



**Social Sciences**  
ISSN: 1308 7444 (NWSASOS)  
ID: 2018.13.2.3C0173

Status : Review  
Received: January 201  
Accepted: April 2018

**Beyhan Pamuk**  
**Şengül Erol**

Uşak University, Uşak-Turkey  
sengul.erol@usak.edu.tr; beyhan.pamuk@usak.edu.tr

DOI	<a href="http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2018.13.2.3C0173">http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2018.13.2.3C0173</a>	
ORCID ID	0000-0002-1725-3851	0000-0002-8254-9069
CORRESPONDING AUTHOR	Beyhan Pamuk	

#### **TÜRK TASARIM KİMLİĞİ OLUŞTURMA YOLUNDA ULUSAL STRATEJİ VE EYLEM PLANLARI**

##### **ÖZ**

Bu çalışmada, ulusal kalkınmada tasarım faaliyetlerinin yeri ve önemi hakkında bilgi verilerek, Türkiye'deki kamu-kurum ve kuruluşların uygulamaya koyduğu strateji ve eylem planları üzerinde "doküman incelemesi" yapılmıştır. Türk Tasarım Kimliği oluşturma yolunda atılan önemli adımların başında gelen strateji ve eylem planlarında yer alan yeni ürün geliştirme ve tasarım odaklı maddelerden örnekler verilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Tasarım Kimliği, Tasarım Politikaları,  
Türk Tasarım Konseyi, Küresel Rekabet,  
Yeni Ürün

#### **THE ROLE OF NATIONAL STRATEGY AND ACTION PLANS ON THE DEVELOPMENT OF TURKISH DESIGN IDENTITY**

##### **ABSTRACT**

In this study, the role of national development in design activities and providing information about the importance of the public in Turkey - institutions and organizations that implement strategies and action plans "document review" was conducted. Examples of new product development and design-oriented materials are included in the strategy and action plans that are among the important steps taken to create Turkish Design Identity.

**Keywords:** Design Identity, Design Policies, Turkish Design Council,  
Global Competition, New Product

##### **How to Cite:**

Pamuk, B. ve Erol, Ş., (2018). Türk Tasarım Kimliği Oluşturma Yolunda Ulusal Strateji ve Eylem Planları, **Social Sciences (NWSASOS)**, 13(2):76-84,  
DOI:10.12739/NWSA.2018.13.2.3C0173.



## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Rekabet dünyasında, ürünlerin kısalan hayat döngüleri, yüksek kalite beklentisi, geliştirilen ve çeşitlenen yeni malzemeler, üretim teknolojilerindeki hızlı değişim, ürün odaklı üretim anlayışı girdilerini ciddi şekilde etkilemektedir. Bu durum yeni ürün geliştirme, tasarım, inovasyon gibi terimlerin uzun süredir sıkça kullanımına yol açmaktadır. İnovasyon terimi ürün yelpazesini çeşitlendiren ve sürekli geliştiren en önemli unsurlardan birisidir ve inovasyonun temel bileşenlerini Ar-Ge ve tasarım oluşturmaktadır. Tasarım, inovasyon sürecinde ürüne katma değer yaratmada yapılan çalışmaların merkezinde yer almaktadır. Tasarım ifadesi günlük hayatta daha çok "moda" ile bütünleştirilmiş gibi gözükmemektedir, belki modanın içeriğini oluşturan "yenilenme, değişim" gibi anlamlar tasarımı moda ile daha çok kaynaştırmaktadır. Tasarım modanın çok ötesinde birçok farklı disiplinde kullanılan bir terim olduğu bilinen bir gerçektir. Üretim sektöründe "endüstriyel tasarım", yapı sektöründe "mimari tasarım" ya da sosyal ve bireysel yaşantıda "geleceğini tasarla", "yaşam tasarımı" ifadeleri artık alışılmış terimler olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarımın tarihçesi olarak Endüstri Devriminden sonra seri üretimin başlamasıyla birlikte bir ihtiyaç olarak doğan endüstriyel tasarım 19.yy'ın sonlarında sanatçı ya da mimar olan tasarımcıların uygulama alanıyken 20.yy'ın ortalarında profesyonel tasarımcıların ortaya çıkışıyla endüstriyel tasarım ve endüstri ürünleri tasarımı mesleği literatürde kendine yer edinmiştir (Hocaoğlu, 2011:91; Bayburtlu, 2013:14).

