şirket ürün ve hizmette kaliteyi gerçekleştirmenin yanında maliyetlerini de düşürmeyi amaçlar.

- (2) Müşterilerine kaliteyi güvence altına alan bir sistemle çalıştığını göstererek onlara güven vermeyi amaçlar.
- (3) Bu standartlara uygun bir şekilde çalıştığını belgelendirmeyi amaçlar.

TS-ISO 9000 Kalite Standartları Serisi, tedarikçi firmalar, bunların müşterileri ve belgelendirme kuruluşlarının kullanımı için yayınlanmış ISO 9000 Kalite Standartları Serisi'nin tam bir çevirisidir. Bu standartlar tedarikçi firmaların uygulayacakları kalite sistemlerinde ne gibi şartlar arandığını belirtir. Bunlar, sadece birkaç firmanın değil, Türk Sanayisini oluşturan tüm firmaların yerine getirebilecekleri ve ihtiyaç duyabilecekleri genel şartları içeren uygulanabilir standartlardır (TSE-ISO 9000 Kalite Broşürü 1996, s.2).

TS-ISO 9000 Kalite Standartlarının şartları, söz konusu firmada çalışan işçi sayısına bağlı olmaksızın uygulanabilir. Bu standartlar, temel disiplinleri tanımlamakta, ürün veya hizmetlerin müşteri ihtiyaçlarını karşılamasını sağlayan prosedürleri belirtmektedir.

Dünya (1996) ve TSE-ISO 9000 KB'ye göre (1996) TS-ISO 9000 Kalite Standartları Serisini, kullanım amaçlarını ve kimlerin kullandığını şöyle açıklayabiliriz.

3- TS-ISO 9000 Kalite Standartları Serisi

TS-ISO 9001

Kalite yönetimi ve kalite güvencesi sistem standartları seçim ve kullanım kılavuzu: TS-ISO 9001, 9002, 9003'de verilen 3 modelin kullanım kuralları bu standarda verilmektedir.

TS-ISO 9001 Kalite sistemleri, tasarım/geliştirme, üretim, tesis ve hizmette kalite güvencesi modeli; bu standard, sözleşme özellikle tasarım gerektiriyorsa ve ürün şartları temel olarak performans terimleriyle belirtilmişse kullanılır.

TS-ISO 9002

Kalite sistemleri - üretim ve tesiste kalite güvencesi modeli: Standartta, TS-ISO 9004'deki üretim aşamasından tesis aşamasına kadar belirlenen isteklerin yerine getirildiği konusunda güvence vermek amacıyla kullanılır.

TS-ISO 9003

Kalite Sistemleri - Son Muayene ve Deneyler için Kalite Güvencesi Modeli: Kuruluş tarafından, sadece son muayene ve deneylerde belirlenen isteklerin yerine getirildiği konusunda güvence vermek amacıyla kullanılır.

TS-ISO 9004

Kalite Yönetimi ve Kalite Sistemleri Elemanları - Kılavuz: Kalite yönetimi konusunda bütün kuruluşlara yol gösterme ve ihtiyaçların tespitinden müşterinin tatmin edilmesine kadar kalite halkasının her kademesi için ürün ve hizmetlerin kalitesini etkileyen, teknik, idare ve insan faktörüne yön verebilecek esasları kapsar. Ayrıca bu standard da müşteri ihtiyaçlarının karşılanması, temel sorumlulukların tespiti, ileriye dönük risk ve menfaatlerin değerlendirilmesinin önemi de uygulanmaktadır. TS-ISO 9004-2 ise hizmet sektöründen belgelendirme talep eden firmalar için bir kılavuz olur.

TS-ISO 9005

Kalite Sözlüğü: Kalite bir ürün ya da hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetlerine dayanan özelliklerin toplamıdır.

4- TS-ISO 9000 Kalite Standartları Serisinin Kullanım Amacı

TS-ISO 9000 Kalite standartları serisi, kaliteye önem verdiğimiz ve kalite ihtiyaçlarını karşılayabileceğinizi müşterilerinize kanıtlayacak etkin bir kalite sistemini nasıl kurabileceğiniz, doküman edebileceğiniz ve sürekliliğini sağlayabileceğiniz konusunda yol gösterir.

Uluslararası alanda kabul görmüş olan bu standartlar, konuyla ilgili tarafların genelg ürünüşünü yansıtmaktadır. Standart, beklediğiniz kalite sistem modelini kolaylıkla ve verimlilikle uygulayabilmesini sağlamak amacıyla konu bazında bazı bölümlere ayrılmıştır.

TS-ISO 9000 Kalite Standartları serisinin kullanımı, firmalarda yönetimin iyileşmesini, faaliyetlerin daha iyi planlanmasını, prob-

lemlerin daha hızlı çözülmesini, verimliliğin kazanılmasını ve saygınlığın artmasını sağlar.

Standarda göre, üretimin her aşamasında uygulayacağınız kayıt sistemi ile ürün ve prosesinizi geliştirebileceğiniz gibi ürün sorumluluğundan doğabilecek sorunlarla uğraşmaktan da kurtulabilirsiniz.

TS-ISO 9000 Kalite Standardının kullanım amaçlarından birisi de maliyetin azalmasına yardımcı olması, kaynakların verimli kullanımıyla kazancın artmasının sağlanmasıdır.

5- TS-ISO 9000 Kalite Standartları Serisinin Kullanıcıları

Firmalar, Kalite Sistemlerini oluştururken TS-ISO 9000 Kalite Standartları Serisini kullanabilirler. Müşteriler, satın alacakları mal veya hizmetlerin, TS-ISO 9000 standardına göre kurulmuş bir kalite güvence sistemi ile üretilip üretilmediğinden emin olmak istediklerinde bu Standartları kullanabilirler.

Belgelendirme kuruluşları, firmaların kalite güvencesi sistemlerinin değerlendirilmesini bu standartlarla yaparlar.

C. TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI PAZARLAMADA ISO 14000 ÇEVRE STANDARDI

Anyörük'ün (1996, s.33) belirttiği üzere insanoğlu rahat ve çağdaş bir yaşam amacıyla sanayileşmeye önem vermiş ve kaynakları hiç bitmeyecekmiş gibi sınırsızca kullanarak kendine bugünkü dünyayı hazırlamıştır. Bundan sonra sanayinin yeni hedefi ISO 14000 olmalıdır ve bütün standartlarında bunun içinde düşünülmesi gerekir. Ancak, çevre kirliliğinin ileri boyutlara ulaşmasıyla rahatsız olmaya başlayan insanoğlu bu defa çözümler üretmeye başlamıştır. Tüm bu gelişmelerin ışığında Milletlerarası Standardizasyon Teşkilatı (ISO)'nun 207 sayılı Teknik Komitesi ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi serisini yayınlamıştır. Bu standartlar TSE tarafından Türkçeye tercüme edilerek TS-ISO 14000 serisi olarak ilgili kamuoyuna sunulmuştur. TS-ISO 14000 serisi standartları gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu standartların bir kuruluşa sağladığı faydalar da şöyle özetlenebilir:

- Enerji ve hammadde verimliliğini arttırmak
- Tüketicinin çevre için beklentilerine cevap vermek
- Atık yönetimi ile kirleticileri daha verimli bertaraf edebilmek

Yukarıdaki ifadelerle zorunlu olmasa da, gerekliliği ve yararları açıkça belli olan ISO 14000 serisi standartlarının gelişmekte olan ülkelere ek mali külfetler getireceği de bilinmektedir. Bu konuda tartışmalar halen sürdürülmektedir.

Hatta Speegle ve Giesecke'in (1983, s.11) birlikte yazdıkları "Business World" kitabındaki bir tartışma konusu 1970'li yılların sonundan itibaren bu konuların gündemde olduğunu kanıtlıyor. Tartışma konusu olarak verilen iki görüş şuydu:

- Gelişmekte olan ülkeler halklarının refahı açısından ekonomik problemler çok daha önemli olduğu için kirlenme problemlerini göz ardı edebilirler.
- Kirlenme tehlikelerine karşı her ülke aynı ahlaki sorumluluklar altında çalışmalıdır çünkü bu problem sadece herhangi bir ülkeye ait problem değil bütün dünyanın problemidir.

KOSGEB AB Bülteni'ndeki (1996, s.13-14) ifade ile ISO 14000, ISO Teknik Komitesi TC 207 tarafından geliştirilmekte olan bir çevre yönetim standardıdır. TC 207 Teknik Alt Komitesi bu alanda özellikle ürünlerin Dolaşım Ömrü Değerlendirilmesi (LCA) için bir sistem oluşturma çabası içerisinde. Bu yönde güçlü bir talep vardır, çünkü:

- Üreticiler ürünlerinin Dolaşım Süresince çevre kirleticileri etkilerinin nasıl azaltılabileceğini öğrenmek istiyorlar;
- Çevre sorunları karşısında tüketiciler ve çıkar grupları her ürünün çevre üzerinde nasıl bir etkide bulunduğunu bilmek istiyorlar;
- Hükümetler ve diğer yönetsel düzenleyici kurumlar ürünler hakkında güvenilir bilgi talep ediyorlar;
- Bu taleplerin etkisiyle ISO süreci dışında LCA ile uyumlu olmayan sistemlerin oluşturulması yoluna gidilebilir. Bu da uygulamanın etkisini ve LCA sisteminin güvenilirliğini sarsar.

Bu nedenle standartların ve sistemin zaman kaybetmeksizin geliştirilmesi ve uygulamaya konulması gerekmektedir. Ancak kalı-

teden de taviz verilmemesinde fayda vardır. Çevreyle ilgili sorunların karmaşıklığı ve değerlendirilme ve bilgilendirme kaynaklarının çeşitliliğinden dolayı çevre standardında LCA'nın tek bilgilendirme ve karar kaynağı olarak yerleştirilmesi tavsiye ediliyor.

Bir ürünün üretilişinden kullanımda kaldığı süreye ve kullanımı tamamlandıktan sonra da çevrede bıraktığı etkilere kadar dolaşım ömrünü değerlendirecek olan LCA sistemi içinde üç evre vardır:

- (1) İlk evrede LCA'nın amacı kullanıcı tarafından belirlenir: Neden oluşturduğu, ondan ne beklediği ve kapsamıyla sınırları belirlenir.
- (2) İkinci evre Dolaşım Ömrü Envanter Analizi evresidir. Bu evrede ürün ya da hizmetin çevre üzerinde bıraktığı etkiler incelenir.
- (3) Üçüncü evre etkilerin değerlendirilmesidir. Bunun için de çevreye etkileri sınıflandırılır. Daha sonra risk düzeyi analiz edilir. Son olarak da elde edilen sonuçlar alternatif bir ürünle kıyaslanır.

