

# Marka, Kalite ve Teknoloji Yönetimi Sempozyumu

18-19 Mayıs 2007 - Gaziantep

## DÜZENLEME KURULU

Ali Ekber ÇAKAR	Merkez	
Tahsin AKBABA	Merkez	
Ö.Varlık ÖZERCİYES	Merkez	
Hasan ÇOKGÜR	Antalya	Şube
Bülent ELİTOK	Bursa	Şube
Nesrin İLGİN	Diyarbakır	Şube
Cumhur PEKDEMİR	Edirne	Şube
Oğuz KEPEZ	Eskişehir	Şube
Ali PERİ	Gaziantep	Şube
Doç.Dr. Türkey DERELİ	Gaziantep	Şube
Doç.Dr. Adil BAYKASOĞLU	Gaziantep	Şube
Bekir Birol ÖZDEMİR	İstanbul	Şube
Fikret EKİCİ	İzmir	Şube
Y. Kenan SARIOĞLU	Kocaeli	Şube
Dr. Yakup KARA	Konya	Şube
Serdar ERKAN	Mersin	Şube
Kadir GÜRKAN	Samsun	Şube
Arzu BORAN	Trabzon	Şube

## YÜRÜTME KURULU

Doç. Dr. Türkey DERELİ	Doç. Dr. Adil BAYKASOĞLU
Ökkeş KARADAĞ	Ali İSLAM
M. İlker ALAGÖZ	Hatice EKSEN

## ETKİNLİK SEKRETERİ

Kerem YELEKÇİ

## Yazışma Adresi

Değirmişem Mah. Gazi Muhtarpaşa Bulvarı  
14 Nolu Sok. Efes İş Merkezi Kat: 2 No: 5  
Şehitkamil - GAZİANTEP  
Tel : (342) 444 8 666 - 230 44 77 • Faks : (342) 230 52 92  
e-posta : gaziantep@mmo.org.tr  
<http://gaziantep.mmo.org.tr>

## AMAÇ

Günümüzde işletmelerin; düşük maliyet ya da ucuz işçilik gibi geleneksel stratejiler kullanarak rakipleri ile rekabet etme şansı kalmamıştır. Bu durum; MARKA, KALİTE ve TEKNOLOJİ odaklı rekabet stratejilerinin geliştirilerek kullanılmasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Ekonomik kalkınma için; tasarım yeteneklerinin artırılması, yeni ürün ve teknolojiler geliştirilmesi işletmeler açısından adeta bir zorunluluk haline gelmiştir. Artık yeni teknoloji kullanmadan kalite ürün üretilmeyeceği ve markanın yaratılamayacağı işletmeciler tarafından bilinmektedir.

Kaliteli bir ürün veya hizmet ile bütünleşen bir “marka”; işletmelerin sahip olabileceği en değerli varlıklardan birisi haline gelmiştir. Bu yönüyle, “markalaşma” kalite kavramı ile özdeşleştirilebilecek ya da yeni teknolojiler kullanılarak “kalite” ile birlikte irdelenmesi gereken bir konudur. Kuşkusuz, yeni teknolojiler kullanılarak kalite bilincinin artırılması, markalaşma süreçlerinin hız ve kalitesini artıracak ve markalaşmayı olabildiğince kolaylaştıracaktır. Rekabetçi pazarlarda yer bulabilmek ve üstünlük sağlayabilmek için, işletmelerin ve tüketicilerin yaşam kalitelerini artıracak şekilde “markaların etkin bir biçimde yönetilmesi” büyük bir önem kazanmıştır. MARKA, KALİTE ve TEKNOLOJİ, etkin bir rekabet yönetiminin en önemli kavram ve araçlarıdır. Uluslar arası koşullarda rekabet etme yeteneklerini artırabilmek için etkin marka, kalite ve teknoloji süreçlerinin bir bütün olarak tasarlanması ve bu süreçlerin etkili bir şekilde işletilmesi gerektiği açıkça ortadadır.

