

148 188

T.C.  
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

## MÜZELERDE SPONSORLUK

SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI  
MÜZECİLİK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

A. Çiğdem KİLİMCİ

148 188

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Fethiye Erbay

İstanbul, 2004

## ÖNSÖZ

Müzeler, bilginin toplandığı ve yayıldığı kültür merkezleridir. Her yaştan bireye hiçbir ayırım gözetmeksizin eğitim vermeyi ve kamu yararına hizmet etmeyi amaç edinmiş bu kültür merkezleri aracılığıyla toplumun ve bireylerin geçmişleri ve bugünleri arasında bir köprü kurularak insanların ufukları açılır, hayal güçleri geliştirilir ve kendi kültürel hazinelerinin farkına varmaları sağlanır. Elbette bu kurumların, varlıklarını sürdürebilmeleri ve daha iyi hizmet verebilmeleri için çeşitli maddi kaynaklara ihtiyaçları vardır.

Bu kaynaklar içinde en önemlisi uzun vadeli, büyük bütçeli, hem sergi hem de restorasyon faaliyetleriyle desteklenmiş sponsorluk çalışmalarıdır. Bu tip çalışmalar, sponsor şirket tarafından sadece tanıtım faaliyeti olarak görülmemeli, bunların yanı sıra evrensel değerlere hizmet etmek, eğitim amacıyla kurulmuş bu kurumların eksiklerini tamamlamak ve halka daha iyi hizmet verebilmek gibi amaçlar da esastır.

Fethiye Erbay, 6. Müzecilik Seminerleri sırasında verdiği bildiride; müzelerde tanıtım ve reklamın önemini şu sözleriyle vurgulamıştır: *“Son yıllarda müzede izleyicilerin daha aktif ve fiziksel olarak daha katılımcı olması beklenmektedir. Pasif ziyaretçi dönemi geçmiş, aktif ‘tüketici’ veya ‘müşteri’ çağı başlamıştır. Müşteri de, müzeden iyi bir hizmet beklemektedir. 1990 yıllarında dahi iyi hizmet için müzeler, teknoloji ile birlikte, kitlesel iletişim araçlarını yaygın olarak kullanmaya başlamışlardır. John Cotton Dana 1990 yılında “Bir Müze, ancak ziyaretçileri onu kullanırlarsa anlamlıdır. Kullanmaları ise ancak onu bilirlerse mümkün olur” sözleri müzelerin tanıtım ve reklamının profesyonel yönetimdeki önemini belgeler.”*

Tanıtım, hem müze için hem de müze aracılığıyla kendi kimliğini güçlendirmeyi ve prestijini arttırmayı hedefleyen kurum ve kuruluşlar için etkin bir araçtır. Bütün bu hedeflerin gerçekleşmesi için müze bünyesinde kurulacak bir pazarlama ve iletişim birimine ihtiyaç vardır. Böyle bir birimin varlığı sponsor olabilecek kurumların müzenin ihtiyaçlarına katkıda bulunması, müzenin tanıtımı ve ayakta kalabilmesi için yapılabilecek uzun vadeli projelere destek vermelerinde etkili olacak önemli bir tercih sebebidir.

Bu tezde yapılan araştırmalar sonucunda; sponsorluk kurumunun müze işletmesi açısından vazgeçilmezliği tespit edilmiş ve sponsor kurumla, müze işletmesi arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi için gereken idari yapılanmaya dikkat çekilmek istenmiştir. Müze sektörünün içinde bulunduğu dar boğaz ve kurumsal yapılanma eksikliğine çözümlenecek öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

Bu tezin amacı, uzun vadeli ve büyük bütçeli sponsorluk çalışmalarının müzecilik faaliyetleri açısından ne kadar önemli olduğunu kanıtlamak ve bu tip faaliyetler için bazı öneriler getirmektir. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırmalar sonucu elde edilen veriler ve öneriler tezin içeriğini oluşturmaktadır.

Çalışmalarım sırasında beni gönülden destekleyen sevgili annem Meral KİLİMCİ'ye, müzecilik ile ilgili referans kitaplarını yurtdışından getiren sevgili amcam Haluk KİLİMCİ'ye, tezimi okuyarak desteğini esirgemeyen kuzenim Petek ÖZDOYURAN'a, bu konu üzerine çalışmamı destekleyen ve beni YTÜ Müzecilik Yüksek Lisans Bölümüne yönlendiren sevgili hocam Prof. Dr. Mehmet ÖZDOğAN'a, çalışmalarım sırasında değerli fikirleri ve bilgileriyle desteğini hiç esirgemeyen tez danışmanım Doç. Dr. Fethiye ERBAY'a, çalışmalarıma önemli katkılarından ve yapıcı eleştirilerinden dolayı YTÜ Müzecilik Yüksek Lisans Bölüm Başkanı Prof. Tomur ATAGÖK ve YTÜ Öğretim Görevlisi Sedat GÖKSU'ya, mevzuata ilişkin yorumlarıyla destek veren sayın hocam İsmail KÖSE'ye, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı Doç. Dr. Can BİLGİLİ ve Asistanı Sn. Süralp KUŞOğLU'na, Topkapı Sarayı Müzesi Müdürü Dr. Filiz ÇAğMAN'a ve asistanı Birgül ÖNDER'e, Sabancı Müzesi Müdürü Nazan ÖLÇER'e, Dolmabahçe Sarayı İletişim Bölümü'nde görevli arkadaşlara ve Yasin YILDIZ'a teşekkürlerimi sunarım.

A.Çiğdem KİLİMCİ

## ÖZET

Bu tezde, “sponsorluk nedir”, “sponsorluğun müzecilikle ilişkisi nedir” gibi sorular üzerinden hareket edilerek, müzelerde uygulanan sponsorluk çalışmaları, sponsorluk tarihi ve bu süreç içerisinde sponsorluğun müze işletmesine ne gibi katkılarda bulunduğu incelenmeye çalışılmıştır.

Sponsorluğun müzelere nasıl kazanç sağladığı ve sponsorluk kurumunun faaliyet gösterebilmesi için müzelerin nasıl bir yapılanmaya sahip olması gerektiği irdelenmiş, sponsorluk mevzuatı ve uygulamaları incelenmiştir. Tüm bu çalışmalar yurtiçinden ve yurtdışından örnekler verilerek desteklenmeye çalışılmıştır.

Yapılan araştırmalar sonucunda; sponsorluk kurumunun müze işletmesi açısından vazgeçilmezliği tespit edilmiş ve sponsor kurumla müze işletmesi arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi için gereken idari yapılanmaya dikkat çekilmek istenmiş, müze sektörünün içinde bulunduğu dar boğaz ve kurumsal yapılanma eksikliğine çözüm olabileceği düşünülen öneriler getirilmiştir.



## **ABSTRACT**

Questions like “what is sponsorship?”, “what is sponsorship in relations to museums?” have been the basis of the research done to explore the already in-practice sponsorship applications, examine the history of sponsorship, and evaluate the contributions of sponsorship to museums management the positive impact of sponsorships to museums.

The type of organisational structure necessary to fully benefit from sponsors and the laws governing the sponsorship process have been further studied. This research has been supported by national and international sector implementations and examples.

In light of all these; has been found to be a crucial aspect of successful and effective management of museums and the type of organisational structure needed to establish a mutually beneficial relationship has been proposed.

# İÇİNDEKİLER

## Sayfa No

ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	III
ABSTRACT.....	IV
RESİM LİSTESİ.....	VII
TABLO LİSTESİ.....	VIII
EKLER LİSTESİ.....	IX
1. GİRİŞ.....	1
2. SPONSORLUK NEDİR?.....	5
2.1. Tanımı.....	5
2.2. Sponsorluğun Tarihsel Gelişimi.....	6
2.3. Sponsorluk Çalışmalarının Kişi ve Kuruluş Açısından İncelenmesi.....	9
2.3.1. Sponsor Açısından Sponsorluk Kategorileri.....	9
2.3.2. Sponsorluğu Yapılan Kişi veya Kuruluşun Yaptığı Faaliyetin Sınıflandırılması.....	11
2.3.3. Kuruluşun Sponsorluğa Verdiği Öneme Göre Sponsorluğun Sınıflandırılması.....	12
2.4. Sponsorluk Yapılma Nedenleri.....	12
3. PAZARLAMA, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMIN SPONSORLUKLA İLİŞKİSİ.....	14
4. SPONSORLUĞUN MÜZELERLE İLİŞKİSİ.....	20
4.1. Müzelerde Sponsorluk Politikasının Geliştirilmesi.....	23
4.1.1. Müzelerde Sponsorluk Hibe ve Bağışlar.....	24
4.1.1.1. Müzelere Yapılan Hibeler.....	25
4.1.1.2. Müzelere Yapılan Bağışlar.....	26
4.2. Sponsorluk Açısından Hükümetin Müzelere Desteği.....	27
4.3. Müzelerde Şirket Sponsorluğu.....	31
4.4. Müzelerde Sponsorluk ve İlişkili Olduğu Alanlar.....	32
4.4.1. Müzelerde Pazarlama Stratejileri.....	33
4.4.1.1. Müzelerin Hedef Pazarının Oluşturulması.....	35
4.4.2. Müzelerde Pazarlama ve Reklam İlişkisi.....	35
4.4.2.1. Müzelerde Tanıtım ve Reklam Araçları.....	37
4.4.2.1.1. Müze İçi Tanıtım ve Reklam Araçları.....	37
4.4.2.1.2. Müze Dışı Tanıtım ve Reklam Araçları.....	37

4.4.3. Müzelerde Tanıtım ve Reklam Politikası .....	38
4.4.4. Müzelerde Halkla İlişkiler ve Pazarlama İlişkisi .....	42
4.5. Müzelerde Uygulanan Sponsorluğun Sınıflandırılması .....	43
4.5.1. Yayın Sponsorluğu .....	44
4.5.2. Sergi Sponsorluğu .....	46
4.5.3. Etkinlik Sponsorluğu .....	50
4.5.4. Restorasyon Sponsorluğu .....	52
<b>5. YURT DIŞI MÜZELERDE SPONSORLUK ÇALIŞMALARININ</b>	
<b>ARAŞTIRILMASI .....</b>	<b>54</b>
5.1. Müzelerde Yardım ve Bağışlar .....	54
5.2. Müzelerde Şirket Sponsorlukları .....	56
5.3. Uluslararası Platformda Müze ve Şirket Sponsorluğunun Araştırılması .....	56
5.3.1. İngiltere Müze Sponsorluk Çalışmaları .....	57
5.3.2. Hollanda Müze Sponsorluk Çalışmaları .....	58
5.3.3. Diğer Avrupa Ülkelerindeki Müzelerde Sponsorluk Çalışmalarından Örnekler .....	61
5.3.4. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Müze Sponsorluk Çalışmaları .....	63
<b>6. YURT İÇİ MÜZELERDE SPONSORLUK ÇALIŞMALARININ</b>	
<b>ARAŞTIRILMASI .....</b>	<b>66</b>
6.1. Türkiye Büyük Millet Meclisine Bağlı Dolmabahçe Sarayı Müzesi Sponsorluk Çalışmaları .....	67
6.2. Kültür Bakanlığı'na Bağlı Müze Olarak "Topkapı Sarayı Müzesi" Sponsorluk Çalışmaları .....	69
6.3. Özel Müze Kapsamında Yer Alan Sabancı Müzesi Sponsorluk Çalışmaları .....	73
<b>7. MÜZELERDE NASIL BİR YAPILANMA SPONSORLUK</b>	
<b>KURUMUNU DESTEKLER .....</b>	<b>76</b>
7.1. Müzelerde Fon Arttırıcı Kampanyalar Düzenlenmesi .....	78
7.2. Müzenin Fon Kullanma Planının Belirlenmesi .....	79
7.3. Kampanyanın Planlaması .....	79
7.4. Müze Bağışlarının Yaratılması İçin Özendirici Çalışmalar Planlanması .....	79
<b>8. ÖNERİLER .....</b>	<b>84</b>
<b>9. SONUÇ .....</b>	<b>89</b>
<b>10. KAYNAKÇA .....</b>	<b>91</b>
<b>11. EKLER .....</b>	<b>93</b>
<b>12. ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>189</b>

## RESİM LİSTESİ

<b>Resim 1:</b> İş Bankası Yayınları, İş Bankası sponsor firma, Padişahın Portresi (İç kapak).....	45
<b>Resim 2:</b> İş Bankası, Padişahın Portresi, kapak.....	45
<b>Resim 3 :</b> Philip Morris firmasının sponsor olduğu “Muhteşem Sultan Süleyman Dönemi” sergisine ait poster .....	47
<b>Resim 4 :</b> Hazine dairesi girişindeki duvarın üzerine monte edilmiş “Gilan” firmasının sponsorluğunu kamuya duyuran levha .....	49
<b>Resim 5 :</b> Padişahın Portresi Sergisi. İş Bankası, sergi salonundaki ayaklı pano .....	49
<b>Resim 6 :</b> BP firmasının Tate Modern Müzesi’nde sponsor olduğu sergiye ait kendi logosunun yer aldığı broşür .....	58
<b>Resim 7 :</b> Ferrero Firmasının yaptığı sponsorluğun medyaya yansımaları .....	62
<b>Resim 8 :</b> Bloomberg Firması, Metropolitan Müzesi Boşürü.....	65
<b>Resim 9 :</b> Dolmabahçe Sarayı Schindler Firmasının sponsor olduğu asansör .....	67
<b>Resim 10 :</b> Dolmabahçe Sarayı Schindler Firmasının sponsor olduğu asansör .....	68
<b>Resim 11 :</b> Topkapı filmi Japonya’da kullanılan afiş.....	72
<b>Resim 12 :</b> Topkapı filmi T.C. Kültür Bakanlığı ve Yunan Turizm Bakanlığı destekli tanıtımın kapak sayfası .....	73
<b>Resim 13 :</b> Sabancı Müzesi “Kahvaltıda Caz” gazete ilanı .....	74
<b>Resim 14 :</b> Kıyafet sergisi, Boyner Firmasının sponsorluğunda medyada yer alışı.....	75
<b>Resim 15 :</b> Müzeler güncel ortamlardır .....	75
<b>Resim 16 :</b> Bilbao Gugenheim Müzesi.....	87

## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Müze Yönetim Organizasyon Planı .....	82
---	----



## EKLER LİSTESİ

**Ek A - KANUNLAR..... 93**

**Ek A -1.** 5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu

(Resmi Gazete tarih ve sayısı : 21.07.2004/ 25529)..... 94

**Ek A -2.** 5226 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ile Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun

(Resmi Gazete tarih ve sayısı : 27.07.2004/ 25535)..... 101

**Ek A -3.** 5228 Sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hükmündeki Kanun

(Resmi Gazete tarih ve sayısı : 31.07.2004/ 25539)..... 111

**Ek A -4.** 4734 Kamu İhale Kanunu değişikliği

(Resmi gazete tarih ve sayısı: 22.01.2002/24648) ..... 115

**Ek A -5.** 4761 Kamu İhale Kanunu değişikliği

(Resmi gazete tarih ve sayısı: 22.06.2002/24793) ..... 153

**Ek A -6.** 4964 Kamu İhale Kanunu değişikliği

(Resmi gazete tarih ve sayısı: 15.8.08.2003/2500) ..... 162

Resmi Gazete Tarih:	22/01/2002	Sayı:	24648	Kanun No:	4734
Resmi Gazete Tarih:	22/06/2002	Sayı:	24793	Kanun No:	4761
Resmi Gazete Tarih:	15/08/2003	Sayı:	25200	Kanun No:	4964
Resmi Gazete Tarih:	26/12/2003	Sayı:	25328	Kanun No:	5020
Resmi Gazete Tarih:	07/05/2004	Sayı:	25455	Kanun No:	5148
Resmi Gazete Tarih:	27/07/2004	Sayı:	25535	Kanun No:	5226

**Ek B- PROTOKOLLER ..... 174**

**Ek B-1.** Aygaz A.Ş..... 175

**Ek B-2.** Gilan Mücevherat Ticaret A.Ş..... 177

**Ek B-3.** Türkiye İş Bankası A.Ş..... 179

**Ek B-4.** Schindler Türkeli Asansör Sanayi A.Ş..... 182

**Ek C – ICOM 2004 DEFINITIONS ..... 186**

## 1. GİRİŞ

Dünyada ve ülkemizde müzeler, kamu yararına hizmet veren kurumlar statüsündedir. Müzelerin en önemli misyonu eğitimidir. Müze eğitiminin insana kazandıracığı vizyon batıda çok önceden fark edilmiş ve müzelerin yapılanmaları bu doğrultuda geliştirilmiştir. Bu tezde yapılan araştırmalar sonucunda; sponsorluk kurumunun müze işletmesi açısından vazgeçilmezliği tespit edilmiş ve sponsor kurumla, müze işletmesi arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi için gereken idari yapılanmaya dikkat çekilmek istenmiştir. Bu tezin amacı, uzun vadeli ve büyük bütçeli sponsorluk çalışmalarının müzecilik faaliyetleri açısından ne kadar önemli olduğunu kanıtlamak ve bu tip faaliyetler için bazı öneriler getirmektir. Müze sektörünün içinde bulunduğu dar boğaz ve kurumsal yapılanma eksikliğine çözüm olabilecek öneriler tezin içeriğini oluşturmaktadır.