LCA'ya ilişkin sürmekte olan çalışmaların 1996 yılı içinde yaygınlaşması bekleniyor. Yayımlanacak bu belgede genel ilkeler ve uygulanış biçimleri belirtilecek. Bu konuda 1997 ve 1998 yıllarında da daha kapsamlı yayımlar çıkartılacak. LCA Standardlarının daha önce sorunlarla karşılaşmış bu alanlarda faydalı bir rehber olacağı bekleniyor (AB Bülteni 1996, s.13-14).

ISO 14000 Standardlar Serisi için Kalite Dergisi (1996, s.4) özetle şöyle demektedir:

- Genel bir standard olup, her tip ve büyüklükteki organizasyonlarda imalat, ticaret/hizmet sektörlerinde uygulanabilir.
- Performansı iyileştirmeye yöneliktir ve gönüllülük esasına dayanır.
- Önleyicidir, çevreye verilen zararların önlenmesini hedefler.
- "Sistem Bazlı"dır, kurulan sistem dökümanite edilmiş prosedürlerle desteklenmelidir.

Sonuçta, ISO 14000'ın getirdiği en önemli yenilik, Standardın tanımladığı Çevre Yönetim Sistemi kavramının, çevreye ilk defa gerçekçi, çevresel sorumluluk getirici, katılımcı ve dürüst bir sistem yaklaşımı getiren umut verici bir gelişme olmasıdır.

1- Çevre Yönetim Sistemleri Standartları

- TS 9719 (ISO 14001) Çevre Yönetim Sistemi özellikler ve kullanım kılavuzu.
- TS-ISO 14004 Çevre Yönetimi-Çevre Denetim Kılavuzu çevre ile ilgili denetimin genel prensipleri.
- TS-ISO 14001 Çevre Yönetimi-Çevre Denetim Kılavuzu denetim usulü. Kısım 1-Çevre yönetim sistemlerinin denetimi.
- TS-ISO 14012 Çevre Yönetimi-Çevre denetçilerinin haiz olması gereken özellikler.
- TS-ISO 14020 Çevre Yönetimi-Çevre ile ilgili etiketlemenin temel prensipleri.
- TS-ISO 14040 Çevre Yönetimi-Hayat boyu değerlendirme-Genel prensipler ve uygulamalar.
- TS-ISO 14060 Çevre Yönetimi-Mamüllerin çevre veçhelerinin mamul standartlarına dahil edilmesi ile ilgili kılavuz (Avcı 1996, s.31).

Avcı'nın (1996, s.32) ifadesiyle TSE "Çevre Yönetimi" adlı eğitim programları açmıştır. İstanbul'da başlayan bu programların Ankara ve İzmir'de de sürdürüleceği ifade edilmektedir.

2- ISO Çevre Ödülü

ISO (İstanbul Sanayi Odası, s.1) Çevre Ödülü; çevrenin korunması ve çevre kirliliğinin önlenmesi amacıyla, kamu ile özel sanayi kuruluşlarının gerek üretim süreci içerisinde, gerekse de çevre dostu ürün üretmeleri yönünde katkıda bulunmalarının desteklenmesini, teşvik edilmesini ve ödüllendirilmesini kapsamaktadır. Ödüller 2 kategoride ve yılda 1 kez 5 Haziran Dünya Çevre Günü veya o günle başlayan dünya çevre haftası'nda verilir. Bu kategoriler aşağıdaki gibidir.

1- Çevre Ödülü

bu ödül her yıl 1 sanayi tesisine verilir.

2- Teşvik Ödülü

Bu her yıl 10'dan fazla olmamak kaydı ile birden çok sanayi tesisine verilir (İMMİB Raporu 1995, s.3).

**1- TÜRKİYE'DE ÇEVRE ETİKET SİSTEMİ VE
"YEŞİL NOKTA"**

Çevre ilgili etiketlemenin genel amacı, ürünlerin ve hizmetlerin çevreye olumlu ve olumsuz etkilerini iyi bir şekilde duyurarak ve piyasa mekanizmasını harekete geçirerek bu ürün ve hizmetlerin çevreye olan etkilerinin iyileşmesini sağlamaktır (Türk Standardı 1995, s.1).

a) Çevre ile İlgili Bilgiler

Çevreyle ilgili öz beyana dayanan iddialar ve açıklayıcı bilgilerin nasıl olması gerektiği de Türk Standardı'nda (1996, s.1) belirtilmektedir. Bu kurallar şunlardır:

- (1) Doğru olmalı, yanıltıcı olmamalı,
- (2) Kanıtlanmış ve doğrulanabilir olmalı,
- (3) Belirli bir ürün veya hizmetle ilgili olmalı ve uygun bir düzen ve çerçevede olmalı,
- (4) Ürünün hangi özelliği ile ilgili olduğunu belirtmeli,
- (5) Yanlış anlamaya sebebiyet vermemeli,
- (6) Ürünlerin veya hizmetlerin çevreye etkileri yönünden önem taşımak ve lüzumsuz ayrıntıya girmemeli,
- (7) Tüketici ve müşterilerin satın alma kararlarına temel teşkil etmeli,
- (8) Tamamının okunmasını sağlayacak tarzda sunulmalı.

Türk Standardı (1995, s.1) ve Türk Standardı (1996, s.3)'nda ifade edildiği üzere TSE'de Eylül 1995'de TS-ISO 14020 ve TS-ISO 14060'ı, Ocak 1996'da da TS-ISO 14021; 14021'i hazırlayıp, sun-

muştur. Milli ihtiyaç ve imkanların ön plana alındığı bu çalışmalarda, AB ve diğer ekonomik ilişkilerimizin bulunduğu ülkelerin de konuyla ilgili standartlarındaki esaslara uyum sağlanılmaya çalışılmıştır.

Türkiye için çok yeni olan bu sistemlerin işlerliği hayli zaman alacaktır kuşkusuz. Ancak, özellikle Almanya'ya yönelik ihracat yapan Türk Firmaları "Yeşil Nokta" konusunda çok dikkatlidirler.

Gelişmekte olan ülkelerle ticari ilişkileri yükselen Almanya (1993'de bu ülkelere ihracatı %12.9, bu ülkelere ithalatı %12.7) bu konulara oldukça önem vermektedir (Germany Your Business Partner, 1994).

b) Yeşil Nokta

Yeşil nokta, Alman Çevre Bakanlığı tarafından 1991 yılında uygulamaya konulan bir uygulamadır. Temel amacı tekrar kullanılabilir ambalaj malzemelerinin toplanmasını ve tekrar kullanılmasını temin etmektir. Yeşil nokta geriye dönüşlü malzemenin diğerlerinden kolaylıkla ayrılabilmesini sağlamaktadır (Önce Kalite, 1996).

Yeşil nokta, orijinal adı ile "Der Grüne Punkt"un işlevleri Dünya Ticaretindeki Gelişmeler'de (1996, s.170-171) belirtilmektedir. 1.1.1993 tarihi itibarıyla Almanya'da yürürlüğe giren bu kanun ticari kuruluşların bu ambalajı geri almasını zorunlu kılmaktadır. Sadece Almanya pazarı için zorunluluktur ve Almanya'ya ambalajlı ürün satan her ihracatçı, malın ambalajını geri almak mecburiyetindedir. Eğer bunu sağlayamıyorlarsa, ambalajın geri toplanması için kurulan şirketlerle anlaşıp, Yeşil Nokta'yı almak zorundadır. Bu işlemlerin (ambalajların tasnif ve toplanması) finansmanı da yeşil nokta vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Yeşil Nokta'ya sahip olmak için şu hususlara uyulması şarttır:

- PVC atık kullanılmayacaktır. Bunun yerini PET alacaktır.
- Strosfor kullanımından kaçınılacaktır. bunun yerine Karton parçalar ikame edilecektir.
- Tek malzemeli ambalajlardan (bileşik ambalajlar) kaçınılacaktır.

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

- Bileşik ambalajlarda malzemelerin, geriye atık kalmayacak şekilde problemsiz ayrılması sağlanmalıdır.
- Tüm plastikler işaretlenmelidir.
- Zehirli (toksik) baskı mürekkepleri (örneğin gümüş bronz ve altın renkleri için ağır metal bileşikleri) kullanılması yasaktır. Almanya'ya ihracat yapan firmalar, ürünlerin ambalajlarını geri almıyorsa, aşağıda adları olan firmalarla temas kurabilirler.
- Interserdi AG Markenverband-Her türlü ambalaj malzemesi
- Resy GmbH-Karton ve Kağıt
- Duals System Deutschland Grub-Her türlü ambalaj malzemesi

Tablo 5: Çevreye Uyumlu Etiketleme Programları

Ülke	Program Adı	Çıkarılış Tarihi
ALMANYA	Blue Angel	1977
KANADA	Environmental Choice Program	1988
JAPONYA	Ecomark	1989
KUZEY ÜLKELERİ	Wite Swan	1989
ABD	Green Seal	1989
İSVEÇ	Good Environmental Choice	1990
YENİ ZELANDA	Environmental Choice	1990
HİNDİSTAN	Ecomark	1991
AVUSTURYA	Avustrian eco-label	1991
AVUSTRALYA	Environmental Choice	1991
KORE CUMHURİYETİ	Ecomark	1992
SİNGAPUR	Green Label Singapore	1992
FRANSA	NF-Environment	1992
HOLLANDA	Stichting Milieukeur	1992
AVRUPA BİRLİĞİ	European Flower	1992
HİRVATİSTAN	Environmentally Friendly	1993

Kaynak: Metal Maden (1995, s.62)

ISO 14020-14024, ekolojik etiketlemeyi içeren standartlar serisidir. Ekolojik etiket, ürünün kullanıcılarının çevreci üretim yaptıklarını gösteren bir belge niteliğindedir. TS-ISO 14020 standartlarına göre eko-etiketleme, bir ürünün piyasadaki diğer ürünlerden çevre yönünden daha uygun olduğu konusunda tüketicileri bilgilendirmek amacıyla gönüllü olarak etiket kullanılmasıdır (Dedeoğlu 1997, s.19).