Toplumun her kesimi gibi, endüstriyel kuruluşlarımızı da yakından ilgilendiren ve giderek “stratejik hale gelen” bu konularda ülkemizde yeterli altyapı bulunmadığı, birbirleri ile yakından ilgisi olmasına rağmen üç konunun bir arada ele alınmadığı, tüm tarafların katıldığı platformlarda tartışılmadığı ve kamuoyu ile yeteri düzeyde paylaşılmadığı gözlemlenmektedir. MARKATEK-2007 (MARKA KALİTE VE TEKNOLOJİ YÖNETİMİ SEMPOZYUMU) sempozyumu, bu konudaki boşluğu doldurmak adına bir “başlangıç olmak” hedefi ile düzenlenmiştir. MARKA, KALİTE ve TEKNOLOJİ YÖNETİMİ ile ilgili konuları tüm boyutlarıyla mercek altına almak ve tüm ilgili taraflara ışık tutacak güçlü fikir ve paylaşımların ortaya çıkarılmasını sağlamak amaçlarıyla yola çıkan “MARKATEK-2007, geleceği tartışmak için mükemmel bir ortam ve fırsat sunacaktır.

Sanayide, kendi işletmesinde ve üniversitelerde çalışan konuya duyarlı herkesi, Marka, Kalite ve Teknoloji Yönetimi ile ilgili araştırma, uygulama ve gelecekteki gelişmeleri ortaya koyan bildirimlerini sunmaya ve elbette bilgilerini paylaşmaya davet ediyoruz.

## BİLDİRİ KONULARI

- Bütünleşik Marka-Kalite ve Teknoloji Yönetimi
- Marka-Kalite-Teknoloji-Rekabet-İnovasyon-Verimlilik İlişki ve Sarmalları
- Bölgesel Kalkınma ve (Markalaşma, Kalite, Teknoloji, İnovasyon, Rekabet, Verimlilik)
- Üniversitelerin Teknolojik Gelişmelerdeki Yeri ve Rolü
- Teknolojik İlerlemede Devlet Politikaları
- Yeni Ürün Geliştirme ve İnovasyon Yönetimi
- Özelleştirme ve AR-GE politikaları

- AR-GE ve İnovasyon
- Sürdürülebilir Rekabet Yönetimi
- Teknoloji Geliştirmede Etkin Üniversite - Sanayi İşbirliğinin Rolü
- Teknokent ya da Teknopark'ların İşlevleri
- Teknolojik İş Zekası Geliştirme ve Rekabet Stratejileri
- KOBİ'ler ve Yenilikçilik
- Teknolojik İşbirliği ve Ağları
- Teknoloji Pazarlama
- Çevik / Tepkisel Üretim / Yönetim Süreçleri
- Değer Mühendisliği
- Marka, Patent ve Tasarım Uygulamaları
- Tüketici Haklarındaki Gelişmelerin Markalaşmaya / Teknolojiye / Kaliteye Etkisi
- Markalaşma, Kalite Süreçleri ve Teknoloji Geliştirmenin Önündeki Engeller
- Çevreye ve Sosyal Hayata Etkiler (Yukarıdaki konularda)
- Yasal Düzenlemeler (Yukarıdaki konularda)

## PROGRAM

**18 MAYIS 2007 CUMA - 1 GÜN**

### ACIŞ KONUŞMALARI

Ali PERİ (MMO Gaziantep Şube Başkanı)

Emin KORAMAZ (MMO Yönetim Kurulu Başkanı)

Ünal ÖZDİL (Gaziantep Ticaret Odası Başkan Vekili)

Cevdet AKINAL (Gaziantep Sanayi Odası Başkan Vekili)

Prof. Dr. Erhan EKİNCİ (Gaziantep Üniversitesi Rektörü)

Önder BÜDEYLİ (Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkan Vekili)

Abdulkadir ATEŞ (Gaziantep Milletvekili)

### PANEL 1 : Ülkemizde Ki Markalaşma, Kalite ve Teknoloji Geliştirme Süreçleri ve Önündeki Engeller

**Panel Yöneticisi:** Ali PERİ (MMO Gaziantep Şube Başkanı)

#### Panelistler

Ali Ekber ÇAKAR (MMO Yönetim Kurulu Sekreter Üyesi)

Prof. Dr. Erhan EKİNCİ (Gaziantep Üniversitesi Rektörü)

Prof. Dr. Kadri YAMAÇ (Gazi Üniversitesi Rektörü)

İsmail ÇOBAN (Gaziantep Sanayi Odası)

Mustafa DALKIRAN (Türk Patent Enstitüsü)

### I. OTURUM : KOBİLER ve MARKATEK

**Oturum Başkanı :** Tahsin AKBABA (MMO Yönetim Kurulu Üyesi)

#### KOBİ'lerde Teknolojik Kaliteye Yatırım ve Sonuçları

Yrd. Doç. Dr. Mustafa NURSOY , Öğr. Gör. İbrahim KARAGÖZ (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)