Fransa, İngiltere ve Amerika'da 1960'lı yıllardan sonra gerçekleştirilen idari yapılanma sonucunda müze eğitimi farklı bir boyut kazanmıştır. Özellikle müze eğitim bölümlerine yer vermeye başlanmış, zamanla okul ve müze eğitimi birlikteliğinin genç zihinler için ne kadar başarılı sonuçlar verebileceği görülmüştür. Bugün Amerika Birleşik Devletleri'nin birçok eyaletinde özellikle sanat, biyoloji, kimya ve fizik eğitiminde, müze - okul işbirliği uygulanmaktadır. Giderek yaygınlaşan interaktif müzecilik eğitim sistemiyle, bilgilerin kalıcı olması sağlanmıştır. İnternet sayesinde müze eğitimi evlere taşınmıştır.

Müzeler eğitim sektörünün yanı sıra kamu yararına hizmet sektöründe de faaliyet gösterir. Müzelerde, hizmet sektörü denildiği zaman akla gelen eğitim, turizm, tanıtım ve konukları ağırlama gibi hizmetlerin hepsi verilmektedir. Bunların yanı sıra güvenlik, temizlik, servis gibi hizmet birimleri de müzelerde yer almaktadır. Müzelerin hizmet sektöründe varolabilmeleri, temiz ve güvenli bir ortama sahip olmaları, daha iyi eğitim verebilmeleri ve bilgiyi daha geniş kitlelere ulaştırabilmeleri için yatırımlarla desteklenmeleri gerekir. Müzeler her ne kadar "kâr gütmeyen kurumlar" olsalar da, varlıklarını sürdürebilmek için ekonomik desteğe gereksinimleri olduğu bir gerçektir.

Müzelerin başlıca görevleri; toplama, belgeleme, sergileme eğitim, koruma, bakım ve onarımdır. Bu hizmetler sadece müzenin bulunduğu ülkenin vatandaşları için değil, tüm dünya vatandaşları

içindir. Müzelerde bulunan koleksiyonlar dünya kültür mirasının taşıyıcısıdır. Dolayısıyla müzelerin, gerek eğitim, gerekse hizmet bakımından evrensel bir değere sahip olduğu söylenebilir.

Müzelerin tarihsel gelişimine bakıldığı zaman, müzeciliğin varlıklı kişilerin “değerli eşyaları toplamak tutkusu” ile başladığı görülür. Varlıklı kişilerin bu değerli eşyaları yaratıcıları koruma çalışmaları ile ilk sponsorluk girişimleri de başlamıştır Mesenlik, yani “sanat koruyuculuğu” adı ile anılan bu çalışmalar, günümüzde de Rockefeller, Getty gibi varlıklı ailelerin kendi adlarıyla kurdukları vakıflar sayesinde sürdürülmektedir.

Sadece ülkemizde değil, bütün dünyada müzelerin ekonomik sıkıntılar içerisinde bulunduğu görülmektedir. Sadece bilet gelirleri müzelerin ayakta kalabilmeleri ve hizmet sunabilmeleri için yeterli değildir. Bu gelirlerle müzeler ancak kendi ihtiyaçlarının bir kısmını karşılayabilmektedir. Diğer ülkelerden farklı olarak ülkemizde bu gelirler müzenin kendi kasasına girmemektedir, bu da daha çok sıkıntıya yol açmaktadır. Bu sebeple müzelere yatırım yapılması gerekir. Bütün dünyada müzeleri içinde buldukları ekonomik dar boğazdan kurtarabilmek için çalışmalar yapılmakta, yeni yöntemler geliştirilmektedir. Bu çalışmalarda en çok pazarlama yöntemleri üzerinde durulmaktadır. Çünkü pazarlama yöntemleriyle müzeye sadece yeni ziyaretçiler çekilmekle kalınmaz, yeni kazanç olanaklarına da yol açılır. Pazarlama, müze içindeki mağazalarda bulunan ürünlerden, müze restoranlarının işletmesine ve kitleleri hedef alan sponsorluk çalışmalarına kadar etkili olan bir yöntemdir. Bu sebeple önemle üzerinde durulması gerekir.

Aydemir Okay'ın sanat sponsorluğuna dair şu sözleri müze sponsorluğu için pazarlamanın önemini vurgulamaktadır: “Bir kuruluşun tüm iletişim stratejisi içerisinde bazen “pazarlama karması” veya “iletişim paketi” olarak tanımlanan unsurların içinde yer alan sanat sponsorluğu, sponsorun çok kesin olarak tanımlanmış kitlesine yönelmesine olanak sağlar. Bunun yanı sıra sponsorluğu yapılan sanat-kültür organizasyonunun itibarını ve değerini “ödünç” olarak kendi kuruluşuna adapte edip, yapmış olduğu sponsorluktan bir fayda elde etmeye çalışmaktadır.”<sup>1</sup> Sponsorluk, pazarlama ile birlikte yürütülen önemli bir gelir kaynağıdır. Karşılıklı menfaatlerin

---

<sup>1</sup> Okay Aydemir, *Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sponsorluk*, I.B., İstanbul: Epsilon Yayınları, 1998, s.101.



kamu yararına dönüştürüldüğü önemli bir ekonomik çözümdür. Sponsorluğun iyi ve başarılı şekilde uygulanması ve devamlılığı çok önemlidir. Bunun için gerekli bazı kriterler vardır. Bu kriterlerin en önemlisi işi bilen, donanımlı, sosyal ilişkileri güçlü ve proje geliştirme yetisine sahip bir yöneticiye sahip olmak, diğeri ise bir pazarlama birimi oluşturmaktır. Pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler gibi tanıtımın vazgeçilmez iki ögesini bünyesinde bulundurmalıdır.

Sponsorluk kurumunun iyi işleyebilmesi için müzelerde idari yapılanmaya gereksinim vardır. Eğitim ve müzecilik idari yapılanması sağlam temellere oturtulduğunda, sponsorluk işlevinin önemi ortaya çıkar. Müzeler, kâr amacı gütmeyen kurumlar olsalar bile “kârlılık” aranır. Müze pazarlama stratejilerinin tespit edilmesinde tanıtım ve halkla ilişkiler önemli rol oynar. Zira sponsorluk uygulamaları için iletişim ağı, ziyaretçi profili, ziyaretçi sayısı gibi veriler çok önemlidir. Bu bilgileri oluşturacak takım, pazarlama biriminde mevcuttur. Pazarlama birimi sponsorluk uygulamaları için önemli olan müze kurum kimliğini oluşturur. Sponsor için müze ziyaretçilerinin kimler olduğu, kimlerin müze ziyaretinden neden hoşlanmadığı ve bu kişilerin müzelere nasıl çekilebileceği gibi sorular ele alınıp, amaçlar belirlendikten sonra, bu amaçlar doğrultusunda hareket etmek gerekir. Pazarlama biriminin görevi, tüm bu bilgileri ve verileri toplamak ve hedefleri tespit etmektir. Toplanan bilgiler sponsorluk bütçesinin oluşturulması için kaynak niteliği taşırlar.

Her müze pazarını belirlemeli, analiz etmeli, bölümlenmeli ve stratejisini ona göre ortaya koymalıdır. Pazarın niceliksel ve niteliksel özellikleri, hedef pazarın belirlenmesi için önemli ipuçları verir.

Bu tezde sponsorluk ve müzecilik arasındaki ilişkinin önemine dikkat çekilmek istenmiş ve bu ilişkinin sağlamlaştırılabilmesi için etkili olacağı düşünülen bazı öneriler getirilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilk kısımda sponsorluğun tanımı, ikinci kısımda sponsorluğun temel taşları olduğu düşünülen pazarlama, halkla ilişkiler ve reklam konularına değinilmiş ve bu konuların sponsorlukla bağlantıları irdelenmiştir. Üçüncü kısımda bu tezin temelini oluşturan sponsorluk-müze ilişkisi üzerinde ayrıntılı bir biçimde durulmuştur. Tezin daha sonraki kısımlarında ise yurt dışı ve yurt içi sponsorluk faaliyetleri hakkında bilgi verilmeye çalışılmış ve bu iki faaliyet arasında kıyaslama yapılmıştır.

Bu çalışmalar sırasında müzecilik ve sponsorlukla ilgili temel kaynaklara baş vurulmuş, bu kaynaklardan derlenen bilgiler çeşitli gazete, dergi ve internet taramalarıyla ve Topkapı Sarayı Müzesi Müdürü Dr. Filiz Çağman, Sabancı Müzesi Müdürü Nazan Ölçer ve Dolmabahçe Sarayı İletişim Bölümünden Yasin Yıldız'la yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilerle desteklenmiştir. Son kısımda ise tüm çalışmaların sonucunda derlenen veri ve bilgiler değerlendirilerek, sponsorluk ve müze ilişkisinin gelişimine katkıda bulunacağı düşünülen fikirler “öneriler” başlığı altında sunulmuştur.

Konuya kısa bir giriş yaptıktan sonra, tezin bundan sonraki kısımlarında yukarıda bahsedilen konulara daha ayrıntılı bir şekilde değinmeye, ortaya çıkan sorulara cevaplar aramaya çalışılacaktır.



## 2. SPONSORLUK NEDİR

Sponsorluk; geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemini koruyan bir taahhüde yönelik bir anlaşmadır. Bu tezde “sponsorluk nedir” ve “niçin yapılır” gibi sorulara cevaplar araştırılmıştır.

### 2.1. Tanımı

Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü’nde sponsorluğun tanımı: “Bir kurumun çalışma alanıyla doğrudan ilgili olmayan etkinliklere parasal destek sağlaması<sup>2</sup>” anlamına gelir. Sponsorluk, kurumun tanınırlığını arttırmak, kuruma yönelik olumlu kamuoyunun oluşmasını sağlamak, çalışanların bağlılığını sağlamak gibi amaçlara hizmet eder.

Barry Lord ve Gail Dexter Lord, Müze Yönetimi El Kitabı’nda (The Manual of Museum Management) sponsorluğu müze ve şirket açısından şöyle anlatmıştır. “Özel sektörün müzeciliğe en önemli katılımı müze programlarının ve sergilerinin sponsorluğu ile sağlanmaktadır. Ancak zaman zaman bürokratik engeller ve vergi kesintileri ile şirketler için bu gibi sponsorluklar cazibesini kaybetmektedir. Halbuki sponsorluk planlı programlı yapıldığında, genel müze gereksinimlerinin çok büyük bir gelir kaynağı olur.

Sponsorluk büyük hacimli değil, küçük çapta bile olsa çok etkilidir. Müze yönetimi sponsoru iş ortağı olarak görüp karşılıklı menfaatleri gözetmelidir. Müze yönetimi bu anlayışla konuya yaklaştığında kurumsal sponsorların sayısı artacak, sponsorluk müze için ana gelir haline dönüşecektir. Sponsor kurum içinde müzede yapılan sponsorluk çalışması kamuoyu tarafından daha fazla saygı görmesine neden olur.<sup>3</sup>

Kurumsal sponsorluklar firmanın kamuoyu karşındaki imajını güçlendirir. Firmalar bu gün bunun farkındadır. Firmalar yaptıkları sponsorlukları halkla ilişkiler faaliyeti olarak görmektedir. “Sponsorluk bir yatırım olarak düşünülmekte ve yapılan aynı veya nakdi yardım da dahil olmak üzere kuruluşun desteği ile gerçekleşen yardımların tümünü kapsamaktadır. Sponsorluk bir faaliyet ya da olaya destek şeklindedir.”<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Gülsoy Tanses, *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*, İstanbul: Adam Yayınları, 1999.

<sup>3</sup> Lord Barry & Lord G. D., *The Manuel of Museum Management*, London: The Stationery Office, 1998, s.180.

<sup>4</sup> Okay, a.g.e, s.24.

## 2.2. Sponsorluğun Tarihsel Gelişimi

Sponsorluğun başlangıcı mesenlik'tir diyebiliriz. Sanatı ve bilimi koruyan, gelişmelerine katkıda bulunan kişilere "mesen" adı verilir. Mesenliğin tarihi M.Ö. I. yüzyıla dayanmaktadır. Roma İmparatoru Augustus'un özel danışmanı ve yakın dostu olan Maecenas'a İmparator Augustus, kültür işlerinin yönetimi görevini vermişti. Gaius Clinius Maecenas M.Ö.70- M.Ö. 8 yılları arasında Roma'da yaşamıştır. Sanatların yalnız bir saray süsü olmayıp, aynı zamanda toplumsal işlevinin de olduğunun bilincinde olan Maecenas, yetenekli sanatçıları seçip onları topluma tanıtmıştır. Mesenliğin ilk örneklerine baktığımız zaman, koruyucunun (haminin) yetenekli kimseleri bulup, onları mali yönden desteklemesiyle bu kişilerin toplum tarafından tanınmasını sağladığını ve buna karşılık olarak da mesenin şöhretinin arttığını, toplum tarafından tanındığını görmekteyiz.<sup>5</sup> Maecenas'tan sonra da birçok kral ya da soylu kişiler sanat ve sanatçılara destek olmuş, ama Maecenas'ın farkı, kendisini izleyen tüm destekçilere, himayecilere yaptıkları yardımlara ismini vermesi olmuştur.

Eski çağlarda kimi yöneticilerle soyluların güzellik ve lüks düşkünlüklerini tatmin eden yapıtlar üretilmiş; bunları üretenler de korunmuştur. Örneğin, Antik Çağ'da Yunan devlet adamı Perikles de (M.Ö. 495-429) sanata verdiği destekle tanınır. Ancak bu dönemlerde mesenle sanatçı birbiriyle özdeşleşecek denli yakın bir ilişki içinde olmamış, sanatçı yalnızca "iş ısmarlanan" yetenekli bir usta olarak görülmüş, mesenlik de varlık ve lüks göstergesi olmaktan öteye geçememiştir. Makedonya kralı Büyük İskender'le (M.Ö. 336-323) Makedonyalı Mısır hükümdarı I.Ptolemaios da (MÖ 323-285) saraylarında çok sayıda şair, düşünür ve sanatçı barındırmıştı. MÖ 3.yy'da Roma'da sanatsal değeri olan nesnelere sahip olmak bir incelik ve kültür göstergesiydi. Ancak bu dönemde daha çok şairler ve yazarlar korunmuş, ressam ve heykeltıraşlarsa Yunan uygarlığında olduğu gibi "iş ısmarlanan" ustalar olarak nitelendirilmiştir. Ortaçağda sanat koruyuculuğu dinin etkisi altına girmiş ve genellikle manastırlar tarafından yürütülmüştü. Benediktenler'in önyak olduğu yapım etkinlikleri bazı sanatçıların sıvrilmesine ve korunmasına yol açmıştır. Örneğin, St. Denis Manastır Kilisesi'nin yapımını üstlenen Fransız rahip Suger (1081-1151) inşaat sırasında Fransa'nın her yanından usta zanaatçıları toplamış ve yapılan resimlerde kendisinin de "bağışçı" olarak kompozisyonda yer almasını sağlamıştı. Din

---

<sup>5</sup> Okay, a.g.e, s.36

adamlarının yanı sıra dinsel inançları güçlü kralların ve soyluların da kiliselerin zenginleşmesi için katkıda buldukları bu dönemde sanatçılar en çok mezar anıtı siparişi almışlardır.

Gerçek anlamda mesenlik ya da sanat koruyuculuğu kavramı ancak 17. yy'da gelişmiştir. Bu tarihten önceki sanat koruyuculuğu aslında “Sanat sanat içindir” görüşüne temellenmekten çok, sanatın kişilerin toplum içindeki prestijini artıran ya da dinsel amaçlara hizmet eden bir olgu oluşuna dayanmaktaydı. Sanat ürünleri çoğu kez zenginlik göstergesiydi ve yetenekli bir sanatçıyı korumak, kişiye toplumsal prestij sağlıyordu.