Tablo 6: Farklı Çevreye Uyumlu Etiketleme Programları İçerisinde Yer Alan Ürün ve Ürün Kategorileri Sayısı

Ülke	Kategori Sayısı	Ürün Sayısı	Lisans Sayısı
KANADA	34	700	120
AVRUPA BİRLİĞİ	2	1	
FRANSA	2		
ALMANYA	77	3503	
JAPONYA	55	2500	
HOLLANDA	12	26	
KUZAY ÜLKELERİ	18	200	43
KORE CUMHURİYETİ	12		
SİNGAPUR	7		

Kaynak: Metal Maden (1995, s.62)

Eco Standardları, üretim ve mamulün çevre ve insan sağlığına zarar vermemesi için gerekli koşulları içerir. Eko-etiket ise tüketicilerin sağlık ve çevreye olan duyarlılığını artırmak, bu yönde zararlı olmayan ürünleri tercih etmeye yönlendirmek amacını taşır. Böylelikle pazardan kaynaklanan yaptırımlarla üreticinin de çevreye zarar vermeyen üretim ve dağıtım sistemlerini kullanması sağlanacaktır. Eko-Etiketleme, bir ürünün ancak benzer ürünlere kıyasla daha az zararlı olduğunu göstermesi bakımından incelenir. Bunun nedeni mamul hayat eğrisinden geçen ürünlerin farklı evrelerden farklı çevre etkilerine neden olmasıdır (Dedeoğlu 1997, s.20).

D. "CE" İŞARETİNİN ULUSLARARASI PAZARLAMADA TÜRK SANAYİSİNE VE DIŞ TİCARETİNE OLAN ETKİLERİ

Yatırım Finansman Bülteni'nin (1996) "CE Direktifi" konulu yayınından CE işaretinin Türk Sanayine ve Dış Ticaretine olan etkilerini şöyle ifade edilebilir.

CE işareti, sadece direktiflerin şartlarına uygun olan ürünlerin üzerinde kullanılabilir. Bazı ürün grupları için üçüncü kuruluşların (Onaylanmış Kuruluşlar-Notified Bodies) devreye girmesi ve ürün testinin yapılması ve hatta çok riskli ürünler için Kalite Güvence sistemlerinin üreticilerce kullanılması gerekebilir. Ne yazık ki, günümüze kadar Türk Sanayiinde sağlık, güvenlik, çevre ve tüketici koruma konularına gereken önem verilmemiştir. Ekonomik işbirliklerinin fazlasıyla arttığı günümüzde, üreticilerimiz tasarım, üretim ve servis anlayışlarını artık değiştirmek zorundadırlar. Bu değişimlerin sonuçlarını, iç pazarlarda yaşam standardının yükselmesi olarak, dış pazarlarda ise daha geniş pazar şansı bulma olarak görmek mümkündür. Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşması'nı imzalamış olan Türkiye'de üreticilerimizin CE işareti çalışmalarını yapmaları ve önümüzdeki yıllara hazır olarak girmeleri kendi menfaatlerinedir.

Aksoy'a göre (1996, s.36) coğrafi yakınlık ve tarihsel ilişkiler nedeniyle ticaretimizin büyük bir bölümü AB ülkeleriyle yapılmaktadır. Dolayısıyla bu ülkeler sanayicilerimiz için önemli bir pazar oluşturmaktadır. İhracatçılarımız bu ülkeleri hedef piyasa olarak seçmektedirler. CE işareti AT'nin yeni yaklaşım direktifleri olarak adlandırılan ortak AT mevzuatının bir gereğidir. Mevzuatın gereğini yerine getirmeyen mallar AT ülkelerinde piyasaya giremez, satılamaz, kullanılamazlar.

İkincisi, Türkiye ve AT arasında mevcut olan anlaşma ve ilişkiler çerçevesinde Türkiye ve AT arasında gümrük birliğinin tesisi ve bu çerçevede imzalanan 6 Mart 1995 tarihli Ortaklık Konseyi Kararıdır (OKK). Bu husus Türk Sanayicisinin ve ihracatçısının önündeki ticari engellerin kaldırılması ve AT'a yönelik ticaret hacmimizin artırılması için önemlidir.

Aynı şekilde Türkiye'de piyasasını AT'deki imalatçılara açmaktadır. Karşılıklı bir rekabet piyasası ortaya çıkmaktadır. AT ile ilgili dış ticaret rakamlarımız Tablo 7'de ve Şekil 5'te yer almaktadır.

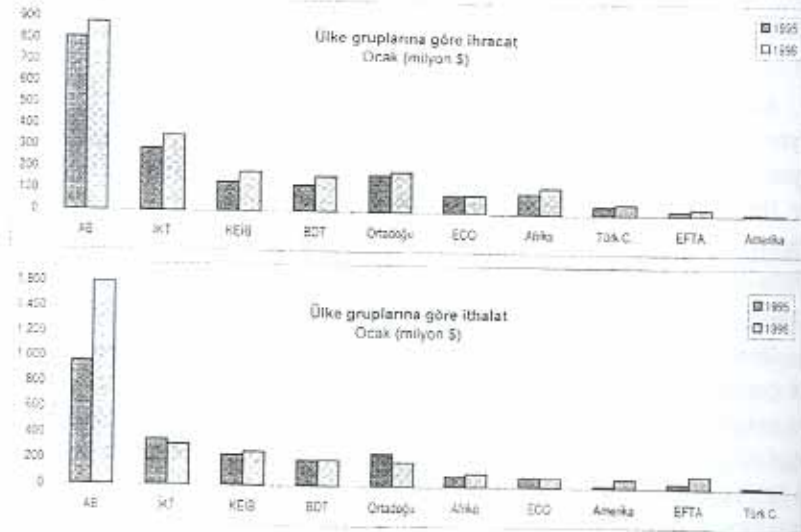
Tablo 7: Türkiye'nin "AT" İle Dış Ticareti**TÜRKİYE'nin İTHALATI (CIF, Million US\$)**

	1992	1993	1994	1995	1996*
AT	10.048,90	12.948,90	10.915,20	16.860,60	10.581,60
TOPLAM	22.871,10	29.428,40	23.270,00	35.709,00	20.069,00
AT'nin Payı	43,94	44,00	46,91	47,22	52,73

TÜRKİYE'nin İHRACATI (FOB, Million US\$)

	1992	1993	1994	1995	1996*
AT	7.601,20	7.287,40	8.635,30	10.077,90	5.330,30
TOPLAM	14.714,60	15.345,10	18.105,90	21.635,90	10.881,00
AT'nin Payı	51,66	47,49	47,69	46,58	48,99

Kaynak: İstanbul Metal Maden İhracatçı Birlikleri (1997) (* Haziran-Temmuz)



Kaynak: İhracatta Görünüm (1996, s.48)

Şekil 5: Türkiye'nin Ülke Gruplarına Göre İhracat ve İthalatı

1- ONAYLANMIŞ KURULUŞLARIN "CE" İŞARETİNDEKİ ROLÜ VE TÜRKİYE'DEKİ DURUMU

Yatırım Finansman Bülteni'ne göre (1996,s.34), Onaylanmış kuruluşlar, Yeni Yaklaşım Direktiflerinde belirtilen bazı özel durumlarda, ürünün CE işaretine uygunluğunu inceleyen kurumlardır. Onaylanmış Kuruluşlar, Ulusal Yetkililerin yetki alanı içersindendirler. Onlara ait sorumlulukları üstlenirler. Bu yetkinin yasal bir yetki olması nedeniyle, ulusal yetkililer yalnızca kendi ulusal sınırları içindeki kurumlari onaylayabilirler.

Türkiye, Avrupa Birliği ülkesi olmadığından henüz onaylanmış kuruluşu yoktur. Dolayısıyla, ürünleri riskli gruplarda yer alan üreticilerimiz oldukça masraflı olan uygunluk değerlendirme işlemlerini Avrupa Birliği'ndeki Onaylanmış Kuruluşlara yaptırmak zorundadırlar. Bu kuruluşlar, direktiflerle belirtilen yöntemlerle, ya da ürünün bir örneği üzerinde gerekli testleri yaparak ilgili direktiflere uygunluğu belirlerler.

Konusunda uzman olan kuruluşlar, bu masrafları birazda olsa azaltabilmek için, onaylanmış Kuruluşlara ihtiyacı olan benzer üreticilerin ortak olarak bir Onaylanmış Kuruluş ile anlaşmalarını sağlayabilmektedir. Böylece masrafların bölüştürülerek uygunluk değerlendirme işlemlerinin yürütülmesine yardımcı olmaktadır.

E. İHRACATTA STANDARDİZASYONA İLİŞKİN SORUNLAR

Gerek Avrupa Topluluğu (AT), gerekse Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) üyesi ülkeler üreticilerin ürünlerinin kusursuzluğunu belgelemesini zorunlu hale getirmiştir. Sadece bu ülkelerle kalması da mümkün değildir. Bu zorunlulukları (kendi normları da dahil) Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere, ihracat yaptığımız hemen-hemen bütün ülkeler sizden yerine getirmenizi istemektedirler. İhracata dayalı büyüme politikasını seçmişseniz, bütün imkan ve koşulları oraya yönlendirmişseniz, artık bir şeyden kaçamazsınız. Nedir kaçınılmaz olan? Ürünün kalitesinden kaynaklanacak sorunları en başta halletmektir. Onun da tek yolu "Kalite Güvence Sistemi" içinde ürün üretmektir. Yani Stan-

standardizasyon ve Kalite'yi işin başlangıcında ciddiye almanız lazımdır.

Standardizasyon işlemlerinin telaffuz edildiği kadar kolay olmayacağı bilinmektedir. Öncelikle firmanın belirli ve tutarlı bir biçimde, ön fizibilite çalışmalarını yaparak, karar vermesi gerekmektedir. Hangi standardı, niçin, nasıl ve nereden alacağını tespit etmesi gerekecektir.

Bu konuya daha işin başında planlı bir şekilde yaklaşılması, konuyla ilgili elemanların yetiştirilmesi, danışmanlık hizmetleri veren kuruluşların seminerlerinin takip edilmesi şarttır.

Serin'in (1996, s.21) görüşüne göre standardizasyon da en önemli kararlardan biri, kalite sistemini bir danışman beraberinde mi yoksa kendi personeli ile mi kuracakları konusudur. Firmalar her iki yolla da sonuca ulaşabilirler. Ancak aralarındaki en önemli fark: doğru danışman seçtikleri takdirde danışmanın onları daha kısa sürede, doğru ve güvenilir bir yol ile sonuca ulaştırmasıdır.