#### KOBİ'lerde Marka Değerinin Firma Değerine Etkisi Gaziantep Sanayi İşletmelerinde Uygulama

Yrd. Doç. Dr. Mehmet CİVAN, Arş. Gör. Ş. Gül KÖTÜOĞLU (Gaziantep Üniversitesi)

#### Sakarya Bölgesinde KOBİ'lerin Marka, Kalite ve Kurumsallaşma Stratejilerinin Analizi

Prof. Dr. Harun TAŞKIN, Doç. Dr. Cemalettin KUBAT, Öğr. Gör. Erkal ETÇİOĞLU

(Sakarya Üniversitesi)

#### KOBİ'ler İçin Marka Geliştirme Model Önerisi

Yrd. Doç. Dr. Dilber ULAŞ (Ankara Üniversitesi)

#### Küçük ve Orta Boy İşletmelerde (KOBİ) Rekabet Gücü Sağlamada Teknoparkların Rolü ve Bir Amprik Çalışma

Prof. Dr. Adem ÇABUK (Uludağ Üniversitesi)

Öğr. Gör. Suat KARA (Balıkesir Üniversitesi)

## II. OTURUM : Bölgesel Kalkınma, Rekabet ve MARKATEK

**Oturum Başkanı :** Doç. Dr. Türkey DERELİ (MMO Gaziantep Şube Yönetim Kurulu Üyesi)

### **Avrupa Birliği Sürecinde Uygulanan Rekabet Politikalarının Firmaların Rekabet Gücüne Etkisi: Örnek Bir Uygulama**

Yrd. Doç. Dr. H. Ali ATA, Arş. Gör. Mustafa UĞURLU, M. Cengiz ARSLAN  
(Gaziantep Üniversitesi)

### **Sürdürülebilir Rekabet İçin Organizasyonel Bilginin Yönetimi: Aksa Uygulaması**

Sibel BEKLER (AKSA Akrilik Kimya Sanayi A.Ş.)  
Doç. Dr. Gülçin BÜYÜKÖZKAN (Galatasaray Üniversitesi)  
Hatice BAYÇORA SÖZER (AKSA Akrilik Kimya Sanayi A.Ş)

### **Bölgesel Kalkınmada Bir Katma Değer Aracı Olarak Markalaşma: Malatya ve Kayısı Örneği**

Yrd. Doç. Dr. Levent GÖKDEMİR, Arş. Gör. Ahmet UĞUR (İnönü Üniversitesi)

### **Doğu Marmara Bölgesi Sektörel Geliştirme Projesi (DOGEP) ile Doğu Marmara Bölgesinde Yerel Kalkınmanın Araştırılması**

Öğr. Gör. Hidayettin ŞİMŞEK, Yrd. Doç. Dr. Yasin KİŞİOĞLU, Arş. Gör. Arif ÖZKAN  
(Kocaeli Üniversitesi)

### **Rekabette Marka Oluşturma/Markalaşma, Kalite İle İlişkisi ve Türkiye Açısından Önemi**

Dr. Kasım BAYNAL, Dr. Semra BORAN (Sakarya Üniversitesi)

## III. OTURUM : Çevre, Sosyal Sorumluluk ve Teknoloji

**Oturum Başkanı :** Doç. Dr. Adil BAYKASOĞLU (MARKATEK Düzenleme Kurulu Üyesi)

### **Sürdürülebilirlik İçin Tasarım**

Doç. Dr. Gülçin BÜYÜKÖZKAN, Yrd. Doç. Dr. Orhan FEYZİOĞLU (Galatasaray Üniversitesi)

### **Teknoloji Yönetimi ve Çevre**

Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ERKUL (İnönü Üniversitesi)

### **SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı**

Ramazan USTA (Türk Standartları Enstitüsü/İzmir)

### **Marka ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi**

Prof. Dr. Günel ÖNCE (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Yrd. Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Yaşar ÖZGÜR (Dokuz Eylül Üniversitesi)

### **Gelişen Teknolojinin Birey Üzerindeki Etkileri**

Yrd. Doç. Dr. Aydın USTA (İnönü Üniversitesi)