Tasarım, sanat ve mühendisliğin ortak ürünü olarak görülmektedir. Tasarım ve sanat ilişkisinde sanat, felsefi olarak düşündürülen, insan psikolojisini, duygularını, görme algısını etkileyecek kavramlar yaratırken; tasarım, işlevi olan estetik-plastik değerlere sahip yaratıcı fikirleri bir nesne üzerinde görünür kılmaktadır. Tasarım çoğu zaman sanat ile mühendislik arasında kalmış gibi görünse de sanat ile aralarındaki benzerlik estetik kaygıdan gelmekte, mühendislik ile olan ise tasarımın işlevsellik, ergonomik, teknolojik gibi özelliklerinden dolayı birçok hesaplamalar gerektirmesinden kaynaklanmaktadır. Farklı disiplinlerde çeşitli biçimlerde yorumlanan tasarım, en temel haliyle; "Artık geçerli olmayan dengeleri yeniden kurmak için gösterilen çaba" olarak tanımlanmaktadır. Tasarım düşüncesi genellikle, eskiz, model, deney ve prototip haline getirme, geri bildirim toplamayı ve yeniden tasarlama fırsatını veren bir analitik ve yaratıcı süreç olarak ifade edilmektedir (Razzouk ve Valerie, 2012). Tasarım, farklı kullanım alanları veya yaklaşımlara sahip olsa da kendine özgü iş süreçleri, yöntemleri, teknolojileri, söylem ve ilişkileri ile bir uzmanlık alanı ve disiplin olarak tanımlanmaktadır. Tasarım günümüzde insan zekâsı, yaratıcılığı ve hayal gücünün somut bir ürün veya sisteme dönüştürülmesinin güçlü bir ifadesi olduğu kadar, modern toplumun önemli bir kültürel ögesi ve küresel ekonomide etkili bir yenilik aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Er, 2016:15; Edirne, 2004:4).

- **Ekonomik Güç Olarak Tasarım:** Küresel rekabet, ürün odaklı sektörler üzerindeki baskıyı arttırmakta, fiyat, hız, kalite gibi niteliklerin dışında avantaj yaratacak olanaklar aramaktadır. Pazar payı ve kurumsal değeri arttırmanın yolu yenilikçi yaklaşımlardan geçmektedir. Tasarım tam da bu nedenle firmalar için en önemli araçlardan birini oluşturmaktadır. Günümüzde tasarım, şehirleşmeden en basit endüstri ürününe kadar her alana yayılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. 20 yy. ikinci yarısından itibaren ekonomik kalkınmanın en önemli göstergesi haline gelen tasarım, teknolojik üstünlükler, estetik değerler, kültürel anlamlar, ekolojik denge, imalat ve



pazarlamanın konularıyla birlikte ele alınmaya başlamıştır (Ulrich ve Steven, 2008).

Tasarımın modern üretim ve tüketim modellerindeki yeri, firmaların rekabet aracı olarak tasarımı nasıl kullanılabilecekleri konusunda somut tespitler ortaya koymuştur. Dünyada birçok ülke, ulusal ekonomi ve sanayi alanında rekabet edebilme açısından tasarımın önemini kavramaya başlamış ve ilgili sektörlerle yakın işbirliği içinde tasarım politikaları ve programları geliştirmişlerdir. Bu politikaların temelinde tasarımın ekonomik gelişme ve rekabet avantajı kazanma noktasında stratejik araç olarak kullanma hedefi yatmaktadır. Tasarım politikasının bir ülkenin ihracata ve inovasyona yönelik politikalarının önemli bir parçası olduğu ve bunu başarıyla oluşturabilmiş İtalya, Almanya, Hollanda gibi batı ülkeleri yanında Güney Kore, Tayvan, Japonya, Çin gibi Uzakdoğu ülkeleri örnek olarak verilmektedir. Genel olarak tasarım politikaları ulusal ekonomi açısından; tasarımın stratejik araç olarak kullanılması, iş fırsatları ve istihdam oluşturma, dış ticaret hacminin artması, işletmelerin uluslararası rekabet gücü kazanmaları gibi temel hedefler içermektedir. Bununla birlikte tasarım politikası ve programlarının eğitim alanında, nitelikli tasarımcılar yetiştirilmesi ve disiplinler arası tasarım eğitimi oluşturulması konusunda da hedefleri bulunmaktadır (Hasdoğan, 2009; Onur, 2011:20).