Başka bir sorun da, Toplam Kalite Yönetimi (TKY) ile Standardizasyonun birbiriyle ilişkisini iyi kavrayamamaktan doğabilir. Cebeçi'nin de (1996, s.27) ifade ettiği üzere Standardizasyonda Kalite hedefleri, düzeltici ve önleyici faaliyetler, iç tetkikler, eğitim ve istatistiksel teknik maddeleri devamlı iyileştirme kavramı ile ilişkilidir. TKY'nin temel bileşenlerinden de anlaşıldığı gibi kalitenin kontrol edilmesi yerine yöneltilmesi önemlidir. Yani çürük domatesleri ayıklamak yerine, domateslerin kaliteli olmasını sağlamak gerekmektedir. Yine, TKY'de takım çalışması önemlidir. Kişilerin ayrı, ayrı performansı şirketi kurtarmaya yetmez. Mükemmellikte de süreklilik esastır. İstatistiksel sayılarla konuşma herkesin konuyla ilgili şeyleri iyi anlamasını sağlar. Dolayısıyla geçmiş verilerle gelecekle ilgili iyi planlamalar yapılabilir. Yönetim felsefesindeki adımlar ve tarz da önem taşır. Çalışanların çözüm önerilerini yönetime aktarmaları, üst yönetimin kararlarının çalışanlara iletilmesinden daha da önemlidir.

Kavrakoğlu ve Balkır'ın (1996,s.5-6) yaptıkları çalışmalarında Standardizasyon'a ilişkin sorunlar özetle şöyle sıralanabilir:

(1) ISO 9000 sisteminin uygulamasından doğan bazı sakıncalar sorun olabiliyor;

- Bürokrasiyi ve kırtasiyeyi büyük ölçüde artırması
- Sistemi katılaştırması: gelişmeyi yavaşlatabilmesi
- Bazı yönleri ile fazla teorik veya gereksiz ayrıntıda olması
- Esnekliği azaltması

(2) Diğer bazı Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında Ülkemizde insan kaynaklarının önemi ve özellikle de "eğitim" konusu çok belirgin şekilde öne çıkmaktadır.

(3) ISO 9000 gibi kapsamlı bir kalite güvence sistemini küçük ölçekli şirketlerin benimsemesi ve uygulamasında birçok güçlükler vardır. En başta da gerekli formasyona sahip nitelikli eleman eksikliği geliyor. Diğer bir sorun da, bu çaptaki şirketlerin harcamayı pek de planlamadıkları danışmanlık, donanım gibi kalite altyapısı giderleridir.

(4) Bir kuruluşun kalitesini mutlaka garanti altına alması şarttır. Bunu yaparken amacı mevcut durumu korumak değil, sıfır hataya ulaşmak olmalıdır. Firmanın organizasyon yapısı rekabetçiliği sınırlı kılıyorsa, öncelikle bunlar iyileştirilmelidir. Ancak bu altyapı kurulduktan sonra bir kalite güvence sistemi uygulanabilir.

Çevre Koruma yasalarının getirdiği sorumluluklar, ISO 14000 serisi standartlarının güncellik kazanması "Standardizasyon" da en önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ne kadar uyulması gönüllülük esasına dayansa da konunun ihracattaki ağırlığı ortadır. KOBİ'ler ve Orta Ölçekli işletmeler ihracattaki bu gibi engelleyici faktörlere uyabilmekte bir süre güçlük çekeceklerinin bilincindedir kuşkusuz. Ancak stratejilerini uzun vadeli yapan firmalar hazırlıklarına, teşebbüslerine özverili çalışmalarıyla çoktan başladılar bile.

Bu konularda sorunların hemen çözümlenmesi çok zor. Ancak alınan tedbir ve teşviklerde var. Örneğin Metal Maden'de (1997,s.11) verilen bir habere göre 97/5. İhracata yönelik Devlet Yardımları Kapsamında "Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi" Hakkında Tebliğ yayınlanmıştır. Bu tebliğe göre:

"Ürünlerimizin uluslararası pazarlarda karşılaştıkları çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyulması amacıyla

kalite güvence sistemi ve çevre yönetim sistemi belgeleriyle CE işaretinin alınması halinde, küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ) devlet desteği sağlamak amacıyla uygulamaya alınan Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesine ilişkin karar ile ISO 9000 serisi kalite güvence sistemi belgelerini, ISO 14000 çevre yönetim sistemi belgelerini, E işaretini ve uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerini almak üzere harcama yapan firmalara (KOBİ), yaptıkları masrafların %50'si oranında destek verilir.

Yine "Standardizasyon" işlemlerinde test laboratuvarlarının kabulü sorunları da yaşanmaktadır. Uygunluk Belgelendirmeleri yapan laboratuvar sayıları gün geçtikçe artmaktadır. İthalatçı ülkelerin sizden istediği belgelendirmeleri onların kabul ettiği kurumlarda yaptırma gibi yükümlülükleriniz de söz konusudur. Uluslararası Pazarlamada ihracattaki Standardizasyon talepleri bazen çok değişik boyutlarda da üretim değişikliğini ve çeşitliliğini gerektirebiliyor. İthalatçı ülkeler özel üretim ve kendi ülke normlarına göre siparişler verebilirler. Günümüzde artık her şey tüketici talep ve ihtiyaçlarına göre üretilmektedir. Profesyonel ve daima mükemmellik ve kalite anlayışındaki firmalar ticaret politikalarında bütün bunlara dikkat etmek zorundadırlar. Ayakta kalabilmek günün koşullarına, taleplere (özel imalat bile olsa) cevap verebilmekle mümkündür.

Mesela, Tekstil ürünlerinin çoğu tüketicinin bireysel taleplerine uygun olmak zorundadır. Ürün üretiminde piyasaya uygunluk, kullanıcıların eğilimi, kalite tercihleri, renk, kullanım yeri vb. özellikler dikkate alınmalıdır. Yönelim eğilimini erken tanımak ve hızlı tepki göstermek ve eğilimleri hızlı bir şekilde üretime dönüştürmek (esnek üretim) önemlidir. Ani karşılama (Quick response) ve tam zamanında (Just in time) üretim gibi kavramlar daima en önde tutulması gerekir. Hataların tespiti tam kontrol yöntemlerinin kullanılması ile yapılır. Dolayısıyla ürün için kalitenin son derece önemi vardır (Dirican 1996, s.30).

Türkiye'de TS-ISO 9000 Serisi standartların uygulanışında karşılaşılan sorun ve güçlükler şöyle özetlenmiştir (Gümrük Birliği Sürecinde Hazır Giyimde Standartlar Kalite ve Çevre, s.10-11):

(1) Yönetimle İlgili

- Kalite politikalarının ve hedeflerinin bulunmaması
- Firmadaki koordinasyon eksikliği
- Yönetimin ürün kalitesinden çok, üretim miktarını önemsemesi
- Kalitenin bir yönetim fonksiyonu olarak düşünülmemesi
- Kalite sorumluluğunun firma çapında algılanmaması
- Motivasyona önem verilmemesi

(2) Eğitimle İlgili

- Kalite kavramının firma içinde aynı şekilde anlaşılamaması
- Kaliteye ilişkin yeni prosedürlerin uygulanmaması
- Temel istatistik teknikler konusunda eğitim eksikliği
- Sık eleman değişimi

(3) Teknolojiyle İlgili

- Kalite Kontrol ve Kalite Geliştirme konusunda kullanılan malzeme ekipman ve diğer imkanların yetersizliği
- Endüstriyel metroloji ve kalibrasyon uygulamalarının yetersizliği

(4) Dış Faktörler

- Tüketicinin bilinçsizliği, örgütlenmeyişi
- Hammadde veya sanayide düşük kalite
- Hükümet politikalarının kaliteli ürün üretilmesindeki etkileri
- Üniversite ve sanayi arasındaki kopuk ilişkiler

(5) Diğer Faktörler

- Zaman problemi
- Maliyet konusundaki karışıklıklar
- Sistem sürekliliğinin sağlanamaması
- Sistemin geliştirilememesi
- Sistemin yararının açıklanmaması
- Standartların yanlış yorumlanması

Türk ihracatçı işletmelerinin AB standartlarına ne derece uyum sağladıklarını araştırmak için bir uygulama çalışması yapılmıştır. Çünkü AB, Türkiye'nin ihracatının % 51,2'lik payına sahiptir.

Uluslararası ihracat pazarlamasında, Uluslararası Kalite Standartları (ISO 9000, ISO 14000, EN 29000, EN 45000, ECO Teks 100 vb.)'na firmaların ne kadar önem verdiği, bu standartlara uyumu ve konuyla ilgili gelişmeler ve sorunları da bu çalışmada araştırılmıştır.

Araştırma, iplik ve dokuma alanında tekstil üretimi yapan 104 firmadan, basit tenadifi örnekleme yöntemi ile 80 adet firma seçilerek yapılmıştır.

Araştırma ile öğrenilmek istenen konular şunlardır:

- Uluslararası Kalite Standardı belgeli (veya belgesiz) bir Türk firması pazarlama faaliyetlerini nasıl yürütmektedir?
- Belgeli veya belgesiz iken karşılaştıkları sorunlar var mıdır?
- Seçilen sektör için ISO 9000 veya benzeri bir standart belgesi ne derece önem taşımaktadır?
- Çevre faktörünün Türk dış ticaretindeki önemi ve yaptırımları nasıl algılanmaktadır? Bu yaptırımlara ne kadar uyulmaktadır?
- Uygunluk değerlendirmesi yapan kurum ve kuruluşlar nasıl çalışmaktadır?
- Türkiye'de standardizasyon faaliyet ve çalışmaları yeterli midir? Yetersizlik sözkonusu ise neler yapılabilir, nasıl geliştirilebilir?

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bütün gelişmekte olan ülkeler gibi Türkiye'de gelişen ekonomisiyle üretim kapasitesini, mamül kalitesini ve çeşitlerini artırarak yetersiz kalan yurt içi talebin karşısına ihracat performansı ile çıkmak istemektedir. Ancak uluslararası piyasalarda rekabet edebilmek, o pazarlara uygun pazarlama stratejileri geliştirebilmek ve uygulayabilmek sanıldığı kadar kolay olamamaktadır. Yeni teknolojilerin takibi, yatırım ve işgücü, başarılı rakiplerin çok yakından izlenmesi, uluslararası kuralların çok iyi bilinmesi ve en kısa sürede uygulanması gereğinin kavranması en önemli faktörler arasında sayılabilir.

Ülkeler ihracat potansiyellerini öncelikle en yakın (coğrafik olarak) pazarlarda aramalıdır. Bu yakın pazarların değerlendirilebilmesi ancak o pazarları iyi tanımakla ve sonrasında ekonomik bir entegrasyonun yolunu açmakla mümkün olacaktır.