## 19 MAYIS 2007 CUMARTESİ - II. GÜN

## IV. OTURUM : Marka ve Markalaşma Süreçleri

**Oturum Başkanı :** Cumhur PEKDEMİR (MMO Edirne Şube Başkanı)

### **Hazır Giyim Ürün Etiketlerinin Markalaşma Sürecine Etkisi**

Yrd. Doç. Dr. Mehmet TOPALBEKİROĞLU, Arş. Gör. Züleyha DEĞİRMENCI,  
Arş. Gör. H. Kübra KAYNAK (Gaziantep Üniversitesi)

### **Marka Stratejisinin Oluşturulmasında Tedarik Zinciri Yönetiminin Etkisi**

Yrd. Doç. Dr. Berrin DENİZHAN (Sakarya Üniversitesi)

### **İşletmelerde “Markalaşma ve Fiyat Hakimiyeti” Etkileşimi**

Yrd. Doç. Dr. Turan PEKMEZCİ, Arş. Gör. Cemalettin DEMİRELİ (Gaziantep Üniversitesi)

### **Ortak Marka Kavramı ve Türkiye Uygulaması**

Yrd. Doç. Dr. İbrahim ARSLAN (Selçuk Üniversitesi)

### **Marka İmajı Yaratmada İç ve Dış Paydaşların (Shareholder) Önemi**

Yrd. Doç. Dr. Ferit KÜÇÜK (Harran Üniversitesi)

### **PANEL 2 : İNOVASYON ve AR-GE Yönetimi**

**Panel Yöneticisi :** Ali Ekber ÇAKAR (MMO Yönetim Kurulu Sekreter Üyesi)

#### **Panelistler:**

Melih ŞAHİN (Makina Mühendisleri Odası)

Prof. Dr. Serpil EROL (Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Gündüz ULUSOY (Sabancı Üniversitesi)

Arife YILMAZ (Türk Patent Enstitüsü)

Semih TILFARLIOĞLU (Sanayici)

### **V. OTURUM : Bilişim Teknolojileri ve MARKATEK**

**Oturum Başkanı :** Başar KÜÇÜKPARMAK (MMO Gaziantep Şube Saymanı)

### **Marka Değerini Artırmada İnternet ve Web Teknolojilerinin Kullanımı: Elektrik - Elektronik Sektöründe Bir Araştırma**

Yrd. Doç. Dr. Zümrüt (ECEVİT) SATI (Celal Bayar Üniversitesi)

Arş. Gör. B.Türker PALAMUTÇUOĞLU (Celal Bayar Üniversitesi)

### **Elektronik Posta ile Gelen Bilgilerin Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkisi**

Prof. Dr. Rıdvan KARALAR, Yrd. Doç. Dr. Gülfidan BARIŞ, Arş. Gör. Elif EROĞLU  
(Anadolu Üniversitesi)

### **Markalaşma Sürecinde Bilgi İletişim Teknolojileri: Markalaşma Sürecinde Turkcell'in Web Kullanımı**

Doç. Dr. Z. Beril AKINCI VURAL, Ebru AKÖZEK GÖKALİLER (Ege Üniversitesi)

### **İnovasyon ve Bilişim Teknolojileri**

Arş. Gör. Ayten YILMAZ YALÇINER (Sakarya Üniversitesi)

## **Küreselleşme Sürecinde Makro, Mezo ve Mikro Düzeylerde CRM - Entelektüel Sermaye Etkileşimi**

Doç. Dr. Adem ÖĞÜT, Öğr. Gör. Yunus Emre ÖZTÜRK (*Selçuk Üniversitesi*)

### **VI. OTURUM : Yenilikçilik ve MARKATEK**

**Oturum Başkanı :** *Orhan Tevfik OKUDUCU (MMO Gaziantep Şube Sekreteri)*

#### **Yenilikçilik Yeni Bir Şey Değildir**

O. İter AKINOĞLU (*TPAO / Ankara*)

#### **Yaratıcılık ve Yenilikçilik İçin Personel Güçlendirme**

Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ (*Çukurova Üniversitesi*)

#### **Markanın Birden Fazla Ülkede Korunması Madrid Protokolü ve Topluluk Markası**

Arş. Gör. Armağan Ebru BOZKURT YÜKSEL (*Dokuz Eylül Üniversitesi*)

#### **Otomotiv Sektöründe Markaların Pazar Konumlandırmasında Kullanılan Sloganlarda Teknolojik Yeniliklerin Etkisi ve Slogan Dilinin İletişim Açısından İncelenmesi**

Yrd. Doç. Dr. Filiz Yalçın TILFARLIOĞLU (*Gaziantep Üniversitesi*)