Birey olarak sanatçılara yapıt ısmarlayan ilk mesen Floransalı zengin tüccar Giovanni Rucellai olmuştur. “Rönesans döneminin en önemli sanat koruyucuları Floransalı Medici ailesi olmuştur. Birkaç kuşak boyunca mesenlik yapan bu aileden I.Cosimo de'Medici gerçek anlamda bir mesendi ve daha çok dinsel yapıların oluşturulmasını desteklemişti. Lorenzo de'Medici ise Leonardo da Vinci, Verrocchio ve Botticelli gibi sanatçıları Milano, Venedik ve Roma'ya yollayarak Floransa Okulu'nun ilkelerini yaygınlaştırmaya çalışmıştır. Bu dönemde sanatçılarla yapılan sözleşmelerde yalnızca istenen yapıtın konusu değil, boyutları, kompozisyonda kaç figürün yer alacağı hatta kullanılacak renkler ve boya kalitesi de belirtiliyordu. Sanatçı-mesen ilişkisindeki bu katı dengeyi bozan ve kazanmış olduğu ünle dengeyi sanatçı lehine değiştiren ilk Rönesans sanatçısı Michelangelo olmuştur. İtalyan sanatının yaygın biçimde mesenler tarafından desteklenmesi kısa sürede öbür Avrupa ülkeleri tarafından da benimsenmiştir.”<sup>6</sup>

Sponsorluk kavramı hem sanat, hem spor alanlarında, hem de sosyal alanda yapılan faaliyetleri kapsamaktadır. Bağışçılık kavramı da yine tüm alanlar için kullanılabilir, ama genellikle sosyal alanda bağışçılığın biraz daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Mesenlik ise kültür-sanat faaliyetlerinde ve diğer sosyal alanlarda başkalarını düşünme, başkalarına yardımcı olma (altruistik) amacıyla desteklemek anlamına gelir. Günümüzde vakıflar, mesenlerin görevlerini üstlenmiş durumdadırlar. Vakıflar kendilerine belirledikleri amaçları gerçekleştirmek için kuruluş amaçlarına uygun olarak, tespit ettikleri faaliyetleri desteklemektedirler. “Örneğin Almanya'da Dresdner Bankası'nın kurmuş olduğu 'Jürgen Ponto Vakfo Vakfı'; müzik, edebiyat, güzel sanatlar ve mimari alanlarında yetenekli olan birey ya da grupları desteklerken, uygun destekleme programları ile gençlerin birlikte müzik ve tiyatro yapmalarına, edebiyat ve güzel sanatlarla uğraşarak yakınlaşmalarına destek vermek amacıyla, yetenekli olanların eğitimlerini iyi hocaların

<sup>6</sup> Eczacıbaşı Kültür Sanat Ansiklopedisi, C.3, s.1205.

yanında sürdürülebilmeleri için burslar vermektedir. Mesenliğin gelişmiş bir şekli de Amerika Birleşik Devletleri'nde 'Corporate Giving', Almanya'da 'Spendenwesen' olarak adlandırılan bağışçılıktır. Sibel Asna'ya göre bağış, herhangi bir karşılık beklemeden sadece bağışın yapıldığı kurum ve kavramla oluşabilecek yakınlığı göz önünde tutan bir davranış şeklidir." Sponsorlukta destekleme araçları (para, malzeme vb.) sponsorun yaptığı destek karşılığında sponsorluğunu yaptığı birey/grup ya da kuruluştan bir fayda, karşı faaliyet beklemesine dayanmaktadır. Mesenlik, bağışçılık ve sponsorluk arasındaki farklar, desteğin değişik amaçlar doğrultusunda yapılmasından kaynaklanmaktadır. Bir faaliyetin sponsorluk olup olmadığını tespit etmek için, yapılan destekten bir karşılık beklenip beklenmediğine ve yapılan yardımın tanıtım amacıyla kullanılıp kullanılmadığına bakmak gerekir. Kuruluş yaptığı yardım (ayni-nakdi, hizmet) sonucu bir fayda (kısa vadeli-uzun vadeli) ve tanıtım imkânı elde ediyorsa, yapılan faaliyetin sponsorluk olduğunu söylemek mümkündür."<sup>7</sup>

XX. yüzyılda kültürel etkinliklerde önemli rol oynayan dünyanın ünlü zenginleri arasında Nelson Rockefeller, Henry Ford II, Paul Mellon, Paul Getty, Walter P. Chrysler Jr., Stavros Niarchos gibi isimler vardır. Bunların ailelerinin yapmış olduğu mesenlik faaliyetleri kurdukları vakıflar aracılığıyla sürdürülmüştür.

ABD'nin en eski hayırsever eğitim ve kültür vakfı 1867 yılında kurulmuş olan ve kurucusunun ismini taşıyan "George Peabody Eğitim Vakfı"dır. "Smithsonian Vakfı" da büyük ve eski vakıflardan biridir. 1902 yılında Andrew Carnegie ve John D. Rockefeller ile kültürel vakıfların kurulması hızlanmıştır. "Carnegie Vakfı" bilimsel araştırmaları ile 1913 yılında kurulan "Rockefeller Vakfı" ise tıbbi araştırmaları ve eğitim çalışmalarını desteklemekle ün kazanmıştır. "John Simon Guggenheim Vakfı Sanatçıları", August Julliard'ın kurduğu "Julliard Müzik Vakfı" da tüm ülkelerde müzisyen olabilecek yetenekleri desteklemek amacıyla kurulmuştur.<sup>8</sup>

Bir kuruluş sponsorluk yapmaya karar verdiğinde çeşitli seçeneklerle karşılaşır. Kuruluşun amacı, ulaşmak istediği hedef ve yaptığı sponsorluğun ona ne kazandıracığı iyi hesaplanmalıdır.

---

<sup>7</sup> Okay, a.g.e. ss.31-34.

<sup>8</sup> A.g.e., s.45.

Sponsorluğun ortaya çıkış şekillerini sponsor açısından ve sponsorluğu yapılan kişi veya kuruluş açısından iki alt başlıkta ele alarak, sponsorluğun değişik şekillerde nasıl ele alınabileceği konusu aşağıda sınıflandırılmıştır.

### **2.3. Sponsorluk Çalışmalarının Kişi ve Kuruluş Açısından İncelenmesi**

Kişi ve kuruluş açısından sponsorluk çalışmalarını üç ana başlık altında inceleyebiliriz.

-Sponsor açısından sponsorluğun sınıflandırılması,

-Sponsorluğu yapılan kişi veya kuruluşun yaptığı faaliyetin sınıflandırılması,

-Kuruluşun sponsorluğa verdiği öneme göre sponsorluğun sınıflandırılması.

#### **2.3.1. Sponsor Açısından Sponsorluğun Sınıflandırılması**

Sponsor açısından sponsorluk dört ana başlık altında sınıflandırılabilir.<sup>9</sup>

##### **• Sponsorun Yaptığı Katkının Türü**

Bir sponsor, sponsorluğunu yaptığı kişi, olay veya faaliyete para, malzeme-teçhizat veya hizmet sağlayarak katkıda bulunabilir.

**Para Desteğinde Bulunan Sponsor:** Sponsor, desteklediği olaya, kişiye veya kuruluşa bir kere ya da belirlenen bir süreyle veya süresiz olarak para desteğinde bulunabilir.

**Malzeme-Teçhizat-Ekipman Desteğinde Bulunan Sponsor:** Sponsor, ihtiyacı olan kişi veya faaliyete malzeme, teçhizat ve ekipman olanakları sağlar. Destek bir defayla veya önceden belirlenen bir süreyle sınırlanabileceği gibi süresiz de olabilir.

**Hizmet Faaliyetinde Bulunan Sponsor:** Sponsor, bir kere veya belirli bir süre için belirli bir organizasyonun veya faaliyetin nakil, barınma, haberleşme vb. gibi ihtiyaçlarını karşılayabilir.

---

<sup>9</sup> Okay, a.g.e., s.151.



### • Sponsorun Sayısı

Sponsorların sayıları ve konumları farklı farklı olmaktadır. Bir faaliyetin tek sponsoru olabileceği gibi birden fazla sponsor tarafından da desteklenebilir.

- Ana Sponsor: Asıl desteği sağlayan, faaliyet/olayın isim haklarının verildiği, kuruluşun isminin ve ürünlerinin duyurulması için en önemli fırsatların verildiği tek sponsordur.

-Ortak Sponsor: Daha önceden belirlenmiş olan birden fazla sponsor, olayı veya faaliyeti/kuruluşu desteklemektedir. Belirli bir alanda faaliyet gösteren sponsor herhangi bir olayı veya faaliyeti desteklerken kendi alanında (içecek, nakliye, kredi kartı vs.) faaliyet gösteren başka bir kuruluşun sponsorluk yapmasına izin verilmez, fakat farklı alanlarda başka sponsor kuruluşlar olabilir.

### • Sponsorun Türü

Profesyonel, yarı profesyonel, klasik olmak üzere üç tür sponsor vardır.

-Profesyonel Sponsorlar: Kuruluşların şirket tüzüğünde sundukları ürün ve hizmet faaliyetlerinin türü nedeniyle sportif, kültürel ve sosyal faaliyetlerin gerçekleşmesinde ve değişik alanlarda sponsor olarak ortaya çıkmaktadırlar.

-Yarı profesyonel sponsorlar: Sportif, kültürel, bilimsel alanlarda kuruluş ve kişileri mali yönden desteklemek amacıyla kurulmuş olan vakıflar yarı profesyonel sponsorlardır.

-Klasik sponsorlar: Profesyonel sponsorlar gibi sponsorluk yaptıkları alanlarda ürün ve hizmetleri ön plana çıkarmayan, sponsorluğu sadece kuruluşun hedef kitleleriyle iletişim kurma amacına yönelik olarak yapan/gören kuruluşlar klasik sponsorlardır.

### • Sponsorluk Alanları

Kuruluşlar sportif kültürel veya sosyal alanlarda sponsor olarak yer alabilirler. Sadece bir alanda (spor, kültür veya sanat alanında) sponsorluk faaliyetleriyle uğraşırlarsa tek taraflı (alanlı) sponsorluk söz konusudur. Ancak ,bir kuruluş birden fazla alanda da sponsorluk faaliyetlerini yürütebilir. Efes Pilsen bu durum için iyi bir örnektir. Bu kuruluş aynı zamanda hem spor, hem kültür sanat alanlarında hem de sosyal faaliyetlerde sponsor firma olarak yer almaktadır.



### 2.3.2.Sponsorluğu Yapılan Kişi veya Kuruluşun Yaptığı Faaliyetin Sınıflandırılması

Sponsorluğu yapılan kişi veya kuruluşun; karşı faaliyetinin t¼r¼, bireylerin t¼r¼, yaptığı faaliyetin sınıfı olarak sınıflandırılabilir.<sup>10</sup>

1.Sponsorluğu yapılan kişi veya kuruluşun karşı faaliyetinin t¼r¼: B¼t¼n sponsorlar yaptıkları harcamaların karşılığını bekler. Sponsorluğun ¼zellięinde de verdiği desteğin sonucunda da ticari bir kazanç sağlama amacı yatmaktadır. Sponsor kurum, marka veya ¼r¼n¼n¼n sponsorluk yaptığı alanda hedef kitlesi tarafından g¼r¼lmesini, yaptığı işin farkında olunmasını ister. Bu durum m¼zelerde: Sponsor kurumun isminin veya marka logosunun girişte bayraklarla g¼sterilmesi; çeşitli pano, afiş, broř¼r, kitap ¼zerinde logosunun yer alması; sergi salonu girişinde kurumun isminin ve logosunun bayraklarla g¼sterilmesi gibi kurumun kamuoyunun yaptığı işe karşı dikkatini çekerek sağlanabilir.

2.Sponsorluğu yapılan bireylerin t¼r¼: Sponsorluğu yapılan bireyler yaşamlarını profesyonel, yarı-profesyonel ve amat¼r olarak s¼rd¼r¼rler. Profesyonel olanlar t¼m gelirlerini sportif veya k¼lt¼rel faaliyetlerden elde ederler. Bu sebeple de s¼rekli sponsorluk ararlar. Yarı profesyonel olanların sağlam gelirleri vardır. Sponsor desteği ile k¼lt¼rel faaliyetlere zaman ayırırlar. Amat¼rler ise yine sağlam gelirlidir. Sanatsal faaliyetlerinin masraflarının bir kısmını (seyahat, malzeme gibi.) sponsor desteği ile karşırlar.

#### 3.Sponsorluğu yapılan kişi veya kuruluşun yaptığı faaliyetin sınıfı:

- Genişlik seviyesi: Boş zamanlarında sportif, k¼lt¼rel ve sosyal alanlarda faaliyette bulunan kişiler ve gruplar b¼y¼k ¼l¼de desteklenmektedir.
- Faaliyet seviyesi: Burada yaşışmalara ve kamusal d¼zenlemelere katılarak faaliyetlerini profesyonelleştiren kişi ve grupların desteklenmesi s¼z konusudur.
- Zirve seviyesi: Ulusal ve uluslararası alanlarda rekabete açık zirve faaliyetlerinde bulunan kişi ve gruplar desteklenmektedir.

---

<sup>10</sup> A.g.e., s.153.

### 2.3.3. Kuruluşun Sponsorluğa Verdiği Öneme Göre Sponsorluğun Sınıflandırılması

Kuruluşun sponsorluğa verdiği öneme göre sponsorluğu üç grupta sınıflandırabiliriz.<sup>11</sup>

-Pasif Sponsorluk: Pasif sponsorlukta bir kuruluş, tespit ettiği bir alanda küçük bir miktarla, sponsorluktan fazla bir beklentiye girmeden bir faaliyeti, grubu, kişiyi, olayı vb. destekleyerek alacağı sonucun olumlu olup olmamasına göre sponsorluk faaliyetini devam ettirmekte veya son vermektedir. Pasif sponsorlukta kuruluşun sponsorluktan fazla bir beklentisi yoktur.

- Odaklanmış Sponsorluk: Odaklanmış sponsorlukta kuruluş, sponsorluğu yapılmamış veya az yapılmış olan alanlara yönelerek önceden belirlemiş olduğu sponsorluk hedeflerine ulaşmak üzere, planlı ve sürekli bir şekilde sponsorluk faaliyetlerine devam edebilir. Sponsorluğun planlı olarak ve sürekli bir biçimde yapılması kuruluş bütçesinden de bir payın ayrılmasını gerekli kılmaktadır. Bu arada, sponsorluk faaliyetinin kuruluşun yapmış olduğu diğer iletişim faaliyetleriyle uyum içinde olması, elde edilecek sonuçların olumlu olmasında rol oynayacaktır.

- Aktif Sponsorluk: Aktif sponsorlukta ise kuruluş birden çok alanda (sportif, kültürel, sosyal ve diğer alanlarda) sponsorluk faaliyetinde bulunarak hedef kitleyle iletişim kurma çalışmalarında sponsorluğa önemli bir yer verir ve aynı zamanda kuruluş bütçesi içerisinde sponsorluğa büyük pay ayırıp, yeni sponsorluk alanları aramaya da devam eder. Aktif sponsorlukta yapılacak faaliyetler dikkatli bir biçimde planlanmakta ve uygulanmaktadır. Coca-Cola, Philip Morris, BAT, IBM, Bayer, Hoechst gibi firmaların faaliyetleri aktif sponsorluğa örnek olarak verilebilir.

### 2.4. Sponsorluk Yapılma Nedenleri

Sponsorluk; reklam, halkla ilişkiler ve pazarlama sektörünün yapı taşıdır. Zira sponsorluk, otomatik olarak bir şirketin prestijini, büyüklüğünü, finansal hareketliliğini, uluslararası konumunu pekiştirir. Sponsorluk aynı zamanda kuruluş ya da marka imajını daha dinamik bir hale getirir.

---

<sup>11</sup> A.g.e., s.156.

Bir çok araştırmacı yazar gibi Dr. Aydemir Okay'a göre de sponsorluk yapılmasının başlıca gerekçeleri şöyledir:<sup>12</sup>

- Topluma katkı sağlamak.
- Kurum kimliğinin tanınmasını sağlamak
- Kurum imajını geliştirmek.
- Kurum kültürünü oluşturmak.
- Satışları desteklemek.
- Kurumda alışanlar arasında ve toplumda kurumun daha fazla farkında olunmasını sağlamak.
- Yeni bir ürünü tanıtmak.
- Personelin motivasyonunu artırmak, sadakatini sağlamak ve kurum içi iletişimi desteklemek.
- Marka ile müşteri arasında bir bağ kurarak marka oluşumuna katkıda bulunmak.
- Medyada yer almak.

Pazarlama, halkla ilişkiler ve reklam; sponsorluk için uygun ortamı hazırlar. Sponsorluğu anlayabilmek için bu kavramların üzerinde durmak gerekir. Çünkü müzeler, sosyal alanlardır. Bireyin olduğu her ortamda pazarlama vardır.

---

<sup>12</sup> A.g.e., s.53.

### 3. PAZARLAMA, HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMIN SPONSORLUKLA İLİŞKİSİ

Müzeler gerek misyonu gerek işlevi bakımından sosyal kurumlardır, insanlarla sürekli bir iletişim içindedirler. Bu sebeple iletişim içinde buldukları kitleleri ve diğerlerini kendilerine çekebilmek, tanıtım yapabilmek için pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler birimleriyle işbirliği içinde bulunmaları gerekir.