Türkiye de bu gerçeği anlamış ve ihracatının önemli bir bölümünü AB ülkelerine yöneltmiştir. O halde AB kurallarının çok iyi bilinmesi ve onlara uyulması gereği vardır. Bütün dünyada olduğu gibi AB'nde de çevre ile ilgili düzenlemeler ve standardizasyon konuları ticaretin serbestleşmesine rağmen yine de onu kısıtlayıcı faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani, pazarlama da geliştirilen yeni stratejiler de "çevre" faktörleri etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda standartlar ve normlar ön plana çıkmaktadır.

Senelerce kendi sanayilerini korumak için gizli koruma yöntemleri ile her ülke ayrı, ayrı normlar uygulamaktaydı. İhracatı zorlaştıran bu kararlar ticareti engelliyordu. Gümrüklerin indirilmesine rağmen AB ülkeleri de bu güçlükleri aşamıyordu. Neticede "Yeni Yaklaşım" denilen yöntemle üretimin asgari temel gereklilikleri olarak GÜVENLİK, SAĞLIK, ÇEVRE'nin ve TÜKETİCİ'nin korunması

ilkeleri benimsendi. Ve bu konularda ürün dizileri için direktifler yayınlanmaya başladı ve gün geçtikçe de sayıları artmaktadır.

Yaptığımız ankete katılan firmalar adı geçen gereklilikler konusunun isabetli olduğunu ve Toplumsal Pazarlama anlayışıyla da bağdaştığını kabul etmektedirler. Ürünün performansının, dayanıklılığının ve ahlaki değerlere uygun ürün olmasının da bu gereklilikler içersinde yer alması düşünülebiliyor.

Teorik esaslarda belirtilmeye çalışılan Pazarlama Karması içerisinde "Ürün"ün ayrı bir yeri ve önemi olduğu konusu (özellikle ürünün kalite ve standardı açısından) uygulamamızda da açıkça ortaya çıkmaktadır. Sanayici ihracatçı firmalar, kalite sistemi belgeleri olmasa bile en az kalite belgeli firmalar kadar konuya önem vermektedirler.

Her geçen gün özellikle ISO 9000 standartlarını alma konusunda istek ve teşebbüsler artmaktadır. Anketimizi uyguladığımız Eylül 1997'den 9 ay önce İTKİP üyesi ihracatçı firmaların 9'unda ISO 9000 kalite sistemi Belgesi alan kuruluş varken, ana kütlesi 104 olan İplik-kumaş ve Mamülleri Grubunda ISO 9000 ve ISO 14000 Kalite Belgesine sahip 8 firma tespit edilmiştir. Bu neticeler, konuya verilen önemi ve hızlı bir artış trendini göstermektedir.

Konuyla ilgili bazı görüş farklılıklarını ve kararsızlıkları da tespit etmek mümkün. Bazı firmalar ISO'nun da üstünde standartlar uyguladıklarını, bu belgelerin fazla anlam taşımadığı gibi görüşleri de savunabilmektedirler. Demek ki sektörde bir kararsız grupta mevcuttur.

ISO 9000 serisi Kalite Standartları diğer sektörlerle göre (mesela elektronik, beyaz eşya vb. gibi) belki daha az talep görmektedir. Fakat yine de dikkat çekecek şekilde bir artış vardır ve devam etmektedir. Ancak, "Eko Teks 100" Standardının Tekstil Üretim Sektörü için önem taşıdığı bir gerçek. Bu standarda talep de giderek artmakta, belgesi alınmamış olsa dahi kuralları uygulanmaktadır. AB ülkesi ulusal standartlara göre üretim ve ihracat yapan firmaların da bir sıkıntı yaşamadıkları anlaşılmaktadır. Müşterilerinin özel taleplerine ve normlarına firmalar cevap verebilmektedirler. Pazarlama stratejilerindeki son gelişmelerde olduğu gibi bire-bir pa-

zarlama anlayışıyla da bu uygulamalar bağdaşmaktadır. Yeterki ürettiğini ihraç edebilme şartları oluşturulabilsin, bu da büyük bir başarıdır. Sosyal pazarlama anlayışında tüketicinin talep, memnuniyet ve tatmini en önemli faktördür. Bu bilince Türk ihracatçı firmalarının ulaşması sevindirici bir gelişmedir.

Kalite Sistemi Belgeli firmaların "Toplam Kalite Yönetimi"ne önem vermeleri ve onu en önemli uygulama nedeni olarak görmele-ri memnuniyet vericidir. Çünkü, Toplam Kalite Yönetimi'nin Standardizasyonla ilişkisinin kavranamadığı teorik kısımda ifade edile-rek, bunun ihracatla ilgili bir standardizasyon sorunu olduğu belir-tiliyordu. Demekki zaman içinde firmalar bilinçlenip, doğruları bul-maya başlamışlardır.

ISO 9000 uygulamalarından doğan bazı sakıncalar:

- bürokrasiyi ve kırtasiyeyi artırması,
 - bazı yönleri ile gereksiz ayrıntılı olması,
 - pratik olarak hemen asgari bilgilere ulaşamaması ... gibi.
- Bunlar, anket uygulamamızda da belirginleşmiştir.

Firmaların standardizasyonla ilgili karşılaştıkları sorunların başlıcaları:

- eğitim ihtiyacının fazla olması,
 - özellikle eski alışkanlıkların devam ettirilmek istenmesi,
 - çalışanların sistemin kurallarına hazırlanmasındaki zorluklar
- olarak ifade edilebilir. Bu sorun ve güçlükler teorik kısımda da-ha fazla telâfuz edilmesine rağmen ("Eğitimle ilgili" olan hariç) araş-tırmamızda o kadar yoğunluk kazanmamıştır.

Yine memnuniyet verici bir gelişme de kalite sistemleri konu-sunda yeterli eğitilmiş elemanların olmasıdır. Firmalar alt yapıları-nı ve tüm hazırlıklarını oluşturarak kararlılıkla bu işe girmişlerdir.

İhracatın artması, teknolojinin yenilenmesi, tüm alanlarda kâ-rın ve verimin artması, kalitenin yükselmesi, tüketici şikâyetlerinin azalması ve müşteri memnuniyeti, firmanın prestijinin artması, eği-timin ağırlık kazanmasıyla personelin kalitesinin artması. Türk

üretici-ihracatçı firmalarının kullandıkları kalite sistemlerinin kendilerine sağladığı faydaların başında gelmektedir. Bütün bu saydıklarımız sektörün geleceği açısından çok önemli gelişme sinyalleri olup, teoride yer alan kalite sistemlerinin kullanım amaçlarının sağladığı fayda faktörleri ile de uyum sağlamaktadır.

Uluslararası Kalite Standardını almak isteyen bir firma için işlemlerin tamamlanması uzun bir zaman gerektirmemektedir. Bu işlemler 8 ay ile 1.5 yıl arasında bitirilebilmektedir. Zaten firmalar bu süreden değil, formalitelerin çokluğundan şikâyetçilerdir.

Yine firmaların Kalite Sistemi Belgelerini nereden daha ucuza alacakları konusu da önem taşıyor. En fazla tercih edilen kuruluşlar da Türk Danışmanlık Hizmeti kuruluşlarıdır. Bu kuruluşların belgelendirme işlemlerinin diğerlerine (yurt dışındaki yabancı kuruluşlar veya temsilcilikler) göre daha hesaplı olması ve yeterliliklerini ispat etmiş olmaları tercih sebebidir.

AB'ye yapılan ihracatta uygulanan Kalite Standardlarının diğer 3'ncü ülkelere de uygulanabilirliği konusunda firmaların hemfikir olmaları oldukça olumlu bir gelişmedir. Demek ki Avrupa Birliği'nde uygulanan ve kabul gören Kalite Sistemleri (ulusal bile olsa) oldukça yaygınlaşmıştır. Firmalar standard ürün politikalarıyla maliyetten ve zamandan tasarruf edebilmektedirler. Ancak, firmalar bütün bu olumlu gelişmelere rağmen Türkiye'deki Kalite Standardları konusundaki gelişmeleri pek yeterli görmemektedirler.

Firmalar, Uluslararası Kalite belgeli ve belgesiz ihracatları arasındaki farklılıklar konusunda somut gelişmeler ifade edememişlerdir. Hemen, hemen yarısı farklılık yok derken, yarıdan çok azı da farklılık var demiştir. Bunu şöyle yorumlamak mümkün; belgesiz de olsa bir kaliteyi yakalamışlar ve ihracat pazarlarını da bulup, kendilerini kabul ettirmişlerdir. Demek ki ithal eden firmalar kendi aradıkları spesifikasyonlara ve normlara uygunluğu görüyorsa, illa belge istemeyebilir. Ama belki belirli bir süreç için geçerli bir durum bu. Çünkü bütün eğilimler ve gelişmeler belge alınmasını zorunlu hale getirecek yaptırımları öngörüyor. Yani firmalar bir anlamda "belgesiz de olunabiliyor" rahatına kapılmamalıdır.

Ekolojik etiketleme ve ambalajlama konusunda da Türk ihracatçı firmaların çok dikkatli olduklarını, Avrupa Birliği kurallarına uyduklarını rahatlıkla söylemek mümkün. Ekolojik etiketleme ve ambalajlama yapan firmaların %70'inin "Yeşil Nokta"yı kullanıyor olması da önemli sayılabilecek bir gelişmedir.

Firmaların dönüşümlü ambalaj kullanmaları, "Yeşil Nokta" kadar "Eko Teks 100" kurallarına da uymaları, şeffaf bandrol kullanarak dönüşüm vergilerini de ödemeleri, metalsiz etiketleme yapmaları, kanserojen maddeler ihtiva etmeyen ürünler ihraç ettiklerini belirtmeleri ... vb. bu yolda da oldukça mesafeler katedildiğini göstermektedir. Vazgeçemediğimiz "naylon ambalajlama" halen kullanılmaktadır. Ancak, onun da dönüşümlü olmasına dikkat ediliyor olması yine bir gelişmedir.

Üretici-ihracatçı firmaların çevre düzenlemelerine ve kurallarına karşı gösterdikleri hassasiyet büyüktür. Hatta bütün standartların ISO 14000 Çevre Standartları içerisinde yer alması fikrine bile oldukça sıcak bakılıyor. Gelişmekte olan ülkelere çevre harcamalarının ek bir mali külfet getireceği tartışılırken, ihracatçı firmalarımız "olsun getirsin, ama uygulansın" diyebiliyorlar. Temiz üretim ve ihracata böylesi önem verilmesi "Sürdürülebilir Kalkınma" modelini Türkiye'nin de artık benimsediğini gösteriyor. Sanayileşme, ama yaşanabilir bir çevre bırakarak sanayileşme esas amaç olmalıdır.