Mak. Y. Müh. Semih TILFARLIOĞLU (*Portalin A.Ş*)

#### **Tarım Makinaları İmalatında Kalitenin Marka Oluşumunda Etkisi**

Prof. Dr. Bülent EKER (*Namık Kemal Üniversitesi*)

Prof. Dr. Ayşegül AKDOĞAN (*Yıldız Teknik Üniversitesi*)

### **VII. OTURUM : Değerlendirme**

**Oturum Başkanı :** *Ali Ekber ÇAKAR (MMO Yönetim Kurulu Sekreter Üyesi)*

## SONUÇ BİLDİRGESİ

II. Marka, Kalite ve Teknoloji Yönetimi Sempozyumunda, konular sanayi/sanayileşme–üretim–inovasyon bağlamında değerlendirildi. Ülkemizde tasarım, AR-GE ve inovasyon kavramlarına ve aralarındaki ilişkiye yeterince özen gösterilmemekte, biri diğeri yerine ikame edilebilmektedir.

Gerçekte ise bunların hepsi iç içedir ve bir bütünlük arz ederler. Salt markalaşma veya inovasyonu esas alan yaklaşımlar “tasarım”ı geri plana itmekte ve tasarım bir yan unsur ya da bitmiş bir ürüne yan estetik veya ticari süslemeler yapmaya indirgenmektedir. Oysa tasarım, planlamadan başlayarak inovasyon, AR-GE ve teknoloji süreçlerini önceleyen ve hepsiyle iç içe bir konuma sahiptir.

Ekonomik, sosyal, kültürel yaşamın temel koşullarından en önemlisi, üretim süreçlerindeki belirli niteliklerin bir bütün olarak kurgulanmasıdır. Bu bütünlük; planlama, eğitim, tasarım, AR-GE, teknoloji ve inovasyon unsurlarından oluşur. Bu unsurlar, hizmetler alanı ve bir ürünün tasarımından üretim sürecindeki somut şekillenişine, nihai ürün ve kullanımıyla somutlanan nitelik ve bu niteliği yansıtan kaliteye dek uzatılabilecek bir süreci kapsar.

Marka öncesi bütün planlama, eğitim, tasarım, AR-GE, teknoloji yenilenme süreçleri, pazardaki yer edinme isim ve biçimi ile “özgün ürün” ve “marka”da somutlanmaktadır.

Ülke sanayisinin ağırlığını KOBİ’ler oluşturmaktadır. KOBİ’lerin ürettikleri ürünlerin çoğu kez bir dış firmaya bağlı fason üretim şeklinde olması, üretimi gerçekleştiren makinelerin bağlı bulunan yabancı markalı firmanın mamulünü üretecek şekilde tasarlandığı düşünülürse, ana firma ürün siparişini kestğinde veya başka ülke KOBİ’lerine kaydırıldığında ülkemizdeki üretim alanı atıl hale gelecektir.

Özellikle ihracata yönelik çalışan ve ara ürün üreten kuruluşlar ve KOBİ’lerimizin bir bölümü geleceklerinin markalı ürün üretiminde olduğunu görmüştür. Ancak ağır rekabet ve rekabet edeme koşulları söz konusudur. Bu açıdan eğitim, tasarım, AR-GE, teknoloji ve inovasyon süreçleri eşliğinde markalaşmak, ürünlerin ve bu ürünlerin içinde yer aldığı toplumsal yaşamın daha nitelikli kılınması yanında ağır uluslararası koşullara karşı bir direnç potansiyeli oluşturma işlevini de yerine getirebilecektir.

Ülkemizde sanayileşebilmek için bilim, teknoloji ve inovasyonda yetkinleşmek gerektiği, bunun için de devletin aktif rol üstlenmek zorunda olduğu, devletin sanayileşme sürecinin gerekleri doğrultusunda etkin bir araç olarak kullanılması sağlanamamıştır.

Doğru ve sağlam bir bilim ve teknoloji temeli olmadan ithal teknoloji ile inovasyonda yetkinleşmek, uluslararası rekabette ciddi bir yer edinmek ve küreselleşme süreçlerinin olumsuz etkilerine karşı direnmek mümkün değildir.

Odamız Sempozyumun, bilim ve teknolojinin ışığında etkin bir tartışma ortamı yaratarak, üretim ve hizmet sektörlerine, bürokrasiye, akademisyenlere, kamu kurum ve kuruluşlarına önemli bir platform oluşturduğu düşüncesindedir. Sempozyum boyunca yapılan tartışmalarda elde edilen sonuçlar aşağıda kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır.