Görüldüğü üzere, tasarım politikaları sadece ekonomi odaklı değil, toplumsal ve kültürel alanlarda da katkılar ortaya koyan çok taraflı oluşumlardır. Tasarım politikaları ülke genelinde tasarım faaliyetlerini içeren geniş ölçekli ve çok yönlü bir yapılanma gerektirir. Bu politikaların başarılı olması için, geleceğe dönük hedef ve planların somut olarak belirlenmesi, gelişmelerin takip edilmesi ve uygulanması, yani politikanın sürekliliğinin ve güncelliğinin sağlanması şarttır. Bu nedenle, devletin ilgili kamu kurum kuruluşları, tasarım içerikli eğitim alanları, tasarımcı, işletme yönetimi gibi tüm bileşenleri arasında koordinasyonu sağlayıp, bunları belirlenen hedef ve stratejiler doğrultusunda yönlendirmek ve işbirliği faaliyetlerini organize etmek sürekliliği sağlamak ve gelecek için sağlam adım atmak için önem arz etmektedir.

## **2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)**

Bu çalışmada "doküman incelemesi" yapılarak ülkemizdeki kalkınma, strateji ve eylem planlarından oluşan örneklerden elde edilen bilgiler ortaya konulacaktır.

## **3. TASARIMIN GELİŞİMİ, EYLEM PLANI VE STRATEJİLER (DEVELOPMENT OF DESIGN, ACTION PLAN AND STRATEGIES)**

Sanayimizin rekabet gücüne doğrudan etki eden önemli araçlardan biri olan tasarım, son dönemde dünyanın birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de daha fazla gündem oluşturmaktadır. Tasarımın, ürünlere katma değer sağlayarak pazardaki satış değerlerini artırma ve konularını güçlendirmedeki rolü, giderek derinleşen ve çok boyutlu hale gelen küreselleşme süreci, büyüme ve gelişme yönünde önemli fırsatlardan biri olarak gösterilmektedir. Nitekim birçok ülkenin sanayilerinin rekabet gücünü artırmak amacıyla tasarıma yönelik strateji ve politikalar geliştirdikleri ve uyguladıkları görülmektedir. Türkiye'de devlet nezdinde tasarım farkındalığının 2000'li yıllardan itibaren belirgin bir şekilde arttığı gözlenmektedir. Bu süreç, Türk tasarım kimliğinin oluşturulması için başlatılan çalışmalarda özellikle kamu, üniversite, sanayi işbirliklerini desteklemektedir.

Türkiye'de devlet nezdinde tasarım farkındalığının 2000'li yıllardan itibaren belirgin bir şekilde arttığı birçok kaynaklarda



ifade edilmektedir. Türkiye'de tasarımın gelişimine yönelik politika ve stratejilerin oluşturulması amacıyla Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın istemi ile Bakanlar Kurulu'nun 2009/15355 sayılı kararı ile **Türk Tasarım Konseyi** kurulmuştur. Karar 3 Eylül 2009 tarih ve 27338 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Türkiye'de tasarımın ciddi anlamda önemini ortaya koymak adına Konsey; Sanayi ve Ticaret Bakanı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı, Milli Eğitim Bakanlığı Müsteşarı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarı, Hazine Müsteşarı, Dış Ticaret Müsteşarı, Yükseköğretim Kurulu tarafından belirlenecek bir üniversite öğretim üyesi, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu Başkanı, Türk Patent Enstitüsü Başkanı, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanı, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu Başkanı, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı, Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Başkanı, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Başkanı, Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Derneği Başkanı, Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği Başkanı ve Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı'nın katılımıyla teşekkül eder. Türk Tasarım Danışma Konseyi, 2017-2019 Tasarım Strateji Eylem Planında şu ifadesi yer almaktadır; "yürütülen çalışmalar kapsamında hazırlanan **Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planı** (2014-2016) söz konusu plan döneminde uygulanmış ve önemli sonuçlar elde edilmiştir. Söz konusu Strateji Belgesinin uygulama süreci sonunda, birçok eylem başarıyla gerçekleştirilmiş, tasarımla ilgili paydaşlar arasında iletişim gelişmiş ve güçlendirilmiştir."