TSE ile ilgili gelişmeler de yakından takip ediliyor. TSE-ISO-EN 9000 amblemini kullanan TSE'nin "ISO ve "EN" normlarına ve kalite sistemlerine kesin adapte olduğu konusunda firmalar biraz endişeliler. Ancak TSE'nin çalışmalarının takdir edildiği, kendisini sürekli yenilediği ve oldukça ciddi bir kurum olduğu konusundaki görüşler ağırlık kazanıyor. Milli bir kuruluşumuz olan TSE'nin daha büyük aşamalar kaydederek başarılarını sürekli kılmasını da temenni etmekteyiz. Ancak, kaliteli mal üretim ve ihracatındaki katkılarının bilinciyle teşvik ve kolaylıklarını ihracatçı firmalardan esirgememesini de dilemekteyiz. Ayrıca, TSE'ye alternatif veya başka özel standard kuruluşlarının da olması gereği yönünde talepler olduğunu da söylemeliyiz.

En çok kullanılan Kalite Standartlarının ISO 9000 veya EN 29000 (Avrupa Standardı) olduğu anlaşılmaktadır. Bilindiği üzere

bu standartlar birbiriyle uyumlaştırılarak ISO-EN olarak birlikte anılmaya başlamıştır. Bu standartların bizde de TS-ISO 9000 veya TS-EN-ISO 9000 Kalite Standartları olarak adları geçmektedir. Firmalar ise bunları telafuz ederken sadece ISO 9001, 9002 ... vs. kullanılmaktadırlar. Firmalar bu standartların dışında, AB'nde en çok kabul gören başka Avrupa ülkelerinin Ulusal standartlarını da (DIN, BS, AFNOR ... gibi) tercih etmektedirler. "Eko Teks 100" standardı da Tekstil üretim sektöründe giderek en çok tercih edilir standard olarak önümüzdeki yıllarda karşımıza çıkacaktır.

Özellikle Tekstil Üretim Sektöründe önem arzeden Laboratuvar Test ve Değerlendirmeleri konusundaki gelişmeleri de irdelemekte fayda vardır.

İhracatçı firmalar, ithalatçı firmaların bu konudaki tüm taleplerine cevap verebilmektedirler. Yerli laboratuvarlar da en az Yabancı Laboratuvarlar kadar sorumluluk taşımakta ve test işlemlerini dikkatle ve başarıyla yapmaktadırlar.

Firma bünyesinde, uluslararası akredite laboratuvarları olanlar olduğu gibi, hem kendi laboratuvarları ile hem de başka laboratuvarlarla iş yapan kuruluşlar da vardır. Firmalar taleplere göre yerli veya yabancı laboratuvarlarda da test işlemlerini yaptırmaktadırlar. Hatta numuneler yine talepler doğrultusunda ithalatçı ülkelerin laboratuvarlarına da gönderilmektedir. İhracatçı firmalar müşteri talep ve memnuniyetinin ne kadar önemli olduğunun kesinlikle bilincindedirler. Onun için ne isteniyorsa her türlü zorluk ve masrafa rağmen yerine getirmeye çalışıyorlar. Aynı hassasiyeti, kaliteli hizmeti ve güvenilirliği Türk firmaları da hizmet aldıkları laboratuvarlardan beklemektedirler. Meselâ bazı firmalar "ISO" belgeli bir boyahaneden aldıkları hizmetten şikâyetçi olduklarını ifade ederken, sistemlerin güvenilirliği konusundaki endişelerini de dile getirmektedirler. Bu noktada sistemlerin güvenilirliği konusu gündeme geliyor. Hatta kurulma işlemleri tamamlanmış olan TÜRKAK (Türkiye Akreditasyon Konseyi) ile ilgili en çok beklentiler, Uluslararası güvenilirlik ve tarafsız denetleyicilik konularında odaklaşıyor.

Özetle ifade etmeye çalışırsak, özellikle AB'ye ihracat yapan firmalar, standartlara uyumu gerekli kılan teknik engeller konusun-

da oldukça bilinçlenmişlerdir. Bu standartların insan emniyeti, sağlık ve çevre açısından önemli yaptırımlar olduğu, esas hedef olarak da tüketicinin korunmasının, ürün uygunluğunun, çalışanların emniyetinin ve çevreye zararın azaltılmasının amaçlandığı da çok iyi algılanmaktadır. Yine ihracatçı firmalar, hedef aldıkları pazarlarda rekabet gücüne sahip olabilmenin kaliteli mal sunumuna verdikleri önemle ilişkili olduğunu, değişime açık olunması gerektiğini, "Toplam Kalite"nin önemini, her konuda eğitimin şart olduğunu, müşteriler beklentilerinin çok iyi algılanmasının gerektiğini bilmektedirler.

Bütün bu olumlu sayabileceğimiz değerlendirmeler acaba uluslararası pazarlamadaki ihracatımızda yeterli gelişmeler midir? Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'nin bu konuda yapabilecekleri başka neler olabilir? Standardizasyon konularındaki eksikliklerin giderilmesi ve sorunların çözümlenebilmesi için hangi konulara daha fazla önem verilmelidir?

Yukarıdaki analizlerin ışığında aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- (1) Türk ihracatçı firmaları hedef pazarlardaki uygulamaları iyi takip etmelidirler.
- (2) Firmalar ürettikleri ürünlerin girecekleri pazardaki kalite özelliklerini mutlaka önceden araştırıp, öğrenmelidirler. Ancak o özelliklere uymakla rekabet imkanlarını arttırabilirler.
- (3) Katma değeri yüksek, kaliteli mal ihracatı anlayışı hakim olmalıdır. Bu amaçla ürünün ham maddesinin üretilmesinden-mamül aşamasına kadar dikey bir entegrasyona gidilebilmesi konusunda imkânlar seferber edilmelidir.
- (4) İhracatı geliştirici yeni stratejiler geliştirilirken, öncelikle çevre faktörünü ve ithalatçı ülkelerin Kalite Sistemlerine uyumun nasıl sağlanacağı konularının kesin kararlara bağlanması gerekecektir.
- (5) Aşırı standardizasyon ve zorunluluklar konusunda küçük firmaların zarar görmemeleri ve rekabetin bozulmaması için dikkatli olma ve ölçülü standartlaşma gereği de gözardı edil-

memelidir (hayati önem taşıyan ürünlerin standartları hariç, ilaç, gıda vb. gibi).

- (6) Standardizasyon Sistemlerinin Türkiye'de yaygınlaştırılabilmesi için "Eğitim Programları" planlı ve düzenli bir şekilde yapılmalıdır. Bu konuya sadece "Standart" veren kurum ve kuruluşlar değil basın, radyo ve televizyon kuruluşları da katkıda bulunmalıdırlar. Eğitimde konunun önemi genel eğitim ile ihracatçı firmalara ve tüketicilere; firma içi eğitimle de firma personeline anlatılmalıdır. Hatta üst düzey idareciler de kalite bilinci konusunda eğitime tabi tutulmalıdırlar.
- (7) Sistemlerin güvenilirliği ve inanılrlığı konusunda gerekli eksikliklerin neler olduğu tespit edilerek, endişelerin giderilmesi konusunda ciddi araştırmalar ve çalışmalar yapılmalıdır. Tereddütlerin yok edilmesi ve imaj tazeleme oldukça önemlidir.
- (8) KOBİ'ler başta olmak üzere devlet teşviklerinin artırılarak, AB normlarına uyumda firmalara destek verilmelidir. Belirli ölçülerde sadece teşvikler değil, muafiyetler de olmalıdır veya artırılmalıdır.
- (9) Denetleme faaliyetlerinin çok dikkatli yapılması gereği vardır. Belgeli veya belgesiz ihracat yapan firmaların hepsinin, belirli zamanlarda standard bir sistemle tavizsiz denetlenmeli ve denetimden geçemeyen firmalara da cezai müeyyideler uygulanmalıdır.
- (10) TSE dışında standart kurumlarının yaygın hale getirilmesi gereği de vardır. Birden fazla standart veren kurumu devreye girmesi ile bazı sorunlar hafifletilebilir. İşlemlerin uzamaması, bürokrasinin azaltılması, hizmetin kalitesinin artması, zaman ve masraf israfının önüne geçilmesi vb. gibi.
- (11) Yerli, yabancı veya firma laboratuvarları tarafsız kurumlarca denetlenmelidirler. Firma içi kalite kontrol laboratuvarlarının yaygınlaştırılabilmesi için yaptırımlar getirilmeli, yetkili ve uzman kadroların buralarda çalıştırılmaları gereği de şart koşulmalıdır.

(12) Çevre ile ilgili gelişmeler, standartlar ve yaptırımlar çok yakından takip edilmelidir. Hatta her ihracatçı firmanın bu konuda bir departmanı olmalıdır, bu departmanlar şu konularda hizmet verebilirler:

- AB'ndeki ve dünyadaki çevre ile ilgili yayınları takip ederek bir bültenle ilgililere duyurmak,
- Ekolojik ürün üretme konusunda fizibilite çalışmaları yapmak ve projeler geliştirmek,
- Araştırma-Geliştirme departmanları ile koordineli çalışmak,
- Ekolojik etiketleme ve ambalajlama sorumluluğunu üstlenmek ve uygulamak gibi.

(13) Türkiye Akreditasyon Konseyi'nin bir an evvel faaliyete geçerek, uygunluk değerlendirmesi yapan, standart veren kuruluşların ve test laboratuvarlarının güvenilirliğini ve uluslararası kurallara göre çalışmakta olup-olmadıklarını belirli kriterlere göre değerlendirerek belgelendirmesi gerekmektedir. Böylelikle de yurt dışı Akreditasyon kuruluşlarına ödenen yüksek belgelendirme ücretlerinin önüne geçilecek ve bu süreçteki zaman israfı da önlenecektir. Ayrıca KOBİ'lerde bu uygulama ile ihracata daha fazla yöneltilebileceklerdir.

(14) İhracatı geliştirici yeni stratejiler benimsenmeli ve yatırımlara önem verilmelidir. Çevre faktörünün asla gözardı edilmemesi gereği vardır. Uluslararası Standardizasyon Kuruluşları ile ilişkiler hiç kesilmemeli ve uyumlaştırma çalışmalarıyla benzer standartlar mutlaka geliştirilmelidir. Unutmamalıdır ki, her sektördeki ihracatçı firmaların başarı grafikleri ancak ürünlerinin standart olması ile artacaktır. Ancak, ürünün kalitesi, servis kalitesi ve müşteri ile ilişkilerin kalitesi başarının önemli belirleyici unsurlarıdır.