Pazarlama, halkla ilişkiler, reklam ve sponsorluk birbirine kaynaşmış olarak müze kurumunun en önemli yaşam kaynaklarını oluştururlar. Müzenin başlıca amacı olan toplama, koruma, bakım ve onarım, belgeleme, sergileme ve eğitim aynı zamanda müzenin başlıca maliyetlerini de oluşturur. Özellikle binanın ve koleksiyonun bakım, onarım ve korunması süreklilik gösteren maliyetlerdendir. Bu yüksek maliyetlerin müzenin kasasından veya devlet bütçesinden karşılanamaması başka çözüm yollarının aranmasına sebep olmuştur. Bu yolların en uygunu en önemlisi ve etkin olanı sponsorluktur. Sponsor olan firma sponsorluğu genellikle kendi halkla ilişkiler faaliyeti içerisinde görür. Oysa müze için bu durum aynı zamanda bir pazarlama faaliyetidir.

**Pazarlama:** Pazarlamanın, en basit tanımı; “İhtiyaçların kâr sağlayacak tarzda karşılanması”dır. “Pazarlama konusunun vazgeçilmez unsurları arasında ürün, pazar ve tüketici sayılabilir. Kavramsal olarak, pazarlamanın tüketiciye yönelik boyutunda istek ve ihtiyaçların tespiti, pazarların belirlenmesi, bu pazarlarda faaliyet gösterebilmek için pazarlama bileşenlerinin geliştirilmesi yer alır.”<sup>13</sup> Pazarlamanın amacı aynıdır ancak bir çok farklı tanımı olabilir. Günümüzde pazarlama hayatımızın her alanına girmiş durumdadır. Örneğin iktisatçılara göre; pazarlama, zaman yer ve mülkiyet faydası yaratan eylemlerdir. Mal ve hizmetlerin üretim ve tüketimi arasında zaman ve yer farkı varsa, pazarlama bu farkı giderir ve dengeyi kurar. İşletmeciler ise; “pazarlama, mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye veya kullanıcıya akışını sağlayan tüm faaliyetlerdir”<sup>14</sup> şeklinde pazarlamayı tanımlar.

Amerikan Pazarlama Birliği kısa adı AMA (American Marketing Association) tarafından pazarlamanın tanımı şöyle yapılmıştır. “Pazarlama; kişilerin ve örgütlerin amaçlarına uygun

<sup>13</sup> İslamoğlu, A.Hamdi, *Pazarlama İlkeleri*, Trabzon 1993, s.428.

<sup>14</sup> Yükselen, Cemal, *Temel Pazarlama Bilgileri, İlkeler-Kavramlar-Olaylar*, Adım Yayıncılık, İst., 1994, s.12.

şekilde değişimi sağlamak üzere, malların, hizmetlerin ve düşüncelerin yaratılmasını, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve satış çabalarını planlama ve uygulama sürecidir.”<sup>15</sup>

Pazarlamada çalışanlar, on türlü varlığın pazarlaması üzerinde çalışırlar: Eşyalar, servisler, tecrübeler, olaylar, şahıslar, yerler, mülkler, organizasyonlar, enformasyon ve fikirler.<sup>16</sup> Konuyu açacak olursak: Eşyalar yani çeşitli ürünler; Servisler yani çeşitli hizmetler (hastaneler, oteller, müzeler de bu grup içinde sayılabilir.); Tecrübeler (danışmanlık gibi hizmetler); Olaylar (Kamuoyunda oluşmuş olumlu yada olumsuz bir olayın tanıtım malzemesi haline dönüştürülmesi); Şahıslar (kendisini markalaştırmış kişiler politikacılar, sanatçılar); Yerler (şehirler, kasabalar, semtler); Mülkler (binalar değerli araziler); Organizasyonlar (Çeşitli konularda sergi, seminer, konferans vs.); Enformasyon (Bilgi, internet, medya dağılımı, müzeler için esas olan); Fikirler (danışmanlık, tasarım gibi hizmetler).

Bir işletmenin ( işletme olarak müze düşünölmelidir) pazarlama kararları alt alta yazılacak olsa Doç. Dr. Hamdi İslamoğlu'na göre, ana hatlarıyla şü kararlar ortaya çıkmaktadır:<sup>17</sup>

1. İşletmenin (müzenin) misyonu nedir?
2. Hangi hedeflere ulaşılacaktır? (Müzenin ulaşmak istediği hedefler?)
  - a. Kısa süreli hedefler.
  - b. Orta süreli hedefler.
  - c. Uzun süreli hedefler.
3. (Müze) Hangi pazarlarda yada pazar bölümlerinde faaliyet gösterilecektir?
4. İşletme (müze) hedef pazarlarda nasıl büyüyecektir?
5. İşletmenin (müzenin) rekabet stratejisi ne olacaktır ve rekabet üstünlüğünü nasıl sağlayacaktır?
6. (Müze için) Gerekli kaynaklar nasıl derlenecek ve nasıl harcanacaktır?
7. (Müze için) Belirlenen hedef pazarlara hangi stratejilerle ulaşılacaktır?
8. (Müze için) Hedef pazarlarda arzulan satış ve kâr hacmini gerçekleştirmek için işletmenin
  - a. Doğru mal politikası

<sup>15</sup> Yükselen, a.g.e., s.13.

<sup>16</sup> Kotler, Philip, (çev.) Nejat Muallimoğlu, *Pazarlama Yönetimi*, İstanbul, Beta Yayınları, 2000, s.2-3

<sup>17</sup> İslamoğlu, a.g.e., s.121.

b. Doğru fiyat politikası

c. Doğru dağıtım politikası

ç. Doğru tutundurma politikası ne olmalıdır?

9. (Müze) İşletme bilgi ihtiyacını nasıl karşılayacaktır?

10. (Müze için) Pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesinde yetki ve sorumluluk alanları nasıl belirlenecektir?

11. (Müze için yapılan) Faaliyetlerin denetimi hangi ölçülere göre nasıl yapılacaktır?

**Halkla İlişkiler:** Sosyal kurumlar olan müzelerin yapılandırılmasında halkla ilişkiler üzerinde yoğunlaşılması gerekir. Ziyaretçilerin aldıkları bilgilerin yanı sıra kurum ile ilgili kafalarında oluşan imaj ve aldıkları hizmete ilişkin düşünceleri onların bir sonraki ziyaretini veya tavsiyesini şekillendirir. Halkla ilişkiler nedir? Bu konuda bir çok kavramsal tanım vardır. 1906-1976 tarihleri dikkate alınarak, tanımı etkileyen çevreye bağlı faktörlerin ve değişimin belirlenmesi üzerinde çalışan altmış beş uzmanın yaptığı araştırmanın sonucunda belirlenen 472 tanımın analizi ışığında varılan sonuca göre, halkla ilişkiler “Bir işletme ile hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan ayrıcalıklı bir yönetim görevidir.”<sup>18</sup> Bu sebeple de müzelerde uzmanlar tarafından bu görev yerine getirilmelidir. Özellikle müzelerde ziyaretçi, ürün, hizmet üçgeninde halkla ilişkiler büyük yere sahiptir. En basit iletişim bile zaman zaman bir sorun haline alabilir. Örneğin ziyaretçi izinsiz fotoğraf çekmek istediğinde güvenlik görevlileri ile iletişimde ortaya çıkabilecek sorunlar böyle bir olay karşısında oluşabilecek kötü imaj ancak güçlü bir halkla ilişkiler politikasıyla önlenabilir. Halkla ilişkiler bir anlamda müzenin sözcüsü durumundadır. Gerektiğinde yazı ile, gerektiğinde personelin davranış eğitimi ile, gerektiğinde basın açıklaması yada gelen devlet başkanı, üst düzey politikacı, diplomat, gibi ziyaretçilerin ağırlanmasından da sorumludur.

Halkla ilişkiler karşılıklı yarar sağlayan iki yönlü iletişime dayalı dürüst ve sorumlu uygulamalarla, kamuoyunu etkilemeye yönelik planlı çabalardır. Bu tanım halkla ilişkiler kavramına dürüst ve sorumlu uygulama ile iki yönlü iletişimi eklemektedir. John Marston, Halkla İlişkilerin Tabiatı (*The Nature of Public Relations*) adlı kitabında, halkla ilişkileri “Hedef kitleyi etkilemek için planlanmış iknaya yönelik iletişim” olarak tanımlamaktadır. Bütün bu tanımları

<sup>18</sup> Peltekoğlu, Filiz Balta, *Halkla İlişkiler Nedir*, İstanbul: Beta Yayınları, 1998, s.2

göz önüne alarak halkla ilişkiler tanımının üç noktada toplayabiliriz; Bir yönetim görevidir, iletişim çabasıdır, kamuoyunu etkileme aracıdır.<sup>19</sup>

**Reklam:** Bir ürün ya da hizmete ilişkin bir iletiyi (mesajı), sözlü ya da görüntülü olarak pazar birimlerine sunmak için yapılan eylemlere reklam denir. İleti ya da mesaj da reklam diye adlandırılır. Reklam yapmakla bir dizi eylemde bulunulur ve reklam pazar birimlerine ulaştırılır. Böylece ürün ya da hizmete karşı olumlu davranışta bulunmaları için, pazar birimleri etkilenir.<sup>20</sup>

“Bir ürünün ya da hizmetin, bir kurumun, bir kişinin ya da fikrin kimliği belli sorumlusunca tarifesi önceden belirlenmiş bir bedel ödenerek kitle iletişim araçları ile, kamuya olumlu bir biçimde tanıtılıp benimsetilmesine reklam denir. Burada reklam, reklam yapmak anlamındadır. Yani eylemdir. Reklamın isim olarak ifade ettiği anlam ise, mesajdır.”<sup>21</sup>

“Reklam ajansları bilgiyi, amaca uygun biçimde şifrelerler. Yani; söz, resim, yazı ya da görüntüye dönüştürürler. Bu hale gelmiş olan bilgi artık mesaja dönüşmüştür. Mesaj, haberleşme kanalları ile hedef kitlelere ulaştırılır. Hedef kitleler de bu mesajı, kendi özelliklerine uygun biçimde çözümlerler ve bir fikir edinirler. Edinilen fikre uygun olarak da, kaynak cevaplanır. Bu safhaya geri besleme denir.”<sup>22</sup>

Reklamın amaçları şunlardır:<sup>23</sup>

1. Kişisel satış programını desteklemek.
2. Satış sorumlularının ulaşamadığı kişilere ulaşmak.
3. Araçlarla ilişkileri geliştirmek.
4. Yeni bir pazara girmek, yada yeni bir tüketici grubunu çekmek.
5. Yeni bir malı pazara sunmak.

---

<sup>19</sup> A.g.e., s.3.

<sup>20</sup> Cemalcılar, İlhan, *Pazarlama Kavramlar- Kararlar*. İstanbul: Beta Yayınları, 1994, s.285.

<sup>21</sup> A.g.e., s.286.

<sup>22</sup> İslamoğlu, a.g.e., s.430.

<sup>23</sup> Cemalcılar, a.g.e., s. 286.



6. Malın satışını arttırmak.
7. Sanayi dalının satışlarını geliştirmek.
8. Ön yargılara karşı durmak.
9. İşletmenin saygınlığını sağlamak.

Kurumlar kitle iletişim vasıtalarıyla gazete, dergi, radyo, televizyon, billboard, internet, toplu taşıma araçlarında yer alan afiş, pano gibi yerlerde yer alabilir; kendi hedef kitlesini etkilemek için reklamı kullanır. Sponsorluk da reklamın kullandığı kitle iletişim araçlarından yararlanır. Ancak sponsorluk da reklam gibi önceden belirlenmiş mesajlara ihtiyaç yoktur. Sponsorluk aynı kitle iletişim araçlarını kullanarak sadece vermek istediği imajı yansıtır. Reklamda yapılan anlaşmaya göre kitle iletişim araçlarını kesin olarak kullanabilir ancak sponsorlukta reklam bedeli olmadığından ya iyi ilişkilerle ya da sponsorluğun önemine bağlı olarak kitle iletişim araçlarının kullanımı gerçekleşir.

“Başarılı bir sponsorluk faaliyetini gerçekleştirebilmek için sponsor kuruluşun önceden belirlemiş olduğu hedeflerine ulaşabilmek amacıyla sponsorluk yapacağı alanın planlaması gerekir. Uygulamasında hedef kitleye vermek istediği mesajlar diğer iletişim araçlarının da yardımıyla gönderilir. Yapılan sponsorluk faaliyetlerinden elde edilen sonuçlar ancak uzun vadede gerçekleştirilebilir.”<sup>24</sup>

Hedef, bir işletmenin tasarlanmış amaçları olarak tanımlanabilir. Böylece hedef bir yandan işletmenin uzun ve kısa vadeli amaçlarını, öte yandan misyonunu da içine alan geniş bir kavram olmaktadır. Misyon ise, bir işletmeyi benzerlerinden ayıran farklı amaçlar topluluğu ya da işletmenin varlık nedenidir. İşletmenin hangi ürünleri üreteceği, hangi pazarlarda faaliyet göstereceği, kalite ve hizmet tanımının ne olacağı işletmenin belirlenmiş misyonuna bağlıdır.

Sanat-kültür sponsorluğunda; müzik, tiyatro, resim, fotoğraf, sahne sanatları, bale, operet, orkestra, koro, edebiyat, film/televizyon programı, sergi, müze gibi alanlar desteklenmektedir. Destek biçimi mali katkının yanında hizmet ya da aynı katkı şeklinde olmaktadır.

Kültür-sanat sponsorluğu, kuruluşun hedef kitlesiyle iletişim kurmasında etkin bir araç haline gelmiştir. Nitekim birçok kuruluş potansiyel hedef kitlesi durumunda bulunan gençlikle müzik sponsorluğu aracılığıyla iletişim kurmaya çalışmaktadır. Ayrıca sponsor firma, sanatın ulaştığı

---

<sup>24</sup> Okay, a.g.e., s.25.



mükemmellikle kendisi veya markası arasında bir bağ oluşturmaya çalışarak hem kuruluşun hedef kitle arasında olumlu olarak tanınmasına çalışmakta hem de kurum çalışanlarının kendi firmalarından kuruluşun yaptığı sanat faaliyetleri nedeniyle gurur duymalarını sağlamaya yönelik çaba göstermektedir.

“Bir kuruluşun tüm iletişim stratejisi içerisinde bazen “pazarlama karması” veya “iletişim paketi” olarak tanımlanan unsurların içinde yer alan sanat sponsorluğu, sponsorun çok kesin olarak tanımlanmış kitlesine yönelmesine olanak sağlar. Bunun yanı sıra sponsorluğu yapılan kültür-sanat organizasyonunun itibarını ve değerini “ödünç” olarak kendi kuruluşuna uyarlayıp, yapmış olduğu sponsorluktan bir fayda elde etmeye çalışmaktadır.”<sup>25</sup>

Pazarlama, halkla ilişkiler ve reklamın temel bilgileri referans kitapları kaynak alınarak açıklanmaya çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde müze, sponsorluk ve pazarlama konuları daha ayrıntılı olarak işlenecektir.

---

<sup>25</sup> A.g.e., s.101.

#### 4. SPONSORLUĞUN MÜZELERLE İLİŞKİSİ

Müzeler, toplumun bilimsel ve kültürel geçmişini yansıtan ve geleceğini biçimleyecek öğeleri araştıran, toplayan, koruyan, sergileyen, belgeleyen, yaşatan ve yönlendiren yaygın eğitim kurumlarıdır.<sup>26</sup> Sponsorluk da kamu yararına yapılması nedeniyle müzelerle doğrudan ilişkilidir. Müzeler kamu yararına verdikleri hizmetleri ancak sponsorların desteğiyle gerçekleştirebilirler. Sponsorluğun sağlıklı ve etkili bir biçimde yapılması ise pazarlama ve iletişim birimlerine bağlıdır.

Uluslararası Müzeler Birliği ICOM (The International Council of Museums) tanımına göre: “Müze, kültürel değer taşıyan unsurlardan oluşan bir bütünü çeşitli biçimlerde korumak, incelemek, değerlendirmek, özellikle halkın beğenisinin yükselmesi ve eğitimi için sergilemek amacıyla kamu yararına yönetilen sürekli bir kurumdur. Çağdaş müzelerin ileriye yönelik eğitsel, araştırmacı, yaratıcı ve yönlendirici etkinlikleri nedeniyle günümüzde müze, toplumun bilimsel ve kültürel geçmişini yansıtan ve geleceğini biçimleyecek öğeleri araştıran, toplayan, sergileyen, belgeleyen, yaşatan ve yönlendiren yaygın bir eğitim kurumu olarak tanımlanmaktadır.” ICOM’un genişletilmiş 2004 tanımı Ek-C’de yer almaktadır.