1. Ülkemizin kalkınma stratejileri planlı kalkınmayı öngören sistematik ve bütünlüğe sahip, uzun vadeli bir ulusal bilim, sanayi, teknoloji, yenilenme politikaları oluşturulmalı ve kararlı bir biçimde uygulanmalıdır.
2. Bilimi ve teknolojiyi esas alan, AR-GE ve inovasyona ağırlık veren, dış girdilere bağımlı olmayan, rasyonel işletmeler kurulmasına yönelik, istihdam odaklı sanayileşme politikaları uygulanmalıdır. Böylesi bir stratejide yerli yatırımcı özendirilmeli ve korunmalı, katma değeri yüksek ileri teknoloji isteyen alanlarda yapılacak yatırımlar desteklenmelidir.
3. Sanayimizin büyük bir bölümünü oluşturan KOBİ'lerin üretimlerinin tasarım, özgün üretim, AR-GE ve kalite süreçlerinden geçmesi ve bunun için devlet desteği şarttır. Türkiye'de, sanayi üretiminin ve bunun için de sanayi yatırımlarının artmasını sağlayacak; aynı zamanda araştırma ve inovasyon faaliyetlerini özendirmek görevi kamuya aittir.
4. Türkiye'de yapılan AR-GE çalışmaları yetersizdir ve tasarımdan markalaşmaya, yeni ürün imalatından imalat süreçlerinin geliştirilmesine kadar uzanan yol haritasında rekabet gücünü aşmaya çalışmaktadır. Bu nedenle AR-GE alt yapısının oluşturulması, kurumsallaşması, firmaların bu konuda pay ayırması ve AR-GE'ye ayrılan payın gelişmiş ülkeler düzeyine çıkarılması gerekmektedir.
5. Nitelikli insan gücünü oluşturan mühendis, teknisyen, bilim insanı bu alanda seferber edilmelidir.
6. "Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Tasarısı" ülkenin sanayileşmesi, sanayide AR-GE faaliyetlerinin desteklenmesi ve özellikle KOBİ'lere AR-GE teşviki verilmesi içerikli olarak yeniden düzenlenmelidir.
7. Üretici mutlaka AR-GE fonlarından yararlanmalıdır.
8. AR-GE kültürünü geliştirip, geniş bir biçimde KOBİ'lere yaymak için eğitim çalışmalarına hız verilmelidir.
9. AR-GE çalışmalarının kendi kaynağını da yaratacak biçimde olması önemlidir. Öncelikle, teknik anlamda, bilimsel ve teknolojik çalışmayı içeren, tasarımı esas alan özgün üretimin AR-GE sürecinde yoğunlaştırılmalıdır.
10. Marka, kalite ve teknoloji yönetiminin ülkede özgün ürün yaratmadaki rolü çerçevesinde AR-GE ve inovasyon/yenilenme, patent ve sınai mülkiyet hakları çalışmaları özendirilmelidir. İmalat ve pazarlama ise kurumsal bazda patent, dış ticaret, ihracat desteği ve tanıtımını gerektirmektedir.
11. Marka, daha çok katma değer yaratmak, büyük çapta üretim yapmak, yeni özgün ürün üretmek, kârlılık oranlarını artırmak, modern bir pazarlama ağı oluşturmak gibi gerek bilimsel gerekse kurumsal unsurları tesis etmek için yaratılmalıdır.
12. Marka, kalite ve teknoloji yönetiminde kurumlara ve Meslek Odalarına da görevler düşmektedir.

dir. Patent Enstitüsünden, İGEME'ye, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatçılar Birliği, TÜBİTAK, TTGV, üniversiteler ve TMMOB'ye bağlı ilgili Meslek Odalarına kadar giden bilimsel, teknolojik ve yetişmiş insan desteği büyük önem taşımaktadır. Kurumların koordinasyonu ve işbirliği sağlanmalıdır.

13. Türkiye'de ulusal ve bölgesel AR-GE organizasyonları, ikili kurumların birlikte çalışmaları ile ortam bulacaktır. Ancak her şeyden önce Yüksek Bilim ve Teknoloji Kurumu'nu hayata geçirecek bir bilim politikası ortaya konulmalıdır. Bu organizasyon siyasi erkin desteği ile bağımsız bir yapılanmadan geçmelidir.