Özetle ifade etmek gerekirse, Türk ihracatçı firmalarının "uluslararası kalite standartları" konusuna önem verdiğini söylemek mümkün. Bu önemin bilinçli bir şekilde tüm sektörlerde yaygınlaşması dünya pazarlarında Türkiye'nin olumlu imaj uyandırmasını sağlayacaktır. Bu da pazarlama açısından çok etkili bir promosyon olacaktır.

KAYNAKLAR

- AB Bülteni 2 (1996)**, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), AB Bilgi Merkezi, Ankara, s.13-14.
- Aksoy, Rüstem (1996)**, "Çevre Yönetim Sistemine Genel Bir Bakış", Dünya, TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri, s.16.
- Aksoy, Rüstem (1996)**, Dünya, Türk Standartları enstitüsü, 4 (Temmuz), s.36.
- Aksu, Mustafa (1993)**, "Uluslararası Pazarlamanın Önemi ve Dışa Açılma Düşüncesinde Olan İşletmelerin Dikkate Alması Gereken Faktörler", Pazarlama Dünyası, Yıl:7, Sayı:42, (Kasım-Aralık), s.19-20.
- Arıyörük, Mehmet Yılmaz (1996)**, "ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri", Dünya Özel Sayfaları 49, 5 (Aralık), s.1, 33.
- Arıyörük, Mehmet Yılmaz (1996)**, Dünya, Türk Standartları Enstitüsü, 4 (Temmuz), s.1.
- Arkan, Ahmet (1996)**, CE (Conformity of Europe) İşareti Bu İşaretin Verilmesine İlişkin Kurallar, ISO (İstanbul Sanayi Odası), Seminer Özeti, 2 (Nisan), s.1.
- Avcı, Savaş (1996)**, "Çevre Yönetim Sistemleri", Dünya, Türk Standartları Enstitüsü, 4 (Temmuz), 1996, s.32.
- Avcı, Savaş (1996)**, "TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistem Standartlarının Hizmet Sektöründeki Uygulamaları ve Önemi", Dünya TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri, Dünya Özel Sayısı:49, 5 (Aralık), s.29.
- Avrupa Kalite Ödülü Beksa'nın (1997)**, Sabah, 19 (Eylül), s.9.
- Avrupa'nın Toplam Kalite Modeli (1996)**, Kalite Özel Sayfaları, Sabah, 26 (Kasım), s.4.
- Başeden, Atıf (1996)**, "ISO 9000 Kalite Güvence Sistemlerinde Gelişmeler", Dünya, TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri, Dünya Özel Sayfaları:49, (5 Aralık), s.20.
- Bayram, İlkey (1996)**, "Müşteri Kalite Anlayışının Odak Noktasıdır", Dünya, Türk Standartları Enstitüsü, 4 (Temmuz), s.5.
- Berkol, Değer (1995)**, İhracata Yönelik Devlet Yardımları Karar ve Uygulama Esasları, s.5.
- Bilen, Semih (1996)**, Sabah Gazetesi, Sabah Normlara İlk Adım, s.22.

- Bülten (1996)**, KalDer, Kalite Derneği, Sayı:47, (Kasım), s.1.
- Bülten (1996)**, KalDer, Kalite Derneği, Sayı:48, (Aralık), s.1.
- Candice, Stevens (1994)**, "Dünya Ticaretinde Çevre Politikaları", OECD OBSERVER, (Nisan-Mayıs), s.5.
- Cebeci, Ufuk (1996)**, "Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Standardının Farklı ve Ortak Yönleri", Dünya, TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri, Dünya Özel Sayfaları: 49, 5 (Aralık), s.27.
- Çakıroğlu, Fuat (1996)**, Gümrük Birliği Sürecinde Hazır Giyimde Standartlar Kalite ve Çevre, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, 11 İstanbul (Nisan), s.1.
- Çapa, Emin, Sarıca Özlem (1996)**, "Herkes Avrupa Standartlarını Öğrenecek", Avrupa Normlarına İlk Adım, Sabah, s.3.
- Çetin, Ahmet (1994)**, "İşletmelerde Rekabet Gücünü Geliştirici Faaliyetlerin Organizasyonu ve ISO 9000", Pazarlama Dünyası, Yıl:8, Sayı:43, (Ocak/Şubat), s.36.
- Çevre İle İlgili Prensipler ve Kavramlar (1995)**, T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracat Genel Müdürlüğü Özel İhracat Dairesi, (Nisan), s.1-2-3-4-5.
- Dedeoğlu, Ayla Özhan (1997)**, "Uluslararası Pazarlarda ISO 14000 Çevre Standartları", Pazarlama Dünyası, Yıl:11, Sayı:65, (Eylül-Ekim), s.19.
- Dedeoğlu, Ayla Özhan (1997)**, "Uluslararası Pazarlarda ISO 14000 Çevre Standartları", Pazarlama Dünyası, Yıl:11, Sayı:65, (Eylül/Ekim), s.19-20.
- Dirican, İhsan (1996)**, "Tekstilde Başarılı Bir Uygulama-ISO 9002", Dünya, TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri, Dünya Özel Sayısı:49, 5 (Aralık), s.30.
- Dış Ticaret Yönüyle Gümrük Birliği El Kitabı (1996)**, T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara, (Ocak), s.70-71-72-73.
- Dış Ticarete Standardizasyon (1996)**, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dış Ticaret Standardizasyon Genel Müdürlüğü Raporu, 21. Ankara (Ekim), s.2, 5.
- Doğangün, Osman (1997)**, "Korumacılığın Şekli Değişti", İhracatta Görünüm, (Haziran), 1997, Sayı:20, s.11-12.
- Durum (1995)**, Türkiye Dış Ticaret Derneği, "Türkiye AB İlişkilerinde Gümrük Birliği Süreci ve Dış Ticaretimize Etkileri", (Ağustos-Eylül), s.17-27-50.
- Dünya Ticaret Örgütü, Ticaret ve Çevre Komitesi Toplantı Tutanağı (1995)**, 12-13 (Eylül), Cenevre, s.5-6.
- Dünya Ticaretindeki Gelişmeler (1996)**, İGEME, Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı, (Kasım), s.28, 170-171.
- Dünya Ticaretini Standartlar Yönetiyor (1996)**, Avrupa Normlarına İlk Adım, Sabah, s.4.

- Ecological Economics (1992)**, "A Global Ecological Policy". The Group of Green Economists, A Practical Programme For Global Reform, Translated by Anna Gyorgy, London-New Jersey, p.20.
- Eksiler Artılardan Fazla (1996)**, Sabah, 12 (Aralık), s.9.
- Erem, Tunç (1990)**, "Consortium Marketing Revisited: Perspectives of A Developing Country", Advance Research In Marketing, Vol:2, EMAC Conference Proceedings, p.552.
- Erem, Tunç (1992)**, "90'lı Yıllarda Tarife Dışı Engeller Ağırlık Kazanacak", Barometre, 17 (Şubat), s.1.
- Erem, Tunç (1995)**, Mesaj 6, Türkiye Pazarlama Derneği Haber Bülteni, Aralık 1995 - Haziran 1996, s.10.
- Erem, Tunç; Quereshi, Usman A. (1996)**, Post Nafta Mexico: "An Evaluation of Its Significance As A Global Source For US Companies", Paper Association For Global Business 1996 Annual Conference, Dallas, Texas, (November), p.3.
- Eren, Nejat (1996)**, "İhracat ve Başarılı İhracatçılar", Yatırım Finansman Dış Ticaret Dergisi, Tokay Haber Ajansı, Yıl:2, Sayı:37, (Temmuz), s.25-26-30-31, 52.
- Ergün, Özden (1996)**, Avrupa Birliği'nde Ekolojik Etiketler ve Ekolojik Tekstil Ürünleri, İGEME, s.14-18-21-22, Tekstil Ürünleri, İGEME.
- Ergün, Özden (1996)**, "Avrupa Birliği Çevre Etiket Sistemi", Avrupa Birliği'nde Ekolojik Etiketler ve Ekolojik Tekstil Ürünleri, İGEME, (Ekim), s.7-8.
- Ferne, George (1994)**, "IT Standardization and The Disparate User", The OECD OBSERVER, No:189, (August-September), s.27-28.
- Gegez, Ercan (1997)**, Uluslararası Pazara Giriş Engellerine Rekabetçi Yaklaşım Ve Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, s.198.
- Germany Your Business Partner (1994)**, Federal Office of Foreign Trade Information, Berlin, p.51-78.
- Güllü, Saim (1996)**, "Çevre ve Tekstil-Konfeksiyon Sektörü", Dış Ticarette Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Rejimi Kararı Yönetmelik ve Tebliğler, İTKİP, İstanbul, s.28.
- Gümrük Birliği El Kitabı (1996)**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara, s.74-75.
- Gümrük Birliği Sürecinde Hazır Giyimde Standartlar Kalite ve Çevre (1996)**, Dış Ticarette Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Rejimi Kararı Yönetmelik ve Tebliğler, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, İstanbul, s.9-10-11.
- Gümrük Birliği ve Türk Standartları (1995)**, TSE-ISO 9000, TSE Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Ankara, s.20-21.