Tasarımın, ürünlere katma değer sağlayarak pazardaki satış değerlerini artırma ve konumlarını güçlendirmedeki rolü, yeni istihdam alanlarının oluşması gibi hususlar ülkelerin sanayi ve ekonomik kalkınmada tasarıma olan ilgisini önemli ölçüde artırmıştır. Tasarım rekabet gücüne yön verecek kadar önemli bir faktör olmasına karşın, tasarım politikaları ve koordine bir tasarım yönetimi oluşturmaksızın, gerekli tasarım destekleri olmadan ve tasarımın işletme politikalarıyla entegrasyonunu sağlamadan, tasarımın tek başına etkili ve başarılı olmasını beklemek mümkün olmayacaktır. Nitekim birçok ülkenin sanayilerinin rekabet gücünü artırmak amacıyla tasarıma yönelik strateji ve politikalar geliştirdikleri ve uyguladıkları görülmektedir. Bu politikaların temelinde tasarımı ekonomik gelişme ve rekabet avantajı kazanma noktasında stratejik araç olarak kullanma hedefi yatmaktadır. Ayrıca bu politikaların sosyal refah oluşturma, iş ve istihdam yaratma noktasında da katkı sağladığı gözlenmektedir. Tasarım politikasına sahip ülkelerde yürütülen programların çoğunluğu devlet finansmanlı ve destekli programlardır. Farklı ülkelerde oluşturulan tasarım politikalarının temel hedefleri bir birbirlerine büyük benzerlikler göstermektedir. Tasarım politikasının sürekliliğinin ve takibinin sağlanması için bu ülkelerde tasarım enstitüleri, tasarım merkezleri veya tasarım konseyi adı altında birim veya kuruluşlar oluşturulmuştur. Ortak hedeflerin; rekabet gücünün arttırılması, yüksek katma değer yaratma, işletmelere tasarımın entegre edilmesi, tasarım sektörünün geliştirilmesi, tasarım bilincinin yerleştirilmesi olduğu görülmektedir (Brown, 2010:7; Onur, 2011:27). Küresel ekonomide ülkelerin rekabet gücünün arttırılmasında kritik role sahip olan tasarım konusunda organize faaliyetlerin başlangıcı 19. yüzyıla uzanmaktadır. İsveç'te 1845 yılında kurulan Svenk Form (İsveç El Sanatları ve Tasarım Derneği) dünyada tasarım alanında kurulan ilk kuruluş olma özelliğini taşımaktadır. Bu girişimi 1875 yılında Finlandiya'da El Sanatları ve Tasarım Derneği'nin 1913 yılında ABD'de Dekoratif Sanatçılar ve Esnaflar Birliği'nin kurulması takip etmiştir (Murphy, 2008:4). Bu öncü gelişmelerin ardından,



tasarımın sanayiye entegre olmasıyla birlikte, endüstriyel tasarımlar konusunda daha profesyonel organizasyonlar ortaya çıkmaya başlamıştır. 1944 yılında İngiltere’de dünyadaki ilk Tasarım Konseyi kurulmuştur. Kısa süre içerisinde Avustralya, Kanada, Fransa, İtalya ve Almanya gibi ülkelerde de bu oluşuma katılmışlardır.