İngiltere Müzeler Birliği’nin (The Museum Association of United Kingdom) tanımına göre; “Müze, kamu yararı için maddi kanıtları ve bu kanıtlarla ilişkili bilgileri toplayan, belgeleyen, muhafaza eden, sergileyen ve yorumlayan bir kurumdur.”<sup>27</sup>

Amerikan Müzeler Birliği’nin (The American Association of Museums) tanımına göre; “Müze; varlığının başlıca amacı geçici sergiler düzenlemek olmayan, federal ve eyalet vergilerinden muaf olan, topluma açık olup, toplum çıkarları çerçevesinde yönetilen, sanatsal, bilimsel (canlı ya da cansız), tarihsel ve teknolojik materyaller de dahil olmak üzere, eğitimsel ve kültürel değerlere sahip nesne ve örnekleri koruyan, muhafaza eden, inceleyen, yorumlayan, bir araya getiren ve toplumun öğrenmesi ve eğlenmesi için sergileyen, kâr amacı gütmeyen daimi bir kurumdur. Bu nedenle müzeler bir önceki cümlede belirtilen gereklilikleri karşılayan botanik

<sup>26</sup> Atagök, Tomur, *Çağdaş Müzecilik Kavramı Doğrultusunda Türk Sanat Müzelerinin Kültürel Etkinliklerinin Saptanması*, İstanbul: Yayınlanmış Yeterlilik Tezi, M.S.Ü., s.1.

<sup>27</sup> Demir, Canan, *Müzelerde Çağdaş Pazarlama*, İstanbul: T.A.Ç. Vakfı Yayını, 2001, s.4.

*bahçelerini, zooloji parklarını, akvaryumları, planetoryumları, tarihi kuruluşları, tarihi evleri ve mekanları da kapsamaktadır.”<sup>28</sup>*

Müzelerin başlangıcı koleksiyonculuktur. Genel olarak baktığımız zaman sponsorluk ve müzecilik zaman içinde çok benzer bir yolculuk yapmıştır. Her ikisi de varlıklı kişilerin değerli eserleri toplamak ve onları üretenleri yada yaratanları korumak istekleriyle başlamıştır.

**Koleksiyonculuk:** Koleksiyonculuktan müzeciliğe geçiş bilimsel etkinliklerin doğal sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Koleksiyonların gelişmeleri ve yeniden değerlendirilmeleri, sınıflandırılmaları, belgelendirilmeleri ve korunmalarıyla, bireysel uğraş, bilimsel ve kuramsal bir çalışmaya dönüşmüş; toplumsal ve siyasal bilinçlenmelerin katkılarıyla kamulaştırılan koleksiyonlarla müzeler oluşturulmuştur.

19.yy'ın ikinci yarısında ABD, sanat koleksiyonculuğu alanında önemli girişimlerde bulunmuştur. James Jackson Jarves (1818-88) 30 yıla yakın yaşadığı Floransa'da 1851'den başlayarak, daha sonra Yale Üniversitesi'nin Yale Sanat Okulu'na bağışladığı koleksiyonunu oluşturmuş; Thomas Jefferson Bryan (1803-70) 1853'ten önce topladığı koleksiyonunu 1867'de New York Tarih Kurumu'na bağışlamıştır. Charles Eliot Norton'ın koleksiyonu ölümünden bir yıl sonra 1924'te Boston'da halka açılmıştır. Henry Walters, Andrew Mellon, Samuel H.Kress, J.Pierpont Morgan, Benjamin Altman, Henry Clay Frick, Joseph E.Widener ve John G.Johnson, oluşturdukları koleksiyonları müzelere bağışlayarak yada müzeler kurarak, müzeciliğin Yenidünya'da yayılmasına katkıda bulunmuşlardır. Uzakdoğu ülkelerinin ve Afrika'daki yerli toplulukların sanatlarına duyulan ilgi birçok yeni koleksiyoncu bu alanlarda araştırma yapmaya yönelmiş; deniz yoluyla Japonya ve Çin'den getirilen resim, baskı, heykel, seramik ve diğer değerli eserler koleksiyonlara girmiştir. Massachusetts eyaletinin Salem kentindeki Peabody Müzesi, 1800'den başlayarak gemiyle adalardan ve Uzakdoğu'dan taşınan değerli nesnelere oluşturduğu ilk koleksiyonlardan biri olmuştur. Charles Lang Freer, ailesi ve kendisi tarafından toplanmış büyük bir koleksiyonu 1900'da Smithsonian Institution'ın bir şubesi olan Freer Galerisi'nde halka açmıştır. Modern sanatla ilgili koleksiyonları oluşturan birkaç kişi bu alanda önemli girişimlerde bulunmuşlar; Paul Durand-Ruel (1831-1922) ve Ambroise Vollard (1865-1939) gibi iki galerici, Gertrude ve kardeşi Lee Stein ve Dr. Albert C.Barnes, Avrupalı çağdaş sanatçıların yapıtlarını Amerika'da tanıtmışlardır. Walter P.Chrysler, Jr., Stephen Clark, Nelson

---

<sup>28</sup> A.g.e., s.4.

Rockefeller, Norton Simon, Peggy Guggenheim gibi koleksiyoncular, koleksiyonlarıyla Amerikan müzeciliğini zenginleştirmişlerdir.<sup>29</sup>

Özet olarak, toplamak ve sergilemekle başlayan tarihsel yolculuk müzeleri, toplumu eğitmek ve geliştirmek, kültür ve tabiat varlıklarını korumak, belgelemek ve sergilemek gibi amaçlarla kamu yararına çalışan kar gütmeyen ve en önemli misyonu eğitim olan kurumlar haline dönüştürmüştür. Sponsorluk ve müzeler tarihsel yolculuklarına birlikte başlamışlardır ve birlikte sürdürmektedirler. Yukarıda adı geçen koleksiyoncular aynı zamanda büyük vakıf sahibi sponsorlardır yada kurumsal sponsorlardır. Yani bu kişiler çağdaş mesenlerdir denilebilir.

Fethiye Erbay'ın Askeri Müze "Müzecilik Semineri", Müze Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi konusundaki bildirisine göre:

"Son yıllarda müzede izleyicilerin daha aktif ve fiziksel olarak daha katılımcı olması beklenmektedir. Pasif ziyaretçi dönemi geçmiş, aktif 'tüketici' veya 'müşteri' çağı başlamıştır. Müşteri de, müzeden iyi bir hizmet beklemektedir. 1990 yıllarında dahi iyi hizmet için müzeler, teknoloji ile birlikte, kitle iletişim araçlarını yaygın olarak kullanmaya başlamışlardır. John Cotton Dana 1990 yılında söylediği "*Bir Müze, ancak ziyaretçileri onu kullanırlarsa anlamlıdır. Kullanmaları ise ancak onu bilirlerse mümkün olur*" sözü, müzelerin tanıtım ve reklamının profesyonel yönetimdeki önemini belgeler."<sup>30</sup>

Müzede pazarlama, müze için maliyetleri belirlemektir. Müzede reklam ikna aracıdır. Müzede halkla ilişkiler ise hedef kitle - hedef pazar ilişkisini kurabilmektir. Müzeye sponsor olan kişi ya da firma için müzenin, serginin veya eğitim programının kaç kişiye, hangi bölgeye ulaştığı, kendi stratejisi ve menfaati açısından önemlidir. Müzeler prestij kurumlardır. Bugün ülkemizde müze sponsorluğu konusunda yaşanan en büyük sorunlardan biri de gelişen müzik sponsorluğunun kurumsal sponsorluk pazarında ciddi şekilde rekabet etmesidir. Ülkemizde sponsor olan kurumlar daha ziyade otomotiv ve gıda- içecek sektörü olarak ağırlıklıdır. Onların hedef kitlesi olan 18-30 yaş grubu daha çok müzik sektörüne ilgi duymaktadır. Bunun başlıca sebebi ülkemizdeki müze seçeneklerinin resim ve arkeoloji ile kısıtlı olmasıdır. Bunu açmak gerekirse, bilim müzeleri,

<sup>29</sup> Eczacıbaşı Kültür Sanat Ansiklopedisi, C.3, s.1322.

<sup>30</sup> Erbay, Fethiye, "Müze Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi", *Müzecilik Semineri 25-27 Eylül 2002 Bildiriler*, İstanbul: T.C. Genelkurmay Başkanlığı Askeri Müze ve Kültür Sitesi Harbiye, s.19.

büyük botanik veya zooloji parkları, tabiat tarihi müzeleri, jeoloji müzeleri, modern sanat müzeleri gibi müzeler ülkemizde fazla gelişmemiştir. Ülkemizde müzeler halâ soğuk alanlar olarak bilinmektedir. Okul eğitim programlarına girmediğinden, yeterince tanıtım yapılmadığından daha doğrusu hayatın içine katılmadığından yeterince ilgi görmemektedir. Oysa yurt dışında yağmurlu ve soğuk günlerde, sıcak ve rutubetli günlerde yada hafta sonu programlarında müze gezisi en başta düşünülür. Bunun başlıca sebebi müzenin sponsorlar vasıtasıyla halkla ilişkiyi kurmuş olmasından kaynaklanır. Müzelerde, pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler bu sebeple vazgeçilmezdir.

#### 4.1. Müzelerde Sponsorluk Politikasının Geliştirilmesi

Müzenin sponsorluk politikası geliştirilirken Uluslararası Müzeler Birliği (The International Council of Museums) ICOM'un belirlediği uluslararası ölçütlerden yararlanır. ICOM'un 1992 yılında yayınladığı "Sanatın Pazarlaması" (Marketing the Arts) kitabına göre müzenin sponsorluk politikalarını oluştururken, aşağıdaki maddeler göz önün de bulundurulmalıdır.<sup>31</sup>

- Bir sponsora yaklaşmadan önce projenin kısa uzun vadeli veya kalıcı projeler olup olmadığı karara bağlanır.
- Müze, sponsoruna karşılık olarak ne verecektir?
- Sponsor kanalıyla bütçenin ne kadarı karşılanacaktır?
- Sponsor büyük mü, küçük mü olacaktır?
- Ne kadar maddi destek veya ilgi desteğine ihtiyacımız var?
- Sponsor ile müzenin adres, ürün veya imaj açısından bir benzerliği var mıdır?

Kültür-sanat sponsorluğu yapan bir kuruluşun sponsorluk faaliyeti daha kolay ve net bir biçimde topluma duyurulabilir. Sanat sponsorluğu yapacak kuruluşlar için müzelerin, sanat festivallerinin, sergilerin, sanat galerilerinin, kültür haftalarının, kültür evlerinin, sanat dergilerinin desteklenmesi gibi seçenekler mevcuttur.

<sup>31</sup> Blackall, Simon, Jan Meck (edit), *Marketing the Art ICOM Every Vital Aspect of Museum Management*, London: ICOM, s.34.

Müzelerde sponsor seçimi çok önemlidir. ICOM'un 1992 yılında yayınladığı yukarıda adı geçen kitaba göre müzelerde, sponsor seçiminde aranması gereken ölçütler aşağıdaki gibi belirlenmiştir.<sup>32</sup>

- Birçok şirket pazarlama ve halkla ilişkiler stratejilerinin bir parçası olarak, sponsorluk vermeyi düşünüyor. Bu alanda müzeler “iyi iş yapma sanatı”nı öğrenirken bağımsızlıklarından ödün vermemelidirler.
- Diğer müze çalışanlarından ve profesyonellerin “teknik bilgi”sinden en yüksek seviyede faydalanmalılar. Bir sponsorluk politikası yaratmak için diğer kurumların kontrol listelerinden örnek almalılar. “örnek vakaları” paylaşmalılar.
- Sponsorların karşısında daha etkili olabilmek için kurumlar ve müzeler arasında “dayanışma” sağlanarak ortaklaşa sergiler, eğitim programları kültürel etkinlikler ve diğer olası faaliyetler gerçekleştirilebilir.
- Müzelerde üst düzey çalışanların pazarlama ve halkla ilişkiler alanlarında geniş bilgi ve tecrübeye sahip olmaları gerekir. Öncelikle mevcut ve potansiyel yerel izleyiciler hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. Sponsor şirketler ve onların hedef kitleleri, hakkında bilgi sahibi olmak yaratıcı ve verimli bir ortaklık için çok önemlidir.

#### **4.1.1. Müzelerde Sponsorluk, Hibe ve Bağışlar**

Varlıklı kişilerin hediyeleri, sanatla ilgili vasiyetleri, sanat eserleri ve para bağışları tarih boyunca birçok büyük müzenin gelişimine katkıda bulunmuştur.

Hibelere vergi kolaylığı uygulamasından çok daha önceleri, bu tip bağışlar kişilerin isimlerinin yaşaması, eğitim ve kültür değerlerinin devam etmesi amacıyla yapılıyordu. Böyle hibeler halâ devam etmektedir. Bu desteği almak müzeler için çok gereklidir. Müzeye hibe yapanlara uygulanan vergi indirim kanunları bazı ülkelerde geçerli olmasına karşın, diğerlerinde kısıtlanmıştır veya tamamen kaldırılmıştır.

---

<sup>32</sup> A.g.e., s.33.

Eserlerin dış ülkelere satılmasını yasaklayan diğer bir kanunla da, eserlerin müzelere bağışlanma oranı artırılmıştır. Müzelere yapılan bağışları arttırmak için müze idare heyetinden bir kişinin miras kanunu konusunda uzman olması ve varlıklı bağışçılara gayri-resmi danışmanlık yapabilmesi geçerli bir yöntemdir.<sup>33</sup>

#### 4.1.1.1. Müzelere Yapılan Hibeler

Müzeler artık para bağışından ziyade, malların hibe edilmesi veya kurumların hizmetlerinden faydalanma gibi etkenlerin daha yararlı oldukları kanısına vardılar. Bilgisayar ve benzeri teknik donanımlar da hibe edilen gereçler arasında sayılabilir. Bu tip hibeler yeni binaların yapımı, yeni etkinlikler ve sergiler için özellikle sermaye arttırma dönemlerinde çok verimli olmaktadır.

Hem müze yetkilileri hem de hibe yapan kişi, bağışlanan eserin bakımının yapılması için sorumluluk ve güvenin önemle üzerinde durur.

Müzenin hibe edilen koleksiyona, sanat eserine, arşiv malzemesine veya tür örneğine yeterli bakım ve koruma sağlaması için özel bir ödenek ayırması gerekir. Müze koleksiyonuna hibe edilen eşyaların sergilenmesi için fazladan yer sağlanması, güvenlik önlemleri, kayıtlara alınma, kütüphane araştırması gibi çeşitli işlemler müzeye ek maliyetler getirir. Hibe edilen koleksiyon ne kadar büyükse, müzenin harcamalarına yapılacak finansal destek o derece önemli hale gelir.

Teklif edilen hibelerin alımı, geçici alımlar olabilir. Hediye ve miras gibi kalıcı alımlar, şartsız ve müzenin tam olarak hibe edilen eşyanın sahibi olduğu hükmüyle elde edilmelidir. Hiçbir şekilde şartlı alım olmamalıdır (sürekli sergilenme şartı, veya başka müzeye verilemez şartı gibi....). Eğer eserler bu gibi şartlarla miras kaldıysa, müze yetkilileri varislerle yada yöneticilerle tekrar görüşüp pazarlık ederek antlaşmalıdır. Çünkü “bu tip bağlayıcı şartlara, haiz olmak müzenin faaliyet alanını oldukça daraltır.”<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Lord, a.g.e., s.180.

<sup>34</sup> A.g.e., s.180.



#### 4.1.1.2. Müzelere Yapılan Bağışlar

Gerek devlete ait müzeler gerek siyasi kuruluşlarla bağlantılı müzeler kendilerine ayrılan ödeneklerle varlıklarını sürdürürler. Özel müzeler ise bazı vakıflardan ve şirketlerden alınan bağışlarla beslenirler. Birçok ülkede piyango çekilişlerinden müzelere ödenek ayrılmıştır. Ayrıca müzelere bağış yapanlara vergi kolaylıkları da sağlanmıştır<sup>35</sup>.

“Bağış organizasyonlarının kaynağı kampanyalardır. Eğitim programları, dükkan satışları ve yiyecek hizmetleri ile müzenin gelirleri arttırılabilir. Özel sektör, müze programları ve sergiler için; Çocuklara yönelik ürünler satan bir şirket, bir çocuk galerisi açılışı için ya da bir eğitim programı için sponsor olabilir. 2004 yılı Paskalya Yortusu sırasında başlayıp 30 Mayıs’a dek süren Almanya’daki “Museum Fur Angewandte Kunst” (Uygulamalı Sanat Eserleri Müzesi)’inde, oyuncak koleksiyonu yapan bir koleksiyoncunun koleksiyonunu sergilemesi ve “kinder surpriz” (Ferrero Firması) çikolatalarının bu sergiye sponsor olması”<sup>36</sup> böyle bir uygulamaya örnek teşkil eder. İleriki kısımlarda bu örneğe daha geniş bir biçimde değinilecektir.

Bağışlar, müzenin amacının desteklenmesi için başkaları tarafından sağlanan önemli bir gelirdir. Müzenin kendi yarattığı fonlar dışında en az bağışlar kadar önemli olan gelir kaynaklarını şöyle sıralayabiliriz;

- Hükümetin ayırdığı ödenekler, (Vergiler vs.)
- Yardımlar; şahıslardan, sivil toplum örgütlerinden, kurumlardan gelen para veya teçhizat gibi.
- Sponsorluklar; şahısların, kurumların yaptıkları
- Hibeler; şahısların ve kurumların yaptıkları hibeler, koleksiyon ve taşınmazlara yönelik hibeler olabilir.