- Gür, Jale (1996), "Önce Kalite", Kalite Maratonu, ASİAD-KOSGEB, Ankara, s.6.
- Hürriyet Gazetesi (1997), Kelebek eki, 26 (Şubat), s.1.
- Ierland, Ekko C.Van (1994), International Environmental Economics, Theories, Models and Applications to Climate Change, International Trade And Acidification, p.160-161.
- ISO 9000 News (1996), Vol:5, No:6, (November-December).
- ISO Çevre Ödülü Yönetmeliği (1995), İMMİB Çevre Raporu, 3 (Haziran), s.1.
- İhracatçıya 2000 Yılı Reçetesi, Hürriyet, 10 (Kasım) 1996, s.8.
- İhracatta Görünüm (1995), "2.5 Milyar Dolarlık İhracata Teşvik", Sayı:5, (Aralık), İstanbul, s.4, 40-41-43-45-47.
- İhracatta Görünüm (1995), Sayı:4, İstanbul (Kasım), s.1.
- İhracatta Görünüm (1995), "Teşvikler Temiz Üretim'e, Sayı:4, İstanbul, (Kasım), s.10,11.
- İhracatta Görünüm (1996), İhracat Rakamları, Sayı:12, (Ağustos-Eylül, İstanbul), s.7, 40-41-44-45-47-48.
- İhracatta Görünüm (1996), "Gümrük Birliği Devlet Yardımlarını Sınırladı", Sayı:13, (Ekim), s.25-26.
- İhracatta Pratik Bilgiler (1991), "İhracatın Temel Taşı Kalite", İGEME (İhracat Geliştirme Etüd Merkezi), (Şubat), s.1-35-19-20.
- İMMİB (1996), "İhracat Düzenlemeleri", Rapor, Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, İstanbul, s.10-11-12-13.
- Kalite (1996), Hürriyet, 22 (Kasım), s.1-4.
- Kalite Ödülü (1996), Tüsiad-KalDer, Bilgilendirme Kitabı 1997, s.4-5.
- Karaca'dan Eko-Teks (1997), Milliyet, 14 (Eylül), s.15.
- Kavrakoğlu, İbrahim; Balkır, Melike (1996), ISO 9000 Deneyimi: Türkiye, Belçika, İsrail, Kal Der Yayınları, No:1, s.5-6.
- Kavrakoğlu, İbrahim (1996), Kalite, Kalite Güvencesi ve ISO 9000, KalDer Yayınları, Rekabetçi Yönetim Dizisi, No:1, 2. Basım, (Ağustos), s.49.
- Kırcova, İbrahim (1994), "İhracat Pazarlaması Stratejileri ve Bir İhracat Pazarlama Planının Hazırlanması", Pazarlama Dünyası, Yıl: 8, Sayı: 47, (Eylül-Ekim), s.11.
- Kırtış, A. Kazım (1995), "Ulusal ve Uluslararası Pazarlamada Son Dönemlerin Bazı Başarılı Ülkeleri ve Türkiye'de Bu Anlamda Alınabilecek Önlemler", Pazarlama Dünyası, Yıl 9, Sayı:52, (Temmuz-Ağustos), s.24.
- Kırtış, A. Kazım (1995), "Uluslararası Pazarlama Alanında Gelişmiş Ülkelerle Rekabet Edebilecek Seviyelere Gelebilmek Açısından Neler Yapılabilir?", Pazarlama Dünyası, Yıl 9, Sayı: 53, (Eylül-Ekim), s.15-16.
- Kummer, Katharina (1994), "International Transfer of Hazardous Wastes: Some Facts", Transboundary Movements of Hazardous Wastes at the Interface of Environment and Trade, Environment and Trade, United Nations Environment Programme, Ceneva, p.5-6.

- Madran, Canan (1995)**, "Değişen Türkiye ve Pazarlamada Yeni Yönelimler", Pazarlama Dünyası, Yıl:9, Sayı:49 (Ocak-Şubat), s.119.
- Makina İhracatçısının Kılavuzu (1997)**, Avrupa Paraportu, Schneider Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş., s.10.
- McGee, Lyn W (1987)**, "Standardizing Marketing Strategies Internationally: A Model of The Issues And A Look At The Future", Developments In Marketing Science, Volume X, 27-30 (May), p.171-172.
- Mendes, Silva (1996)**, CE (Conformity of Europe) İşareti Bu İşaretin Verilmesine İlişkin Kurallar, ISO (İstanbul Sanayi Odası), Seminer Özeti, 2 (Nisan), s.3-4-5-6.
- Metal Maden (1995)**, Türkiye İhracat Dergisi, Cilt:4, Sayı:23, (Eylül-Ekim), s.13.
- Metal Maden (1995)**, Türkiye İhracat Dergisi, Cilt:5, Sayı:28, (Temmuz-Ağustos), s.62.
- Metal Maden (1997)**, İMMİB İhracat Dergisi, Cilt:7, Sayı:39-40, Mayıs-Ağustos, s.11.
- Miramon, Jacques de; Stevens, Candice (1992)**, "The Trade/Environment Policy Balance", The OECD Observer, 176, (June/July), p.25-26.
- Nuray, Haluk; Çalış, Şirin (1996)**, Avrupa Birliği'nde Tarife Dışı Engeller ve Bu Çevrede Türkiye-AB Gümrük Birliği'nin Değerlendirilmesi, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, No:140, (Eylül), İstanbul, s.6-7-8-9.
- Oğuz, Okan (1995)**, "Yeni Bir Yıl, Yeni Bir Dönem", İhracatta Görünüm, Sayı:5, (Aralık), s.3.
- Oğuz, Okan (1996)**, Gümrük Birliği Sürecinde Hazır Giyimde Standartlar Kalite ve Çevre, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, İstanbul 11 (Nisan), s.1.
- Ostim (1996)**, "Gümrük Birliği Sürecinde CE İşareti Nedir, Ne Değildir?", Sayı:40, (Ağustos-Eylül), s.14.
- Ostim (1996)**, Sayı:4, (Ağustos-Eylül), s.14.
- Önce Kalite Dergisi (1996)**, KalDer Yayını, Yıl:4, Sayı:18, İstanbul, s.47.
- Pazara Giriş Stratejisi Sempozyumu (1997)**, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İstanbul, s.10-11.
- Prendergast, Gerard; Pitt, Leyland; Berton, Pierre (1997)**, "Packaging, The Environment, And European Legislation: Marketing's Response", Journal of Euro-Marketing, Vol:6, Number:2, s.75, 92, 93.
- Rao, C.P.; Erramilli, M.Krihna; Ganesh, Gopala K. (1990)**, "Impact of Domestic Recession on Export Marketing Behaviour", International Marketing Review, ISSN 0265-1335, Vol:7, Num:2.
- Report On The GATT Symposium on Trade, Environment and Sustainable Development (1994)**, Trade Environment, News and Views From The General Agreement On Tariffs and Trade, 28 July, Ceneva, p.8-9.

- Serin, Nesrin (1996)**, "Firmalar Deneyimli Danışman Seçmeli", Dünya, TS-ISO 9000 Kalite Güvence Sistemleri, s.21.
- Seyidoğlu, Halil (1996)**, "Gümrük Tarifeleri", Uluslararası İktisat, Teori Politika ve Uygulama, Geliştirilmiş, II. Baskı, İstanbul, s.121-122-218.
- Siebert, Horst (1995)**, "Environmental Endowment, Competitiveness And Trade", Economics of The Environment, Theory and Policy, 4th Edition, p.178-179-180.
- Speegle, Roger; Giesecke William B. (1983)**, Business World, A Collection Of Reading On Contemporary Issues, Oxford University Press, p.4.
- Sriram, Ven;Forman, Andrew M. (1993)**, "The Relative Importance of Products' Environmental Attitudes: A Crosscultural Comparison", International Marketing Review, Vol:10, Number:2, p.51.
- Standards, The European Business Legislation Handbook (1993)**, British Library, First Edition, Cataloguing in Publication Data, Printed in Great Britain by BPCC Wheatons Ltd, Exeter, p.163-164-165.
- Styles, Chris; Ambler, Tim (1994)**, "Successful Export Practice: The UK Experience", International Marketing Review, Vol:11, Num:6, p.42.
- Şener, Fatih (1996)**, "Rekabete Hazırlanan Firma Kaliteye Ulaşmak Zorunda", Sabah Kalite Özel Sayfaları, 26 (Kasım), s.1.
- Şengül, Fuat (1996)**, "Kalite Güleyle Başlar", Sabah Kalite Özel Sayfaları, 26 (Kasım), s.4.
- T.C. Resmi Gazete (1995)**, "İhracatta Standardizasyon", Sayı:22222, 9 (Mart), s.23.
- Tarım Teknolojileri Ekipmanları (1996)**, "AB'ne ihracat için 'CE' Gerekli", 18 (Kasım), s.10.
- Tek, Ömer Baybars (1987)**, "Türkiye'de Tüketicinin Korunması Yönünden Standardizasyon", Standart Ekonomik ve Teknik Dergi, Ekonomide ve Dış Açılımda Standardizasyonun Önemi, TSE, Yıl:26, Sayı:10, ANKARA, s.27-28-30-31-33.
- Tek, Ömer Baybars (1997)**, Pazarlama İlkeleri, Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, 340-341-342-343-344-368-369-340-278-362-278-279-280.
- Tesid Bülteni (1996)**, Yıl:1, Sayı:3, 15 İstanbul (Eylül), s.4.
- The Single Market (1995)**, Commission of the European Communities, Publications Unit-200 rue de la Loi, B.1049 Brussels, p.29-30.
- TSE-ISO 9000 Kalite Broşürü (1996)**, TSE Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Ankara, s.8-9-10.
- Türk Standardı (1995)**, Çevre Yönetimi-Çevre İle İlgili Etiketlemenin Temel Prensipleri, TS-ISO 14020, ICS 13.020, (Eylül), s.1.
- Türk Standardı (1995)**, Çevre Yönetimi-Mamüllerin Çevre Veçhelerinin Mamul Standartlarına Dahil Edilmesi İle İlgili Kılavuz, TS-ISO 14060, ICS 13.020, s.1.

İHRACATTA AVRUPA BİRLİĞİ STANDARTLARI

- Türk Standardı (1996)**, Çevre Yönetimi-Çevreyle İlgili Etiketleme-Çevreyle İlgili İddiaların Özbeyanı-Terimler ve Tarifler. TS-ISO 14021, ICS 13.020, (Ocak), s.1-3.
- Türk Standartları Enstitüsü (1994)**, Türk Standartları Enstitüsü Halkla İlişkiler Müdürlüğü Yayınları, Ankara, s.2-3-4-6-7.
- Türk Standartları Enstitüsü (1996)**, TSE Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Ankara, s.1-2.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi Faaliyet Raporu 1996-1997 (1997)**, "İhracatın Genel Görünümü", s.23.
- Türkiye'nin Dış Ticareti (1996 - 1997)**, Yıllık Değerlendirme, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları, No:114, s.14-15.
- United Nations, Economic and Social Council (1996)**, Working Party on Standardization Policies, Sixth Session, 13-15 (May), Geneva, s.1-2.
- Uygur, Ercan (1996)**, İhracatın Görünümü 1995-1996, Türkiye İhracatçılar Meclisi, (Aralık), s.9-10.
- Wirth, David A. (1994)**, The Role of Science in the Uruguay Round and NAFTA Trade Disciplines, Environment and Trade, United Nations Environment Programme, p.10.
- Yatırım Finansman Bülteni (1996)**, Tokay Haber Ajansı, Yıl:2, Sayı:29.1 (Mart), s.1-2-3- 4-9.
- Yatırım Finansman Dış Ticaret Dergisi (1996)**, Yıl:2, Sayı:44, 15 (Ekim), s.93.
- Yılmaz, Çetin (1997)**, Standardizasyon Terim ve Kavramları, T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü, Ankara, (Şubat), s.46-47.

İhracatta
Avrupa
Birliği
Standartları
ve
Türkiye'nin
Bu
Standartlara
Uyumu



MÜSİAD

MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEğİ