



T.C. BAŞBAKANLIK
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI
İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ
STRATEJİK PLANI
(2008 – 2012)

İÇİNDEKİLER

İgeme Stratejik Planı Bakan Sunuşu	3
Sunuş	4
BÖLÜM I: Stratejik Planlama Çalışmalarında Uygulanan Yöntem	6
1.1. Yasal Çerçeve	6
1.2. Stratejik Planlama Süreci	6
1.3. Organizasyon ve Eğitim Dönemi	7
1.3.1. Yeniden Yapılanma Çalışmaları	8
1.3.2. İGEME Organizasyon ve İş Akış Analizi Projesi	8
1.3.3. İdari ve Mali Mevzuat Eğitimi	9
1.3.4. Stratejik Yönetim Eğitimi	9
1.4. Stratejik Planın Hazırlanması	10
BÖLÜM II: Durum Analizi	11
2.1. Tarihsel Gelişim	11
2.2. Organizasyon	12
2.2.1. Yönetim Kurulu	14
2.2.2. Genel Sekreterlik	14
2.2.3. Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı	15
2.2.4. Uygulama ve Koordinasyon Başkanlığı	16
2.2.5. İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Başkanlığı	18
2.2.6. Hukuk Müşavirliği	19
2.2.7. Genel Sekreterlik Müşavirliği	20
2.2.8. Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü	20
2.2.9. Balkan Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi (BCTP) Genel Sekreterliği	21
2.3. İGEME'nin Faaliyet Alanları ve Ürünleri	23
2.3.1. Araştırma Geliştirme Faaliyetleri	23
2.3.2. Eğitim Faaliyetleri	25
2.3.3. Ticari Bilgi Hizmetleri	27
2.3.4. Tanıtım ve Yayın Faaliyetleri	30
2.3.5. Uluslararası İlişkiler	31
2.3.6. Devlet Yardımları	31
2.4. Kuruluş İçi Analiz	32
2.4.1. Personel Durumu:	32
2.4.2. Mali Durum	33
2.4.3. Teknolojik Alt Yapı	33
2.5. Paydaş Analizi	35
2.5.1. Paydaşların Tespiti	35
2.5.2. Paydaş Görüşlerinin Alınması-Kullanıcı Beklenti ve Memnuniyet Ölçümleri	38
2.5.3. İç Paydaş Analizi	40
2.6. Çevre Analizi	41
2.6.1. Dünyada Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının Çalışmalarını Etkileyen Süreçler	41
2.6.2. Dünyadaki Başarılı Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının Özellikleri	43
2.6.3. Türkiye'nin İhracatındaki Gelişmeler Paralelinde Türk İhracatçılarının İhtiyaç ve Beklentilerinde Meydana Gelen Değişiklikler	46
2.7. GZFT Analizi	46
2.7.1. İç Değerlendirme Sonuçları: Güçlü ve Zayıf Yönler Analizi	47
2.7.2. Dış Değerlendirme Sonuçları: Fırsatlar ve Tehditler Analizi	50
BÖLÜM III: Kurum Stratejisinin Temel Unsurları	51
3.1 Misyona, Vizyon Ve Değerler	51

3.2. Stratejik Amaç Ve Hedefler	52
BÖLÜM IV. İzleme, Değerlendirme Ve Performans Kriterleri.....	56
4.1. Stratejik Amaçlar, Hedefler ve Performans Kriterleri	56
4.1.1. Stratejik Amaç – 1.....	56
4.1.2. Stratejik Amaç - 2	58
4.1.3. Stratejik Amaç - 3	59
4.1.4. Stratejik Amaç - 4	61
4.1.5. Stratejik Amaç - 5	62

İGEME STRATEJİK PLANI BAKAN SUNUŞU

Günümüz dünyasında mal, hizmet ve sermayenin uluslararası serbest dolaşımının önündeki engeller giderek azalmakta; bununla beraber, ülke ekonomilerinin rekabetçiliğinin artırılmasına yönelik olarak kamu tarafından üretilen strateji ve politikaların önemi artmaktadır.

Yeni ihraç pazarları bulmanın giderek daha da önem kazandığı ve pazara giriş tekniklerinin farklılaştığı günümüz dünyasında, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin önemi yadsınamaz. Nitekim, ülkemizde Ar-Ge ve inovasyona bağlı olarak yüksek teknolojiye dayalı üretim yapan taşıt araçları ve yan sanayi, elektrik-elektronik, makine imalat sanayi ve kimyasallar gibi sektörlerde gözle görülür bir yapısal dönüşüm yaşanmakta ve söz konusu sektörlerin ihracatımızdaki payları da hızla artmaya devam etmektedir. Bu bağlamda, ekonomimizin artan küresel rekabet ve dış şoklara karşı direncinin artırılması, dış ticaretimize dinamizm ve esneklik kazandırılması, ihracatımızın ithalata bağımlılığının azaltılması, katma değeri yüksek üretime yönelik Ar-Ge, inovasyon ve bilişim altyapısının güçlendirilmesine ilişkin projeler geliştirilmesi hususunda İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'ne (İGEME) önemli görevler düşmektedir.

İGEME dünya genelinde kamu kurum ve kuruluşlarının yenilik yapma ve sorun çözüme potansiyellerinin artırılmasında çağdaş yaklaşımların oynadıkları önemli rolün bilincindedir. Bu çağdaş yaklaşımlar arasında yer alan stratejik planlama, kamu kurum ve kuruluşlarında yönetimin orta ve uzun vadede iyileştirilmesine yönelik olarak uygulanacak faaliyet ve kararların ortaya konulduğu önemli bir süreçtir. Zira, rekabetin ve hızlı dönüşümün yaşandığı bir ortamda, kamu hizmetlerinin etkin bir şekilde üretilmesi; stratejik yönetim, performans ölçümü, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcılık ilkelerini bünyesinde barındıran stratejik planlama ile mümkün olacaktır.

Bu itibarla, kamu kurum ve kuruluşlarının ülkemizin hedefleri doğrultusunda üstlendikleri görev ve sorumlulukları içeren stratejik planlarını Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ile eşgüdüm içinde hazırlamaları, kamu mali yönetiminin iyileştirilmesine yönelik düzenlemeler kapsamında ele alınmıştır. Bu bağlamda, performans esaslı bütçeleme, kuruluş performansının izlenmesi ve değerlendirilmesi bakımından temel araçlardan biri olarak kabul edilmiştir. İGEME 5 yıllık stratejik planını, 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'nun 9. maddesi uyarınca DPT tarafından belirlenen takvim çerçevesinde hazırlamıştır.

Genel amacı, "sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak rekabetçi yapıyı geliştirmek" olan "2007-2009 İhracat Stratejik Planı"ndaki öncelikli alanlar göz önünde bulundurularak hazırlanan ve İGEME'nin yasayla tanımlanmış görev alanı içerisinde etkin, evrensel ölçütlerde başarılı, dinamik ve yenilikçi bir anlayışla hizmet vermesine yönelik bir yol haritası olarak tanımlanabilecek İGEME Stratejik Planı'nın hazırlanmasında emeği geçen tüm çalışanlarımıza teşekkür ederim.

Kürşad TÜZMEN
Devlet Bakanı

SUNUŞ

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 1960 yılından bu yana Türkiye ihracatının sağlıklı bir yapıya kavuşturulması ve geliştirilmesi ile ihracat ürün ve pazarlarının çeşitlendirilmesi konusunda hizmet vermekte olan ilk ve tek kamu kuruluşudur. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), esnek ve dinamik çalışma yöntemleri, kurum çalışanlarının kalitesi, hedef kitlenin memnuniyeti konusunda gösterilen hassasiyet ve ulusal ve uluslararası firma ve kuruluşlarla yakın işbirliği içerisinde olması ile de özel nitelik arz eden bir kamu kurumudur.

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'nun 9. maddesi ile, bir kamu kurumu olarak geleceğe ilişkin misyon ve vizyon oluşturmak, stratejik amaçlar ve ölçülebilir hedefler saptamak, performanslarını önceden belirlenmiş olan göstergeler doğrultusunda ölçmek ve bu sürecin izleme ve değerlendirmesini yapmakla yükümlü tutulmuş bulunan Merkezimiz, 2008-2012 yıllarını kapsayacak ilk Stratejik Planını hazırlamıştır.

Plan çalışmaları neticesinde beş yıllık bir dönem için İGEME'nin vizyon ve misyonu, stratejik amaçları, performansa dayalı göstergelerle ölçülebilir hedefleri ortaya konulmuştur.

Bu amaçla Merkezimizde tüm birim ve kademelerin katılımı ile bir Stratejik Plan Ekibi oluşturulmuştur. Mevcut olanaklar çerçevesinde en çoğulcu katılımı amaçlayan Plan Ekibi, stratejik amaç ve hedefleri belirlerken, gerek anket gibi nesnel, gerek mülakat gibi öznel yöntemleri kullanarak kurum içi ve dışındaki paydaşların ve ilgili tüm tarafların görüş ve önerilerini dikkate almaya özen göstermiştir.

Plan çalışmaları çerçevesinde alınan eğitimler ve yapılan çalışmalar, sadece sözkonusu plan dönemi bakımından değil, gelecekteki plan çalışmalarına da katkı sağlayacak bir yaklaşımla ve çok geniş katılımı gerçekleştirilmiştir. Planın kurum çalışanları ve yöneticileri tarafından her düzeyde sahiplenilmesi, gerçekçi ve uygulanabilir özelliklerini yitirmeden dinamik ve yaratıcı olabilmesini sağlamak amacıyla, plan çalışmalarının her aşaması, katılımcı müzakerelerle yürütülmüştür.

Stratejik Plan, İGEME'nin yarım asra yakın bir süredir ihracatı geliştirme politikaları çerçevesinde uygulanması konusunda gerek özel sektör, gerekse kamu kurumları ile yakın işbirliği içinde gerçekleştirmiş olduğu başarılı çalışmaları ve sahip olduğu deneyimi ortaya koyacak şekilde hazırlanmaya çalışılmıştır. İGEME Stratejik Planı'nın, önümüzdeki süreçte Türkiye'nin sürdürülebilir ihracat artışında önemli bir araç olarak yer almasını ve ülkemizin dünya ticareti içinde hak ettiği yere ulaşmasına destek olmasını dileriz.

İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ

STRATEJİK PLANLAMA EKİBİ

STRATEJİK PLAN KURULU (SPK)

ÜYE	UNVAN
Ülker GÜZEL	Genel Sekreter-Dış Ticaret Müsteşar Yardımcısı
Beratiye ÖNCÜ	Genel Sekreter Yardımcısı
Asuman Soylu	UKB Başkanı
Dr. Meral GÜNDÜZ	İMİ-BS Başkanı
Nursun BEŞELİ	AR-GE Başkanı
Sebla AKER	Fuarlar Dairesi Başkanı
Levent ÇAMLIBEL	Koordinasyon-Eğitim Dairesi Başkanı
Dr. Sevim YALÇIN	Sanayi Dairesi Başkanı
Deniz ALTINALEV	Tarım Dairesi Başkanı
Şule YILDIRIM	Araştırma Dairesi Başkanı
Nesrin EROĞLU	İdari Mali İşler Dairesi Başkanı
Yalçın ÖĞÜTCEN	Bilgi Sistemleri Dairesi Başkanı
M. Burhan ÖNGEOĞLU	Bilgi Sistemleri Dairesi Başkanı
Ulvi ERCAN	Strateji Geliştirme Şube Müdürü

STRATEJİK PLAN YÜRÜTME KOMİTESİ (SPYK)

ASİL ÜYE	UNVAN	BİRİM
Hayrettin YÜCEL(Koordinatör)	Şube Müdürü	Uygulama ve Koordinasyon Bşk.
Tayfun GÜLLE	Şube Müdürü	İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Bşk.
Cengiz TÜRKAY	Şube Müdürü	İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Bşk.
Banu BEKTAŞ	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.
Çağlar GÖKSU	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.
A. Oya BENLİ	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.
Asım ÇALIŞ	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.
İnci KIRDABAN	İGEME Uzmanı	Uygulama ve Koordinasyon Bşk.
Evren SUBAŞI	İGEME Uzmanı	Uygulama ve Koordinasyon Bşk.

YEDEK ÜYE	UNVAN	BİRİM
Ayşen N. YEĞEN	Şube Müdürü	Uygulama ve Koordinasyon Bşk.
Erdal ANIK	Şube Müdürü	İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Bşk.
Nesrin TEMEL	İGEME Uzmanı	İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Bşk.
Dilek KOÇ	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.
Tülin PULAT	İGEME Uzmanı	Uygulama ve Koordinasyon Bşk.
Ebru GÜLSOY	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.
Tülay UYANIK	İGEME Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme Bşk.

BÖLÜM I: STRATEJİK PLANLAMA ÇALIŞMALARINDA UYGULANAN YÖNTEM

1.1. Yasal Çerçeve

5018 Sayılı “Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu”nun kabulüyle kamuda stratejik planlama uygulamasının yasal altyapısı oluşturulmuş ve tüm kamu kurum ve kuruluşlarına stratejik plan hazırlama zorunluluğu getirilmiştir. DPT Müsteşarlığı tarafından 26.05.2006 tarih ve 26179 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe konulan Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte stratejik planlamanın nasıl yapılacağına ilişkin usul ve esaslar belirlenmiştir.

Söz konusu yönetmelikte öngörülen takvim çerçevesinde İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi’nin 2008-2012 yıllarını kapsayacak ilk Stratejik Planının 31 Mart 2007 tarihine kadar hazırlanması öngörülmüştür.

1.2. Stratejik Planlama Süreci

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi dış ticaret politikalarının temelini teşkil eden ihracatın sağlıklı bir yapıya kavuşturulması ve geliştirilmesi konusunda yarım asra yakındır hizmet vermekte olan ilk ve tek kamu kuruluşudur. Ayrıca İGEME, dış ticaret politikalarının muhatabı olan firma, kurum ve kuruluşlarla yakın işbirliği içerisinde olması nedeniyle dış ticaret politikalarının uygulanması konusunda çok çeşitli geribildirim ve deneyime sahip olan bir kurumdur. Bu çerçevede, İGEME Stratejik Planının ihracatın geliştirilmesi açısından önümüzdeki süreçte önemli bir araç olması ve ülkemizin dünya ticareti içinde hak ettiği yere ulaşmasında rol oynaması en büyük dileğimizdir.

İGEME stratejik planlama sürecinde kullanılmış olan yöntem ve teknikler aşağıda belirtilmektedir:

Durum Analizi: Durum analizi kapsamında kurumun tarihi gelişimi, Merkezimizin yasal yükümlülükleri ve mevzuat analizi, faaliyet alanları ile ürün ve hizmetlerinin belirlenmesi, Merkez içi analiz (kurumsal yapı ve kültür, insan kaynakları, mali kaynaklar ve teknolojik düzey) yapılmıştır.

Paydaş Analizi

i) Paydaş Anketi: Kurum içi ve dışında paydaş olarak değerlendirilen birimlere anket uygulanmıştır. Ayrıca kurumun çeşitli faaliyetleri sonucunda geribildirim almak üzere yapılmakta olan anketler tekrar değerlendirilmiştir.

ii) Paydaş Toplantı ve Mülakatları: Belirlenen paydaşlarla birim bazında ve sorumluları ile çeşitli görüşmeler yapılmıştır.

Çevre Analizi: Kurumu etkileyen iç dinamikler, faaliyet gösterilmekte olan ortam ve dış koşullar olmak üzere çevresel faktörler değerlendirilmiştir.

Eğitim: Stratejik Plan çalışmalarını yönlendirebilecek çeşitli konularda ulusal ve uluslararası kurumların eğitimlerinden faydalanılmıştır. TÜSSİDE tarafından öncelikle Stratejik Plan Ekibi yelerine, daha sonra yöneticilere ve diğer ilgili İGEME çalışanlarına yönelik stratejik yönetim, süreç yönetimi, stratejik planlama, performans esaslı eğitimler verilmiştir.

Uygulamalı alışmalar: Bu kapsamda üst yönetim ve çalışanlar ile birlikte gerektiği zamanlarda uygulamalı çalışmalar, toplantılar, rapor yazma, görüş bildirme gibi yöntemler kullanılmıştır.

Araştırma: Proje süresince gereken araştırma faaliyetlerinde kaynak taraması, gündem takibi, anket çalışması gibi yöntemlerden faydalanılmıştır.

Literatür Taraması: Stratejik yönetim, stratejik planlama, süreç yönetimi, iç kontrol, yönetim bilgi sistemleri, performans yönetimi, performans esaslı bütçeleme konularında literatür taraması yapılmıştır.

1.3. Organizasyon ve Eğitim Dönemi

Stratejik planlama sürecinde yapılacak faaliyetlerin etkin ve etkili bir şekilde yürütülmesi, koordine ve konsolide edilmesi amacıyla alanında yetkin, çeşitli yönetim kademelerinden ve değişime açık kişilerden oluşan stratejik planlama ekibinin kurulması amaçlanmıştır.

Hazırlık çalışmalarının gerçekleştirildiği 2006 yılı süresince Stratejik Plan'a ilişkin faaliyetler görevlendirmeler yoluyla yürütülmüştür. Maliye Bakanlığı nezdinde yapılan girişimler neticesinde, Strateji Birimi yöneticisinin ataması için gerekli vizenin alımını müteakip Strateji Geliştirme Birimi şube Müdürlüğü şeklinde oluşturulmuştur. Bu süreçte 15.01.2007 tarih ve 311 sayılı Makam Olurları ile İGEME Stratejik Plan Kurulu, Stratejik Plan Yürütme Komitesi ve Genel Koordinasyon Birimi oluşturulmuştur.

Bu kapsamda Stratejik Plan Kurulu, Stratejik Plan Yürütme Komitesi ve Genel Koordinasyon Biriminden oluşturulmuş olan İGEME Stratejik Planlama Ekibi'nin çalışma usul ve esaslarını belirleyen "İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Stratejik Planlama Ekibinin alışma Usul ve Esasları Hakkında Yönerge" de 15.01.2007 tarihi itibariyle yürürlüğe konulmuştur.

Stratejik Planlama ekibinin karar organı olan Stratejik Plan Kurulu, Genel Sekreterin başkanlığında, Genel Sekreter Yardımcısı, Birim Başkanları, Daire Başkanları ile Strateji Geliştirme şube Müdüründen oluşmaktadır. Kurul, Komitenin alışma sonuçlarını izlemek, çalışmalara katkıda bulunmak, alınacak kararları onaylamak ve Stratejik Planın hazırlanması ve uygulanmasından sorumludur.

Genel Sekreter Yardımcısının başkanlığında, Genel Sekreter tarafından hizmet birimlerinden belirlenen sayıda şube müdürü ve uzman personelden oluşan Stratejik Plan Yürütme Komitesi stratejik planın hazırlanması çalışmalarını bizzat yürütmektedir.

Strateji Geliştirme Şube Müdürü ile Müdürlüğün Stratejik Planlama Biriminde çalışan personelden oluşan Genel Koordinasyon Birimi, Stratejik Planlama çalışmalarının koordinasyonundan sorumlu olup Komitenin faaliyetlerine ilişkin 3 ayda bir hazırlanacak ilerleme raporunu Kurul Başkanına sunmakla yükümlü kılınmıştır.

Stratejik Planlama kapsamında İGEME tarafından bugüne kadar gerçekleştirilmiş olan tüm çalışma ve faaliyetler aşağıda sunulmuştur:

1.3.1. Yeniden Yapılanma Çalışmaları

Son yıllarda, tüm dünyadaki Ticareti Geliştirme Kurumlarının yaşadığı yapısal değişimler izlenirken Kamuda Yeniden Yapılanma çalışmaları kapsamında, dünyadaki benzer kuruluşların yapıları incelenmiş ve ülkemizin yapısına uygun değişik modeller üzerinde çalışılmış olup, bunlar stratejik plan çalışmasına temel teşkil etmiştir.

Ayrıca, Merkezimizin stratejik plan çalışmaları sürecinde, değişen uluslararası piyasaları daha kolay izleyebilmek ve KOBİ'lerin oluşan yeni ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacı ile kurumun organizasyon yapısı ve faaliyetlerinde de iyileşme sağlamak hedefli bir çalışma daha yapılmıştır. Söz konusu çalışma Müsteşarlık Makamı onayıyla Merkezimizde çeşitli kademelerden oluşan 12 kişilik bir Komisyon tarafından yürütülmüştür.

Anılan Komisyonca; 4059 sayılı Hazine Müsteşarlığı ile Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun yanında mezkur Kanuna ek madde 2 (İGEME kuruluş hükümleri) incelenmiş, küresel rekabet ortamının şekillendirdiği ihtiyaçlar doğrultusunda dış ticaretin geliştirilmesi açısından öne çıkan faaliyet alanları belirlenmiş ve Merkezimiz personeli arasında yapılan ankete verilen cevaplar değerlendirilerek bu doğrultuda bir yeniden yapılanma önerisi üzerinde çalışılmıştır.

Bu süreçte, Dış Ticaret Müsteşarlığı Hukuk Müşaviri ile İhracat Genel Müdürlüğü'nden Bağlı Kuruluşlar Şube Müdürü de Komisyon çalışmalarına destek vermişlerdir. Söz konusu Komisyon raporu Nisan 2006'da tamamlanmış ve hazırlanan rapor Dış Ticaret Müsteşarlığı temsilcilerine sunulurken görüş ve önerileri alınmıştır. Söz konusu çalışma Haziran 2006 tarihinde bitirilmiş, Dış Ticaret Müsteşarlığı Hukuk Müşavirliği tarafından incelenerek Ekim 2006 tarihinde Dış Ticaret Müsteşarına arz edilmiştir.

1.3.2. İGEME Organizasyon ve İş Akış Analizi Projesi

İGEME'nin faaliyetlerinin daha etkin bir şekilde yürütülebilmesini teminen mevcut organizasyon yapısının ve birimler bazında gerçekleştirilen faaliyetlerin incelenmesi yoluyla iş akışlarının tanımlanması ve Merkezimiz organizasyon el kitabının hazırlanması konusunda danışmanlık hizmeti alınmasına karar verilmiştir. Açılan ihale sonucunda Milli Prodüktivite Merkezi'nden "İGEME Organizasyon ve İş Akış Analizi Projesi" hizmeti alınmıştır.

12 Haziran -18 Ağustos 2006 tarihleri arasında yürütülen projede, MPM'den iki uzman ve bir uzman yardımcısı ile Merkezimizden bir proje sorumlusu başkanlığında 8 kişilik bir İGEME ekibi görevlendirilmiştir.

Proje kapsamında Merkezimiz proje ekibinden oluşan 20 kişi için temel eğitim alınmıştır. Ardından İGEME yönetim kademesinin de katıldığı GZFT analizi yapılmış ve Merkezimizin misyonu ortak çalışma neticesinde ortaya konulmuştur. İş analizi saha çalışmalarının ardından, Merkezimiz personeline uygulanan İş Analizi Anket çalışması tamamlanmış ve Proje Raporu, İş Akış Analizleri ve Organizasyon El Kitabı'ndan oluşan üç bölümlü nihai rapor MPM tarafından hazırlanarak Merkezimize teslim edilmiştir. Söz konusu çalışmalar ilgili MPM uzmanı tarafından İGEME Yönetim Kurulu'na da sunulmuştur.

1.3.3. İdari ve Mali Mevzuat Eğitimi

Stratejik Planlama sürecinin özellikle bütçelemeye ilişkin bölümü için ayrıca eğitim hizmeti alma ihtiyacı bulunduğundan, Merkezimiz Hukuk Müşaviri, İdari Mali İşler Daire Başkanı ve Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü Raportörleri'nden oluşan 4 kişilik ekip, 23-27 Ağustos 2006 tarihleri arasında "5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, Analitik Bütçe ve Bütçe Hazırlama Süreci, 4734 Sayılı Kamu İhale Kanunu ve Güncel Mali Sorunlar" konulu bir eğitime katılmışlardır.

Hacettepe Üniversitesi Piyasa Ekonomisini Geliştirme Merkezi (PEGEM) ve Güncel Mevzuatı Araştırma Eğitim Derneği (GMD) işbirliğiyle düzenlenmiş olan eğitim, Stratejik Plan çalışmalarının temelini oluşturan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu çerçevesinde özellikle bütçe hazırlama konusu itibarıyla Merkezimiz Stratejik Planlama sürecine bir ön hazırlık teşkil etmiştir.

1.3.4. Stratejik Yönetim Eğitimi

Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkındaki Yönetmelik'in 5/c maddesi hükmü çerçevesinde dışarıdan eğitim hizmeti alınmıştır. Bu kapsamda Merkezimiz Stratejik Planının hazırlanması çalışmalarına katılmakta olan personelin stratejik yönetim ve stratejik planlama konularında eğitim almalarını sağlamak amacıyla 20-23 Aralık 2006 tarihleri arasında Dış Ticaret Müsteşarlığı için Türkiye Sanayi Sevk ve İdaresi Enstitüsü (TÜSSİDE) tarafından düzenlenen Stratejik Yönetim Çalışma Programı'na Dış Ticaret Müsteşarlığı Stratejik Plan Ekibi ile birlikte katılım sağlanmıştır.

Söz konusu eğitim Stratejik Planlamaya esas teşkil eden hukuki düzenlemelerin yanı sıra "Stratejik Yönetim" in temel kavramlarının paylaşılması, müşteri-hizmet, paydaş, misyon, vizyon ve stratejik amaçlarının belirlenmesine yönelik çalışmalar ile bunların performans ölçütlerinin belirlenmesi, PEST ve GZFT analizlerinin yapılması gibi stratejik plan konularında gerçekleştirilmiştir.

Devamında, 9-11 Şubat 2007 tarihlerinde TÜSSİDE tarafından İGEME için düzenlenen Stratejik Yönetim Programına İGEME üst yönetimi ile birlikte Stratejik Plan ekibinden toplam 30 kişinin katılımı sağlanmıştır.

1.4. Stratejik Planın Hazırlanması

- Stratejik Plan Yürütme Komitesi çalışmalarının etkin ve sistematik biçimde yürütülmesi amacıyla bir koordinatör ve toplantı tutanaklarının tutulması amacıyla bir raportör belirlenmiştir.
- Komitenin toplantı saatleri ve çalışma yöntemi belirlenmiş ve bu çerçevede çalışmalara başlanmıştır.
- Kurum çalışanlarının, stratejik plan çalışmaları hakkında bilgilenmelerini hazırlık çalışmalarını izlemelerini sağlamak amacıyla yapılan tüm çalışmalar bir dosyada paylaşımına sunulmuştur. Ayrıca, yönetim ve ilgililerin stratejik plan çalışmaları hakkında bilgilendirilmeleri ve stratejik plana ilişkin görüş ve önerilerinin alınması amacıyla hazırlık sürecinde belirli periyotlarla kurum içi toplantı ve yazışmalar yapılmıştır.
- Komite çalışmalarına, stratejik planlama ile ilgili dokümanların ve o güne kadar konuyla ilgili olarak İGEME’de yapılmış tüm çalışmaların derlenmesi ve incelenmesi ile başlamıştır.
- Komite çalışmaları ile koordineli olarak, Stratejik Plan Hazırlık Programı hazırlanarak DPT’ye gönderilmiştir.
- Komite çalışmalarında durum analizine öncelik verilmesi yönünde karar alınmış ve bu çerçevede paydaşların tespiti, paydaş-ürün listeleri, ürün-paydaş matris çalışmaları tamamlanmıştır.
- Paydaşların belirlenmesinin ardından yurtiçi ve yurtdışındaki paydaşlara yönelik olarak “Paydaş Analizi Soru Formu” hazırlanmış ve yaklaşık 13.000 İGEME paydaşına elektronik ve normal posta yoluyla gönderilmiştir.
- İGEME DTM’nin bağlı kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Bu nedenle İGEME’nin en temel ve stratejik ortağı olan Dış Ticaret Müsteşarlığı ile 29 Ocak 2007 tarihinde Dış Ticaret Müsteşarlığı’nda paydaş toplantısı gerçekleştirilmiştir. Paydaş toplantısı sırasında katılımcılara soru formları dağıtılmış ve bu sayede yazılı olarak da görüşleri alınmıştır.
- Anketlerin paydaşlara gönderiminin ardından Güçlü, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler (GZFT) çalışmalarına devam edilmiştir.
- Anket sonuçlarının değerlendirilmesi ile birlikte paydaş analizi, çevre analizi ve GZFT analizi ile ilgili çalışmalar sonlandırılmıştır.
- Durum analizinin ardından vizyon, misyon, ilkeler, stratejik amaç ve hedefler ile ilgili olarak birimlere görüş ve önerileri sorulmuş ve alınan görüş/öneriler değerlendirilerek vizyon, misyon, temel değerler, stratejik amaç ve hedefler son haline getirilmiştir.
- İzleme ve değerlendirme sürecinde yapılacak olan performans değerlendirmesine temel teşkil edecek olan performans göstergeleri birimlerle koordineli olarak belirlenmiştir.
- Komitenin hazırlamış olduğu stratejik plan taslağı son kez yeniden incelenmek ve görüş alınmak amacıyla tüm birimlere gönderilmiş, birimlerden ve üst yönetimden gelen değerlendirmeler de dikkate alınarak stratejik plana son şekli verilmiştir.
- Tüm bu çalışmalar süresince İGEME üst yönetimi ile komite üyeleri sıklıkla bir araya gelerek çalışmaların her aşamasında görüş alışverişinde bulunmuş, çalışmanın her bölümünü çoğunluk kararları ile sonlandırmışlardır.

BÖLÜM II: DURUM ANALİZİ

2.1. Tarihsel Gelişim

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), özel hukuk hükümlerine tabi ve tüzel kişiliğe sahip bir kamu kuruluşu olarak 27 Ekim 1960 tarihli ve 118 sayılı Kanunla;

“.....

- a) *Memleketimizin zırai ve sınai mahsul ve mamulleri ile tabii kaynaklarından istihsal olunan maddeleri dünya piyasalarında tanıtmak ve bulunacak yeni piyasaların şartlarını tespit ederek bunları istihsal bölgelerine duyurmak,*
- b) *Dünya piyasa hareketlerini yakından takip ederek ilgilileri zamanında haberdar etmek,*
- c) *Devamlı ihraç imkanları bulunan mallarımızın istihsellerini arttırmak çarelerini araştırmak,*
- d) *Hammadde veya yarı mamul şekilde ihracı mutad olan mallarımızın imalat safhalarını uzatmak suretiyle milli emeği kıymetlendirmek imkanlarını araştırmak,*
- e) *Bakanlıkların ve Ticaret ve Sanayi Odaları ile Odalar Birliği'nin ihracat ile ilgili faaliyetlerini tanzim ve bu faaliyetler neticelerini bir arada toplayıp umumun istifadesine arz etmek,*
- f) *Devlet daire ve müesseseleri ile mesleki teşekküller tarafından talep edilecek yukarıdaki mevzular ile ilgili etütleri yapmak*
.....” amaçları ile kurulmuştur.

1983 yılında Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın kuruluşundan 6 ay sonra, İGEME, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlanmış ancak İGEME kuruluş kanununda yeni duruma göre gerekli düzenlemeler yapılmamıştır.

İGEME, kamuda bulunan fonların tasfiyesi kararı çerçevesinde İhracatı Geliştirme Fonu tasfiye edilerek 1 Aralık 1994 tarihli ve 4059 sayılı Hazine Müsteşarlığı ile Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanuna 20 Haziran 2001 tarihli ve 4684 sayılı Kanunun 12 nci maddesi ile eklenen Ek 2 nci madde uyarınca yeniden yapılandırılmıştır.

Söz konusu 4059 sayılı “Hazine Müsteşarlığı ile Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun”un Ek 2 nci maddesi;

“ Ülkemizin zirai ve sınai ürün ve malları ile doğal kaynaklarından üretilen maddeleri dünya piyasalarında tanıtmak ve bulunacak yeni piyasaların şartlarını tespit ederek bunları üretim bölgelerine duyurmak, dünya piyasa hareketlerini yakından takip ederek ilgilileri zamanında haberdar etmek ve dış ticaret konusunda eğitmek, ihraç imkanı bulunan malların üretimleri ve ihracatları ile ihracatta katma değeri artırma çarelerini araştırmak, uluslararası ticari ilişkilerin geliştirilmesi için yerli ve yabancı kuruluşlar ile işbirliği ve koordinasyonu sağlamak, Bakanlıkların ve Ticaret ve Sanayi Odaları ile Odalar Birliği'nin ve İhracatçı Birliklerinin ihracat ile ilgili faaliyetlerinde işbirliği yapmak, kamu kurum ve kuruluşları ile mesleki kuruluşlar tarafından talep edilecek bu konular ve dış ticaretle ilgili diğer konularda araştırma ve uygulamaları yapmak amacıyla tüzel kişiliği haiz ve özel hukuk hükümlerine tabi, idari ve mali özerkliğe sahip, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi kurulmuştur.” hükmünü amirdir.

Merkezin idare organları; Yönetim Kurulu ve Genel Sekreterliktir.

Yönetim Kurulu, Dış Ticaret Müsteşarının başkanlığında ihracattan sorumlu Müsteşar Yardımcısı, İhracat Genel Müdürü, Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürü ile Gümrük Müsteşarlığı, Dışişleri, Maliye, Tarım ve Köyişleri ve Sanayi ve Ticaret Bakanlıklarının birer temsilcisi ve İhracatçı Birliklerinin temsilcileri ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Genel Sekreterinden oluşur. Müsteşar Yardımcısı aynı zamanda Merkezin Genel Sekreteridir. Genel Sekreter, Merkezin sevk ve idaresinden dolayı Yönetim Kuruluna karşı sorumludur.

Merkez idare organlarının görev ve yetkileri ile kararlarının ilgili Bakan tarafından denetimine ilişkin usul ve esaslar Dış Ticaret Müsteşarlığınca çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.

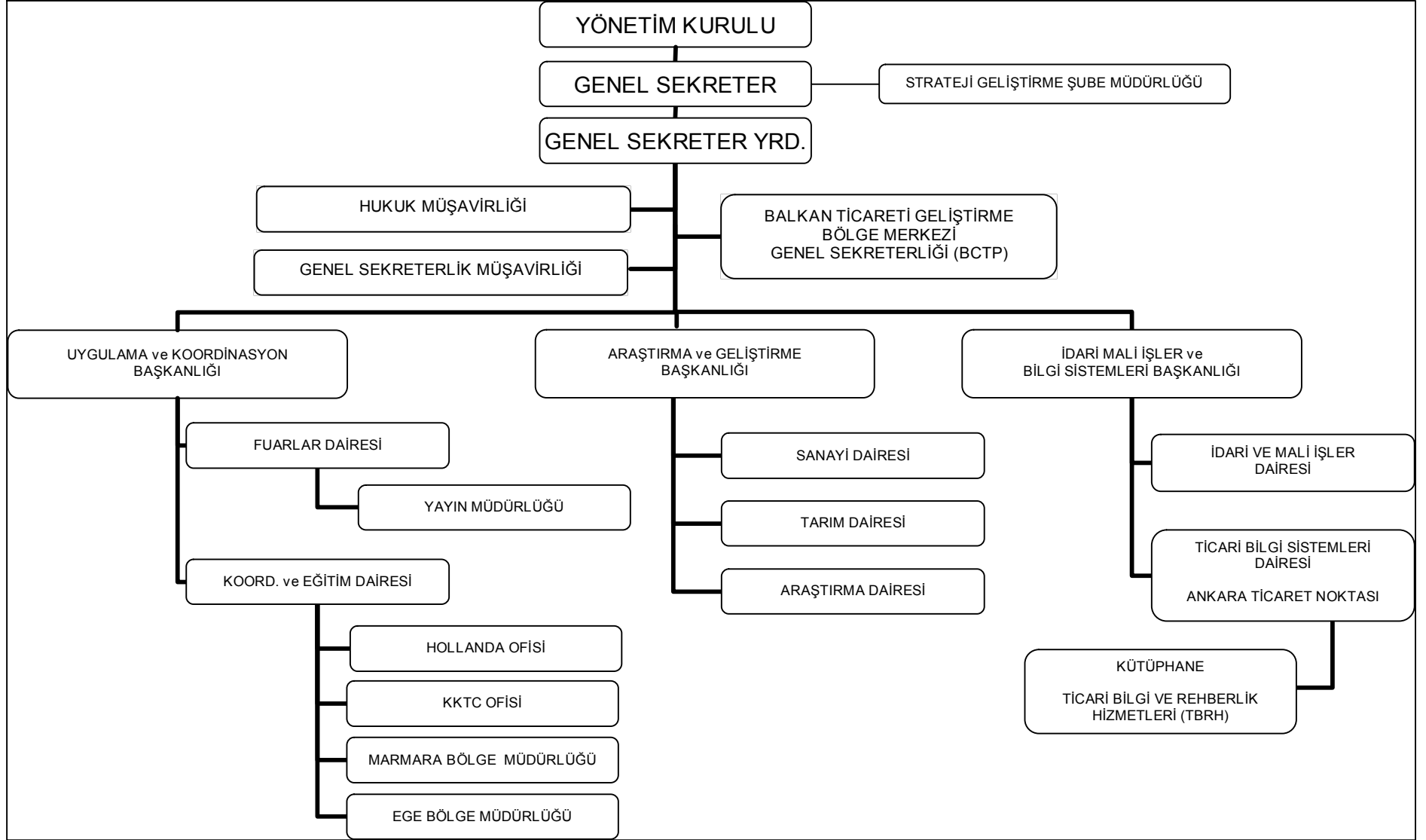
4059 sayılı Hazine Müsteşarlığı ve Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunun Ek 2 nci maddesine dayanılarak hazırlanan 12 Mart 2002 Devlet Bakanlığı onay tarihli “İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi İdare Organlarının Görev ve Yetkileri ile Kararlarının Denetimine İlişkin Usul ve Esaslar Yönetmeliği”nin 3 ncü maddesinde İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi;

“Dış Ticaret Müsteşarlığı’na bağlı, idari ve mali özerkliğe sahip, tüzel kişiliği haiz olarak kurulmuş bulunan İhracatı Geliştirme Etüd Merkezinin yönetim merkezi Ankara’dadır. Gereken yerlerde bölge müdürlükleri ve bürolar açabilir. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi’nin kısa adı İGEME’dir.” şeklinde tanımlanmaktadır.

2.2. Organizasyon

Merkezin idare organları; Yönetim Kurulu ve Genel Sekreterlik olup, İGEME Organizasyon Şeması aşağıda sunulmaktadır.

İGEME ORGANİZASYON ŞEMASI



2.2.1. Yönetim Kurulu:

“İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi İdare Organlarının Görev ve Yetkileri ile Kararlarının Denetimine İlişkin Usul ve Esaslar Yönetmeliği”nin 4 ncü maddesi; “İGEME’nin idare organları Yönetim Kurulu ve Genel Sekreterliktir.” demektedir ve bu organların yapısı, görev ve yetkilerini belirlemektedir.

2.2.1.1. İGEME Yönetim Kurulu’nun Yapısı:

Yönetim Kurulu, Dış Ticaret Müsteşarının başkanlığında, Dış Ticaret Müsteşarlığı ihracattan sorumlu Müsteşar Yardımcısı, İhracat Genel Müdürü, Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürü ile Gümrük Müsteşarlığı, Dışişleri, Maliye, Tarım ve Köyüşleri ve Sanayi ve Ticaret Bakanlıklarının birer temsilcisi ve İhracatçı Birliklerinin temsilcileri ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğı Genel Sekreterinden oluşur.

2.2.1.2. Yönetim Kurulu’nun Görev ve Yetkileri:

Yönetim Kurulu İGEME’nin genel sevk ve idaresinden sorumludur. Bunu temin bakımından Yönetim Kurulu;

- a) İGEME’nin faaliyetlerinin devamı ve amaçlarının gerçekleştirilmesi için gereken incelemeleri yapar, yaptırır ve ilgili kurum ve kuruluşlara gerekli tekliflerde bulunur,
- b) İGEME’nin iç idaresi, personeli ve üçüncü şahıslarla olan hizmet ilişkileri ile ilgili esasları hazırlar,
- c) İGEME’nin Genel Sekreterlikçe teklif olunacak çalışma programlarını inceler ve onaylar,
- d) İGEME’nin bütçesini düzenler ve ilgili Bakanın onayına sunar,
- e) Gereğı halinde ihracat konusunda kongre ve toplantılar düzenler veya bu gibi toplantılara iştirak edilmesini teminen görevlendirmeler yapar, ülke içinde ve dışında fuar ve sergiler düzenlenmesini teşvik eder ve yıllık olarak İGEME’nin katılacağı fuarları tespit eder,
- f) Özel yönetmelik hükümleri ve gereğinde alacağı kararlar çerçevesinde bütçe uygulamasının ve denetiminin yapılmasını sağlar,
- g) İGEME’nin faaliyet alanı ile ilgili yerli ve yabancı eser, rapor ve broşürlerin yayımı ve bu gibi eserlerin hazırlanmasını temin ve teşvik eder,
- h) 4059 sayılı Hazine Müsteşarlığı ile Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunun Ek 2 nci maddesi gereğı Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Borsalar Birliğı ile İhracatçı Birliklerinden aylık olarak tahsil edilecek katkı paylarını belirler,
- i) Genel Sekreterliğin teklif ettiği diğer hususları inceler ve karara bağlar.

2.2.2. Genel Sekreterlik:

Genel Sekreterlik, Genel Sekreter ve Genel Sekreter Yardımcısını ifade eder.

2.2.2.1. Genel Sekreter, Görev ve Yetkileri:

Dış Ticaret Müsteşarlığı ihracattan sorumlu Müsteşar Yardımcısı İGEME'nin Genel Sekreteridir. Genel Sekreter;

- a) İlgili mevzuat ile Yönetim Kurulunca kabul edilen usul, esas ve kararların yürütülmesini sağlar,
- b) İGEME birimlerinin sevk ve idaresinden dolayı Yönetim Kuruluna karşı sorumludur,
- c) İGEME'nin bütçesini hazırlayıp Yönetim Kurulunun incelemesine sunar,
- d) Ülke içinde ve dışında aynı amaca hizmet eden kuruluşlar ile işbirliği ve koordinasyonları sağlar,
- e) İGEME'de istihdam edilecek personelin ilgili yönetmelikler ve mevzuat çerçevesinde sınav ve atamalarını yapar,
- f) Uzman Yardımcılığı ve Uzman Sınav Yönetmeliği çerçevesinde İGEME'nin meslek personelinin gerekli giriş ve terfi sınavlarını yapar.

2.2.2.2. Genel Sekreter Yardımcısı, Görev ve Yetkileri:

Genel Sekreter Yardımcısı yürürlükteki mevzuat çerçevesinde atanır. Genel Sekreter Yardımcısı;

- a) İGEME birimlerinin yöneticisidir,
- b) İGEME'nin yıllık iş programını hazırlar ve Yönetim Kurulunun belirleyeceği tarihte inceleme ve onaya sunar,
- c) İş programının uygulama ve İGEME'nin genel çalışmaları hakkında üçer aylık dönemler itibariyle faaliyet programını düzenleyip her dönemi takip eden ilk ay zarfında Yönetim Kuruluna sunar,
- d) Yönetim Kurulu gündemlerini hazırlar,
- e) İGEME ile ilgili başvuruların inceleme ve neticelendirilmesini sağlar,
- f) Görev ünvanları değiştirilmeksizin personelin 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu'nun 68/b maddesi uyarınca derece yükseltmelerini yapar,
- g) İGEME'nin fuar faaliyetleri, eğitim hizmetleri, yayınları ve diğer hizmetleri karşılığı tahsil edilecek katkı paylarını tespit eder,
- h) Yönetim Kurulunun ve Genel Sekreterin kendisine vereceği diğer görevleri yapar.

2.2.3. Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı:

Sanayi Dairesi, Tarım Dairesi ve Araştırma Dairesi olmak üzere üç Daireden oluşan Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı'nın görev ve yetkileri şunlardır;

- a) Dünya ticaretindeki gelişmeleri izlemek ve ilgili kesimleri gelişmelerden haberdar etmek,
- b) Türk firmalarının dış pazarlara açılmalarını sağlamaya yönelik araştırmalar yapmak,
- c) İhraç ürünlerimiz için hedef pazarlar tespit etmek ve pazara giriş imkanlarını araştırmak,
- d) İhracatımızın, hedef pazarların talebine uygun kalite ve standartta, sürekliliğini sağlamaya yönelik araştırmalar yapmak,

- e) İhracatımızın mal, hizmet ve pazarlar yönünden çeşitlenmesini temin etmeye yönelik araştırmalar yapmak,
- f) Firmaların dış pazarlarla ilgili ihtiyaç duyabilecekleri bilgiyi, masa başı ve yerinde pazar araştırmaları yaparak tedarik etmek,
- g) İhracat pazarlaması ile ilgili firmaların bilgi ve becerilerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak,
- h) İhraç ürünlerimize dış talep yaratılmasına katkıda bulunmak amacıyla çalışmalar yapmak,
- i) Dış Ticaret Mevzuatı ve uygulamalarını yakından takip ederek ihracat prosedürleri ve işlemlerine ilişkin Türk firmalarını bilgilendirmek ve yönlendirmek,
- j) Kamu kurum ve kuruluşları ile mesleki birlik ve örgütlerin dış ticaret ile ilgili olarak talep edebilecekleri diğer konularda araştırmalar yapmak,
- k) Görev alanı ile ilgili konularda görüş, sunuş, yayın ve makaleler hazırlayarak araştırma sonuçlarını hedef kitleye yaygın olarak ulaştırmak,
- l) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

2.2.4. Uygulama ve Koordinasyon Başkanlığı:

Uygulama ve Koordinasyon Başkanlığı; Fuarlar Dairesi ile Koordinasyon ve Eğitim Dairesi'nden oluşmaktadır. Yayın Müdürlüğü Fuarlar Dairesi'ne, Marmara Bölge Müdürlüğü, Ege Bölge Müdürlüğü, Hollanda ve Kıbrıs Ofisleri, Koordinasyon ve Eğitim Dairesi'ne bağlı olarak hizmet vermektedirler. Ayrıca, Koordinasyon ve Eğitim Dairesi, 1998 yılında İGEME tarafından başlatılan özel bir proje kapsamında oluşturulan İl Temsilcilikleri ile ilişkileri de koordine etmektedir.

Uygulama ve Koordinasyon Başkanlığı'nın görev ve yetkileri şunlardır;

- a) Türk firmalarının ihracata yönelik eğitim ihtiyaçlarının karşılanması ve ihracata dönük insan kaynakları kapasitesinin geliştirilmesi için eğitim programları, seminer, toplantı, paneller vb. organizasyonları düzenlemek,
- b) Dış ticareti ilgilendiren konularda hizmet içi eğitim programlarını planlamak ve gerçekleştirmek,
- c) Uluslararası işbirliği kapsamında planlanan, yabancılara yönelik eğitim programlarını koordine etmek,
- d) Kamu kurum ve kuruluşları, Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri, benzeri meslek kuruluşları ve sivil toplum örgütleriyle ihracatla ilgili faaliyetlerde işbirliği yapmak ve ortak projeler gerçekleştirmek,
- e) Ülkemizin ihraç ürünlerini, ihracatçı firmalarını ve ihracat potansiyelini; yurt dışına tanıtmak amacıyla fuar, sergi, info-stand ve diğer benzeri organizasyonları planlamak ve gerçekleştirmek,
- f) İhracatın artırılmasına yönelik yurtdışı tanıtım faaliyetleriyle ilgili gelişmeler ve uygulamalar hakkında Türk firmalarını bilgilendirmek ve yönlendirmek, bu amaçla gerekli sunuşlar yapmak, yayın ve makale hazırlamak,
- g) Diğer birimler de dahil olmak üzere yurtiçine ve yurtdışına yönelik olarak hazırlanan yayınların basım, dağıtım ve stok takibine ilişkin tüm işlemleri yürütmek,

- h) Türkiye ihracatının artırılması hedefi ile, Türkiye'nin ve ihracat ürünlerinin yurtdışı tanıtımına yönelik olarak belirlenen makro politikalar ve stratejiler kapsamında yapılacak çalışmalara katılmak, katkıda bulunmak, destek olmak ve bu kapsamda verilen görevleri yürütmek,
- i) Kurumun faaliyet alanı ile ilgili uluslararası/bölgesel kuruluşlar ve ticareti geliştirme kuruluşlarıyla işbirliği ve koordinasyonu sağlamak, ortak projeler geliştirmek ve uygulamaları yürütmek,
- j) Kurum faaliyetleri kapsamında ihracat ürünlerimiz için tespit edilen hedef pazarlara yönelik, ikili ve çok taraflı uluslararası ilişkileri yürütmek,
- k) Kurumun yurtdışı ofisleri (Hollanda ve Kıbrıs), Marmara Bölge Müdürlüğü, Ege Bölge Müdürlüğü ve İl Temsilcilikleri (24 adet) ile olan ilişkilerini ve koordinasyonunu yürütmek,
- l) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

Marmara Bölge Müdürlüğü, İstanbul'da; Ege Bölge Müdürlüğü ise İzmir'de görev yapmakta olup, görev ve yetkileri şunlardır;

- a) İlgili birimler ile koordineli bir biçimde bölgesinde faaliyet gösteren ilgili kamu/özel kurum ve kuruluşlarıyla ilişki kurmak ve koordinasyonu sağlamak,
- b) Kurumun faaliyet alanı dahilinde bölgede gelişen olaylar hakkında izleme ve değerlendirmelerde bulunmak ve sonucunu ilgili birimlere aktarmak,
- c) Kurum hizmetlerinin bölgesindeki hedef kitleye ulaştırılmasını sağlamak,
- d) Kurumu bölgesinde temsil etmek,
- e) Bölgesindeki Türk firmalarının, uluslararasılaşma çabalarına destek sağlamak üzere danışmanlık hizmeti vermek,
- f) Merkezle işbirliği içerisinde bölgelerinde eğitim programı, seminer ve benzeri organizasyonları yapmak,
- g) Başvuruda bulunan Türk ve yabancı işadamlarına bilgi vermek,
- h) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

Yurtdışı Ofislerinin (KKTC ve Hollanda) görev ve yetkileri ise şunlardır;

- a) Buldukları ülkelerdeki ulusal ve/veya uluslararası kuruluşlar ile ilişki kurmak ve koordinasyonu sağlamak,
- b) Kurumun faaliyet alanı dahilinde ülkede gelişen konular hakkında izleme ve değerlendirmelerde bulunmak ve sonucunu ilgili birimlere aktarmak,
- c) Yabancı yatırımcılara, ithalatçılara ve ilgili iş çevrelerine Türkiye, Türk ihracat ürünleri ve Türk firmalarını tanıtmak ve talep ettikleri ticari enformasyonu sağlamak,
- d) Türk ihracatçısına bulunduğu bölge ve ülke itibarıyla ilgili pazar bilgilerini sağlamak ve pazarlama sürecinde yardımcı olmak, ihracat ürünlerimiz için pazar eğilimleri hakkında Türk firmalarını bilgilendirmek, firmalara pazara girebilecekleri yol ve yöntemler hakkında bilgi sunmak,
- e) Ofislere başvuran Türk ve yabancı firmaların faaliyet/ilgi alanlarını eşleştirmek suretiyle ihracat ürünleri için talep yaratmak,

- f) Gerektiğinde yurtdışındaki kamu ve özel kurum ve kuruluşlar nezdinde Kurumu temsil etmek,
- g) Ticaret Müşavirlikleri ile gerekli işbirliğini oluşturmak,
- h) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

Yurtdışı Ofis hizmetleri, Yönetim Kurulu kararı ile üç (3) yıllığına atanan Yurt Dışı Ofis Müdürleri vasıtasıyla yerine getirilir.

İGEME il temsilcilikleri, İGEME faaliyetlerinin KOBİ'lerin çoğunlukta olduğu illerdeki ihracatçılara daha etkin bir şekilde ulaştırılması, İGEME'nin hedef kitlesi olan KOBİ'lerle sürekli temas halinde olması, KOBİ'lerin ihracat pazarlamasında ihtiyaç duydukları bilgi kaynaklarına ilk elden kavuşmalarına imkan sağlanması ve İGEME ile buldukları illerdeki KOBİ'ler arasında bir köprü görevi üstlenmeleri amacıyla 1998 yılında uygulamaya konulmuştur.

İhracat açısından önemli potansiyel arz eden illerdeki İhracatçı Birlikleri ve/veya Sanayi ve Ticaret Odaları ile yapılan protokoller çerçevesinde ilk etapta 14 ilde Temsilcilik kurulmasına karar verilmiş, daha sonra Merkezimize yapılan başvurular dikkate alınarak İGEME İl Temsilciliklerinin sayısı 24 ile genişletilmiştir.

2006 yılı itibariyle İGEME İl Temsilcilikleri görevini; Adana Sanayi Odası, Adapazarı Ticaret ve Sanayi Odası, Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, Antalya İhracatçı Birliği, Aydın Ticaret Odası, Burdur Ticaret ve Sanayi Odası, Çorum Ticaret ve Sanayi Odası, Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası, Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası, Eskişehir Sanayi Odası, Gaziantep Sanayi Odası, Isparta Ticaret ve Sanayi Odası, Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası, Kayseri Ticaret Odası, Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası, Kocaeli Sanayi Odası, Konya Sanayi Odası, Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası, Mardin Ticaret ve Sanayi Odası, Mersin Sanayi ve Ticaret Odası, Samsun Ticaret ve Sanayi Odası, Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası, Uludağ İhracatçı Birlikleri, Van Ticaret ve Sanayi Odası yürütmektedir.

2.2.5. İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Başkanlığı:

İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Başkanlığı, İdari ve Mali İşler Dairesi ile Ticari Bilgi Sistemleri Dairesi'nden oluşmaktadır. İdari ve Mali İşler Dairesi, Personel, Satın Alma ve İdari Hizmetleri yürütmekte olup, Kütüphane, Ticari Bilgi ve Rehberlik Hizmetleri (TBRH), Elektronik Ticaret, Bilgi İşlem Hizmetleri ve Ankara Ticaret Noktası, Ticari Bilgi Sistemleri Dairesi'nin hizmet alanına girmektedir.

İdari Mali İşler ve Bilgi Sistemleri Başkanlığı'nın görev ve yetkileri şunlardır;

- a) Kurumun insan kaynakları politikası ile iş ve işgücü planlaması konusundaki çalışmaları yapmak,
- b) Personelin atama, nakil, sicil, terfi, ücret, emeklilik, sağlık ve benzeri özlük işlemlerini yürütmek,
- c) Personele ilişkin mevzuat çalışmalarını yürütmek ve uygulamasını sağlamak,
- d) Personelin hizmet içi eğitim planını hazırlamak, uygulamak ve değerlendirmek,

- e) Alım, satım, yapım, kiralama, kiraya verme, temizlik, aydınlatma, ısıtma, bakım ve onarım ve benzeri mali işlemlerden idarenin tamamını ilgilendirenler ile idari hizmetleri yürütmek,
- f) Genel evrak ve arşiv hizmetlerini düzenlemek ve yürütmek,
- g) Kurumun sivil savunma, doğal afetler, güvenlik ve seferberlik gibi konularda yerine getirmesi gereken hizmetleri planlamak ve yürütmek,
- h) Kurumun görev alanına giren konularla ilgili olarak ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi toplamak, değerlendirmek, hızlı ve etkin bilgi akışını temin etmek,
- i) Bilgi teknolojileri ve uygulamaları ile ilgili çalışmaları, ulusal ve uluslararası düzeyde takip etmek, katılımı sağlamak ve kurum bünyesinde gerekli çalışmaları yürütmek,
- j) Kurumun ticari bilgi alanında enformasyon, dokümantasyon ve rehberlik hizmetlerini yürütmek,
- k) Kurumun bilgi dağıtım politikasının uluslararası gelişmeler ve standartlara uygun olarak belirlenmesi ve uygulanması hizmetlerini yürütmek,
- l) Elektronik ticaretin gelişimine katkı sağlayacak ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip etmek, katılmak, ortak projeler geliştirmek ve uygulamaları yürütmek,
- m) Kurumun görev alanı kapsamında verdiği hizmetlerin, iletişim ağları üzerinden on-line olarak verilmesini sağlayacak alt yapı ve sistemlerin kurulması ve işletilmesi çalışmalarını yürütmek,
- n) Kurumun, diğer kurum ve kuruluşlarla bilişim teknolojilerini kullanılarak iletişimini sağlamaya yönelik çalışmalar yapmak,
- o) Kurumun, Kanunla verilen görevlerini etkin, verimli ve güvenli biçimde yerine getirebilmesini temin etmek amacıyla diğer birimlerle koordinasyon içinde gerekli bilişim sistemlerini tasarlamak, geliştirmek, yürütmek ve teknolojik gelişmelere uyumlu şekilde güncelleştirilmesini temin etmek,
- p) Kurum içi bilgi işlem altyapısının kurulması, işletilmesi, geliştirilmesi ve sorunların giderilmesi ile kurum içi kullanıcılara eğitim vermek ve teknik destek sağlamak,
- q) Kurumun bilgi güvenliğini sağlamak,
- r) Görev alanı ile ilgili konularda görüş, sunuş, yayın ve makaleler hazırlayarak araştırma sonuçlarını hedef kitleye yaygın olarak ulaştırmak,
- s) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

2.2.6. Hukuk Müşavirliği:

Hukuk Müşavirliği'nin görev ve yetkileri şunlardır;

- a) Yönetim Kurulu ve Genel Sekreterliğe hukuki danışma hizmeti yapmak,
- b) Kurumun görev alanına giren hususlarda mevzuatı derlemek ve değerlendirmek,
- c) Kurumun menfaatlerini koruyucu, anlaşmazlıkları önleyici hukuki tedbirleri zamanında almak, anlaşma ve sözleşmelerin bu esaslara uygun olarak yapılmasına yardımcı olmak,
- d) Kuruma ilişkin her türlü uyuşmazlığın adli ve idari merciler ile icra dairelerinde takibi, savunulması ve çözümlenmesi amacıyla Kurumu temsil etmek ve gerektiğinde yasal yollara başvurulmasına ilişkin işlemleri yürütmek veya hizmet satın alma yoluyla temsil ettirilen davaları takip ve koordine etmek,

- e) Kurumla ve Kurumun görev alanıyla ilgili mevzuata ilişkin hazırlık ve değişiklik çalışmalarını yapmak,
- f) Kurumun diğer birimlerinden sorulan hukuki konular ile hukuki, mali cezai sonuçlar doğuracak işlemler hakkında görüş bildirmek,
- g) Kurumun diğer birimleri tarafından hazırlanan veya diğer bakanlıklardan yahut Başbakanlıktan gönderilen kanun, tüzük ve yönetmelik tasarılarını hukuki açıdan inceleyerek görüşlerini bildirmek,
- h) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

2.2.7. Genel Sekreterlik Müşavirliği:

Genel Sekreterlik Müşavirliği'nin görev ve yetkileri şunlardır;

- a) Genel Sekreterliğe, Kurumun görev alanı ile ilgili konularda müşavirlik hizmeti sunmak,
- b) Yönetim Kurulu ve Genel Sekreterlik tarafından belirlenecek projeleri hazırlamak veya projelere katkıda bulunmak,
- c) Genel Sekreter ve/veya Genel Sekreter Yardımcısı tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

2.2.8. Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü:

Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü doğrudan Genel Sekretere bağlı olup, görev ve yetkileri; Bakanlar Kurulu'nun, 5018 sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanununun 60. maddesi ile 22/12/2005 tarihli ve 5436 sayılı Kanunun 15 inci maddesine dayanarak almış olduğu 18 Şubat 2006 tarihli ve 26084 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 2006/9972 sayılı kararı ile yürürlüğe konulan "Strateji Geliştirme Birimlerinin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" ile belirlenmiştir. Bu görev ve yetkiler aşağıda sunulmaktadır;

- a) Ulusal kalkınma strateji ve politikaları, yıllık program ve hükümet programı çerçevesinde idarenin orta ve uzun vadeli strateji ve politikalarını belirlemek, amaçlarını oluşturmak üzere gerekli çalışmaları yapmak,
- b) Kurumun görev alanına giren konularda performans ve kalite ölçütleri geliştirmek ve bu kapsamda verilecek diğer görevleri yerine getirmek,
- c) Kurumun yönetimi ile hizmetlerin geliştirilmesi ve performansla ilgili bilgi ve verileri toplamak, analiz etmek ve yorumlamak,
- d) Kurumun görev alanına giren konularda, hizmetleri etkileyecek dış faktörleri incelemek, kurum içi kapasite araştırması yapmak, hizmetlerin etkililiğini ve tatmin düzeyini analiz etmek ve genel araştırmalar yapmak,
- e) Yönetim bilgi sistemlerine ilişkin hizmetleri yerine getirmek,
- f) İdarenin stratejik plan ve performans programının hazırlanmasını koordine etmek ve sonuçlarının konsolide edilmesi çalışmalarını yürütmek,
- g) İzleyen iki yılın bütçe tahminlerini de içeren idare bütçesini, stratejik plan ve yıllık performans programına uygun olarak hazırlamak ve idare faaliyetlerinin bunlara uygunluğunu izlemek ve değerlendirmek,

- h) Mevzuatı uyarınca belirlenecek bütçe ilke ve esasları çerçevesinde, ayrıntılı harcama programı hazırlamak ve hizmet gereksinimleri dikkate alınarak ödeneğin ilgili birimlere gönderilmesini sağlamak,
- i) Bütçe kayıtlarını tutmak, bütçe uygulama sonuçlarına ilişkin verileri toplamak, değerlendirmek ve bütçe kesin hesabı ile malî istatistikleri hazırlamak,
- j) İlgili mevzuatı çerçevesinde idare gelirlerini tahakkuk ettirmek, gelir ve alacaklarının takip ve tahsil işlemlerini yürütmek,
- k) Muhasebe hizmetlerini yürütmek,
- l) Harcama birimleri tarafından hazırlanan birim faaliyet raporlarını da esas alarak idarenin faaliyet raporunu hazırlamak,
- m) İdarenin mülkiyetinde veya kullanımında bulunan taşınır ve taşınmazlara ilişkin icmal cetvellerini düzenlemek,
- n) İdarenin yatırım programının hazırlanmasını koordine etmek, uygulama sonuçlarını izlemek ve yıllık yatırım değerlendirme raporunu hazırlamak,
- o) İdarenin, diğer idareler nezdinde takibi gereken malî iş ve işlemlerini yürütmek ve sonuçlandırmak,
- p) Malî kanunlarla ilgili diğer mevzuatın uygulanması konusunda üst yöneticiye ve harcama yetkililerine gerekli bilgileri sağlamak ve danışmanlık yapmak,
- q) Ön malî kontrol faaliyetini yürütmek,
- r) İç kontrol sisteminin kurulması, standartlarının uygulanması ve geliştirilmesi konularında çalışmalar yapmak; üst yönetimin iç denetime yönelik işlevinin etkililiğini ve verimliliğini artırmak için gerekli hazırlıkları yapmak,
- s) Bakan ve/veya üst yönetici tarafından verilecek diğer görevleri yapmak.

2.2.9. Balkan Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi (BCTP) Genel Sekreterliği:

Balkan Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi (BCTP) Güneydoğu Avrupa Ülkeleri İşbirliği Süreci'nin meyvelerinden biridir ve temeli 9-10 Haziran 1997 tarihlerinde Yunanistan'ın Selanik kentinde yapılan Dışişleri Bakanları Toplantısı'nda atılmıştır. Güneydoğu Avrupa Ülkeleri (GDAÜ) İşbirliği Süreci kuruluşunda ve gelişiminde Türkiye'nin öncü katkılarda bulunduğu ve bölge ülkelerinin kendi inisiyatifinden kaynaklanan bir bölgesel işbirliği hareketi olup 1988'de Yugoslavya'da altı ülkenin katılımıyla başlatılmıştır. Eski Yugoslavya'daki savaş yüzünden uzun süre kesintiye uğrayan Süreç 1996 yılında Bulgaristan'ın daveti üzerine Sofya'da düzenlenen Dışişleri Bakanları toplantısı ile ivme kazanmıştır.

BCTP'nin Kuruluş Anlaşması 12-13 Ekim 1998 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen Güneydoğu Avrupa Ülkeleri Devlet Başkanları Zirvesi esnasında 13 Ekim 1998 günü taraf ülkelerin Devlet Başkanlarının gözetiminde, Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının temsilcileri tarafından imzalanmıştır. Balkan Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi (BCTP)'nin Kuruluş Anlaşması 10 Mayıs 2000 tarih ve 24045 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Balkan Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi (BCTP)'nin temel hedefleri Balkan ülkeleri arasındaki ekonomik ve ticari ilişkilerin geliştirilmesi ve bölgenin dünya ticaretinden aldığı payın artırılmasıdır. Merkez faaliyetlerine 1999 yılı itibariyle başlamıştır.

Merkezin başlangıçta yedi üyesi bulunmakta iken Sırbistan ve Karadağ'ın yapılan referandumla birbirinden ayrılmasıyla Sırbistan ve Karadağ Cumhuriyetleri adına iki ayrı taraf kuruluş belirlenerek üye sayısı sekize çıkmıştır.

Anlaşmaya göre İGEME Genel Sekreter Yardımcısı, Merkezin Genel Sekreterliğini yürütmekte olup, söz konusu Merkezin Başkanlığını ise üye ülkelerin (Arnavutluk, Bulgaristan, Makedonya, Romanya, Sırbistan, Türkiye, Yunanistan, Karadağ) ilgili ticareti geliştirme kuruluşları yıllık bazda ve rotasyon usulüne göre üstlenmektedir. Merkezin taraf kuruluşları aşağıda verilmektedir:

- İş ve Yatırım Ajansı (ALBINVEST), Tiran, Arnavutluk
- KOBİ Geliştirme Ajansı (BSMEPA), Sofya, Bulgaristan
- Ekonomi Odası (MEC), Üsküp, Makedonya
- Ticareti Geliştirme Merkezi (RTPC), Bükreş, Romanya
- İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME), Ankara, Türkiye
- Dış Ticaret Kurulu (HEPO), Atina, Yunanistan
- Yatırım ve İhracatı Geliştirme Ajansı (SIEPA), Belgrad, Sırbistan
- Ekonomik Kalkınma Bakanlığı, Podgorica, Karadağ

BCTP faaliyetleri her yıl dönem başkanlığını üstlenen üye ülkede yapılmakta olan BCTP Yürütme Kurulu'nun kararlarıyla belirlenmekte olup, temel faaliyetleri aşağıda verilmektedir:

- Balkan ülkelerine ilişkin her türlü bilgi, istatistiki doküman v.b.nin muhafaza edildiği bir bilgi bankası oluşturulması,
- Ekonomik ve ticari bilginin düzenli olarak değişimi,
- Balkan ülkelerine ilişkin ticari bilgilerin ve taleplerin İGEME tarafından kurulmuş olan BCTP web sayfası (www.balkantrade.org) aracılığıyla tüm dünyaya iletilmesi,
- Balkan ülkelerine ilişkin ticari taleplerin, yatırım ve ortak girişim imkanları ile ihalelerin düzenli olarak yılda iki kez İngilizce dilinde yayınlanan Balkan Ticaret Bülteninde yer alması suretiyle Balkan ülkelerinin karşılıklı yatırım ve işbirliği fırsatlarını zamanında ve topluca görme imkanı sağlanması,
- Balkan ülkeleri arasında ticarete konu olabilecek potansiyel ürün ya da ürün gruplarının belirlenmesinin koordinasyonu,
- “Balkan Ülkeleri Arasında Ticaretin Geliştirilmesi” konulu seminerler düzenlenerek Balkan Ülkelerinden ve Türkiye’den katılacak iş çevrelerine bölgedeki ticari fırsatlar ve pazar imkanlarına ilişkin bilgiler verilmesi,
- Seçilmiş ürün ya da ürün gruplarının hedeflenen Balkan ülkesinde ihraç edilebilme olanaklarının belirlenmesine yönelik olarak pazar araştırmalarının organize edilmesi ve sonuçlarının ilgili kesimlere duyurulması,
- Balkan ülkelerinde düzenlenecek fuar ve sergilere, ülkelerin Dış Ticareti Geliştirme kuruluşları ile koordineli olarak ve onların şemsiyesi altında katılımın organize edilmesi,
- Balkan ülkelerinde çalışma grupları (workshop) organize edilmesi,
- Balkan ülkelerine alış ve satış heyetleri organize edilmesi,
- Balkan ülkeleri dış ticareti geliştirme kuruluşları ile koordineli olarak, kurumlar arası bilgi ve deneyim paylaşımını hedefleyen hizmet içi eğitim programları düzenlenmesi,
- Yapılan çalışmaların gözden geçirilmesi, Balkan ülkeleri arasındaki ekonomik ve ticari gelişmelerin değerlendirilmesi ve bir sonraki yılda aynı amaçla yapılabilecek diğer

faaliyetler hususunda görüş oluşturmak amacıyla yıllık koordinasyon toplantıları düzenlenmesi.

2.3. İGEME'nin Faaliyet Alanları ve Ürünleri

İGEME'nin Kuruluş Kanunu olan 4059 sayılı Hazine Müsteşarlığı ile Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'un ek 2 nci maddesi, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nin görev ve yetki alanlarını detaylandırarak vermektedir.

Buna göre, 1960 yılından günümüze İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi-İGEME, ülkemiz ekonomisi için ihracatın taşıdığı büyük önemin bilinci ile Türkiye ihracatının geliştirilmesi ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulması amacını temel alarak;

- Araştırma-Geliştirme,
- Eğitim,
- Ticari Bilgi,
- Tanıtım ve Yayın Faaliyetleri,
- Uluslararası İlişkiler

olmak üzere beş ana grupta toplanabilecek faaliyetlerini günün değişen gereksinimlerine göre geliştirerek sürdürmekle görevlendirilmiştir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uygulanmakta olan İhracat Stratejik Planı (2004-2006) kapsamında; "İhracatçılara Yönelik Bilgi Merkezleri Oluşturulması", "Kamu, Özel Sektör ve Sivil Toplum Örgütleri Arasındaki İşbirliği ve Koordinasyon Artırıcı Mekanizmaların Oluşturulması" ve "Kamuoyunda İhracat Bilinci Oluşturulması ve İhracatla İlgili Tarafların Eğitilmesi" adlı Çalışma Gruplarının başkanlıkları İGEME tarafından yürütülmektedir. Bu çerçevede ihracatla ilgili tarafların eğitilmesi amacıyla müfredatında dış ticaret dalı bulunan Ticaret ve Meslek Liseleri öğretmenlerinin eğitimine yönelik eğitim programları gerçekleştirilmiştir.

2.3.1. Araştırma Geliştirme Faaliyetleri

İGEME firmaların ihracata yönelmesi ve yurtdışındaki pazar paylarının arttırılmasına yönelik olarak ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamak amacıyla araştırma ve geliştirme faaliyetleri yürütmektedir.

Araştırma ve Geliştirme faaliyetleri, Türk firmalarının ihracata yönelmesi ve yurtdışındaki pazar paylarının arttırılmasına yönelik olarak ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamak için yapılan çalışmalardır. Bu amaçla ihracatçılara dış pazar bilgileri, yurtdışı pazarlama becerilerinin geliştirilmesine yönelik eğitim ve danışmanlık hizmeti ve ihracatın her aşamasında uygulanmakta olan mevzuat ve prosedürler ile finansal desteklere ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

2.3.1.1. Araştırma Raporları

Araştırma raporlarının temel amacı, Türk ihrac ürünlerinin çeşitlendirilmesi için ihrac potansiyeli arz eden ürünlerin ihracat olanaklarının araştırılması ve/veya ihrac ürünlerimizin mevcut pazarlardaki paylarının artırılması ve/veya bu ürünlere yeni potansiyel pazarlar bulunması yoluyla ülkemiz ihracatının geliştirilmesidir.

Dış pazar araştırmalarının amacı firmalarımızı sektörlerinin dünya ticareti ile ilgili bilgilendirmek ve onları hedeflenen dış pazarlara yöneltmektir.

2.3.1.1.1. Dış Pazar Araştırmaları

İGEME tarafından hazırlanan Dış Pazar Araştırmaları, belirli bir sektörün Türkiye'deki durumunu üretim, kapasite, standartlar ve ihracat potansiyeli itibariyle incelemekte, ayrıca sektörün dünya ticaretindeki durumunu, Türkiye'nin dünya ticaretindeki yerini ve ihrac pazarı olabilecek hedef ülkelere ilişkin dış pazar bilgilerini içermektedir.

2.3.1.1.2. Yerinde Hedef Pazar Araştırmaları

Ülkemizin ihracatının artırılması, belli pazarlara olan bağımlılığın kurtarılması amacı ile ihracatçılarımızı yeni hedef pazarlara yönlendirebilmek için İGEME, 2004 yılından bu yana işadamlarımıza dış pazarlarla ilgili rehber olabilecek bilgileri içeren Yerinde Hedef Pazar Araştırmalarını başlatmıştır. Yerinde pazar araştırmaları İGEME uzmanlarının küçük ekipler oluşturarak araştırılan ülkeye gidip yerinde yaptıkları çalışmalardır. Bu kapsamda hedef ülkelerde dış ticaret ve yatırım mevzuatı, pazara giriş imkanları, tüketici tercihleri ve tüketim davranışlarındaki gelişmeler, Türkiye'nin ihracatı açısından potansiyel arz eden tarım ve sanayi ürünlerinin pazar büyüklüğü ve imkanları, pazardaki rakip ülkeler ve rekabet durumu gibi hususlar araştırılmaktadır. Bu araştırmalar kamu ve özel sektör kuruluşları, pazardaki Türk işadamları ve incelenen sektörlerde faaliyet gösteren yerel firmalar ile yapılan temasları ve pazar incelemelerini kapsamaktadır. Araştırma çerçevesinde elde edilen bulgular rapor haline getirilerek basılmakta, ayrıca İGEME web sitesinde yayınlanarak ihracatçıların hizmetine sunulmaktadır.

2.3.1.1.3. Ülke Araştırmaları

Dış ticaret stratejilerine paralel olarak ihracatımızda önem taşıyan ülkeler ve potansiyel hedef pazarlara ilişkin bilgiler sistematik olarak takip edilmektedir. Bu kapsamda 60'ın üzerinde ülke ile ilgili gelişmeler takip edilmekte olup, web sitemizde yayınlanmaktadır.

2.3.1.1.4. Ürün Araştırmaları

İGEME sanayi ve tarım ana sektörleri altında 60'ın üzerinde alt sektörle ilgili ihracatın geliştirilmesine yönelik çalışmalar ve araştırmalar yapmaktadır. Ürün ve sektörler bazında İGEME tarafından hazırlanan ürün profilleri web sitesinde yayınlanmaktadır.

2.3.1.2. Dış Ticaret Mevzuatının Takibi ve Yayınlanması

Türk ihracatçısına, ihracat mevzuatı ve prosedürlerini en son şekli ile duyurmak ve bu amaçla yayınlar hazırlamak son yıllarda önemi giderek artan çalışmalardır. Dış ticaret mevzuatı kitap olarak basılmanın yanı sıra İGEME web sitesinde sürekli yenilenecek elektronik olarak da kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır.

2.3.1.3. İhracatta Pratik Bilgiler

Dış ticaretimizdeki uygulamalar konusunda ihracatçılarımıza danışmanlık ve yayın hizmetlerini yanında İhracatta Pratik Bilgiler Serisi ile özellikle ihracata yeni başlayan firmalarımıza ihracatçılarımıza dış ticaretle ilgili önemli konularda özellikle uygulamaya yönelik bilgilerin kolay anlaşılabilir ve pratik şekilde verilmesi amaçlanmaktadır.

2.3.2. Eğitim Faaliyetleri

İGEME'nin kuruluşunu düzenleyen 4059 sayılı "Hazine Müsteşarlığı ile Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun"da Merkezin kurulma amaçları arasında; dış ticaret konusunda ortaya çıkan gelişmelerin zamanında takip edilmesi ve ilgililerin "dış ticaret konularında eğitilmesi" de yer almaktadır. Merkez, söz konusu amaç doğrultusunda ihracatçılara eğitim hizmeti vermektedir.

İGEME, dış ticaret ile ilgili firma ve kuruluşlarda çalışan elemanların bu alandaki bilgi ve becerilerini geliştirmek, dış ticaretin hedeflenen düzeye ulaştırılmasında ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulmasında ihtiyaç duyulan nitelikli iş gücünün yetiştirilmesine katkıda bulunmak ve bu konudaki eğitimi yurt sathına yaymak gibi temel hedeflerle 15 yılı aşkın bir süredir Eğitim Programları düzenlemektedir. İGEME'nin eğitim konusundaki hizmet yelpazesinde Dış Ticaret Eğitim Programları, Özel Konulu Eğitim Programları, Ülke Sohbet Toplantıları ve İş Yönetim Sistemi Seminerleri gibi ürünler bulunmaktadır.

Eğitim konusunda ağırlıklı olarak talep bazlı olarak faaliyette bulunulmakta olup, talep alınan her bölgeye hizmet getirme anlayışı ilke edinilmiştir.

Eğitim Programlarının organizasyonunda İhracatçı Birlikleri ve Ticaret, Sanayi ve Ticaret ve Sanayi Odaları ile işbirliği yapılmakta ve alınan talepler doğrultusunda eğitim konularının çeşitlendirilmesi yoluna gidilmektedir:

Eğitim, İGEME'nin özellikle son yıllarda öne çıkan çok önemli bir hizmeti olup, iş çevrelerinden her yıl bir öncekine nazaran farklı konularda ve daha fazla sayıda organizasyon için talep alınmakta ve imkanlar ölçüsünde gerçekleştirilmesi yoluna gidilmektedir.

2.3.2.1. Dış Ticaret Eğitim Programları

Dış Ticaret Eğitim Programları İGEME tarafından çeşitli illerde çoğunlukla 1-3 günlük olarak gerçekleştirilen organizasyonlardan oluşmaktadır.

Dış Ticaret Eğitim Programlarında ana hatlarıyla; İhracat ve İthalat Mevzuatı, Dahilde ve Hariçte İşleme Rejimi ile Vergi, Resim, Harç İstisnası Mevzuatı, İhracata Yönelik Devlet Yardımları, Dış Ticarete Ödeme Şekilleri, Kambiyo ve Bankacılık İşlemleri, Teslim Şekilleri, Gümrük Mevzuatı Uygulamaları, İhracatta KDV İstisnası, İhracatın Finansmanında Eximbank Kredileri ve Kredi Sigorta Garanti Programları, Elektronik Ticaret, Yatırımlarda Teşvik Belgesi Uygulamaları ve Yatırım Kredileri, Sınır Ticaret Merkezleri, Serbest Bölgelere İlişkin Uygulamalar, Dış Ticarete Anlaşmazlıkların Çözümü ve Uluslararası Tahkim ve İhracatta Kullanılan Belgeler; Uluslararası Pazarlama, Finansman gibi konular uygulama esaslarını belirleyen ve yürüten ilgili kuruluşların yetkilileri ile konunun uzmanları ve eğitmenleri tarafından sunulmaktadır.

Bu organizasyonlarda, genel olarak Dış Ticaret yelpazesinde yer alan konular bir bütün olarak incelenmekte, bu konularda çalışma yapan kurumlar katılımcılara tanıtılmakta, kurumlarında bu konulardaki çalışmalarını yapan yetkililerle katılımcılar bir araya getirilerek katılımcıların uygulamada karşılaştıkları sorunlara doğrudan yanıt alma olanağı yaratılmaktadır.

2.3.2.2. Özel Konulu Eğitim Programları

2001 yılında uygulamasına başlanan Özel Konulu Eğitim Programları dış ticaret denildiğinde akla gelen her türlü konuda çeşitli illerde düzenlenen 1-2 günlük programları kapsamaktadır. Dış Ticaret Eğitim Programlarında konular genel hatlarıyla bir paket olarak sunulmaktadır. Özel konulu programlarda ise diğer konuların yanı sıra Dış Ticaret Eğitim programına konu olan çeşitli başlıklar daha detaylı olarak incelenmekte, hatta örnek çözümlerle tamamen uygulamaya yönelik olarak gerçekleştirilmektedir.

2.3.2.3. Ülke Sohbet Toplantıları

Ülke Sohbet Toplantıları, yurt dışında görev sürelerinin tamamlayarak yurda dönen Ticaret Müşavirlerimizden eğitmen olarak yararlanılan organizasyonlardır. Ticaret Müşavirlerimizin görevli oldukları ülkeler ile ilgili olarak pazar hakkındaki bilgi, birikim ve tecrübelerini iş çevrelerine aktarmak amacıyla 2001 yılından itibaren uygulanmasına başlanmıştır.

İnteraktif bir şekilde gerçekleştirilen toplantılarda Türkiye ile, ilgili Ülke arasında ticarete konu olan ürünler, tüketici eğilimleri, pazarın yapısı, ikili ticarete karşılaşılan sorunlar, ülkede ticari konularda başvurulabilecek adresler gibi konular detaylı olarak incelenmektedir.

2.3.2.4. İş Yönetim Sistemi Seminerleri

İGEME, Uluslararası Ticaret Merkezi-ITC ile işbirliği içerisinde eğitim aşaması 1999 ve 2000 yıllarında tamamlanan “Dış Ticaret Danışmanı ve Eğiticilerin Eğitimi” projesi gerçekleştirmiştir.

Proje kapsamında 19'u İGEME uzmanı ve kalanı da özel sektör temsilcileri olmak üzere ITC tarafından sertifikalandırılmış 33 eğitici / danışman bulunmaktadır.

2001 yılından itibaren Türkiye'de düzenlenmesine başlanılan İş Yönetim Sistemi Seminerleri ile projenin uygulama aşamasında geçilmiştir. Bu eğitici danışmanların kaynak olarak yararlanıldığı eğitim programları aracılığı ile firmalarda uluslararası pazarlarda rekabet etme ve etkin bir yönetim sistemi oluşturma bilinci yaratılması hedeflenmektedir.

İş Yönetim Sistemi Semineri, Sektörlere yönelik konular yanı sıra, Firmaların Uluslararası Pazarlara Açılmalarında Yönetimin Rolü, Firmalarda İş Tanımı Kavramı, Firma Stratejisinin Oluşturulması, İşletme Faaliyetlerinin Önceliklendirilmesi ve Stratejik Planlama, Pazar Potansiyelinin Ölçülmesi ve Pazar Değerlendirmesi, Dağıtım Kanalları Kurulması, Pazarlarla İletişim Kurma, Ürün Özelliklerinin Saptanması ve Pazarlık Yapma, Müşteri Tutumlarının Saptanması, Satış Başvurularını Özendirmek ve Yanıtlamak, Fiyatlandırma ve Teklif Hazırlama, Sözleşmeler ve Devlet Yardımları gibi konulardan oluşmaktadır.

2004 yılından itibaren İş Yönetim Sistemi seminerleri organizasyonu yurt dışına da taşınmıştır. Çeşitli Balkan Ülkelerindeki KOBİ'lere bu kapsamda İGEME eğitmenleri eğitim vermişlerdir.

Bahsi geçen eğitici danışman ekibi, talep olması halinde firmaların ihracata yönelik sorunlarının çözümüne yardımcı olmak amacıyla teşhis danışmanlığı hizmeti de vermektedir.

2.3.2.5. Diğer Eğitim Programları

Yukarıda anılan eğitim faaliyetlerinin yanında, İGEME personelinin kurumun faaliyet alanına giren her türlü konuda ve dünyadaki gelişmeler paralelinde eğitimine yönelik hizmet içi eğitim programları ve talep edilmesi halinde yurt dışındaki İGEME benzeri kuruluşların personeline yönelik olarak Türkiye'nin dış ticaret yapısını, dünya ticaretindeki gelişmeler ve uluslar arası kuruluşların görevleri ile ülkemizde dış ticarete ilişkin konularda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların tanıtımını içeren eğitim programları da gerçekleştirilmektedir.

2.3.3. Ticari Bilgi Hizmetleri

Ticari bilgi hizmetleri kapsamında, hedef kitlenin ticari bilgiye kolay hızlı ve bulunduğu yerden erişimini sağlamak amacıyla; Ticari Bilgi ve Rehberlik Hizmetleri, Dış Ticaret Bülteni, Ticari Bilgi Kaynakları Rehberi, E-Dönüşüm ve E-Ticaret Hizmetleri, Ankara Ticaret Noktası Faaliyetleri ile Bilgi İşlem Hizmetleri ve Kütüphane hizmetleri yürütülmektedir.

2.3.3.1. Ticari Bilgi ve Rehberlik Hizmetleri (TBRH)

Ticari bilgi hizmeti veren dünyadaki gelişmiş bilgi merkezlerinde gözlenen yeniliklere paralel olarak İGEME'ye başvuran kişi, kurum ve kuruluşların; standart bilgi taleplerini tek noktadan, hızlı ve güncel olarak cevaplamak ve bilginin dağıtımında bütünlük ve standartlaşmayı

sağlamak amacıyla, Merkezimiz Kütüphanesi bünyesinde yapılandırılan Ticari Bilgi ve Rehberlik Hizmetleri (TBRH) Birimi tarafından hedef kitlenin talepleri tamamiyle elektronik ortamda cevaplandırılmaya başlanmıştır. Yılda ortalama 4.000 yerli ve yabancı ticari bilgi sorusunun yanıtlandığı TBRH Biriminde Merkezimizin abone olduğu elektronik veri tabanları, Merkezimiz web sayfası, DTM dış ticaret istatistikleri veri tabanı (bilgi DTM) ile uzman desteği, temel bilgi kaynaklarıdır. Merkezimizi doğrudan ilgilendirmeyen sorular ise ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına yönlendirilerek TBRH'ye ulaşan taleplerin tamamı karşılanmaktadır.

2.3.3.2. Dış Ticaret Bülteni

Farklı kaynaklardan Merkezimize ulaşan dış ticaret talepleri, uluslararası ihaleler, mevzuat değişiklikleri, fuarlara ilişkin duyurular ile İGEME faaliyetleri, web tabanlı sistemle, tarih, ülke ve konu kategorileri bazında sorgulanabilir sistemle, ücretsiz olarak kullanıcıların istifadesine sunulmaktadır.

2.3.3.3. Ticari Bilgi Kaynakları Rehberi

İhracatçı firmalarımızın ihtiyaç duydukları ticari bilgiye en kısa zamanda ve doğrudan ulaşmalarını temin etmek amacıyla hazırlanan, dört ana kategoride sorgulamaya imkan veren, web tabanlı “Ticari Bilgi Kaynakları Rehberi”nde güvenilir elektronik ticari bilgi kaynakları hedef kitlenin kullanımına sunulmaktadır.

2.3.3.4. E-dönüşüm ve E-ticaret Hizmetleri

Türkiye ihracatının geliştirilmesi ve sürdürülebilir ihracat artışının sürekli kılınması yolunda faaliyet gösteren Merkezimizin, bu amaca ulaşmasına katkı sağlaması amacıyla, müşteri/kullanıcı kitlesi olan ihracatçı firmalar ile iletişimini geliştirecek, müşteri talep gereksinim ve değerlendirmelerini yansıtacak kanalları içeren, bunların yanı sıra kurum içinde bilgi akışının daha sağlıklı işlenmesini ve karar alma mekanizmalarını destekleyecek, ayrıca faaliyet ve personel performansının artırılması, izlenmesi ve değerlendirilmesini mümkün kılacak “İGEME BİLGİ SİSTEMİ - İBS” çalışmalarına devam edilecektir.

TÜRKSAT A.Ş. tarafından yürütülen e-Devlet Ana Kapısı projesi kapsamında ana kapıya Merkezimiz hizmetlerinin aktarılması konusundaki çalışmalar sürdürülmektedir.

İGEME web sitesi üzerinde Türk ihracatçısı ile yabancı ithalatçının buluşma noktası olan “Ticari Talep Eşleştirme Hizmeti (TTE)” sürdürülmektedir.

Bilgi toplumuna geçiş sürecinde ihracatçı firmaların e-ticaret konusunda bilgilendirilmeleri amacıyla Dış Ticaret Eğitim Programları ve Özel Konulu Seminerler kapsamında e-ticaret konusunda sunuşlar yapılması ve makaleler hazırlanması yoluyla ilgili kesimleri bilgilendirilmektedir.

2.3.3.5. Dünya Ticaret Noktaları Federasyonu (WTPF) ve Ankara Ticaret Noktası

KOBİ'lerin bilgi ve iletişim teknolojilerini daha etkin kullanarak uluslararası ticarete daha fazla katılımlarının sağlanmasını ve nihai olarak küresel ticaret ağı oluşturulmasını hedefleyen Dünya Ticaret Noktaları Federasyonu'nun (WTPF) web sitesi üzerinden "Küresel Ticari Bilgi Dağıtımı ve Talep Eşleştirme" hizmetleri verilmektedir. Site üzerinden kar amacı gütmeyen ve sistemdeki firmaların güvenilirliğini belli ölçülerde kontrol eden, B2B odaklı e-ticaret hizmeti verilmektedir. İGEME, 1999 yılından beri sisteme Ankara Ticaret Noktası olarak Federasyon üyesi olup, Federasyon paralelinde faaliyetlerine devam etmektedir.

2.3.3.6. Web Sitesi Çalışmaları ve Yazılım Geliştirme ve Altyapı Faaliyetleri

İGEME TBS Dairesince 4 adet web sitesi (İGEME Merkez, Rotterdam Ofisi, Lefkoşe ve BCTP) üzerinde güncelleme, veri girişi ve tasarım çalışmalarına ihtiyaçlar çerçevesinde devam edilmektedir. Web sitemiz performansının artırılmasına ilişkin çalışmalar ile bilgi güncellemeleri sürdürülmektedir.

İGEME web sitesinin "KOBİ web sitesi" hizmetine devam edilerek firmalarımızın başvuruları incelenerek ilgili bölüme girişi yapılmaktadır.

Ayrıca, bilgi güvenliğinin sağlanması, teknik altyapının geliştirilmesi, yazılım programlarının geliştirilmesi ve diğer bilgi işlem faaliyetleri sürdürülmektedir.

2.3.3.7. Kütüphane

Günümüze kadar ticari bilgi depolanması ve dış ticaretle ilgili kişi ve kuruluşların hizmetine sunulmasında rehber, katalog, periyodikler gibi basılı ve elektronik kaynaklara ağırlık vermiş olan İGEME, bu alanda Türkiye'nin kapsamlı ihtisas kütüphanelerinden birini oluşturmuştur. Cenevre'de kurulu Uluslararası Ticaret Merkezi'nin (ITC) kütüphane sistemi örnek alınarak kurulan ve geliştirilen Kütüphane'de her türlü basılı ve elektronik yayının depolandığı katalogun otomasyonu tamamlanmış ve e-kütüphane hizmeti verme aşamasına gelinmiştir. Kütüphane ortamında DTM dış ticaret istatistikleri veri tabanına (Bilgi DTM) güncel olarak erişilmekte olup, bilgi hizmetleri kütüphane kaynakları, Merkezdeki uzmanlarla koordinasyon ve gerektiğinde ilgili kurum ve kuruluşların kütüphanelerine yönlendirme olmak üzere bir bütün halinde verilmektedir.

Mart 2007 itibariyle Merkez kütüphanemizde 8077 kitap, 252 yerli ve yabancı süreli yayın, 72 yerli ve yabancı istatistik ve rapor, 92 rehber, 96 CD, 17 elektronik veritabanı, 90 sözlük ve 3 atlas bulunmaktadır. İstanbul'da bulunan Marmara Bölge Müdürlüğü Kütüphanesi 3.417 adet kitap, 167 yerli ve yabancı süreli yayın, 68 yurtiçi fuar katalogu, 153 rehber, 61 sözlük ve 61 CD; İzmir'de bulunan Ege Bölge Müdürlüğü Kütüphanesi 1.892 adet kitap ve benzeri yayın, 38 adet yerli ve yabancı süreli yayın ile hizmet vermektedir.

2.3.4. Tanıtım ve Yayın Faaliyetleri

İGEME yerli ihracatçılarla yabancı ithalatçıların doğrudan temasını sağlamak, tanıtıma ve yeni iş olanakları oluşturmaya yönelik faaliyetlerini geliştirmek ve etkinleştirmek amacıyla uluslararası fuarlara katılım ve diğer tanıtım faaliyetlerini sürdürmektedir.

2.3.4.1. Uluslararası Ticaret Fuarları

Ticaret fuarları çok eski zamanlardan beri kullanılmakta olan ve pazarlamada zaman içerisinde giderek daha fazla önem kazanan, en yaygın ticareti geliştirme araçlarından birisidir. Uluslararası ticaretin geliştirilmesinde, sürekli ve düzenli iş ilişkilerinin kurulmasında, ticari promosyonun yanı sıra ülke tanıtımının yapılmasında da ticaret fuarlarının önemi oldukça fazladır. Uluslararası fuarcılık alanında gerek ülkemizde ve gerekse dünyada önemli gelişmeler olmaktadır. İGEME bu gelişmeleri yakından izlemekte ve yıllık programları çerçevesinde Türk firmalarının uluslararası ticaret fuarlarına milli düzeyde katılımını organize etmekte, gerek yurtiçinde gerekse yurtdışındaki uluslararası ticaret fuarlarına bilgilendirme standları ile katılmaktadır.

2.3.4.2. Yurtdışına Yönelik Diğer Tanıtım Faaliyetleri

Türkiye'nin ihracat potansiyeli ve ihraç ürünleri ile ihracatçılarımızın yurtdışında tanıtımının yapılması konusunda kuruluşundan bu yana önemli hizmetler veren ve büyük deneyim kazanan İGEME bugüne kadar uluslararası Ticaret Fuarlarına katılımın yanı sıra çeşitli basılı, görsel ve işitsel tanıtım materyali hazırlamıştır. Bunlar arasında yurtdışına yönelik olarak hazırlanan genel veya sektörel bazda broşür, katalog, kitap ve rehberler ile interaktif tanıtım materyalleri sayılabilir.

Yurtdışı tanıtıma yönelik yayın hizmetleri kapsamında Türkiye'yi ve ekonomisini tanıtan yabancı dildeki genel yayınların yanı sıra, ihraç sektörlerimizle ilgili ürün tanıtım broşürleri ile Türk firmalarının ihraç taleplerini yurtdışına taşıyan bir periyodik yayınlanmaktadır. Ayrıca İngilizce web sitemizde yer alan ürün tanıtım profilleri düzenli olarak güncellenmektedir.

Ayrıca, ülkemizin ekonomik, ticari, politik, kültürel ve turistik yönlerinin tanıtımının yanısıra sektör ve firma tanıtımını da amaçlayan, "video klip"ler, "slide show" lar ve Türk müziği örnekleri ile zenginleştirilmiş İngilizce dilinde tanıtım CD'leri hazırlanmakta ve Türkiye'nin yurtdışı temsilcilikleri, İGEME benzeri kuruluşlar, yabancı ticaret ve sanayi odaları kanalı ile yaygın dağıtımını yapılmaktadır. Diğer taraftan, İGEME'nin organize ettiği fuarlarda diğer kuruluşlarca hazırlanan heyet, fuar vs. tanıtım faaliyetlerinde bu materyaller kullanılarak hedef kitlelere ulaşılmaya çalışılmaktadır.

2.3.4.3. Yayınlar

İGEME, tarafından hazırlanan basılı yayınlar, gerek yurtiçine gerekse yurtdışına yönelik olarak hazırlanmakta ve etkin bir şekilde dağıtımını yapılmaktadır.

Araştırma geliştirme çalışmalarının sonuçlarının bulunduğu ülke/sektör/ürün “Araştırma Raporları”, ihracatçılara yönelik pratik bilgilerin yer aldığı “Pratik Bilgiler Serisi”, “İGEME’den Bakış Dergisi” ve mevzuata ilişkin yayınlara ilaveten yurtdışı tanıtıma yönelik genel ve sektörel bazda hazırlanan katalog ve tanıtım broşürleri çalışmaları da İGEME’nin yayıncılık faaliyetlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

2.3.5. Uluslararası İlişkiler

İGEME, dünyadaki ticaretle ilgili gelişmeleri ve eğilimleri takip etmek, kurumun dünyada tanıtımını yapmak, bölgesel işbirliği konusunda önderlik etmek ve diğer kurumların deneyimlerinden faydalanmak amacıyla uluslararası ticaret örgütleri ve diğer ülkelerin ticareti geliştirme kuruluşlarıyla yakın ilişki kurmaya çalışmaktadır.

Bu çerçevede İGEME, bölgesel ya da küresel örgütlere üyelik, ticaretle ilgili uluslararası konferans, toplantı, çalışma grupları ve benzeri platformlarda yer almak, bölgesel ya da ikili işbirliği anlaşmaları çerçevesinde çeşitli projeler yürütmek, yayın değişimi gibi faaliyetlerde bulunmaktadır. İGEME benzeri kuruluşlarla ikili ilişkiler standart işbirliği anlaşmaları çerçevesinde yürütülmektedir. Halihazırda 24 ülkenin ticareti geliştirme kuruluşu ile işbirliği protokolü imzalanmıştır.

İGEME, Avrupa Ticareti Geliştirme Kuruluşları (ETPO), ETPO’nun alt çalışma gruplarından biri olan Bilgi İşlem Çalışma Grubu (WGIP) ve International Association of Trade Training Organizations (IATTO)’nun üyesi bulunmakta olup, Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)’nin de Türkiye’deki iribat ofisi konumundadır. Uluslararası ticaretteki gelişmeleri takip etmek ve bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla bu kuruluşların yıllık toplantılarına iştirak edilmektedir.

İGEME’nin uluslararası ilişkiler alanında yürütmekte olduğu faaliyetlerden biri de yukarıda bahsi geçen Balkan Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi (BCTP)’nin Daimi Sekreteryasıdır.

İGEME, KOBİ’lerin bilgi ve iletişim teknolojilerini daha etkin kullanarak uluslararası ticarete daha fazla katılımlarının sağlanmasını ve nihai olarak küresel ticaret ağı oluşturulmasını hedefleyen Dünya Ticaret Noktaları Federasyonu’nun (WTPF) operasyonel Ticaret Noktası (TN) konumunda olup, Federasyon paralelinde faaliyetlerine devam etmektedir.

Yukarıda değinilen faaliyetlere ek olarak İGEME tarafından çeşitli uluslararası ve İGEME benzeri kuruluşlarla işbirliği içinde proje bazlı faaliyetler de yürütülmektedir.

2.3.6. Devlet Yardımları

İGEME, “İhracata Yönelik Devlet Yardımları” kapsamında iki adet devlet yardımını Dış Ticaret Müsteşarlığı adına yürütmektedir. Söz konusu destekler “Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği” ve “Eğitim Desteği”dir.

“Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği”, Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile yazılım sektöründe iştigal eden şirketlerin potansiyel pazarlar hakkında sistematik ve objektif bilgi sağlanması, yeni ihraç pazarları yaratılması ve geleneksel pazarlarda pazar payımızın artırılmasına yönelik olarak gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin giderlerinin belirli bir bölümünün Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanması amaçlanmaktadır.

Bu kapsamda Merkezimizce firmaların;

Ürünleri ve/veya sektörleriyle ilgili olarak gerçekleştirilen pazar araştırması projelerine ilişkin giderleri,

Yurt dışına yönelik pazarlama stratejileri ve eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla Müsteşarlıkça uygun görülen pazar araştırması hizmeti veren kurum ve/veya kuruluşlardan satın alacakları pazar araştırması raporları ve istatistikler vb.’ne ilişkin giderler ile bu kurum ve/veya kuruluşlara üyelik giderleri,

Ürünlerinin yurt dışına yönelik olarak elektronik ortamda pazarlanabilmesi amacıyla Müsteşarlıkça uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri, Dış Ticaret Müsteşarlığınca hazırlanmış olan uygulama usul esasları çerçevesinde desteklenmektedir.

KOBİ ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticaret konulu eğitim faaliyetlerine ilişkin harcamaları “Eğitim Yardımı” kapsamında desteklenmektedir.

2.4. Kuruluş İçi Analiz

2.4.1. Personel Durumu:

İGEME yerine getirdiği hizmetleri 3 başkanlığa bağlı 7 daire başkanlığı, 2 bölge müdürlüğü ve 2 yurtdışı ofis müdürlüğü ile yürütmektedir. Kurumda 19/02/2007 tarihi ve pozisyon itibarıyla dağılımı aşağıda yer alan 105’i T.C. Emekli Sandığına tabi sözleşmeli, 57’si SSK’ya tabi işçi statüsünde olmak üzere toplam 162 personel görev yapmaktadır.

Tablo 1. Personelin İstihdam Durumu

POZİSYON	TEŞKİLAT			TOPLAM PERSONEL SAYISI
	Merkez	Bölgeler	Yurtdışı Ofis Müdürlükleri	
Yönetici	14	5	2	21
Meslek Personeli	61	4		65
İhtisas Personeli	14	2		16
Ofis Personeli	40	4	1	45
Destek Personeli	12	3		15
TOPLAM	141	18	3	162

Tablo 2. Personelin Eğitim Durumu

EĞİTİM DURUMU	PERSONEL SAYISI
Doktora	4
Yüksek Lisans	24
Lisans	91
Ön Lisans	4
Lise	22
İlköğretim	17

2.4.2. Mali Durum

Tablo 3. Yıllar itibarıyla İGEME'ye tahsis edilen bütçe ödenekleri

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Bütçesi, 2000-2007 (YTL)				
Yıl	Cari Ödenekler	Yatırım Ödenekleri	Transfer Ödenekleri	Toplam Bütçe Ödeneği
2000	2.602.634	-	1.542	2.604.176
2001	4.304.013	-	1.560	4.305.573
2002	6.343.348	-	1.646	6.344.994
2003	7.262.633	17.937	72.493	7.353.063
2004	7.937.096	-	79.947	8.017.043
2005	9.066.545	86.065	115.731	9.268.341
2006	9.220.137	28.910	143.067	9.392.114
2007 *	13.415.000	-	81.000	13.496.000

* Bütçe başlangıç ödeneğidir.

2.4.3. Teknolojik Alt Yapı

İGEME bilgisayar kullanımına ilk kez 1980'lerin ortalarında geçmiş olup bilgisayarlar 1990'ların ortalarına kadar yayıncılık ve ofis araç-gereçleri olarak kullanılmıştır. Bu dönemden sonra Merkez içinde PC bazlı ağ sistemlerinin geliştirilmesi ve veri tabanı oluşturulması çalışmalarına da başlanmıştır. Aynı dönemde internetin gücü ve bilgi teknolojileri içerisindeki rolünün fark edilmesi ile birlikte 1997 yılında Merkezimiz web sitesi kullanıma açılmıştır.

Merkezimiz tüm personelinin bilgi teknolojileri imkânlarından azami ölçüde yararlanmasını gözetmekte olup çalışan başına düşen bilgisayar sayısı 1,20 düzeyine yükseltilirken her kullanıcıya ağa/internete erişim olanağı sağlanmaktadır.

Tablo 4. Bilgisayarların Sayısal Dağılımı

	<i>Sunucu</i>	<i>Kişisel Bilgisayar</i>	<i>Dizüstü Bilgisayar</i>	<i>Toplam</i>
<i>Merkez (Ankara)</i>	7	130	19	156
<i>Ofisler/Bölge Müd.</i>	1	17	6	23
Toplam	8	147	24	179

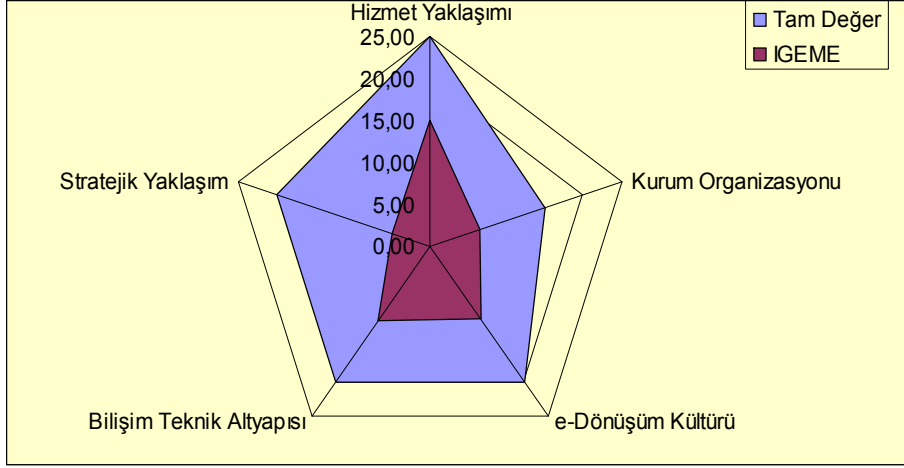
Kullanıcı bilgisayarlarının yazılım/donanım altyapısının güncel tutulması için gereken bakım ve iyileştirme hizmetleri Merkezin kendi kaynakları ile etkin bir biçimde sağlanmaktadır. Merkez içi ağ ve internet erişim altyapılarında yüksek performanslı ve kesintisiz bir çalışma ortamı sunulmaktadır. Verilerin ve çalışma ortamının güvenliği titizlikle takip edilmekte, tüm sistem öncelikle bir firewall tarafından korunmaktadır. E-posta sunucusu bağımsız antivirüs ve antispam özelliklerine sahip olup ayrıca kullanıcı düzeyinde antispay yazılımları kurulmuştur. Tüm bilgisayarlarda güncelleme işlemleri Merkezde kurulan bir güncelleme sunucusu aracılığıyla otomatik olarak ve günlük bazda gerçekleştirilerek sistem güvenliği maksimize edilmiştir. Merkez için bir, Yurtdışı Ofisler için iki ve Balkan Ticareti Geliştirme Merkezi için bir olmak üzere toplam dört adet web sitesinin güvenli ve sürekli işletimi sağlanmaktadır.

İGEME'nin müşteri/kullanıcı kitlesi olan ihracatçı firmalar ile iletişimini geliştirecek, müşteri talep gereksinim ve değerlendirmelerini yansıtacak kanalları içeren, bunların yanı sıra Merkez içinde bilgi akışının daha sağlıklı işlenmesini ve karar alma mekanizmalarını destekleyecek, ayrıca faaliyet ve personel performansının artırılması, izlenmesi ve değerlendirilmesini mümkün kılacak web bazlı yeni bir bilgi sistemi oluşturulması çalışmalarına 2005 yılı sonunda başlanmıştır.

Bu çalışmayı gerçekleştirebilmek amacıyla web tabanlı bir yöntem seçilmiştir. Uygulama geliştirmede çalışacak teknik personelin Merkez içinde kendi kaynaklarımız ile eğitimi sağlanarak, faaliyet bazında yeni modüller geliştirilmesinin yanı sıra mevcut istemci-sunucu tabanlı sistemlerin dönüştürülmesi süreci de başlatılmıştır. Bu kapsamda, İGEME Bilgi Sisteminin kapsanacağı Kurumsal intranet sitemiz 2006 yılı Nisan ayında devreye alınmış, Ofislerimiz ile Merkezimizdeki (Ankara) birimlerin verileri kaynağında sisteme girişinin altyapısı sağlanmıştır. İhracatta Pazar Araştırması ve Eğitim Destekleri, Kütüphane, Stajyer, Yayın, Eğitim ve toplu e-posta modüllerimiz kullanıma açılmıştır. Bu kapsamdaki modüllerin 2007 yılı sonuna kadar tamamlanması ve firma/kullanıcı veri tabanımızın güçlendirilmesi doğrultusunda, İGEME web sitesinin, kayıtlı kullanıcı sistemine geçilerek yeniden yapılandırılması planlanmaktadır.

Türksat A.Ş. tarafından İGEME bilgi teknolojileri altyapısının değerlendirilmesi amacıyla oluşturulan anket sorularına verilen cevapların değerlendirilmesi sonucunda elde edilen grafikten de görüleceği üzere, en yüksek puanı hizmet yaklaşımı almıştır. Merkez personeli hizmeti doğru, hızlı ve sürekli verebilme konusunda disiplinli ve yüksek performanslı çalışmaktadır.

Şekil 1. İGEME Bilgi Teknolojileri Altyapısının Değerlendirilmesi



Kaynak: Türksat A.Ş. – İGEME Anket Çalışması

İGEME organizasyonuna ilişkin veriler incelendiğinde genel olarak bilişim personeli yetersizliği ve mali kaynak kullanımı sıkıntısı gözlemlenmiştir. Bilişim yatırımları için bütçe dışı kaynak kullanımı yoktur.

E-dönüşüm kültürü açısından bakıldığında üst yönetim desteği yeterli olup, kurum içi direnç azdır. Ancak iş süreçleri iyileştirme çalışmalarında hizmet birimlerinin daha yavaş ve temkinli davranmaları öne çıkan tespitlerdir. Aynı zamanda, Bilgi İşlem biriminin e-dönüşüm çalışmaları için desteklenmesi gerekmekte olup, tüm birimlerin bu konudaki eğitim eksikliği ihtiyacı da gözlemlenmiştir.

Bilişim teknik altyapısı yedekleme ve felaket kurtarma açısından yetersizdir. Hizmetlerin kesintisiz sürdürülebilmesi için bu birimin yeniden yapılandırılması, standartların ve işletim politikalarının oluşturulması, teknik olarak, güvenlik ve risk yapılarının belirlenip uygulamaya konulması gereklidir.

2.5. Paydaş Analizi

2.5.1. Paydaşların Tespiti

Türkiye ihracatının geliştirilmesi ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulması temel amacıyla faaliyet gösteren İGEME'nin ihracatçı firmalar, çeşitli kamu kurumları ve yurt dışındaki muadil kuruluşları başta olmak üzere geniş bir iç ve dış paydaş kitlesi bulunmaktadır.

İGEME Stratejik Planında yer alan stratejik amaçların belirlenmesinde paydaşların görüş ve beklentilerinin büyük önem taşıdığı düşüncesinden hareketle iç ve dış paydaşlar ve bu paydaşlara İGEME tarafından sunulmakta olan ürün ve hizmetler titizlikle belirlenmiştir. Ardından, belirlenen paydaşların görüş ve beklentilerinin alınması amacıyla detayları ileride verilecek olan geniş çaplı bir paydaş analizi anketi uygulanmıştır.

Tablo 5. İGEME Paydaş Matrisi

Paydaş	Çalışan	Müşteri	Temel Ortak	Stratejik Ortak	Tedarikçi
Dış Ticaret Müsteşarlığı		√	√	√	√
TOBB ve Ticaret ve Sanayi Odaları		0	0	0	0
TİM / İhracatçı Birlikleri		√	0	√	√
Yerli Firmalar		√			0
Yabancı Firmalar		√			0
Yabancı Tic. Gel. Kur.		√		√	√
Uluslararası Kuruluşlar		0		0	0
Üniversiteler		√		0	√
Öğrenciler		0			
Diğer Kamu Kuruluşları		0		0	0
STK'lar		0		0	0
T.C. Ticaret Müşavirlikleri		√	√	√	√
T.C'nin Büyükelçilikleri		√		√	0
Türkiye'deki Yabancı Misyonlar		√		0	√
İGEME Personeli	√				
Yerli ve Yabancı Mal ve Hizmet Sağlayıcılar					√
İl Temsilcilikleri		√		√	√

0: Herşey dahil olmayan bir ilişki vardır.

√: Tam kapsamlı bir ilişki vardır.

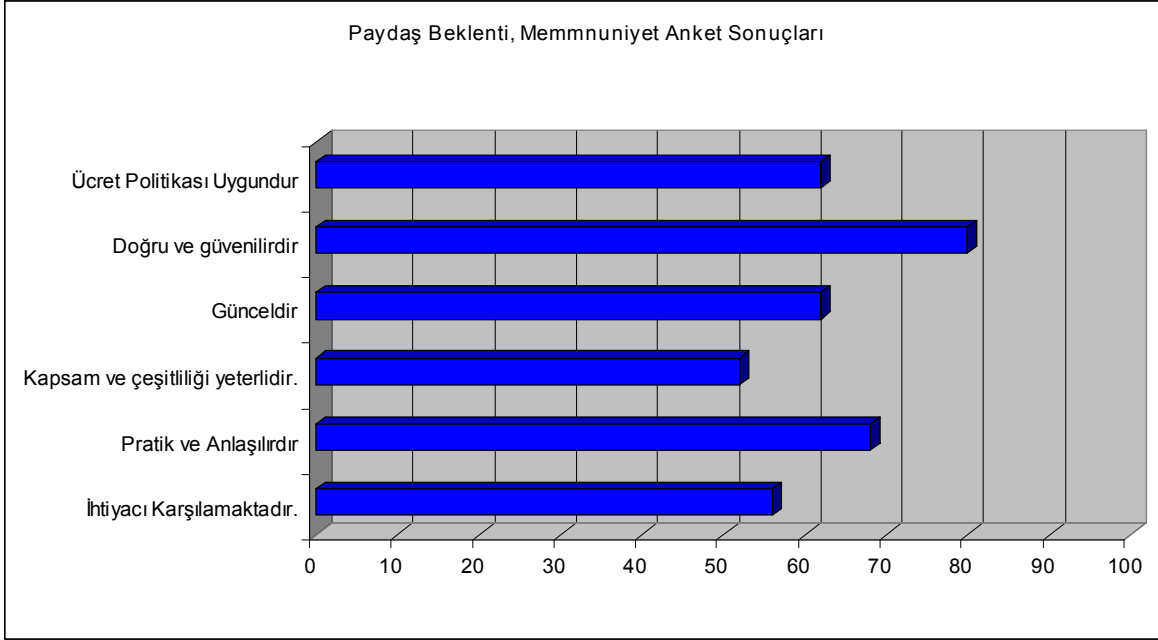
Tablo 6. Müşteri-Ürün/Hizmet Matrisi

ÜRÜN - HİZMET MÜŞTERİ	Ürün Bilgisi	Ülke Bilgisi	Dış Pazar Araştırmaları	Yurtdışı tanıtıma yönelik yab. dilde haz. yayınlar	İhracata Yön. Prat. Bil.	Uzman görüşü/ Danışmanlık	Dış Ticaret Mevzuatı	Eğitim Hizmetleri	Fuar Organizasyonları	Ticari Bilgi-Rehberlik Hizmetleri	Dış Ticaret Bülteni	Talep Eşleştirme	Web sitesi	Kütüphane Hizmetleri	Uluslararası organizasyonlar	Dış Ticareti Gel. Projeleri	Devlet yardımı
Dış Ticaret Müsteşarlığı	x	x	x	x	x	X	x	x		X			x	x	x	x	
TOBB ve Ticaret ve Sanayi Odaları	x	x	x	x	x	X	x	x		X	x		x	x	x		
TİM / İhracatçı Birlikleri	x	x	x	x	x	X	x	x	x	X	x		x	x	x	x	
Yerli Firmalar	x	x	x	x	x	X	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x
Yabancı Firmalar	x	x		x		X	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	
Yabancı Tic. Gel. Kur.	x	x		x		X	x	x	x	X			x		x	x	
Uluslararası Kuruluşlar	x	x		x		X	x	x		X			x		x	x	
Üniversiteler	x	x	x		x	X	x	x		X			x	x		x	
Öğrenciler	x	x	x		x	X	x	x		X			x	x			
Diğer Kamu Kuruluşları	x	x	x	x	x	X	x			X			x	x		x	
STK'lar	x	x	x	x	x	X	x	x	x	X	x		x	x			x
T.C. Ticaret Müşavirlikleri	x	x	x	x	x	X	x			X			x	x	x	x	
T.C'nin Büyükelçilikleri	x	x	x	x		X				X			x				
Türkiye'deki Yabancı Misyonlar	x	x		x		X	x			X	x		x	x			
İl Temsilcilikleri	x	x	x	x	x	X	x	x		X	x		x	x			

2.5.2. Paydaş Görüşlerinin Alınması-Kullanıcı Beklenti ve Memnuniyet Ölçümleri

İGEME-Stratejik Planı Yürütme Komitesi üyeleri tarafından paydaş görüşlerinin alınması amacıyla yurt içi ve yurt dışındaki paydaşlara yönelik olarak geniş çaplı bir anket çalışması yapılmıştır. Yaklaşık 13.000 anket paydaşlara gönderilmiş olup, bunlardan yurtiçinde yerleşik olanlardan 534, yurtdışında yerleşik olanlardan 67 olmak üzere toplam 601 adet geri dönüş olmuştur. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinin ardından ortaya çıkan paydaş görüş ve önerileri aşağıda özetlenmektedir.

Tablo 7. Paydaş Beklenti, Memnuniyet Anket Sonuçları



Değerlendirmeler neticesinde ankete cevap verenlerin yaklaşık % 64'ünün ihracatçı olduğu görülmektedir. İGEME'den haberdar olma araçlarının öğrenilmesinin amaçlandığı ilk soruya verilen yanıtlar en fazla “web aracılığı” ile kurumdan haberdar olduğunu, bunu “kişisel ilgi” ve “basılı İGEME yayınları”nın takip ettiğini göstermiştir.

İGEME hizmetleri, 14 grup altında toplanmış ve paydaşlara, bu hizmetleri 6 kriter bazında değerlendirmeleri, fikir sahibi olmadıkları alanları boş bırakmaları istenmiştir. Sorulara gelen yanıtlardan, İGEME hizmetlerinin en önemli özelliği olarak “Doğru ve Güvenilir”lik ile “Pratik ve Anlaşılır”lığın ön plana çıktığı görülmüştür. Ankete cevap verenlerin % 80,5'i hizmetlerimizin “ Doğru ve Güvenilir”, % 68,4'ü ise “Pratik ve Anlaşılır” olduğunu ifade etmiştir. Anket sonuçları göz önünde bulundurulduğunda İGEME tarafından sunulan hizmetlerin kapsam ve çeşitlilik açısından geliştirilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Hizmetlerimizin kriterler bazında incelenmesi neticesinde “Ürün bilgisi” sağlama hizmetimizin % 48,9'u oranında ihtiyacı karşıladığı, “Web Sitesi” hizmetimizin % 75 oranda

pratik ve anlaşılır bulunduğu görülmüştür. “Ürün, Ülke Bilgisi ve Dış Pazar Araştırmaları” mızın kapsam ve çeşitliliği %50'nin altında yeterli bulunmuş olup, geliştirilmesi yönünde yoğun talep dikkati çekmektedir. Bunun yanı sıra “Dış Ticaret Mevzuatı” hizmetimizin % 77 oranında güncel % 91 oranında doğru ve güvenilir olduğu belirtilmiştir. Daha genel bir izlenim elde etmek amacıyla kriter ortalamalarına bakılarak yapılan değerlendirilmede, sırasıyla “Dış Ticaret Mevzuatı”, “İhracatta Pratik Bilgiler”, “Web Sitesi” ve “Eğitim Hizmetleri”nin en yeterli hizmet olarak işaretlendiği görülmüştür.

İGEME'nin paydaşları, kuruma ulaşma konusunda sorunla karşılaşmamaktadırlar. Kurum hizmetlerinden faydalanırken en fazla web sitesini kullanmakta olup, siteden daha fazla yararlanma yönünde beklentilerini de iletmektedirler. İGEME hizmetlerinden yararlanan kullanıcılardan % 96'sı sunulan hizmetlere “orta ve üzerinde” ağırlık verilmesini istemiş olup kullanıcıların % 4'ü bazı hizmetlerin gereksiz olduğunu belirtmiştir.

Paydaşlara uygulanan anketle, İGEME hizmetlerinin geliştirilmesine yönelik alınan beklentilerde öne çıkan görüşler aşağıda özetlenmiştir:

- Web hizmetlerinin kapsam ve etkinliğinin artırılarak daha proaktif olunması,
- Üretilen ticari bilginin kapsamının ve güncelliğinin geliştirilmesi,
- KOBİ'lere yönelik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin artırılması,
- Ülke sohbet toplantıları gibi ürün sohbet toplantıları düzenlenmesi,
- Eğitim hizmetlerinin kapsamının geliştirilmesi ve özel sektörden eğitimcilerin de katılımıyla uygulamalı eğitimlere de başlanması,
- Yurtdışı bilgi toplama kabiliyetinin artırılmasını teminen Yurtdışı ofis sayısının artırılması,
- Yurtdışında yürütülen Türk ihraç ürünleri ve firmaları tanıtım faaliyetlerinin artırılması,
- Güncel, güvenilir ithalatçı adres bilgilerinin hızlı sağlanması,

İGEME tarafından sunulan hizmetlerin rekabet durumunu ölçmeye yarayan değerlendirme neticesinde; İGEME tarafından sunulan hizmetlere benzer nitelikte hizmetlerin kısmen diğer kurum, kuruluşlar ve özel sektör firmaları tarafından da verilmekte olduğu ancak mukayese edildiğinde genellikle Merkezimizin vermiş olduğu hizmetlerin tercih edildiği anlaşılmıştır. Bunlara ek olarak;

- İGEME'nin vermiş olduğu benzer nitelikteki hizmetlerin daha çok İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları ve KOSGEB tarafından verilmekte olduğu,
- Fuar organizasyonu, ürün bilgisi ve eğitim hizmetlerinin diğer kurum ve kuruluşlar tarafından da en çok gerçekleştirilen hizmetler olduğu,
- Yurtdışına yönelik yayınlar ile kütüphane hizmetlerinin diğer kurum ve kuruluşlar tarafından en az gerçekleştirilen hizmetler olduğu,

sonucuna varılmıştır.

İGEME, benzeri görev ve faaliyetleri yürüten paydaş kurumlardan daha önce, 1960 yılında dönemin koşullarına göre oldukça özerk bir yapıda kurulmuştur. 1980'li yıllarla birlikte dış ticaret ve özellikle ihracata verilen destek ve önemin artması dış ticaret konusunda yeni

yapılanmaların ortaya çıkmasını da beraberinde getirmiştir. İGEME de bu süreçte gerçekleştirilen pek çok projenin hazırlanmasında ve uygulanmasında aktif olarak yer almıştır.

Söz konusu kurumların birbirine benzer görev ve faaliyetleri olmakla birlikte, hedef kitleler, kullanılan yöntemler ve verilen öncelikler arasındaki farklılıklar her bir kuruma olan ihtiyacı ve önemi ayrıca ortaya koymaktadır. İGEME, kendisiyle benzer görev ve faaliyetler yürüten bu paydaş kurumlarla birlikte başta “dış ticaret eğitim programları” ve “fuurlar” olmak üzere birçok ortak faaliyet gerçekleştirmekte, bilgi/birikim/uzman desteği konularında karşılıklı işbirliğinde bulunmaktadır. Özellikle dış pazar ve sektör uzmanlığı İGEME'nin hala rakipsiz olduğu alanlardan biri olup, bu kapsamda İGEME uzmanları, söz konusu paydaş kurumların çeşitli faaliyetlerine de etkin katkı sağlamaktadırlar.

İhracatı Geliştirme Fonu'nun tasfiye edilmesi ve son olarak 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'na İGEME' nin de tabi olması ile birlikte daha esnek yapıda olan paydaş kurumlarla olan işbirliği, özellikle eğitim ve fuar organizasyonu konularında, İGEME açısından daha önemli bir hale gelmiştir. Bu işbirliği neticesinde 2006 yılında toplam 4 uluslararası fuara milli katılım sağlanmış, toplam 86 eğitim programı ile 5000'e yakın kişiye eğitim hizmeti verilmiştir.

Ülkemizin ilk ve tek resmi dış ticareti geliştirme kuruluşu olarak İGEME bu özelliği ile yabancı/uluslararası Ticareti Geliştirme Kuruluşları tarafından da muhatap adres ve örnek kurum olarak nitelendirilmektedir. Bu çerçevede İGEME, hali hazırda 25 ülkenin Ticareti Geliştirme Kuruluşu ile İşbirliği Protokolü imzalamış, Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), İslam Kalkınma Bankası (IDB), Dünya Bankası, UNIDO gibi kuruluşlarla da çeşitli ortak programlar gerçekleştirmiştir.

İGEME, Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından gerçekleştirilmekte olan bağlı kuruluşlar koordinasyon toplantılarının tümüne katılmakta ve bu kapsamda kendine düşen görevi en iyi şekilde yerine getirmeye çalışmaktadır.

Anket sonuçlarına göre, ihracatçılarımızın İGEME'nin temsilciliklerini çok fazla tanımadığı ve hizmetlerimizi Merkez aracılığı ile edinme yolunu tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Kurumlara uygulanan anket sonuçları, İGEME'nin en fazla eğitim semineri ve fuar organizasyonu alanında diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği yaptığını göstermiştir.

İGEME hakkındaki “genel görüş ve beklentiler nelerdir?” sorusuna paydaşların; % 38'i Merkezin hizmetlerinden memnuniyet duyduklarını ifade etmiş olup, % 52'si hizmetlerden memnun olmakla birlikte iyileştirme ve farklılaştırmalar konusunda önerilerde bulunmuşlardır. Sadece % 10'u ise beklentilerin karşılanmadığını beyan etmişlerdir.

2.5.3. İç Paydaş Analizi

İGEME Stratejik Plan hazırlık sürecinde iç paydaşlar arasında yer alan çalışanların görüş ve düşüncelerinin de katılımcı bir anlayışla plana dahil edilmesi amacıyla İGEME'de daha önce

yapılmış olan çalışma ve anketler titizlikle değerlendirilmiş ve değerlendirme sonuçları gerek GZFT analizi gerekse stratejik amaç ve hedeflere yansıtılmıştır.

2.6. Çevre Analizi

2.6.1. Dünyada Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının Çalışmalarını Etkileyen Süreçler

20. yüzyılın sonlarında dünya genelinde küreselleşmenin hızla yaygınlaşması ve dış ticarete uygulanan desteklere yönelik uluslararası politikalarda bir değişim süreci yaşandığı görülmüştür. Sonuç olarak, doğrudan parasal desteklerin aşamalı olarak kaldırılarak teknik desteklerin ağırlık kazanması, bilgi ve iletişim teknolojileri başta olmak üzere teknolojik alandaki “devrim”lerin şekillendirdiği iş stratejileri, tanımları ve araçlarındaki köklü değişimler gibi ekonomik yaşamı ve yapıları yeniden şekillendiren gelişmeler ortaya çıkmıştır.

Bu gelişmelerin rekabeti artırıcı etkileri, rekabet gücünde fiyat dışındaki faktörlerin ağırlığını artırması, kazandırdığı yeni teknolojilerin yönetim kapasitesi ve pazarlara erişim olanakları ile verimliliği büyük oranda etkileme yeteneği dış ticareti geliştirme kuruluşlarının gerekliliğini ve önemini bir kere daha ortaya koymuştur.

Söz konusu unsurlar, ticareti geliştirme kuruluşlarının kullanıcı/müşteri odaklı, kamu/özel sektör işbirliğinin gelişimini sağlayıcı, bilgi teknolojilerinden yoğun biçimde yararlanarak yönetim ve ihracat kapasitesinin geliştirilmesine ağırlık verilecek şekilde yeniden yapılanma zorunluluğunu doğurmuştur. Singapur, Güney Kore, İrlanda ve İngiltere gibi örnek alınabilecek bir çok ülkede, misyon ve vizyon yeniden tanımlanarak ya mevcut yapılanmalar tümüyle değiştirilmiş ya da organizasyon yapılarında ciddi değişikliklere gidilmiştir.

Dünya genelinde dış ticareti geliştirme kuruluşlarının yapılanmalarında gözlenen genel eğilimler;

- Ülkeler arasındaki ticaretin karşılıklı ve dengeli olması ihtiyacı, Türkiye gibi, ihracatının önemli bir bölümü ithalata dayalı ekonomilerde, dış ticaretin bir bütün olarak, ulusal yararları gözetecek ve ihracatı geliştirecek şekilde desteklenmesi gerektiği gibi nedenlerle sadece ihracatı geliştirmek gibi bir yaklaşımın eksik kaldığı gözlenerek dış ticareti geliştirme yapılanmasına ağırlık verilmesi,
- Dış ticareti geliştirme faaliyetlerinde danışmanlık hizmetlerine, genel amaçlı ve genel kapsamlı hizmetler yerine bireysel bazda, firmaların düzey ve gereksinimlerine uygun, entegre pazar geliştirme hizmetlerine ağırlık verilmesi,
- Hizmetlerin, yönetim kapasitesinin ve müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi ile hizmetlerin yaygınlaştırılması önem kazanırken, bu alanlarda bilgi ve iletişim teknolojilerinden ve ağırlıklı olarak elektronik ticaret araçlarından etkin biçimde yararlanılması,
- Yabancı sermaye yatırımlarının, üretimde teknoloji yoğunluğunun ve verimliliğin artması, yerli firmaların uluslararasılaşması ve küresel değer zincirindeki konumlarının güçlenmesi ile yönetim kapasitelerinin gelişmesi ve yeni pazarlara girişinin kolaylaşması gibi, dış ticareti - özellikle de ihracatı - geliştirici niteliğinden maksimum yararın sağlanmasından hareketle dış ticareti geliştirme faaliyetleri ile yabancı yatırımları

teşvik faaliyetlerinde organik bir eşgüdümüne gidilmesi hatta bunların aynı bünyede toplanması,

- Geliştirilen strateji ve planların uygulanabilirliği ve başarısının belirli ölçülerde güvence altına alınması ile hizmetlerin bütünselliğinin yaratacağı sinerjiden yararlanılması için katılımcılık, kurumsal işbirliği ve eşgüdümün geliştirilmesi

olmuştur.

Yukarıda sayılan gelişmeler ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan değişim ihtiyacı çerçevesinde Ticareti Geliştirme Kuruluşları'nın (TGK) faaliyetlerini yeniden gözden geçirmekte oldukları gözlemlenmektedir. Dünyanın çeşitli bölgelerindeki başarılı TGK'ların özellikle misyon, vizyon, strateji, stratejik planlama gibi kritik kavramlar üzerinde sıkça durdukları ve faaliyetlerini bu temelde değerlendirdikleri görülmektedir.

Günümüzde Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının faaliyetleri yalnızca ticaretin geliştirilmesi faaliyetleri olarak değil aynı zamanda ülkelerin ekonomik zenginlik için farklılaştırılmış rekabet gücü arayışı açısından da değerlendirilmektedir. Bundan hareketle bazı ülkelerde TGK'lar ticaret ve yatırımların geliştirilmesi faaliyetlerini birleştirerek iki ayrı konuyu birlikte ele alırken, bazı ülkelerdeki TGK'lar ise iki farklı işin tek bir çatı altında yapılmasının zahmetli bulunması nedeni ile yalnızca ticareti geliştirme faaliyetleri yürütmektedir. Bazı TGK'ların maliyet tasarrufu ile ticarete farklılaşan eğilimlerin etkisi ve taleplere tek bir noktadan (one stop shop) yanıt verme gerekliliği nedeniyle, gerek ihracat gerekse yatırım promosyonu açısından hedeflenen pazar ve müşteri benzerliklerinden dolayı ticaret ve yatırımların geliştirilmesini birlikte ele aldıkları gözlenmektedir. Ticaretin ve yatırımların geliştirilmesinin tek bir kurumda birleştirildiği ülkeler bu yolla bir sinerji ve ülke imajına dayalı ortak bir marka yaratmayı hedeflemektedir. Sonuç itibarı ile TGK'ların kurumsal yapılarına uygulamaları beklenen değişiklikler ve faaliyet alanlarına ilişkin verecekleri kararlar ülkelerinin büyüklüğü, iş kültürü ve maliyet tasarrufu gibi özellik ve ihtiyaçları ile ilişkilidir. Bu nedenle her bir TGK'nın söz konusu unsurlar çerçevesinde münhasıran şekillendirilmesi önem taşımaktadır.

Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının değişik durumlara uyum sağlayabilen, esnek bir yapıya sahip olmaları önemli bir husustur. Günümüzde firmalar hedef pazarlarını kendi başlarına seçebilir hale gelmiştir. Bu nedenle TGK'ların etkili hizmet verebilmek için misyonlarını, yaklaşımlarını, hizmetlerini ve hizmet verecekleri pazarları belirlemede çok dikkatli olmaları gerekmektedir. TGK'ların verdikleri hizmetler zaman içinde genel olmaktan öteye geçerek daha spesifik ve ihtiyaca göre bir hale gelecektir. Daha etkin ve verimli bir hizmet sunulabilmesi için ihracatın geliştirilmesi çalışmalarının yarısı yerel pazarda yoğunlaşırken, diğer yarısının ise yabancı hedef pazarlarda yoğunlaştırılması daha da önem kazanmaktadır. Ulusal pazarda güçlü olan firmalar dış pazarlarda da önemli rekabet avantajına sahip olma potansiyeli taşımaktadır. Bu bakımdan firmalara yakın olmak önemlidir. Eğitim hizmetleri bunu sağlayacak önemli araçlardan birisidir.

TGK'ların müşteri odaklı olmaya yönelmeleri son yıllarda en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Bu konu gerek etkinlik gerekse verimlilik açısından kritik bir konudur.

Son yıllarda müşteri odaklı olmaya yönelik yapılan tartışmalara göre bir TGK:

- Asıl müşterisinin ihracatçı firma olduğunu teyit etmelidir.

- Müşteri taleplerine uygun hizmet sunmalıdır. Müşteri talepleri giderek karmaşıklaşmaktadır. Bu da karşılığında katma değeri yüksek ve uzmanlık gerektiren çözümler üretilmesini zorunlu kılmaktadır.
- TGK hizmetleri giderek daha fazla nitelikli işgücü, işbirliği ve iletişim ağı gerektirmektedir.
- TGK müşteri memnuniyetini ölçebilmelidir. Sunduğu hizmetlerin müşteri ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığını izlemeli ve kontrol etmelidir.

TGK performansının ölçülmesi gerekliliği de son yıllarda üzerinde önemle durulan konulardan biri haline gelmiştir. Bu alandaki her bir aşamada pek çok araç geliştirilmektedir. Halihazırda “Balanced Scorecard” (Dengeli Puan Tablosu) sistemi en sık kullanılan araçlardan biridir.

TGK’ların etkilerinin ölçülmesi de önem kazanan bir konudur. TGK’ların faaliyetleri verimlilik, maliyet/fayda, maliyet/etkinlik açısından tanımlanabilmelidir.

TGK’ların hizmet kuruluşları olmaları nedeni ile başarılarında işgücü planlaması anahtar unsurdur. Bu konuda, personelin motive edilmesinin önemi, performans ölçümünün iş tanımının ayrılmaz bir parçası olduğu görüşü hakimdir. Bu bakımdan;

- Kalifiye işgücü çok önemli olup, çalışanların eğitilmesi ve motivasyonuna yoğunlaşılması gerekmektedir. TGK’larda işgücü/çalışanlar önemli bir kaynaktır. TGK’larda düzenli olarak işgücü kalitesinin artırılması üzerinde çalışılmalıdır.
- Personelin tanınması, personele güven ve personele gereken hizmet içi eğitimin sağlanması anahtar unsurlardır.
- Hızlı değişim karşısında hizmet içi eğitimin artırılması önem kazanmaktadır. Bu tür zamanlardaki eğitim, üretkenliği artırmakta ve hizmet kalitesini yükseltmektedir.

İşgücü optimizasyonunda personelin motivasyonu ve performans yönetiminin (performans ölçümü ve teşvik sistemi) yanı sıra teknoloji kullanımı, stratejik planlama, işe alma da işgücü optimizasyonunda önemli hususlardır.

Bütçe kısıtları, tüm TGK’ların temel zorunluluklarından biri kabul edilmektedir. Az kaynakla çok iş yapmak, maliyetleri kısarken gelirleri artırmak ana amaçtır. Bu nedenle; ihracatçıya olan “yardımları” azaltmak ve maliyeti müşteri ile paylaşmak ya da özellikle yüksek değerli, spesifik danışmanlık hizmetleri sunmak, üniversite ve araştırma enstitüleri ile işbirliği yapmak gibi çeşitli yaklaşımlar ortaya çıkmıştır.

Sonuç itibarı ile, günümüz Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının ticareti etkileyen şartlar karşısında yenilikçi stratejiler oluşturmaları ve buna uygun faaliyetler gerçekleştirmeleri gelecek yıllarda Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının gündeminde olacak en önemli olgudur.

2.6.2. Dünyadaki Başarılı Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının Özellikleri

Başarılı ülke uygulamalarından yola çıkılarak, TGK’ların başarılı olabilmesi için yapılandırılmasında temel alınması gereken faktörler (Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) ve UNESCAP gibi kuruluşlar) tarafından aşağıda özetlendiği şekilde tanımlanmaktadır;

1. Kurumsal yapılanmada otonomi (Yönetim ve faaliyetlerde özerklik),
2. İhracatçı/müşteri talep ve gereksinimlerini temel alan bir strateji desteği,
3. Sınır ötesi faaliyetler kadar yurtiçi faaliyetlere de önem verilmesi,
4. Kalifiye eleman istihdamı,
5. Yeterli finansman kaynağının sağlanması,
6. Faaliyet sonuçlarının değerlendirilmesi ve performans ölçümü.

ITC tarafından yapılan bir araştırmaya göre, dünya genelindeki TGK'ların;

1. %50'ye yakın kısım hükümetler tarafından finanse edilen, kamu niteliğine haiz ve bir bakanlık ile ilişkilendirilmiş tam-/yarı-özerk kuruluş,
2. Yaklaşık %30'u bakanlığın (genellikle Ticaret, Dış Ticaret, Dışişleri veya Ekonomi Bakanlığı) içinde bir bölüm ya da daire olarak yer almaktadır,
3. %10'dan biraz fazla bir kısmı bir bakanlığa bağlı olmayan kamu kurumu niteliğine sahiptir,
4. Geri kalan kısmı ise Ticaret Odaları ya da İhracatçı Birlikleri gibi kuruluşlar bünyesinde/gözetiminde özel sektör niteliğini taşımaktadır,

Tablo 8. Dünyadaki Bazı Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının Yurt Dışı Ofis Sayılarının Karşılaştırmalı Tablosu

ÜLKE	KURULUŞ-BİRİM	TEMSİLCİLİK SAYISI
İngiltere	UK Trade & Investment	200'den fazla temsilcilik
Japonya	Japan External Trade Organization (JETRO)	70 ülkede 79 temsilcilik
Güney Kore	Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA)	109 temsilcilik
Avustralya	The Australian Trade Commission (AUSTRADE)	57 ülkede 108 temsilcilik
İtalya	Italian Institute for Foreign Trade (ICE),	80 ülkede 104 temsilcilik
Danimarka	Danish Trade Council	100'den fazla temsilcilik
Finlandiya	Finland Trade Promotion Organization (FINPRO)	40 ülkede 52 temsilcilik
Yeni Zelanda	New Zealand Trade and Enterprise	30 ülkede 34 temsilcilik
Almanya	German Office for Foreign Trade (BFAI)	45 yurtdışı temsilcilik
Kanada	International Trade Canada	100 temsilcilik
ABD	International Trade Administration (ITA)	158 temsilcilik
Malezya	Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE)	23 Temsilcilik
Singapur	International Enterprise Singapore (IES)	37 ülke
İsveç	Swedish Trade Council	40 ülke
Portekiz	Investment, Trade and Tourism (ICEP)	40 yurtdışı temsilcilik
İrlanda	Enterprise Ireland	30 temsilcilik
Hollanda	The Netherlands Foreign Trade Agency	16 temsilcilik
Tunus	Export Promotion Center (CEPEX)	13 temsilcilik
Türkiye	İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi	2 temsilcilik

2.6.3. Türkiye'nin İhracatındaki Gelişmeler Paralelinde Türk İhracatçıların İhtiyaç ve Beklentilerinde Meydana Gelen Değişiklikler

Türkiye'nin 1980 yılında yalnızca 3 milyar ABD doları düzeyinde olan ihracatı 2006 yılı itibarı ile 85 milyar ABD doları düzeyine ulaşmıştır. Günümüzde Türk ihracatçı firmaları ihracat işinde deneyim kazanmış ve ihracat pazarlaması işini daha bilinçli yapar ve daha dışa açık hale gelmiştir. Bu gelişmeler ve dış ticaret alanında dünyada son yıllarda artan rekabet paralelinde firmaların ticareti geliştirme hizmetleri çerçevesindeki ihtiyaç ve beklentileri de değişmiştir. Firmaların büyük çoğunluğu kalifiye eleman istihdam etmekte ve personel eğitimine giderek artan bir şekilde önem vermektedir. Diğer taraftan günümüz küresel ekonomik koşullarında firmaların işlenmemiş bilgilere ulaşma imkanları da artmıştır. Tüm bu faktörler ile birlikte günümüzde ihracatçılar çok daha ihtisaslaşmış bilgilere ihtiyaç duymaktadır. Bu da İGEME'nin esas müşterileri olan Türk ihracatçıların taleplerinin giderek karmaşıklaşmakta olduğu anlamına gelmektedir. Bu durum İGEME'nin daha katma değeri yüksek ve daha uzmanlık gerektiren çözümler üretmesini zorunlu kılmaktadır. Söz konusu olgu esasen tüm dünyadaki Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının karşı karşıya olduğu bir durumdur. Bir önceki bölümde de ifade edildiği gibi günümüz Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının ticareti etkileyen şartlar karşısında yenilikçi stratejiler oluşturmaları ve buna uygun faaliyetler gerçekleştirmeleri gelecek yıllarda Ticareti Geliştirme Kuruluşlarının gündeminde olacak en önemli husustur.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de ihracatçıların önemli bir kısmı için standart ve genel amaçlı ticareti geliştirme hizmetlerine olan ihtiyaç azalırken; ürüne, pazara ve firmaya özgü, müşteri odaklı, amaç hedefli, kolay erişilebilir ve etkin hizmetlere gereksinim artmaktadır.

Tüm bu faktörler göz önünde bulundurulduğunda İGEME'nin müşteri odaklı yaklaşımla hizmetlerini daha da geliştirmesi planlanmaktadır. Bunu gerçekleştirirken bilgi teknolojilerinin kullanımı yoluyla hedef kitlenin bilgi ve hizmetlere daha kolay, hızlı ve bulunduğu yerden erişiminin sağlanması önemli bir husustur.

2.7. GZFT Analizi

GZFT Analizi bir kurumun ya da sistemin güçlü ve gelişmeye açık alanları ile, karşı karşıya bulunduğu fırsatların ve tehditlerin detaylı olarak irdelenmesine yardımcı olan araçlardan birisidir. Belirlenen vizyon doğrultusunda sistemin stratejilerinin belirlenmesi için kullanılmaktadır.

Bu çerçevede, İGEME'nin GZFT analizi, iç ve dış etkenleri de göz önünde bulundurarak güçlü yönler ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanmak, zayıf yönleri geliştirmek, tehditlerin etkisini en aza indirecek şekilde gerekli önlemleri almak amacıyla yapılmış ve gerçekleştirilen GZFT analizi sonucunda elde edilen veriler stratejik amaç ve hedeflere de yansıtılmıştır. GZFT sürecinde paydaşlara yönelik yapılan anket sonuçları da kullanılmıştır.

2.7.1. İç Değerlendirme Sonuçları: Güçlü ve Zayıf Yönler Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER

- I. İnsan Kaynakları
 - Personelin yarışma sınavıyla seçilmesi
 - Nitelikli personele sahip olması
 - Amatör ruh ve idealist düşünce yapısı
 - İhtisaslaşmaya önem verilmesi
 - Genç ve dinamik personel
- II. Bilgi Yönetimi
 - Standart ve sistematik ticari bilgi ve rehberlik hizmetleri
 - Bilişim teknolojileri ve elektronik ticaret altyapısı
 - İhtisas kütüphanesine sahip olması
 - Yurtiçi ve yurtdışı bilgi kaynaklarına erişimin kolay olması
 - Doğru, güvenilir ve güncel bilgi sunması
 - Hedef kitle için tek noktadan bilgi merkezi olması
 - Uluslararası işbirliğine açık olması ve bu alanda ilişkiler ağına sahip olması
- III. Yönetim ve Organizasyon
 - Firmaların (hedef kitlenin) kolayca ulaşabilmesi
 - Bürokrasinin az olması
 - Küçük, esnek ve hızlı hareket edebilme kabiliyetinin olması
 - Hizmet yelpazesinin geniş olması
 - Müşteri odaklı çalışması
 - İlgili tüm kesimlerin Yönetim Kurulunda bulunması
- IV. Faaliyetler
 - Sektöründe 46 yıllık tecrübeye sahip olması, İhracatı geliştirme alanında öncü olması
 - Objektif hizmet sunumu
 - Kâr amacı gütmeyen bir kurum olması
 - İş âleminde olumlu imaja sahip olması
 - Başvurulara hızlı cevap verebilmesi
 - Hızlı organize olabilme yeteneği

ZAYIF YÖNLER

I. Yönetim, Organizasyon ve Planlama Konusundaki Zayıf Yönler

- Hizmetlerin yurt çapında yeterince yaygınlaştırılmaması.
- Hedef kitlenin büyüklüğüne oranla küçük bir kurum olması ve taşra teşkilatının yeterli olmaması.
- Yurtdışı teşkilatlanmanın yeterli olmaması
- Yatay ve dikey hareketliliğin zayıf olması.
- Üst Yöneticinin yasal zorunluluk nedeni ile kurum personeli olmaması.
- DTM ve diğer ilgili kuruluşlarla koordinasyon eksikliği.
- İş tanımlarının net olmayışı.
- Kurum kültürü ve kuruma bağlılıkta zayıflama.
- Ekip çalışmasının, dayanışmanın ve empatinin yetersiz olması.

II. İnsan Kaynakları İle İlgili Zayıf Yönler

- Çalışanlarının performanslarını artırmaya yönelik motivasyon politikalarındaki yetersizlik
- Hizmet içi eğitimlerin sistemli olmaması.
- Destek hizmetlerinin yürütülmesinde nitelikli personel eksikliği.
- Tüm kadro unvanları için “işini iyi yapana daha çok iş yükleme” ilkesinin geçerli olması.
- Harcırah Kanununa tabi olunmasının özellikle yurtiçindeki araştırma faaliyetlerinde görevli meslek personelinin görev yapmasını zorlaştırması
- İGEME Uzmanı nın özlük hakları açısından yasal olarak tanımlanmamış olması
- Personelin özlük haklarına ilişkin diğer sorunlar.

III. Faaliyetler ile ilgili zayıf yönler

- Bazı hizmet ve faaliyetlerin dünyadaki gelişmeler paralelinde değişen ihtiyaçları karşılayacak düzeyde sunulmaması.
- Kamu İhale Yasası ve Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa tabi olunması ile kurumun mali özerkliğinin tamamen ortadan kalkması ve dolayısıyla asal faaliyetlerin yürütülmesine ilişkin idari işleyişteki esnekliğin azalması
- Müşteri ve kurum hizmetlerinden yararlananlarla ilişkilerin etkili yürütülememesi

- Kurumun hedef kitle nezdinde tanıtım yetersizliği.
- Basın, halkla ilişkiler ve tanıtımın zayıf olması.

IV. Fiziksel Yetersizlikler ile ilgili zayıf yönler

- Bina, oda ve telefon iletişimi gibi fiziksel yetersizlikler.

2.7.2. Dış Değerlendirme Sonuçları: Fırsatlar ve Tehditler Analizi

FIRSATLAR

- Toplumda ihracat bilincinin artması.
- Firmalarda nitelikli dış ticaret elemanı istihdam talebinin artması.
- İhracat odaklı dış ticaret ve kalkınma politikası.
- Dünyada ticareti geliştirme kuruluşlarının güçlendirilmesi yönündeki eğilimler.
- Kamunun yeniden yapılandırma sürecinde olması.
- Dış ticarete eğitim ve bilgi ihtiyacının artması.
- KOBİ'lerin elektronik ticarete yönelmesi.
- Uluslararası ticaretin artması ve çeşitlenmesi.
- Kurumun siyasi etkilerden uzak olması.
- AB'ye üyelik süreci ve Türkiye'ye uluslararası ilginin artması.
- Küreselleşmenin ve bölgesel entegrasyonların gelişmesi.
- Yurtiçi ve yurtdışından gelen işbirliği taleplerinde artış.
- İhracatı geliştirme alanında tek kamu kurumu olması.

TEHDİTLER

- Benzer faaliyet yürüten bazı kuruluşların ön plana çıkması.
- Mevcut mevzuatlar çerçevesinde yurtiçi ve yurtdışı eğitim programlarından yeterince faydalanılamaması.
- İstihdam politikasındaki yetersizlik.
- Kurum dışından plan dışı öngörülemeyen işlerin varlığı.

BÖLÜM III: KURUM STRATEJİSİNİN TEMEL UNSURLARI

3.1 MİSYON, VİZYON VE DEĞERLER

MİSYONUMUZ

Türkiye'nin sürekli ve istikrarlı ihracat artışının sağlanmasına yönelik, firmalarımızın küresel rekabet gücünün artırılması amacıyla ulusal ve uluslararası düzeyde araştırma, eğitim, ticari bilgi sağlama ve tanıtım hizmetlerini firma odaklı ve güncel bir yaklaşımla sunmak.

VİZYONUMUZ

Dış ticaretin geliştirilmesi alanında markalaşmış, öncü, dinamik, yenilikçi ve yönlendirici ilk başvuru merkezi olmak.

TEMEL DEĞERLERİMİZ

Kalite
Tarafsızlık
Öncü olmak
Mesleki uzmanlık
Müşteri odaklı hizmet
Güvenilirlik ve güncellik
Yaratıcılık ve yenilikçilik
Amatör ruhla profesyonel hizmet

3.2. STRATEJİK AMAÇ VE HEDEFLER

Stratejik Amaç I.

Başta KOBİ'ler olmak üzere firmaların küresel rekabet gücünün yükseltilerek yeni pazarlara açılması ve mevcut pazar paylarının artırılmasına yönelik çalışmalar yaparak bu çalışmaları hızlı ve etkin bir şekilde iş çevrelerinin hizmetine sunmak.

Hedef I-1. 2012 yılı sonuna kadar hedef pazarlar ve sektörler ihracat açısından düzenli olarak izlenecek, öncelikli görülen konularda en az 65 adet dış pazar araştırması yapılacak ve yerinde pazar araştırmalarına ve sektör bazında çalışmalara giderek ağırlık verilecektir.

Hedef I-2. Firmalarımızın ihracat pazarlama becerilerinin artırılması için dış ticaretteki temel konular ile ulusal ve uluslararası düzeyde dış ticarete ilişkin mevzuat ve uygulamaların düzenli olarak takip edilecek, 2012 yılı sonuna kadar en az 45 adet yayın hazırlanarak bu konularda seminerlerde sunuşlar yapılacaktır.

Hedef I-3. "Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği", ihracat danışmanlığı ve rehberlik hizmetleri almak üzere İGEME'ye başvuran firma sayısı artırılması sağlanacak ve 2012 yılı sonuna kadar küme geliştirme projesi gerçekleştirilecektir.

Hedef I-4. İhracatçı firmalarımızdan Merkezimize ulaşan ticari bilgi taleplerinin karşılanmasına devam edilerek, plan dönemi boyunca hizmetten faydalanan firma sayısı artırılabacaktır.

Hedef I-5. Plan dönemi boyunca, e-ticaretin ihracatçı firmalarımızın pazarlama faaliyetlerine katkısını artıracak yayınlar hazırlanacak, sunuşlar gerçekleştirilecek, duyurular yapılacak, e-ticaret sitelerine üye firma sayısı artırılabacaktır.

Hedef I-6. Plan dönemi boyunca ihracatçı firmaların 7 gün 24 saat ticari bilgi ve dış taleplere doğrudan ulaşmalarını sağlayan İGEME web sitesi üzerinden sunulan e-hizmetler zenginleştirilecek ve faydalanan firma sayısı artırılabacaktır.

Hedef I-7. Plan dönemi boyunca ihracatçı firmalarımızın ticari bilgi ihtiyacının kütüphane ve elektronik yayın koleksiyonu ile karşılanmasına devam edilecek, elektronik veri tabanlarına daha az maliyetle erişimi hedefleyen çalışmalara devam edilecektir.

Stratejik Amaç II.

İGEME'nin dış ticaret eğitimi hizmetlerini nicelik ve nitelik olarak geliştirmek, bu alandaki rolünü güçlendirmek.

Hedef II-I. Eğitim hizmeti getirilmeyen yörelere öncelik verilerek, 2012 yılına kadar eğitim programlarının sayısı % 20 oranında artırılabacaktır.

Hedef II-2. Plan döneminde dış ticaret eğitimi konusunda ulusal düzeyde geçerliliği olan bir sertifikasyon sistemi çalışması yapılacaktır.

Hedef II-3. Plan döneminde Eğitim programları hedef kitleye göre farklılaştırılacak ve çeşitlendirilecektir.

Hedef II-4. Plan döneminde uzun süreli ve uygulamalı eğitim programları için altyapı oluşturulacaktır.

Hedef II-5.. Plan döneminde her yıl bir sanayi bölgesi pilot olarak seçilerek hiç ihracat yapmamış ve ihracata yönelmek isteyen KOBİ'lerin eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik araştırma yapılacak ve sonuçları doğrultusunda bir eğitim programı gerçekleştirilecektir.

Hedef II-6. Eğiticilerin eğitimi konusuna önem verilecektir.

Stratejik Amaç III.

Türk ihraç ürünlerinin ve firmalarımızın uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik faaliyetlerimizi çeşitlendirmek ve geliştirmek.

Hedef III-I. Türkiye'nin dış ticaretinin ve Türk ihraç ürünleri ile firmalarımızın yabancı iş çevrelerine tanıtılması amacıyla ürün-sektör bazında ve genel kapsamlı yurtdışına yönelik olarak yabancı dilde hazırlanan elektronik yayın, basılı broşür ve kitapların sayısı artırılarak, 2012 yılı sonuna kadar en az 160 adet tanıtım materyali hazırlanacaktır.

Hedef III-2. 2012 yılı sonuna kadar milli düzeyde katılım sağlanan uluslararası ticaret fuarlarına hedef ülke ve sektörler itibariyle en az 2 yeni fuar eklenecektir.

Hedef III-3.. Gerek yurt içi gerekse yurt dışında düzenlenen uluslararası ticaret fuarlarında sunulan hizmetler geliştirilerek, info-stand düzeyinde katılımlar her yıl en az % 10 oranında artırılacaktır.

Stratejik Amaç IV.

Ulusal Bilgi Toplumu Stratejisi çerçevesinde, firmalarımızın, İGEME'nin sunduğu ticari bilgi hizmetlerine kolay, hızlı ve bulunduğu yerden erişimini sağlayacak kurumsal teknik altyapıyı geliştirmek ve kurumsal e-dönüşüm sürecini gerçekleştirmek.

Hedef IV-I. Yapılan tüm araştırmaların web sitemizde pdf formatında yayınlanmasına devam edilecektir.

Hedef IV-2. İGEME faaliyetlerine katılım için internet sitemizden on-line başvuru olanağı sağlanacaktır.

Hedef IV-3. 2010 yılından itibaren kütüphanemizdeki ticari bilgi kaynağı niteliğindeki kitapların özetleri web sitemizde on-line kullanıma açılacaktır.

Hedef IV-4. Kurumsal internet sitemizde kayıtlı kullanıcı/üyelik sistemine geçilerek sistemin çalışacağı ilk yıl olan 2008 yılında elde edilecek verilere göre, plan döneminde, kayıtlı kullanıcı sayısı en az %10 oranında artırılacaktır.

Hedef IV-5. 2008 yılında üyelere kişiselleştirilmiş bilgi hizmetleri sunulmasına başlanacak ve plan dönemi sonunda verilen hizmet sayısı en az beş olacaktır.

Hedef IV-6. İnsan kaynaklarımızın iş yapma alışkanlıklarının bilgi teknolojilerini etkin ve yoğun kullanacak şekilde geliştirilmesinin sağlanması için plan döneminde en az iki hizmet içi eğitim programı düzenlenecektir.

Hedef IV-7. Yönetimin karar alma süreçlerinin etkinleştirilmesi için, İGEME Bilgi Sisteminde faaliyetler bazındaki on-line raporlama programları 2008 yılının sonuna kadar tamamlanacaktır.

Hedef IV-8. Kurum içine ve kurum dışına sunulan elektronik hizmetler ve altyapının 7/24 çalışır vaziyette tutulması, yeni araçlar ve hizmetler geliştirilmesi, teknolojik gelişmelerin yakından izlenmesi ve uyarlanması doğrultusunda her yıl yurtdışındaki bir ihtisas fuarı ziyaret edilecek, uzmanlaşmış en az iki periyodik yayın izlenecek ve yeni teknolojilerin kurumumuza yansımalarının neler olabileceği konusunda bir değerlendirme raporu hazırlanacak ve kullanılması uygun görülecek teknolojiler ve süreçler konusunda en az bir teknik personelin yurtiçi veya yurtdışında eğitimi sağlanacaktır.

Stratejik Amaç V.

İGEME'nin yeniden yapılanmasını sağlamak, bu kapsamda insan kaynaklarını geliştirmek, ulusal ve uluslararası düzeyde faaliyet ve hizmetlerinin tanınırlığını artırmak.

Hedef V-1. İGEME'nin hedef kitesinin taleplerine cevap verebilecek daha esnek ve etkin bir kurum olabilmesi ve bu etkinliği sağlayacak personelinin özlük haklarını iyileştirecek bir yapıya kavuşturulması amacıyla hazırlanacak olan yeni teşkilat yasaasının, 2009 yılı sonuna kadar Bakanlar Kurulu Tasarısı olarak T.B.M.M 'ye sevki sağlanacaktır.

Hedef V-2. İnsan kaynaklarının etkin ve verimli kullanılmasına yönelik olarak plan dönemi boyunca en az 10 adet hizmet içi eğitim programı organize edilecektir.

Hedef V-3. Hedef kitle ile doğrudan iletişimi sağlayan araçların geliştirilerek plan dönemi sonuna kadar üniversite öğrencilerine yönelik etkinlikler gerçekleştirilecektir.

Hedef V-4. Plan döneminde BCTP'nin dünyadaki ve bölgedeki tanınırlığını arttırıcı faaliyetlerde bulunulacaktır.

Hedef V-5. Plan döneminde uluslararası toplantılara katılıma ve uluslararası toplantılarda temsil edilmeye önem verilecektir.

Hedef V-6. Dış Ticaret alanında faaliyet gösteren uluslararası, bölgesel ve İGEME benzeri kuruluşlarla ilişkiler geliştirilecek, işbirliği/koordinasyon içinde çeşitli faaliyetler yürütülecektir.

Hedef V-7. Plan döneminde İGEME İl Temsilciliklerine önem verilecek, İGEME'nin gerçekleştireceği projelerde işbirliği sağlanması ve İl Temsilciliklerimizden daha etkin yararlanma yoluna gidilecektir.

BÖLÜM IV. İZLEME, DEĞERLENDİRME VE PERFORMANS KRİTERLERİ

Planın uygulamaya konulması ile izleme ve değerlendirme süreci de başlamaktadır. İzleme sürecinde stratejik amaç ve hedeflere ne kadar ulaşıldığı 6 aylık periyotlar halinde Genel Koordinasyon Birimince hazırlanacak raporlar ile sistematik olarak takip edilecektir. Değerlendirmede ise, uygulama sonuçları amaç ve hedefler ile kıyaslanarak, gerçekleştirilen performansın ölçülmesi sağlanacak ve söz konusu amaç ve hedeflerin tutarlılık ve uygunluğunun analizi yapılacaktır. Bu doğrultuda, Stratejik Plan süresince yıllık olarak hazırlanan Performans Programlarında belirlenen performans hedefleri ve tablolarından yararlanılacaktır. Elde edilen sonuçlara bağlı olarak belirlenen stratejiler sürekli olarak revize edilecek ve gerekli iyileştirmeler gerçekleştirilecektir.

Bu amaçla Merkezimizin stratejik amaçlarına yönelik olarak belirlenmiş olan hedefler ve performans kriterleri aşağıda belirtilmektedir.

4.1. Stratejik Amaçlar, Hedefler ve Performans Kriterleri:

4.1.1. STRATEJİK AMAÇ – 1

Başta KOBİ'ler olmak üzere firmaların küresel rekabet gücünün yükseltilerek yeni pazarlara açılması ve mevcut pazar paylarının artırılmasına yönelik çalışmalar yaparak bu çalışmalarını hızlı ve etkin bir şekilde iş çevrelerinin hizmetine sunmak.

HEDEF 1.1

2012 yılı sonuna kadar hedef pazarlar ve sektörler ihracat açısından düzenli olarak izlenecek, öncelikli görülen konularda en az 65 adet dış pazar araştırması yapılacak ve yerinde pazar araştırmalarına ve sektör bazında çalışmalara giderek ağırlık verilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ülke profili sayısı
- Ürün profili sayısı
- Yerinde gerçekleştirilen pazar araştırması sayısı
- Masa başında gerçekleştirilen araştırma sayısı

HEDEF 1.2

Firmalarımızın ihracat pazarlama becerilerinin artırılması için dış ticaretteki temel konular ile ulusal ve uluslararası düzeyde dış ticarete ilişkin mevzuat ve uygulamalar düzenli olarak takip edilecek, 2012 yılı sonuna kadar en az 45 adet yayın hazırlanarak bu konularda seminerlerde sunuşlar yapılacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Mevzuata yönelik hazırlanan yayın sayısı
- Pazarlama becerilerine yönelik hazırlanan yayın sayısı
- Seminerlerde yapılan sunuş sayısı

HEDEF 1.3

“Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği”, ihracat danışmanlığı ve rehberlik hizmetleri almak üzere İGEME’ye başvuran firma sayısının artırılması sağlanacak ve 2012 yılı sonuna kadar küme geliştirme projesi gerçekleştirilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Proje için alınan eğitimin süresi (gün)
- İPAD ve PARİS Desteği için başvuran firma sayısı
- Danışmanlık ve bilgi verilen firma sayısı.(TBRH’ye gönderilen dahil)
- Yurtiçi fuarlarda info stand sayısı
- İGEME veri tabanına giriş yapılan firma sayısı

HEDEF 1.4

İhracatçı firmalarımızdan Merkezimize ulaşan ticari bilgi taleplerinin karşılanmasına devam edilerek, plan dönemi boyunca hizmetten faydalanan firma sayısı artırılabacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ticari Bilgi ve rehberlik hizmetinden faydalanan firma sayısı
- İller bazında ticari bilgi ve rehberlik hizmeti verilen firma sayısı
- Katılım sağlanan info-standlarda ve eğitim programlarında dağıtımı yapılan broşür sayısı

HEDEF 1.5

Plan dönemi boyunca, e-ticaretin ihracatçı firmalarımızın pazarlama faaliyetlerine katkısını artıracak yayınlar hazırlanacak, sunuşlar gerçekleştirilecek, duyurular yapılacak, e-ticaret sitelerine üye firma sayısı artırılabacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- E-ticaret konusunda hazırlanan yayın sayısı
- E-ticaret ve İGEME web sitesi üzerinden sunulan e-hizmetler konularında yapılan sunuş sayısı
- E-ticaret ile ilgili konularda bilgilendirilen firma sayısı
- E-ticaret sitelerine üyelik giderleri desteğinden faydalanan firma sayısı
- Dünya Ticaret Noktaları Federasyonu “Elektronik Ticari Fırsatlar ve Küresel Ticaret Rehberine” kayıtlı talep sayısı
- Ticari Talep Eşleştirme sisteminde kayıtlı talep sayısı

HEDEF 1.6

Plan dönemi boyunca ihracatçı firmaların 7 gün 24 saat ticari bilgi ve dış taleplere doğrudan ulaşmalarını sağlayan İGEME web sitesi üzerinden sunulan e-hizmetler zenginleştirilecek ve faydalanan firma sayısı artırılabacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ticari Bilgi Kaynakları Rehberinde yer alan elektronik bilgi kaynağı sayısı
- Ticari Bilgi Kaynakları Rehberini kullanan firma sayısı
- Günlük dış ticaret bültenini kullanan firma sayısı

HEDEF 1.7

Plan dönemi boyunca ihracatçı firmalarımızın ticari bilgi ihtiyacının kütüphane ve elektronik yayın koleksiyonu ile karşılanmasına devam edilecek, elektronik veri tabanlarına daha az maliyetle erişimi hedefleyen çalışmalara devam edilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ortak abonelik yapılan (konsorsiyum) kurum sayısı
- Ortak abonelik yapılan (konsorsiyum) yayın sayısı

4.1.2. STRATEJİK AMAÇ - 2

İGEME'nin dış ticaret eğitimi hizmetlerini nicelik ve nitelik olarak geliştirmek, bu alandaki rolünü güçlendirmek.

HEDEF 2.1

Eğitim hizmeti getirilmeyen yörelere öncelik verilerek, 2012 yılına kadar eğitim programlarının sayısı % 20 oranında artırılabacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Düzenlenen eğitim programı sayısı.
- Eğitim programları katılımcı sayısı
- Yeni yörelerde düzenlenen eğitim programı sayısı
- Eğitim programlarında işlenen konu sayısı
- Farklı konularda düzenlenen eğitim programı sayısı

HEDEF 2.2

Plan döneminde dış ticaret eğitimi konusunda ulusal düzeyde geçerliliği olan bir sertifikasyon sistemi çalışması yapılacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- IATTO Yıllık Konferansına Katılım
- Yurt içinde yapılan gezi / ziyaret sayısı
- Ziyaret edilen TPO / Uluslararası Kuruluş sayısı

HEDEF 2.3

Plan döneminde Eğitim programları hedef kitleye göre farklılaştırılacak ve çeşitlendirilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- İhracata yeni başlayacak firma yöneticilerine yönelik olarak düzenlenen eğitim programı sayısı
- İhracat yapan firmalara yönelik eğitim programı sayısı
- Mevcut eğitim programlarındaki müşteri memnuniyeti oranı

HEDEF 2.4

Plan döneminde uzun süreli ve uygulamalı eğitim programları için altyapı oluşturulacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ziyaret edilen bölge sayısı
- Ziyaret edilen firma sayısı
- Yapılan toplantı sayısı
- Eğitimden havuzundaki eğitici sayısı

HEDEF 2.5

Plan döneminde her yıl bir sanayi bölgesi pilot olarak seçilerek hiç ihracat yapmamış ve ihracata yönelmek isteyen KOBİ'lerin eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik araştırma yapılacak ve sonuçları doğrultusunda bir eğitim programı gerçekleştirilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ziyaret edilen firma sayısı
- Eğitim programına katılan firma sayısı

HEDEF 2.6

Eğiticilerin eğitimi konusuna önem verilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- 2008 yılında düzenlenen Hizmetiçi Eğitim Programı sayısı
- Hizmetiçi Eğitim Programlarında işlenen konu sayısı

4.1.3. STRATEJİK AMAÇ - 3

Türk ihraç ürünlerinin ve firmalarımızın uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik faaliyetlerimizi çeşitlendirmek ve geliştirmek.

HEDEF 3.1

Türkiye'nin dış ticaretinin ve Türk ihraç ürünleri ile firmalarımızın yabancı iş çevrelerine tanıtılması amacıyla ürün-sektör bazında ve genel kapsamlı yurtdışına yönelik olarak yabancı dilde hazırlanan elektronik yayın, basılı broşür ve kitapların sayısı artırılarak, 2012 yılı sonuna kadar en az 160 adet tanıtım materyali hazırlanacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Broşürlerde tanıtımı yapılan sektör sayısı
- Web sitesinde tanıtımı yapılan sektör sayısı
- İGEME veri tabanına giriş yapılan firma sayısı
- Genel tanıtıcı yayın sayısı
- Yurtdışına dağıtımı yapılan yayın sayısı
- Yurtdışı tanıtıma yönelik sunuş sayısı
- Yurtdışına yönelik "Trading Highlights from Turkey"de yer alan firma sayısı
- Reklam veren firma sayısı
- Firmaların memnuniyet oranı
- Ülkemiz, ihraç sektörleri ve firmalarımızın tanıtımını hedefleyen CD'nin baskı sayısı

HEDEF 3.2

2012 yılı sonuna kadar milli düzeyde katılım sağlanan uluslararası ticaret fuarlarına hedef ülke ve sektörler itibariyle en az 2 yeni fuar eklenecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Milli katılım gerçekleştirilen fuar sayısı
- Fuarlara katılan firmaların sayısı
- Fuarlara katılan firmaların memnuniyet oranı.
- Fuarlarda yapılan bağlantı tutarları/firma-miktar

HEDEF 3.3

Gerek yurt içi gerekse yurt dışında düzenlenen uluslararası ticaret fuarlarında sunulan hizmetler geliştirilerek, info-stand düzeyinde katılımlar her yıl en az % 10 oranında artırılabacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Katılman info stand sayısı
- Bilgi verilen firma sayısı
- Info stand açılan ülke sayısı
- Infolarda görev alan personel sayısı
- Veri tabanına girişi yapılan ithalatçı firma sayısı
- Yurtiçinde açılan info stand sayısı
- Hizmet verilen firma sayısı
- Hazırlanan tanıtım materyali sayısı

4.1.4. STRATEJİK AMAÇ - 4

Ulusal Bilgi Toplumu Stratejisi çerçevesinde, firmalarımızın, İGEME'nin sunduğu ticari bilgi hizmetlerine kolay, hızlı ve bulunduğu yerden erişimini sağlayacak kurumsal teknik altyapıyı geliştirmek ve kurumsal e-dönüşüm sürecini gerçekleştirmek.

HEDEF 4.1

Her yıl yapılan araştırmaların web sitemizde yayınlanmasına devam edilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- PDF formatına dönüştürülen ve web sitemizde yayınlanan PDF dosya sayısı

HEDEF 4.2

İGEME faaliyetlerine katılım için internet sitemizden on-line başvuru olanağı sağlanacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- On-line başvuru olanağı sağlanan faaliyet sayısı

HEDEF 4.3

2010 yılından itibaren kütüphanemizdeki ticari bilgi kaynağı niteliğindeki kitapların özetleri web sitemizde on-line kullanıma açılacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Elektronik ortamda kütüphane yönetim modülüne aktarılan yayın özet sayısı

HEDEF 4.4

Kurumsal internet sitemizde kayıtlı kullanıcı/üyelik sistemine geçilerek sistemin çalışacağı ilk yıl olan 2008 yılında elde edilecek verilere göre, plan döneminde kayıtlı kullanıcı sayısı en az %10 oranında artırılabilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- İnternet sitemize kayıtlı kullanıcı sayısı artış oranı

HEDEF 4.5

2008 yılında üyelere kişiselleştirilmiş bilgi hizmetleri sunulmasına başlanacak ve plan dönemi sonunda verilen hizmet sayısı en az beş olacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Üyelere sunulan kişiselleştirilmiş bilgi hizmetleri sayısı

HEDEF 4.6

İnsan kaynaklarımızın iş yapma alışkanlıklarının bilgi teknolojilerini etkin ve yoğun kullanacak şekilde geliştirilmesinin sağlanması için plan döneminde en az iki hizmet içi eğitim programı düzenlenecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Düzenlenecek hizmet içi eğitim programı sayısı

HEDEF 4.7

Yönetimin karar alma süreçlerinin etkinleştirilmesi için, İGEME Bilgi Sisteminde faaliyetler bazındaki on-line raporlama programları 2008 yılının sonuna kadar tamamlanacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- İGEME Bilgi Sistemi kapsamındaki on-line raporlama araçlarının sayısı

HEDEF 4.8

Kurum içine ve kurum dışına sunulan elektronik hizmetler ve altyapının 7/24 çalışır vaziyette tutulması, yeni araçlar ve hizmetler geliştirilmesi, teknolojik gelişmelerin yakından izlenmesi ve uyarlanması doğrultusunda her yıl yurtdışındaki bir ihtisas fuarı ziyaret edilecek, uzmanlaşmış en az iki periyodik yayın izlenecek ve yeni teknolojilerin kurumumuza yansımalarının neler olabileceği konusunda bir değerlendirme raporu hazırlanacak ve kullanılması uygun görülecek teknolojiler ve süreçler konusunda en az bir teknik personelin yurtiçi veya yurtdışında eğitimi sağlanacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Ziyaret edilecek fuar ve izlenecek periyodik yayın sayısı
- Değerlendirme raporu ve buna bağlı olarak eğitilen eleman sayısı

4.1.5. STRATEJİK AMAÇ - 5

İGEME'nin yeniden yapılanmasını sağlamak, bu kapsamda insan kaynaklarını geliştirmek, ulusal ve uluslararası düzeyde faaliyet ve hizmetlerinin tanınırlığını artırmak.

HEDEF 5.1

İGEME'nin hedef kitlesinin taleplerine cevap verebilecek daha esnek ve etkin bir kurum olabilmesi ve bu etkinliği sağlayacak personelinin özlük haklarını iyileştirecek bir yapıya

kavuşturulması amacıyla hazırlanacak olan yeni teşkilat yasasının, 2009 yılı sonuna kadar Bakanlar Kurulu Tasarısı olarak T.B.M.M 'ye sevki sağlanacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Çalışanların yeni teşkilat yasası ile ilgili memnuniyet oranı

HEDEF 5.2

İnsan kaynaklarının etkin ve verimli kullanılmasına yönelik olarak plan dönemi boyunca en az 10 adet hizmet içi eğitim programı organize edilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Düzenlenen hizmet içi eğitim sayısı
- Eğitim verilen personel sayısı
- Eğitime katılan personelin memnuniyet oranı

HEDEF 5.3

Hedef kitle ile doğrudan iletişimi sağlayan araçların geliştirilerek plan dönemi sonuna kadar üniversite öğrencilerine yönelik etkinlikler gerçekleştirilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Kurultaya makale gönderen öğrenci sayısı
- Kurultaya katılan dinleyici sayısı

HEDEF 5.4

Plan döneminde BCTP'nin dünyadaki ve bölgedeki tanınırlığını arttırıcı faaliyetlerde bulunulacaktır.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Balkan Ticaret Bülteni sayısı
- Baskı adedi
- Yurt dışı dağıtım sayısı
- Info-stand katılım sayısı
- Info standı ziyaret edenlerin sayısı
- Info-stand'ta hizmet verilen firma sayısı
- Cevaplanan talep sayısı
- Katılan yerli firma sayısı
- Katılan yabancı firma sayısı
- Katılımcı firma memnuniyet oranı
- Ticari bağlantı yapan firma sayısı
- BCTP Yürütme Kurulu Toplantısına katılan yetkili sayısı
- Üyelerle yapılan yazışma sayısı
- Düzenlenen İş Yönetim Sistemi Semineri sayısı
- Katılımcı Sayısı

HEDEF 5.5

Plan döneminde uluslararası toplantılara katılıma ve uluslararası toplantılarda temsil edilmeye önem verilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- 2008 yılında katılım sağlanan Uluslararası Toplantı Sayısı
- Toplantılarda görevlendirilen yetkili sayısı
- Toplantılarda yapılan sunuş sayısı

HEDEF 5.6

Dış Ticaret alanında faaliyet gösteren uluslararası, bölgesel ve İGEME benzeri kuruluşlarla ilişkiler geliştirilecek, işbirliği/koordinasyon içinde çeşitli faaliyetler yürütülecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- Başlanan proje sayısı
- Yapılan toplantı sayısı
- Projelere katılan firmaların ve katılımcıların memnuniyet oranı
- Hizmetiçi Eğitim talep eden kurum sayısı
- Katılımcı sayısı

HEDEF 5.7

Plan döneminde İGEME İl Temsilciliklerine önem verilecek, İGEME'nin gerçekleştireceği projelerde işbirliği sağlanması ve İl Temsilciliklerimizden daha etkin yararlanma yoluna gidilecektir.

PERFORMANS KRİTERLERİ:

- İGEME İl Temsilcilikleri toplantısına katılan temsilci sayısı
- İGEME İl Temsilcilikleri işbirliği ile gerçekleştirilen Eğitim Programı sayısı