Müzeler sadece sponsorluk faaliyetleriyle desteklenmezler. Hükümet de çeşitli faaliyetlerle ve özellikle çıkarılan kanunlarla müzelerin yapılanmasını desteklemektedir. Bu desteğin içeriği ve nasıl yapıldığı aşağıda incelenmiştir.

<sup>35</sup> A.g.e., s.181.

<sup>36</sup> Hürriyet Gazetesi, İnsan Kaynakları Eki, 11 Nisan 2004, s.11.



## 4.2. Sponsorluk Açısından Hükümetin Müzelere Desteği

Lord'un "The Manual of Museum Management" kitabına göre, hükümetin her kademesi müzeleri aşağıdaki nedenlerden dolayı finansal olarak destekler:<sup>37</sup>

Ortak Mirasın Saklanması: Kültürel tarihin ve doğal mirasın korunarak saklanması her toplum için önemlidir. Kültür zenginliği olan toplumlarda ortak miras da çok çeşitlidir. Müzelerin görevi bu ortak mirası korumak ve saklamaktır. Devlet hayati önemi olan görevin yerine getirilebilmesi için ödenek ayırmaktadır..

Eğitim: Halkın özellikle doğal ve kültürel ortak mirasın değeri ve kaynakları konusunda eğitilmesi, bilgilendirilmesi için en etkili merkezler müzelerdir. Çok farklı kültürlerden gelen insanlar ortak geçmişlerinin örneklerini müzelerde görerek ortak paydada birleşirler.

Kültür Turizmi: Müzeler bir bölgeye turist çeken en önemli kültür merkezlerindedir. Kültür turizmi dünyada güneş, deniz ve kuma dayalı tatil sektöründe bile yer almaktadır. Başta İngiltere ve Amerika olmak üzere çoğu ülkelerde hükümetler müzelerine sponsor olan şirketlere vergi kolaylıkları uygulamaktadır.

### **Türkiye’de Devletin Desteği ve Sponsorluk Çalışmalarını Düzenleyen Kanunlar:**

Devletin sponsorluğa verdiği en büyük destek yapılan sponsorlukların vergi indirimleri ile kurumsal sponsorlar için cazip hale getirilmesidir. Ülkemizde 2004 yılında çıkarılan bir dizi kanunla sponsorluk işleyişi kolaylaştırılmaya çalışılmıştır: 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu ile müze sponsorluk çalışmaları rahatlayacaktır. 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ile Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile 19 müze ulusal müze statüsüne getirilmiş ve bu müzelerin idari yapılanmalarına, bakım ve onarımına ilişkin değişiklikler belirlenmiştir. 5228 sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile kurumsal sponsorlar vergi indirimi ile sponsorluğa teşvik edilmektedir. 4734 sayılı Kamu İhalesi Kanunu, 5226 sayılı kanunun bakım ve onarım kısmını kapsar. Bu kanunlara ilişkin maddeler aşağıda daha detaylı olarak incelenmiştir. Ekler bölümünde Ek A-1, A-2, A-3, A-4 ilgili kanunların tamamı yer almaktadır.

<sup>37</sup> Lord, a.g.e., s.176-177.

Ülkemizde sponsorluk kurumunun işleyişini kolaylaştırmak amacıyla 21.07. 2004 tarihli 25529 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu adı altında yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun amacı; bireyin ve toplumun kültürel gereksinimlerinin karşılanması; kültür varlıklarıyla somut olmayan kültürel mirasın korunmasını ve sürdürülebilir kültürün birer ögesi haline getirilmesini; kültürel iletişim ve etkileşim ortamının etkinleştirilmesini; sanatsal ve kültürel değerlerin üretilmesi, toplumun bu değerlere ulaşım olanaklarının yaratılması ve geliştirilmesini; ülkemizin kültür varlıklarının yaşatılması ve ülke ekonomisine katkı yaratan bir unsur olarak değerlendirilmesi, kullanılması ile kültür merkezlerinin yapımı ve işletilmesine yönelik kültür yatırımı ve kültür girişimlerinin teşvik edilmesini sağlamaktır. Bu kanun kapsamında; münhasıran bu kanunun amacına yönelik faaliyetlerde bulunmak üzere kurulan yerli veya yabancı tüzel kişilerin yatırım veya girişimlerinin teşvik edilmesi; belgelendirilmesi ve denetlenmesi işlemlerine ilişkin usul ve esasları kapsar. Teşvik esasları Madde 6 gereğince: Kültür yatırımı veya girişimlerine yönelik teşvik ve indirim unsurları ile bunlardan yararlanmaya yönelik diğer usul ve esaslar, Bakanlık ve ilgili bakanlıklar ile Hazine ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlıklarınca müştereken tespit edilir.<sup>38</sup>

Sponsorluğu kolaylaştırmak ve idari yapıya ilişkin bazı değişiklikleri kapsayan 2863 sayılı Kültür Varlıklarını Koruma Kanununun üzerinde yapılan değişiklikleri kapsayan 27.07.2004 tarihli, 25535 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ile Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında müzelerde sponsorluğu ilgilendiren madde 6 ve ek madde 2'nin b bendindedir. Buna bağlı olarak Madde 6 taşınmaz kültür varlıklarının onarım yardımı sağlanmasına ilişkindir. Madde 6: 2863 sayılı Kanunun 12. maddesinin başlığı "Taşınmaz kültür varlıklarının onarımına yardım sağlanması ve katkı payı" olarak değiştirilmiş, birinci fıkrasındaki "ve kredi verilir" ibaresi ile dördüncü fıkrası yürürlükten kaldırılmış ve maddeye aşağıdaki fıkralar eklenmiştir. Bu amaçla Bakanlık bütçesine yeterli ödenek konulur. Bakanlıkça yapılacak yardımlara ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirlenir. Belediyelerin görev alanlarında kalan kültür varlıklarının korunması ve değerlendirilmesi amacıyla kullanılmak üzere 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanununun 8. ve 18. maddeleri uyarınca mükellef hakkında tahakkuk eden emlak vergisinin %10'u nispetinde "Taşınmaz Kültür

<sup>38</sup> 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu Resmi Gazetede Tarih /Sayı:21.07. 2004/25529

Varlıklarının Korunmasına Katkı Payı” tahakkuk ettirilir ve ilgili belediyesince emlak vergisi ile birlikte tahsil edilir. Tahsil edilen miktar, il özel idaresi tarafından açılacak özel hesapta toplanır. Bu miktar; belediyelerce kültür varlıklarının korunması ve değerlendirilmesi amacıyla hazırlanan projeler kapsamında kamulaştırma, projelendirme, planlama ve uygulama konularında kullanılmak üzere il sınırları içindeki belediyelere vali tarafından aktarılır ve bu pay valinin denetiminde kullanılır. Bu madde uyarınca tahakkuk eden katkı payları hakkında 1319 sayılı kanunun 3. kısmı hükümleri uygulanır. Katkı paylarına ilişkin usul ve esaslar İçişleri Bakanlığı ile Bakanlık tarafından belirlenir. 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu uyarınca verilecek kredilerin en az %10’u tescilli taşınmaz kültür varlıklarının bakımı, onarımı ve restorasyonu işlemlerine ilişkin başvurularda kullanılır. Bu kapsamdaki öncelikli projeler Bakanlık ile Toplu Konut İdaresi Başkanlığınca müştereken belirlenir.

2863 sayılı Kültür Varlıklarını Koruma Kanununun üzerinde yapılan değişiklikleri kapsayan 27.07.2004 tarihli, 25535 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ile Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında Ek Madde 2 b bendinde müzelerle getirilen ulusal müze oluşumuna ilişkin bir idari yapılanmadan bahsedilmektedir. Ek Madde 2.b. Bakanlıkça belirlenen ulusal nitelikli müzelerde, müze başkanı ve ona bağlı müze müdürü ile işletme müdürü ve müze kurulundan oluşan müze yönetimi kurulur. Müzelerde; kayıt, tescil, envanter, depolama, eserlerin her türlü bakım ve onarımı, sergilenmesi ve korunması, kültürel eğitim ve bilimsel faaliyetler müze müdürü tarafından; tanıtım, satış üniteleri yönetimi, etkinlik organizasyonu, ziyaretçi yönetimi, çevre düzenlemesi, bakım, onarım, temizlik işleri işletme müdürü tarafından yürütülür. Müze başkanı, kendisine bağlı müdürlükleri faaliyetlerinin eşgüdüm ve denetimi ile müzenin ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde temsiline yetkilidir. Müze başkanlığı görevini yürütmek üzere; arkeoloji, sanat tarihi, antropoloji, etnoloji, iktisat, işletme, kamu yönetimi gibi dallarda eğitim görmüş kimseler arasından Bakanlıkça bir müze başkanı atanır. Tüm müzelerde o müzeye münhasıran ayrıca müze kurulu oluşturulur. Müze kurulu müzenin bulunduğu yerdeki üniversitelerin ilgili bölümlerinden öğretim üyeleri, meslek odaları, sivil toplum örgütü temsilcileri ve yerel yönetimlerin temsilcileri ile müzeye bağışta bulunanlardan Bakanlıkça uygun görülen kişilerden oluşur. Müze kurulu, bünyesinden bir başkan seçer. Müze kurulunun görüşleri doğrultusunda müze için mekansal ve fiziksel gelişim tematik gelişim ve vizyon, eser, koleksiyon korunması ve geliştirilmesi, tanıtım ve teşhir gibi konuları kapsayan yıllık ve beş yıllık koruma ve geliştirme

projesi hazırlanır. Koruma ve geliştirme projesi kapsamında uygulamaları denetlemek, müzenin tanıtımını yapmak, müzeye bağış toplamak, onursal müze dostu ödülü vermek müze kurulunun yetkisindedir. Müze kurulu müzenin işleyişine dair her yıl düzenli olarak rapor hazırlar. Bakanlık bu raporları değerlendirmeye almak zorundadır.<sup>39</sup>

Ancak bu yapılanmada görev tanımları açık değildir. Buna ilişkin tanımlar bir sene içerisinde yayınlanacak yönetmeliklerle açıklanacaktır. Müzelerde sponsorluk konulu tezde sözü geçen pazarlama ve iletişim birimi ve eğitim birimine ilişkin net bir organizasyondan bahsedilmiyor, yayınlanacak yönetmeliklerde bu birimlerin oluşumuna ilişkin net bir yapılanma , bunun için gerekli kadrolar 657 sayılı devlet memurları kanuna bağlı olarak oluşturulur.

2863 sayılı Kültür Varlıklarını Koruma Kanununun üzerinde yapılan değişiklikleri kapsayan 31.07.2004 tarihli, 25539 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 5228 sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile kurumsal sponsorlar vergi indirimi ile sponsorluğa teşvik edilmektedir. Bu kanun madde 89 fıkra 7 a,b,c,d,e,f,g,h,i,j bentlerinde ilgili hususlar belirtilmiştir. Madde 28, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 89. Maddesi başlığıyla birlikte yapılan değişikliklerden 7. fıkra müzelerde sponsorluk konusuna ilişkilidir. Buna göre 7. fıkraya göre: Genel ve özel bütçeli kamu idareleri, il özel idareleri, belediyeler, köyler, kamu yararına çalışan dernekler, Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflar ve bilimsel araştırma faaliyetinde bulunan kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan yada Kültür ve Turizm Bakanlığınca desteklenen veya desteklenmesi uygun görülen; a) kültür ve sanat faaliyetlerine ilişkin ticari olmayan ulusal veya uluslararası organizasyonların gerçekleştirilmesine, b) Ülkemizin uygarlık birikiminin kültürü, sanatı, tarihi, edebiyatı, mimarisi, ve somut olmayan kültürel mirası ile ilgili veya ülke tanıtımına yönelik kitap, katalog, broşür, film, kaset, CD ve DVD gibi manyetik elektronik ve bilişim teknolojisi yoluyla üretilenler de dahil olmak üzere görsel, işitsel veya basılı materyallerin hazırlanması, bunlarla ilgili derleme ve araştırmaların yayınlanması ve yurt içinde ve yurt dışında dağıtım ve tanıtımının sağlanmasına, c) Yazma ve nadir eserlerin korunması ve elektronik ortama aktarılması ile bu eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı koleksiyonuna kazandırılmasına, d) 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki taşınmaz kültür varlıklarının bakımı, onarımı, yaşatılması, rölöve, restorasyon, restitüsyon projeleri yapılması ve nakil işlerine,

<sup>39</sup> 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu (Resmi Gazete/Sayı: 27.07.2004, 25535).

e) Kurtarma kazıları, bilimsel kazı çalışmaları ve yüzey araştırmalarına, f) Yurt dışındaki taşınmaz Türk Kültür Varlıklarının yerinde korunması veya ülkemize ait kültür varlıklarının Türkiye'ye getirilmesi çalışmalarına, g) Kültür envanterinin oluşturulması çalışmalarına, h) 2863 sayılı kanun kapsamındaki taşınır kültür varlıkları ile güzel sanatlar, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki ürün ve eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı koleksiyonuna kazandırılması ve güvenliklerinin sağlanmasına, i) Somut olmayan kültürel miras, güzel sanatlar, sinema, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki üretim ve etkinlikler ile bu alanlarda araştırma, eğitim veya uygulama merkezleri, atölye, stüdyo ve film platosu kurulması, bakım ve onarımı, her türlü araç ve teçhizatın tedariki ile film yapımına, j) Kütüphane, müze, sanat galerisi, kültür merkezi ile sinema, tiyatro, opera, bale ve konser gibi, kültürel ve sanatsal etkinliklerin sergilendiği tesislerin yapımı, onarımı veya modernizasyon çalışmalarına, ilişkin harcamalar ile bu amaçla yapılan her türlü bağış ve yardımların % 100'ü (Bakanlar Kurulu, bölgeler ve faaliyet türleri itibarıyla bu oranı yarısına kadar indirmeye veya kanuni oranına kadar çıkarmaya yetkilidir.)

5228 sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun mükerrer madde 14 d bendince vurgu yapılmıştır.<sup>40</sup>

### 4.3. Müzelerde Şirket Sponsorluğu

Geçen on yılda müze programlarında, şirketsel fon oluşturma önem kazanmıştır. Bir iki yıl gibi bir süre zarfında, birden fazla müze dolaşan çok gezilen (block buster) sergiler için özellikle şirketler, finansal destek sağlamışlardır. Şirketlerin finansal destek sağladıkları faaliyetler arasında en çok yer tutan hiç kuşkusuz ki, büyük sergilerdir<sup>41</sup>. Şirketler ayrıca kalıcı sergiler, eğitim programları, yapım-yenileme projeleri ve yıllık işletme giderleri için de maddi destek sağlayabilirler. Şirketler kanalıyla fon yaratılması elbette ki önemlidir. Buna rağmen sponsorlar ve müzeler arasındaki ilişkiler her zaman çok iyi olmamıştır. Müzeler ticarileşmek veya sergilerin programları üzerindeki kontrollerini kaybetmek veya halkla ilişkiler konusunda bağımsızlıklarını yitirmek gibi kaygılar beslemişlerdir. Sponsorlarla müzeler arasındaki dialoglar çoğu zaman

<sup>40</sup> 5228 sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, Resmi Gazete Tarih/Sayı 31.07.2004/25539

<sup>41</sup> Blackall, a.g.e., s.44-45.

yanlış anlamalar, şüpheler ve saldırganlıklarla doludur. Bunun başlıca sebebi müze etiği gereği aşırı sorgulama buna bağlı olarak müzelerin şirketlerden gelen bağışların altında ne yattığı konusunda şüphe taşımalarıdır. Buna karşılık şirketler ise çok paralar harcamış olmalarına rağmen yapılan yardımların yanlış anlaşıldığı, yeterince değerlendirilmediği, yeterince tanıtılmalarının olmadığı konusunda kaygılar taşımaktadırlar. Müzelerde iletişimin gelişmesinde müze içi ve dışı dengelerin kurulmasında pazarlama birimi önemli görevler üstlenir. Bu açıdan müzelerde pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler sponsorluk çalışmalarının kapsamı içinde yer alır.

#### 4.4. Müzelerde Sponsorluk ve İlişkili Olduğu Alanlar

Müzelerde sponsorluk pazarlama, reklam ve halkla ilişkilerle doğrudan ilişkilidir.

1980'lerden itibaren "hizmet pazarlaması" hız kazanmıştır. Müzeler açısından hizmet talebinin gerisinde yatan nedenleri (motiv ve güdüleri) analiz etme zorunluluğu gündeme gelmiştir. Bilgi ve iletişim çağında müzelerin rakipleri arasında ön plana çıkarak, farkındalık yaratmak ve hedef kitleye ulaşma çabaları rekabeti arttırmıştır. Bu çabalarda pazarlama araçları ve sponsorluk çalışmaları ön plana çıkmaya başladı. Pazarlama kavramı ele alındığında sponsor kelimesinden anlaşılan desteklemektir. Sponsorluğun en açık ifadesi ise destekleyici faaliyetlerdir. Sponsorluk finansal yada materyal destek sağlanması olarak da tanımlanabilir. Dünyada sponsorluk çalışmaları spor, kültür, sanat, eğitim ve sağlık alanlarında yaygın olarak görülmektedir. Araştırma, geliştirme, arkeoloji konusundaki projeler de sıklıkla sponsor bulmaktadır. Sponsorluk faaliyetlerini, işletmelerin herhangi bir ticari kazanç beklentisi olmadan yaptıkları finansal katkılardan ayırmak gerekir. Amerika'da yayınlanan IEG Sponsorship Report'a göre; dünyada 2000 yılında sponsorluk harcaması 22 milyar dolardır. 2002 yılında bu rakam 26 milyar dolara yükselmiştir. Sponsorluk bağış ya da yardım değil, etkin bir pazarlama tekniğidir.<sup>42</sup>

**Müzelerde Pazarlama:** Pazarlamanın duayeni olan Philip Kotler Kâr Amacı Gütmeyenler İçin Pazarlama (Marketing for Non Profit) adlı kitabında müze pazarlaması yorumu müzecilik çalışmalarını yönlendirmektedir. Bu yoruma göre: "Müzede pazarlama; kurumsal hedeflere ulaşmak için, hedef kitlelerle istemli değer alışverişi yapmayı sağlayacak programların, analiz, planlama, uygulama ve kontrol fonksiyonlarının tümüdür. Kurumun sunduklarını, hedef kitlenin

<sup>42</sup> Erbay, Fethiye, "Müzelerde Sponsorluğun Önemi Artıyor mu?". İstanbul: *Genç Sanat*, Sayı:128, 2004, s.32.



istek ve ihtiyaçları doğrultusunda tasarlamak ve etkin bir fiyatlandırma ve tanıtımla hedef kitleyi katılıma teşvik etme prensiplerine dayanır.” Müzelerde iletişim sorunu olarak; “Ne kadar bilgi ve cesaretlendirme gerekli ziyaretçileri müzeye getirebilmek için ne anlatmak gerekir? Nasıl anlatmak? Hangi medya kullanılmalı? Pazarlamanın tüm öğeleri birbiriyle içiçe bağımlı.”<sup>43</sup> konularıyla müzelerde sıklıkla karşılaşılır. Öncelikle bu sorulara cevap aranmalıdır.

#### 4.4.1. Müzelerde Pazarlama Stratejileri

Pazarlama stratejileri, müzenin iletişim ve hizmet alanında ilerlemesi, böylece daha çok ziyaretçinin gelmesi için çeşitli yöntemler belirlemek demektir. Müzenin ziyaretçileri ile daha yakın ilişkiler kurmak, ziyaretlerin tekrarlanması, bağışların ve üyelerin çoğaltılması da pazarlama stratejilerinin amaçları arasındadır. Bu, müze müdürünün pazarlama faaliyetleri ile yakından ilgilenecek, bizzat proje ekibini oluşturan personelle beraber çalışarak uygulayacağı bir süreçtir.

Barry ve Gail Lord’a göre müzelerde kullanılan çeşitli pazarlama yöntemleri arasında, fiyat indirimleri yapmak, çeşitli açılışlar düzenlemek ve özel seminerlerle insanları çekmek de sayılabilir. Müzenin büyüklüğü ve faaliyet alanı dünyadaki diğer müzelerle kıyaslanarak, çeşitli tecrübelerden ve bu müzelerin geçmişte uyguladığı yöntemlerden ve sonuçlarından yararlanarak, doğru bir yol izlenebilir.<sup>44</sup>

Pazarlamanın talep yaratıcı fonksiyonu; mallara ve tüketimi özendirmeye ilişkin bilgilerin uygun kanallar ve uygun mesajlarla tüketicilere iletilmesi ile yerine getirilir. Bunu sağlarken pazarlama bileşeni ise tutundurmadır.

Filiz Balta Peltekoğlu’na göre; “Tutundurma, pazarlama karması olarak tanımlanan ve pazarlama stratejilerinin ortak noktasını oluşturan kontrol edilebilir pazarlama değişkenlerinden biri olup, kuruluş imajı oluşturmak veya mevcut imajı olumlu hale getirmek, prestij arttırmak, karlılığı arttırmak gibi amaçlarla işletmelerin yararlandığı faaliyetleri kapsamaktadır. Halkla ilişkiler ise uzun dönemi içermesi ve nihai amacın kar olması nedeniyle dolaylı tutundurma bileşenidir.”<sup>45</sup>

<sup>43</sup> A.g.e., s.67.

<sup>44</sup> Lord, a.g.e., s.123-124.

<sup>45</sup> Peltekoğlu, a.g.e., s.42.

Müzelerde tutundurma yöntemleri dört alt başlık altında gruplandırılabilir. Bu yöntemler müzenin hedef pazarının oluşturulmasında büyük yer tutar. Bu dört başlık şöyle sıralanabilir:<sup>46</sup>

- Reklam (Advertising)
- Satışta özendirme (Sales Promotion)
- Halkla ilişkiler (Public Relation)
- Kişisel satış (Personal selling)

olmak üzere, dört alt başlık altında geliştirilebilir. Bu dört yöntem müzenin hedef pazarının oluşmasında önemli yer tutar.

Tomur Atagök'ün derlediği, Yeniden Müzeciliği Düşünmek kitabının “Müze Yönetiminde Pazarlama Felsefesine Yeni Yaklaşım” başlıklı yazısına göre Fethiye Erbay müzelerde pazarlama konusunda şöyle der; “Müzeleri başarılı bir şekilde pazarlamak, fiyat yer ve promosyon gibi, çeşitli faktörlerin kombinasyonuna bağlıdır. Günümüzde müzelerde “promosyon ve sponsorluk için müze efektif bir halde nasıl pazarlanabilir?” sorusu müzecileri meşgul etmektedir” Müzeyi diğer müzelerden üstün kılacak, birkaç kez ziyaret edilmesini sağlayacak, cazip hale getirilecek promosyon olarak ne gibi önceliklerin sağlanabileceği araştırılmalıdır. Pazarlama açısından sponsor bulunabilmesi bir çok açıdan karmaşıktır. Müze idaresinin bu sponsorluğu elde ettiğinde karşılığında ne verebileceklerini bilmeleri lazımdır. Fon sağlamak için şirket toplantıları organize etmek gibi pazarlama ile ilgili çalışmalar yapılır. Müzelerde müze işletmesi, yönetim uygulamaları konusunda, şüpheli davranılmış bu gelişimde müze pazarlama çalışmalarının uygulanması kolay olmamıştır.<sup>47</sup>”

---

<sup>46</sup> İslamoğlu, a.g.e., s.432.

<sup>47</sup> Erbay, Fethiye, Müze Yönetiminde Pazarlama ve Felsefesinde Yeni Yaklaşımlar, Yeniden Müzeciliği Düşünmek, (Der.) Tomur Atagök, YTÜ Yayınları, s 61.



#### 4.4.1.1. Müzelerin Hedef Pazarının Oluşturulması

Bir müzenin karşılıklı etkileşimde olabileceği pek çok piyasa vardır. Hedef, müze açısından doğru piyasayı seçmek, müzenin enerjisini en iyi yansıtabilecek konuyu bulmak demektir. Bu karar birçok etkenlere dayanır. Barry ve Gail Lord'a göre; mali güçten, sorumluluğa kadar... seçme ve öncelik tanımada beş ana etken vardır.<sup>48</sup> Bu etkenler şöyle sıralanabilir:

- Piyasanın büyüklüğü ve büyüme kapasitesi.
- Müzenin misyonu ve etki alanı için bu piyasanın ne derece önemli olduğu ana etkenler arasında yer alır. Bu özellikle kültürel ve sosyal farklılığın fazla olduğu toplumlarda, herkese ait bir eğitim kurumu olarak müzenin rolünü ön plana çıkarır.
- Ziyaretçilerden sağlanan gelirler.
- Bölgenin turistik ve ekonomik gelişmesinde piyasaya katkı sağlama özelliği: Müzelerin buldukları bölgeye yüksek gelirli “kültür turizmi ziyaretçileri” çektiği ve dolayısıyla orada kalma sürelerini uzattıkları bilinen bir gerçektir. Böylece bölgede iş imkanları ve hizmet sektörü ile ilgili şirketler çoğalır.
- Piyasayı cezbetmenin maliyeti.

Bu politika kararları üst yönetim ve kurullar tarafından alınırken, üç ile beş yıllık projelendirecek bir pazarlama uzmanına danışılmalıdır.<sup>49</sup>

#### 4.4.2. Müzelerde Pazarlama ve Reklam İlişkisi

Reklam ve pazarlama bir zamanlar müzeler için pek tanınan kavramlar değildi. Bugün ise hem reklam hem de pazarlama müze yönetiminde kullanılan modern teknikler arasında yer almaktadır.

<sup>48</sup> Lord, a.g.e., s.123.

<sup>49</sup> A.g.e., s.123.

Fethiye Erbay'ın Askeri Müze, "Müzecilik Seminerleri" bünyesinde verdiği "Müze Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklam" konulu bildirisine göre Müzecilikte reklam ve tanıtımın kapsamı ve etkisinden şöyle bahsedilmiştir,<sup>50</sup>

Müze eserlerine bir ürün olarak bakıldığında farklı pazarlama çalışmalarında reklamdan yararlanmak gerekir. Müzenin tanıtımında ürün pek çok şey olabilir. Müzenin binası, koleksiyonda bulunan özel parçalar, restoranda içilen bir fincan çay yada kahve bu ürünler arasında sayılabilir.

Tanıtım ve reklam çalışmaları, günümüzde müzelere katılmaya ve onları kullanmaya davet etmek için profesyonel bir davranıştır. Reklam bir ürünün talebini arttırabilecek bir etkidir. Müzelerde reklam, tüketicileri satın almaya, kullanmaya özendirmek için yapılan iletişim çabasıdır.

Reklam, bir ürün yada hizmete ilişkin bir iletiyi, mesajı, sözlü ya da görüntülü olarak pazar birimlerine sunmak için yapılan eylemler bütünüdür. İzleyici bulmak, kazanmak ve geliştirmek için yapılan reklam amaca ulaşmada araçtır. Reklam, bilgi vererek, alıcıları, müzeyi kullanmaya hazırlayıcı bir rol üstlenir. Tüketicinin hizmeti nerede, ne zaman ve nasıl satın aldığı, satınalma kararı verenin ve alım işlemi yapanın kimler olduğu belirlenmelidir. Ayrıca müzenin diğer müzelerle rekabet durumu, üstünlüğü ve imkanları analiz edilmelidir.

Müzelerde reklamın temel amacı hizmetin satışını etkilemektedir. Reklam bu amaca şu yollarla ulaşabilir<sup>51</sup> :

1. Ulaşılamayan kişilere ulaşarak.
2. Aracılarla ilişkileri geliştirerek.
3. Yeni bir tüketici grubunu çekerek.
4. Ön yargılara karşı durarak.
5. Müzenin saygınlığını sağlayarak/ arttırarak.
6. Müzeyi tanıtarak ve kullanılabilirliği için ilgi uyandırarak.
7. Yararlarını sergileyerek.
8. Nasıl ulaşılacağını ve kullanılacağını göstererek.
9. Olanaklarını ve sağladığı hizmetlere ilişkin bilgiler vererek.

<sup>50</sup> Erbay, Fethiye, "Müze Erişilebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi", *Müzecilik Semineri 25-27 Eylül 2002 Bildiriler*, İstanbul: T.C. Genelkurmay Başkanlığı Askeri Müze ve Kültür Sitesi, Harbiye, s.19

<sup>51</sup> A.g.e., s.20

Müze içi ve dışı tanıtım ve reklam araçları kitlelere bilgi verirken, mesaja çevrilir görsel malzeme ağırlıklı, resimler ya da görüntülerden de yararlanır.

#### **4.4.2.1. Müzelerde Tanıtım ve Reklam Araçları**

Tanıtım ve reklam araçları müze içi ve dışı olmak üzere iki gruba ayrılabilir.

##### **4.4.2.1.1. Müze İçi Tanıtım ve Reklam Araçları**

Görüntülü veriler; CD, kaset, dokunmatik sistemler (keosk), internet (web sayfaları) tanıtımda yardımcıdırlar.

Sözel Veriler; Rehberli turlar, uzmanların bilgilendirmesi kısaca müzede çalışanlarla yapılan görüşmeler tanıtımda referanstır.

Mekanla İlgili Veriler; Müze binası salonları, restoranlar, satış reyonları ve dükkanlar, müze binası çevresi, parkları ve çevre yeni tasarımlar ile göze çarpar.

Müze Etkinlikleri: Sergi, konferans, tiyatro, film, müzik, dans gösterileri gibi çeşitli performanslarla eğitimden eğlenceye kadar uzanan birçok amaca hizmet edebilir. Özel etkinlikler müzeye yeni kesimlerden ziyaretçileri çekebilir. İş yemekleri özel etkinlik kapsamına girmektedir.

Müzenin ve içindeki eserin izlenimini artırmak için bazen “sansasyon” yaratarak ilgi çekilmeye çalışılmaktadır.<sup>52</sup>

##### **4.4.2.1.2. Müze Dışı Tanıtım ve Reklam Araçları**

Gazeteler ve Dergilerle Tanıtım: Günlük yada haftalık gazete ve dergilerde çıkan yazılar, başlıca tanıtım malzemesini oluşturur.

Posta Yoluyla Tanıtım: PTT aracılığıyla gönderilen postalar, tüketicilere gönderilen iletiler, reklam kapsamında yer alır. Broşür, katalog gibi tanıtım araçlarını gözden geçirilmeden çöp sepetine atılma riski olsa da tanıtım için büyük önem taşıyan araçlardır.

Medya, Radyo, Televizyon ile Tanıtım: Müzenin tanıtımı için en yaygın ve en kolay yol medyayı kullanmaktır. Bu yolla daha geniş bir kitleye ulaşmak mümkündür.

---

<sup>52</sup> Erbay, a.g.e., s.20.

İnternet ile Tanıtımında Sanal Müzeler/web Siteler ile: Bilgi hızla geniş kitlelere ulaşır. İnternet bu alanda oldukça yeni olmakla birlikte, çok sayıda imkan içermektedir. Sanalmüze.com tanıtımda bir köprü vazifesini üstlenmiştir. İzleyenler uluslararası müzelerdeki çalışmalarla ilgili son haberlere ve etkinliklere kolayca ulaşabilmektedirler. Web siteleri, dünya müzelerindeki, eserlerin ayrıntılı tanıtımı için kullanılmakta aynı zamanda sanat eserlerinin satışları internet üzerinden yapılmaktadır. Pablo Picasso ve Sanal Louvre Müzesi bu konuya örnek teşkil etmektedir.

Halka Açık Yerlerde Tanıtım: Kalabalık açık alanlara afiş asmak yoluyla yapılan reklam ucuz mal olur ve daha geniş kitlelere ulaşır. Afişler anımsatıcı reklam için en iyi yoldur. Müze tanıtımları için de ideal bir araçtır.

Ulaşım Araçları ile Tanıtım: Otobüs, tren, tramvay vb. gibi araçlar ile yapılan tanıtımlar son yıllarda öne çıkmaktadır. İnsanların dikkatini çekebilmek için bu araçların üzerlerine canlı renkte büyük posterler asılmaktadır. Kullanılan sloganlar ve resimler pazarlama-reklam için güdüleme örneğidir. Böylece kolay ve etkili yoldan geniş kitlelere ulaşabilmektedir.<sup>53</sup>

#### **4.4.3. Müzelerde Tanıtım ve Reklam Politikası**

Müzeler tanıtım ve reklam politikasını oluşturmak zorundadır. Reklam politikasını geliştirmek için şu yöntemlerden faydalanılabilir;<sup>54</sup>

1. Aracı işletmelerden yararlanılabilir: Müze eserlerinin kopyaları satış yerlerinde, dükkanlarında kullanmaları için indirimli veriler, satışa sunulabilir.
2. Sergileme: Müze ile ilgili orijinal eserler yada kopyaları amaca uygun bir şekilde müze dışında özel olarak sergilenir. Yurt içi ve yurt dışı müzeler bu tür sergileme örnekleri ile doludur.
3. Yarışmalar düzenleme: Çeşitli yarışmalar düzenleyerek müzeler kendi tanıtımlarını da gerçekleştirebilirler.
4. Armağan verme: Kişisel satış ve reklam çabalarını daha etkili kılmak için promosyonlar büyük önem taşır. Müzelerde promosyon şu yollarla yapılabilir:

---

<sup>53</sup> A.g.e., s.22.