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

Ülkemizde son dönem alınan ekonomik kararlarda rekabeti artırmak, dışa bağımlılığı azaltmak, yeni ürün geliştirme ve teknoloji kullanım odaklı faaliyetler özellikle bölgesel kalkınma odaklı çalışmalarda Ar-Ge ve tasarım merkezlerinin önemini daha da ortaya çıkarmaktadır. Tasarım odaklı kalkınmada gelişme ve sürdürülebilirliği sağlamak devlet politikasında tasarım bileşenlerini (tasarımcı, üniversite, işletme, kamu vb.) bir araya getirebilecek yapılanma ile mümkündür. Aşağıda ülke kalkınmasında kilit noktalarda yer alan kamu kurum ve kuruluşlar tarafından hazırlanan ve bulunduğumuz dönemi kapsayan stratejik planlamalarda tasarım ve tasarım politikası bileşenlerine yönelik eylemler ile ilgili alınan kararlardan bazı örnekler yer almaktadır.

- **10. Ulusal Kalkınma Planı (2014-2018):** Onuncu Ulusal Kalkınma Planı’ndaki Yenilikçi Üretim, İstikrarlı Yüksek Büyüme hedefinin Ödemeler Dengesi maddesinde tüketime yönelik ihraç ürünlerinde özgün tasarım faaliyetlerinin özendirilmesi, nitelikli tasarımcı yetiştirilmesinin sağlanması, patent tescili ve uluslararası marka oluşturulmasının desteklenmesi politikası (480. madde) vurgulanmaktadır. Yenilikçi Üretim, İstikrarlı Yüksek Büyüme hedefinin Yatırım Politikaları maddesinde toplam kamu yatırımları içerisinde özel sektörün üretken faaliyetlerini destekleyecek nitelikteki altyapı yatırımlarına odaklanması gerektiği (588. madde) belirtilmiştir. Yenilikçi Üretim, İstikrarlı Yüksek Büyüme hedefinin İmalat Sanayiinde Dönüşüm maddesinde Büyük ölçekli firmalar ile küçük ölçekli firmalar arasındaki verimlilik farkının yüksek olduğu gıda, giyim, metal eşya, mobilya sektörlerinde küçük işletmelerin verimliliklerinin artırılmasına öncelik verileceği (661. madde) vurgulanmıştır. Ayrıca tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin müşteri odaklı, hız ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen, yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümünün desteklenmesi politikası (670. madde) benimsenmiştir. Onuncu Ulusal Kalkınma Planı’ndaki Nitelikli İnsan, Güçlü Toplum hedefinin; eğitim maddesinde toplumun ve ekonominin ihtiyaçlarına duyarlı, paydaşlarıyla etkileşim içerisinde olan, ürettiği bilgiyi ürüne, teknolojiye ve hizmete dönüştüren, akademik, idari ve mali açıdan özerk üniversite modeli çerçevesinde küresel ölçekte rekabetçi bir yükseköğretim sistemine ulaşılması hedeflendiği (143. madde) belirtilmektedir. Eğitim sistemi ile işgücü piyasası arasındaki uyumun orta ve uzun vadeli sektör projeksiyonlarını dikkate alacak biçimde güçlendirilmesi (158. madde) eğitimin temel politikalarından biri olarak belirlenmiştir. Ticaret Hizmetleri maddesinde ticaret faaliyetlerinde yüksek katma değerli hizmet üretiminin ve verimlilik artışının sağlanması, teknoloji kullanımı ve yeniliğin özendirilerek hizmet kalitesinin artırılması, rekabetin ve tüketicinin korunması ile sektör içi kesimler arasında dengeli gelişmeyi sağlayan bir ortamın tesis edilmesinin amaçlandığı (860. madde) belirtilmiştir. Plan’ın amaçlarına ulaşılabilmesi açısından önem taşıyan Öncelikli Dönüşüm Programları arasında yer alan Üretimde Verimliliğin



Artırılması Programı Eylem Planında verimlilik algısının geliştirilmesi, üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, katma değer artırılması ve böylelikle söz konusu hedefe katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Söz konusu programda "ürün tasarımı, ürün çeşitlendirmesi, markalaşma, pazarlama ve tanıtım gibi konularda firmaların kapasitesinin artırılması" politikası (P4.2) ve bu politika altında Ürün geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesi (E46) ve küçük ölçekli işletmelere yönelik olarak ürün tasarımı, çeşitlendirilmesi ve markalaşma konularında eğitim faaliyetleri düzenlenmesi (E51) eylemleri yer almaktadır. Öncelikli Dönüşüm Programları arasında yer alan İthalata Olan Bağımlılığın Azaltılması Programı Eylem Planı ise üretimde dönüşümün yüksek katma değerli ürünler lehine sağlanması ve yerli girdi üretiminin ve kullanımının teşvik edilmesi yoluyla ithalata olan bağımlılığın azaltılmasını amaçlamaktadır. Programın "yerlileşmenin desteklenmesi, bu amaçla uygun mekanizmaların geliştirilmesi" politikası (P2.3) altında başta tekstil, hazır giyim, mobilya ve seramik sektörleri olmak üzere belirlenecek sektörlerde, Türk imaj ve tarzının belirlenmesi ve yerleştirilmesi için üniversite, ticaret ve sanayi odalarının katılımıyla bilimsel düzeyde çalışmalar yapılması (E47) eylemi bulunmaktadır.

- **2023 Türkiye İhracat Stratejisi:** Strateji 'de Türk Tasarım Danışma Konseyi'nin inisiyatifleriyle hazırlanmış olan Tasarım Strateji Belgesi ve Eylem Planının yürürlüğe konarak özellikle tekstil - giyim, deri, ayakkabı, cam, seramik, mobilya ve kuyumculuk gibi geleneksel sektörlerdeki özgün tasarım faaliyetlerinin özendirileceği (E12) ve üniversitelerde sanayi ihtiyaçlarını ve yerel özellikleri de dikkate alan tematik olarak yapılanmış araştırma merkezlerinin yaygınlaştırılması ve etkin kullanımının sağlanması (E47) eylemleri yer almaktadır
- **Türk Patent ve Marka Kurumu 2017-2021 Stratejik Planı:** Kurum'un 2017-2021 Stratejik Planında özgün tasarımların oluşturulmasına ve ekonomiye kazandırılmasına katkı sağlama hedefi (H3.3) bulunmaktadır.
- **Tasarım Stratejisi ve Eylem Planı (2017-2019):** Tasarım Stratejisi ve Eylem Planının (2017-2019) vizyonu "Türk tasarımının küresel bir marka olması" şeklinde belirlenmiştir. Belirlenen bu vizyona ulaşabilmek için uygulanacak stratejiler arasında "tasarım alanında insan kaynağı kapasitesi ve niteliğinin artırılması" (H6) hedefi yer almaktadır.
- **Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018):** Ülkemizin son on yılda göstermiş olduğu ekonomik büyüme performansının sürdürülebilir kılınması ve yüksek katma değerli, yüksek teknolojili üretime dayalı sanayi yapısına dönüşümünün yönlendirilmesi amacıyla hazırlanan Plan'da başta KOBİ'ler olmak üzere firmaların teknolojik donanımlarını, kurumsallaşma, verimlilik uygulama ve Ar-Ge kapasitelerini güçlendirmek (H6) hedefi yer almaktadır. Hedefle ilgili olarak ise toplam faktör verimliliğini artıracak şekilde, işletmelerin Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve fikri-sınai mülkiyet konularında farkındalık düzeylerinin artırılması (E6.15) eylemi bulunmaktadır.
- **Türkiye Tekstil, Hazır giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2015-2018):** Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri (THD) sektörlerinde teknoloji ve tasarım içeren ürünlerde dünya pazarlarında lider ülke olmak vizyonuna (4.1) sahip Belge'de sektörün özgün ürün üretilmemesi, sektör tarafından yeterli oranda yüksek katma değerli ürün





geliştirilememesi, sektörün ihtiyaç duyduğu ileri teknoloji makine üretimi eksikliği, kalifiye elemanların ve ara elemanların azalması gibi zayıf yönleri olduğu, aynı zamanda kamu-özel sektör işbirliğinin artıyor olması ve üniversite-sanayi işbirliğinin artıyor olması gibi fırsatlara sahip olduğu vurgulanmıştır.

Ar-Ge, Ür-Ge, yenilikçilik faaliyetlerinin ve işgücünün geliştirilmesi (H3) hedefine ilişkin, üniversitelerde THD sektöründe yenilikçilik ve tasarıma yönelik içeriklere yer verilmesi için sektörün konuyla ilgili taleplerinin ve ihtiyacının belirlenmesine yönelik çalışma yapılması (E3.1) amaçlanmıştır. Üretim yapan firmaların faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları teknik problemlerin çözümleri için birbirleriyle, akademisyenlerle ve araştırmacılarla bilgi alışverişinde bulunabileceği ortamlarda bilgi paylaşımının artırılması ve bilgi düzeylerinin oluşan işbirlikleri ile artırılması (E3.2) hedeflenmiştir.

Yukarıda verilen örnekler de göstermektedir ki ulusal eylem planlarında tasarım faaliyetlerini destekleyici ve gelişmesine teşvik edici çalışmalar yürütülmektedir. Bu nedenle, ülkemizde bu günlerde 11. Ulusal Kalkınma Planı birçok kamu-kurum ve kuruluşları tarafından çok yönlü hazırlıkları yapılmaktadır. Yeni kalkınma planında geleceğin rekabet dünyasında tasarımın gücü daha da artacağı gerçeği göz önüne alınacağı düşünülmektedir.

##### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Tasarım anlayışı, 19.yy da ortaya çıktığından beri sürekliliğini korurken, günümüzde ABD, İngiltere, Belçika, İtalya, Hollanda ve Japonya gibi pek çok ülkede, rekabet gücünü belirleyen faktörleri değerlendirmek ve politikalar geliştirmek resmi kurumların görevi haline gelmiştir. Oysa ülkemizde tasarım politikalarına yönelik adımlar geç başlamış, bulunduğumuz konumda ivme kazanmış olsa da gelecek için daha etkin adımlar atılması gerekmektedir. Sadece tasarımcı, işletme, sanayi veya kamu olarak değil oluşturulacak ortak ağ ile eğitimden, istihdama, kurumların stratejik planlardan, devlet destek politikalarına, işletmelerin ithalat-ihracat girdilerine kadar kamu-üniversite-sanayi bileşenleri bir arada tutacak yapıyı güçlendirmek gerekmektedir. Küresel pazarda rekabet edebilme zorunluluğu, Türkiye'de ürün tasarımına ve eğitimine ivme kazandırmıştır. Yükseköğretimle ilişkili olarak tasarım kavramı ile nitelikli tasarım eğitimlerini üniversite bünyesine taşınmış ve sanayi ile üniversitelerin işbirliği kapsamında geliştirdikleri projeleri, son yıllarda gözle görünür bir biçimde artmıştır. Geçtiğimiz yıllarda ülkemizde başlatılan tasarım faaliyetlerine yönelik adımların başında 2009 yılında Türk Tasarım Konseyi'nin kurulması gelmekte ve ülke politikasında tasarım odaklı faaliyetlere verilen önemin arttığını göstermektedir. Bu oluşumda 1988'de kurulan ve Türkiye'de endüstriyel tasarımcıların tek mesleki örgütü olan Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) göz ardı edilemez. Devlet düzeyinde başlatılan tasarımla ilgili birçok projenin içinde yer aldığı gibi kimi zaman bu girişimlerin başlatılmasında Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) itici güç olmuştur.

Ülkemizde tasarım faaliyetlerinin geliştirilmesi konusunda önem taşıyan bir diğer konu, devlet nezdinde kamu kuruluşlarının aldığı kararlardır. Ülkemizde özgün ve katma değeri yüksek tasarımların üretilmesi sürecinde tasarımlarla ilgili sağlanacak olan destek ve teşvik mekanizmalarıdır. Bu çerçevede de Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı ve Kalkınma Bakanlığı tarafından destek mekanizmaları geliştirilmiş ve gerekli mevzuat çalışmaları yapılarak bu destek mekanizmaları hayata geçirilmiştir. Bunlarda örnek verilecek



olursa Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından işletmelerde nitelikli "Tasarım Merkezleri" kurulumlarının desteklendiği görülmektedir. Tasarım merkezlerinde nitelikli işgücünün oluşturulması, modern donanımlara sahip, ürün geliştirme odaklı tasarım faaliyetlerinin yapılabileceği alanlar oluşturulmaktadır.

Ülkemizde son dönemlerde bölgesel kalkınmasında faaliyet gösteren üretim sektörlerine hizmet verecek Ar-Ge ve tasarım merkezlerinin kurulumunun arttığı görülmektedir. Genellikle bölge organize sanayi, kalkınma ajansları ve üniversitelerin işbirliği ile kurulan bu merkezler bilgiyi ticarileştirerek, yeni ürün geliştirme çalışmaları ile rekabet gücünü arttıracak, tasarım veya prototipleme yaparak sektöre yön veren merkezlerinin sayısının arttığı görülmektedir. Sonuç olarak, birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de tasarım ve yeni ürün geliştirme çalışmalarına yönelik adımlar atılmaktadır. Bu süreç ülkemiz adına diğer ülkelere nazaran daha geç başlamış olsa da gelecek dönemlerde Türk Tasarım kimliğinin oluşturulması küresel rekabet ortamında ve ülke kalkınmasında etkin bir güç olacaktır. Daha önce belirtildiği üzere bugünlerde çalışmaları devam eden 11. Ulusal Kalkınma Planında, tasarım ve yeni ürün geliştirme faaliyetlerinin sürdürülebilir hale getirilmesi için özellikle kamu-üniversite-sanayi üçlü sarmalı ve ilgili kurum ve kuruluşlarla oluşturulacak ağ ile bir bütün hareketi sağlanmalıdır. Geleceğin dünyasında rekabet ortamında öncülüğü, tasarım odaklı faaliyetlerin desteklenmesi ve sürdürülebilirliğini sağlamak olacaktır.

#### **KAYNAKLAR (REFERENCES)**

1. Edirne, J., (2004). Tasarımın Temel Prensipleri ve İç Mimari Tasarımda Uygulama Örnekleri. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık Programı Yüksek Lisans Tezi.
2. Er, A., (2006). Tasarımı Türkiye'de Türkiye İçin Tasarlamak, Türkiye'de Tasarımı Tartışmak. III. Ulusal Tasarım Kongresi, Bildiri Kitabı, İstanbul.
3. Ertan, M., (2006). Türkiye'de Periferide Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitimi Stratejisi Üzerine Öneriler. III. Ulusal Tasarım Kongresi, Bildiri Kitabı, İstanbul, ss:88-95.
4. Brown, G., (2010). The Role of Design in The 21<sup>st</sup> Century Danish Designers Manifesto: A Vision for The Future of Danish Design, UK
5. Hasdoğan, G., (2009). Türkiye'de Devletin Endüstriyel Tasarıma Yönelik Girişimleri ve Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşunun Bu Girişimlerdeki Rolü. Tasarım veya Kriz. 4. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı, İstanbul, ss:173-190.
6. Murphy, G.R., (2008). An International Perspective. Design Wales, Marsilya.
7. Onur, M., (2011). Ülkesel Tasarım Stratejilerinin Oluşturulmasında Tasarım Konseylerinin Rolü ve Önemi. Ankara: Türk Patent Enstitüsü Endüstriyel Tasarımlar Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi.
8. Rim, R. and Valerie, S., (2012). What Is Design Thinking and Why Is It Important?. Review of Educational Research 82(3):330-348.
9. Ulrich, K.T. and Steven, D.E., (2008). Product Design and Development, Irwin/ McGraw-Hill, New York, 4<sup>th</sup> Edition.
10. T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2013). 10. Ulusal Kalkınma Planı (2014-2018).
11. T.C. Ekonomi Bakanlığı, (2012). 2023 Türkiye İhracat Stratejisi.
12. T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2016). Türk Patent ve Marka Kurumu 2017-2021 Stratejik Planı.





- 
13. T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2014). Verimlilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018).
  14. T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2014). Türkiye Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2015-2018).
  15. Türk Tasarım Danışma Konseyi, (2016). Tasarım Stratejisi ve Eylem Planı (2017-2019).