<sup>54</sup> A.g.e., s.23.

a. Kupon ve indirim kartı vererek: Bu kupon veya indirimli kart bir defaya mahsus olarak verilebilir. Sezonluk kartlarında verilmesi mümkündür. Ayrıca müzenin düzenlediği çeşitli etkinliklere giriş biletleri dağıtılabilir..

b. Hediyelik eşya verme: Son yıllarda müzeler yılbaşı kartları, takvimler ve benzeri hediyelik eşyalar dağıtarak tanıtım yapmaktadır. Hediyelik eşya dağıtımını promosyonda etkili bir yöntemdir.

c. Bilet indirimi ve ücretsiz günler: Yurt dışı müzelerde çok görülen geç saatlerde gelen ziyaretçiler için indirim, haftanın belli gününde ücretsiz ziyaret olanağı sağlamak. Böylece öğrencilere, ekonomik gücü olmayanlara ve hatta fırsatçılara müze ziyareti olanağı sağlanır.

İyi bir tanıtımda da müzeler arası benzerliklerinden çok, farklılıklar ön plana çıkarılmalıdır.<sup>55</sup>

Bir “ürünün” (müze) maddi bir amaç olmaksızın eğitim ve eğlence değerleri için pazarlanması oldukça güçtür. Dünyada müze ziyaretçilerinin arttığı günümüzde müzelerin tanıtım ve reklam faaliyetleri önem kazanmaktadır. Müzelerde ki etkinliklerin, fiziksel, bürokratik, ahlaki ve yasal yollarla sınırlandırılması müzenin kontrolü altında olmalıdır. Müzenin yönetim politikası amacına ve eğitim kriterlerine uygun olmalıdır. Reklam yöneticisi reklam planını hazırlarken, müze içi ve dışı çeşitli etkenleri göz önünde tutarak, yapılacak faaliyetlerin düzenlenmesini sağlar. Müze yönetimi; koleksiyonları riske atmayarak, müzeye fayda sağlayacak tanıtım ve reklam etkinliklerini onaylamalıdır. Günümüzde tanıtım ve reklamı iyi yapılmayan etkinlikler ne kadar başarılı olurlarsa olsunlar, hedef kitleye ulaşamamakta, ziyaretçi sayısı beklenenin altında kalmaktadır. Müzenin ziyaretçi katılımının yüksek olması, tanıtım ve reklamın ne derece etkili olduğunu en iyi şekilde gösterir. Bu kaynağın doğru kullanılması ve yönlendirilmesi ile müzenin kullanılabilirliği artacak, daha fazla kişi müzeye erişebilecektir. Eski yöntemlerle müzelere yeteri kadar ziyaretçi çekilebilmesi mümkün olmamaktadır. Bu sebeple müzeler yeni reklam ve tanıtım yöntemleri aramaktadırlar. Eğer amaç müzenin ayakta kalmasını sağlamak ve daha fazla insanı müzelere yönlendirmekse, değişen koşulların gerekleri yerine getirilmeli yeni tanıtım yolları uygulanmalıdır.

Birçok müze yöneticisi, sponsorlarla görüşürken reklam için para istemeyi öğrenmiştir. Aynı zamanda şirketler de sponsorluk yaparak reklam giderlerini karşılamayı veya reklamı bizzat

---

<sup>55</sup> A.g.e., s.23.

kendileri yapmayı teklif eder olmuşlardır. Sponsor bulunamadığı takdirde müzeler, reklam için kendi ödeneklerinden harcamak zorunda kalırlar. Fakat çoğu zaman müzeler bu parayı harcamaktan kaçınırlar. Gider olarak görüldüğü sürece reklama hiçbir zaman para ayrılmayacaktır. Oysa reklam bir gider olarak değil de bir yatırım olarak düşünülmelidir. “Bu yaklaşımda başarı; ziyaretçiyi burada olağanüstü bir şey olduğuna ikna etmektir. Bunu yapmanın yolu da “reklamdır”. Eğer özel sergi iyi planlanırsa, iyi bir tema yakalanmışsa, ve iyi reklam yapılırsa ziyaretçiler ikna edilebilir, onlara müzeye gelmeleri için sebep yaratılmış olur. Müze için reklam vermeye karar verildiğinde de iki soru cevaplandırılmalıdır. Nasıl bir reklam yapılmalı? ve Reklamı kim yapmalı? Küçük bir bütçeyle etkili bir reklam, isteniyorsa bir reklam şirketi ile anlaşılmalıdır. Tercihen daha önce kar gütmeyen bir kurumla çalışmış bir ajans olmalıdır. Tecrübeli bir ajans, nerelere reklam verileceği ve az bir harcamayla daha çok insana nasıl ulaşacağı konusunda yardımcı olabilir. Ajans müzenin üst düzey yöneticileri ve personeliyle ortaklaşa çalışarak nasıl bir reklam kampanyası düzenleyeceğine karar vermelidir.”<sup>56</sup>

Şirket sponsoru reklam verdiği zaman içerik tartışmaları çıkabilir. Sponsor, serginin tümünü veya bir kısmını desteklediği için reklam maliyetini de karşılar. Bazı sponsorlar reklamda neyin yer alacağına karar vermek isterler. Müze tarafından onaylanmayan hiçbir reklamda müzenin adının geçmesine izin verilmez. Müzenin ve sponsorun mesajı birbirine ve amaçlarına uygun olmalıdır. “Müze yönetimi olarak “Nasıl, nerede, kim tarafından reklam hazırlanmalı?” sorularına yanıt bulduysanız, “ne zaman” sorusuna da yanıt aranmalıdır. Müze belirli aralıklarla reklamları yinelenmelidir. Böylece insanların reklamlara alışması sağlanır. Bu anlamda Amerika Birleşik Devletlerinden N.Y. Modern Sanat Müzesi örnek alınabilir. Müzecilik çalışmalarına örnek olması açısından N.Y. Modern Sanat Müzesi’nin istatistik verileri araştırılmıştır.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Blackall, a.g.e., s.53.

<sup>57</sup> A.g.e., s.57.

## NY Modern Sanatlar Müzesi “MOMA” (New York Museum Of Modern Arts)

1929’da kurulan MOMA koleksiyonunda, 1880’den günümüze görsel sanat eserlerini sergiler. Müzenin koleksiyonunda 100.000’ den fazla tablo, heykel, çizim, fotoğraf, baskı, mimari model ve planlar, objeler ve bunların yanı sıra, 10.000 film ve video teyp, 3.000.000 film karesi ve 80.000 kitap ve dergiden oluşan bir kütüphane bulunmaktadır. Müze farklı dönemlere ve bireysel sanatçılara ait özel sergilerin yanı sıra konser, tur, film gibi bazı özel programlar da sunmaktadır. Sanatın Pazarlaması (ICOM, Marketing the Art’s) kitabında yayınlanan araştırmanın sonuçlarına göre bu müzeyi her yıl ortalama, 1.500.000 kişi ziyaret etmektedir. Bu ziyaretçiler arasında meraklı turistlerden sanat aşıklarına kadar her çeşit kesimden insan vardır. Müzenin ziyaretçi servisi ve eğitim bölümünün yaptığı bir araştırma sonucunda ziyaretçi profili şöyle belirlenmiştir: Gelen yetişkinlerin yarısı iyi eğitilidir, (%70 üniversite mezunu), yarısı New York metropolitanında yaşamaktadır. % 14’ü yurt dışından gelmektedir. Gelenlerin yarısı 40 yaşın üstündedir. Gelenlerin % 12 si öğrencidir. En son sırada aileler, sakatlar ve yaşlılar bulunmaktadır.

Yapılan bu anket bölgemizin demografilerinin MOMA ziyaretçilerinin profiline uymadığını göstermektedir. Öğrencilerin, yaşlıların ve sakatların oranı artırılmak istenmektedir. Seyahat ve turizm endüstrisiyle yakın çalışarak (oteller, acenteler,..vb.) turist katılımını arttırmak gerekir. New York’un barındırdığı pek çok kültürel ve turistik çekiciliklerle devamlı rekabet edilmektedir. Programın yenilenerek ziyaretçi sayısını arttırmak hedeflenmektedir. Fakat bunlar yapılırken şu noktalar dikkate alınmaktadır:<sup>58</sup>

- Müzedeki sergi ve koleksiyonun türü müzenin çekiciliğini arttırmak için dramatik bir şekilde değiştirilmeyecektir.
- Medya (ne kadar yaygın olursa olsun) potansiyel hedef kitleye, ulaşmada yeteri kadar etkili olmamaktadır.
- Hedef kitleye süreklilik arzeden bir şekilde ulaşılması gerekmektedir.

---

<sup>58</sup> A.g.e., s.58.



**MOMA'nın bu çalışmalardan aldığı sonuçlar şöyledir:** Ziyaretçilerin bir daha gelmelerini sağlayacak yöntemler geliştirilmiştir. Aileler için yeni programlar hazırlanmıştır. Azınlık ziyaretçiler İspanyol kökenliler (Hispanic) ve Afro-Amerikalılar arasında da yüksek bir profil tutturma çalışmaları yapılmıştır. Azınlık medyası için onların dillerinde email basın bültenleri oluşturulmuştur. Tüm bu çalışmaların sonuçlarını ölçmenin zaman alacağına karar verilmiştir.

ICOM Müze halkla ilişkiler komitesi yıllardır karşısına çıkan sorunların pek çoğunun aslında halkla ilişkilerden kaynaklanmadığını fark etmişlerdir. Vaka çalışmaları halkla ilişkiler uzmanının işinin müze işlevleriyle tümüyle bağlantılı ve içiçe geçmiş durumda olduğunu göstermiştir. Sonuçta bilerek veya bilmeyerek de olsa, halkla ilişkiler görevlisi bir pazarlama koordinatörü gibi çalışmaya başlamıştır. Müze profesyonellerine “Pazarlamanın” ne olduğunu anlatmak, gereklidir. Pazarlama konusunda pek çok kitabı olan Philip Kotler, Kar Amacı Gütmeyenler İçin Pazarlama (Marketing for Non Profit) kitabında şöyle demektedir: “Pazarlama; pazar araştırması, müşteri hizmetleri, reklam gibi unsurları şirket bünyesine katmaktan çok daha öte bir şey ifade eder. Bunların bir anlam bulabilmesi için şirketin pazarlama organizasyonunun bir parçası olması gerekir. Böylece pazarlama organizasyonu, şirketlerin müşteri ihtiyaçlarındaki değişimleri tesbit edip ona göre hizmet geliştirmelerini sağlayacak platformu oluşturur.”<sup>59</sup>

Müzelerin tanıtım ve reklam faaliyetleri, bu kurumlarla halk arasında bir köprü oluşturmaktadır. Bu sebeple müze için halkla ilişkiler ve pazarlama önemlidir.

#### **4.4.4. Müzelerde Halkla İlişkiler ve Pazarlama İlişkisi**

Öncelikle “müzelerde halkla ilişkiler ne yapar?” sorusuna yanıt aranmalıdır.

Müzelerde Halkla ilişkiler çeşitli gruplar arasında iletişimi düzenler. Hedef kitle davranışları hakkında müze yönetimini bilgilendirir. Halkla İlişkiler müzenin hedef kitlesi için ihtiyacı olan araştırmaları yaparak, gereksinimleri karşılamak için politika ve program önerilerinde bulunur. Müzenin kâr amacı yanında sosyal sorumluluğunun da olduğunu kanıtlayacak biçimde davranmasına yardımcı olur. Diğer iletişim araçlarından yararlanır. Yönetimin bir parçası olarak faaliyet gösterir.

---

<sup>59</sup> Blackall., s.60



Halkla ilişkiler, bir müzenin imajının veya teker teker bütün eserlerin tanıtımı veya promosyonu için üretilen programların bütünüdür. Basınla ilişkiler, müzenin ve eserin tanıtılması, içerde ve dışarıda şirket iletişimi, lobcilik, yönetime tavsiyelerde bulunmak müze halkla ilişkilerinin fonksiyonları arasında yer almaktadır.<sup>60</sup>

Müze yönetimi, pazarlama ve halkla ilişkiler nasıl, nerede ve hangi şartlarda birbiriyle çalışmalı sorusuna yanıt bulmalıdır. Pazarlama da, halkla ilişkiler de birer yönetim aracıdır. Halkla ilişkiler uzmanının işinin bir bölümü yalnızca dolaylı olarak pazarlama ile ilgili bir konuyu ele almaktır. Müze içi iletişimi basın bülteni ile bir duyuru haline getirmek de müzenin yönetim fonksiyonunun bir parçasıdır.

Halkla ilişkiler, pazarlama stratejisinin de önemli bir ögesidir. Halkla ilişkiler uzmanının pazarlama işi yapmasını beklemek yanlıştır. Pazarlama birden fazla kişinin üstlendiği bir görev olmalıdır. Buna karşılık halkla ilişkiler uzmanı; yönetim ,müze müdürü, ve diğer çalışanları bilgilendirmek ve pazarlama planının doğru uygulanıp uygulanmadığını kontrol etmek açısından bir pazarlama koordinatörü gibi hareket edebilir. Hedef kitle ile ilgili bilgi toplamak, gözlem yapmak, ziyaretçi bilgi formları, sosyal eğilim gibi konular halkla ilişkiler uzmanının görevi dahilindedir. Bir pazarlama uzmanı gibi hizmet verebilmesi için halkla ilişkiler uzmanının, genel pazarlama teknikleri hakkında güncel bilgiye sahip olması gerekmektedir.<sup>61</sup>

Müzelerde halkla ilişkiler uzmanının görevini yerine getirmesinde uygulanan sponsorluk çeşidinin de önemli bir rolü vardır. Bundan sonraki bölümde sponsorluk çeşitlerine değinilmeye çalışılacaktır.

#### **4.5. Müzelerde Uygulanan Sponsorluğun Sınıflandırılması**

Temel olarak sponsorluğun dört çeşidi vardır. Bunları şöyle sıralayabiliriz: Spor sponsorluğu (bireysel, takım), kültür-sanat sponsorluğu (müzik, gösteri sanatları, sergi, yayın), sosyal sponsorluk (sağlık, çevre, eğitim), macera - seyahat sponsorluğu. Müzelerde uygulanan

---

<sup>60</sup> Kotler, s 605.

<sup>61</sup> Blackall, a.g.e., s.69.

sponsorluk çeşidi kültür-sanat sponsorluğu kapsamına girer.<sup>62</sup> Buda kendi içinde yayın, sergi, etkinlik ve restorasyon sponsorluğu olarak çeşitlendirilebilir.

#### 4.5.1. Yayın Sponsorluğu

Kültür-sanat sponsorluğunun bu çeşidinde söz konusu olan bir kitabın, çevirinin, seyahat rehberlerinin, atlasların vb. yayınların desteklenmesidir. Desteklenen kitapta veya yayında sponsorun ismi belirtilir. Sponsorun bir kitabı desteklemesi basın bildirimlerinde de yer alabilir.

İlk kitap sponsorluğunu 1863'te John Wisden adlı İngiliz spor malzemeleri satıcısı, "The Wisden Cricketers Almanac" adını taşıyan yayını finanse ederek gerçekleştirmiştir. Kitap sponsorluğu alanında en bilinen örnek Guinness Rekorlar Kitabı'dır. Rothman, Shell ve Michelin gibi firmalar spor ve motor yıllıkları, rehberler, haritalar, bahçecilik ve yemek pişirme kitapları gibi yayınların sponsorluğunu yaparak, isimlerini bu yayınlara yazdırmışlardır.

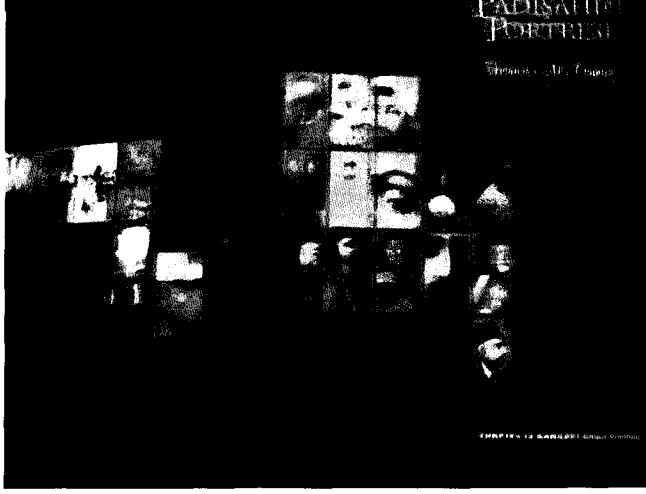
Kitap sponsorluğu yapan kuruluş, özellikle akademisyenlerin bilimsel yayınlarını destekleyerek, araştırma-geliştirme çalışmalarına açık olduğunu göstereceği gibi, yapılan akademik çalışmanın bilimselliğinden de yararlanabilir.<sup>63</sup>

Yayın sponsorluğu; broşür, kitap, müze koleksiyonu sanatçı ve sergi kataloglarını kapsar. Müzelerde en çok uygulanan sponsorluk türüdür. Özellikle yapılan sergilere ilişkin yayınlar bu anlamda önemli yer tutar. Topkapı Sarayı Müzesinde düzenlenmiş sergilere ait "Silk", "Padişah Portreleri" gibi kitaplar bu tür sponsorluğa örnek verilebilir.

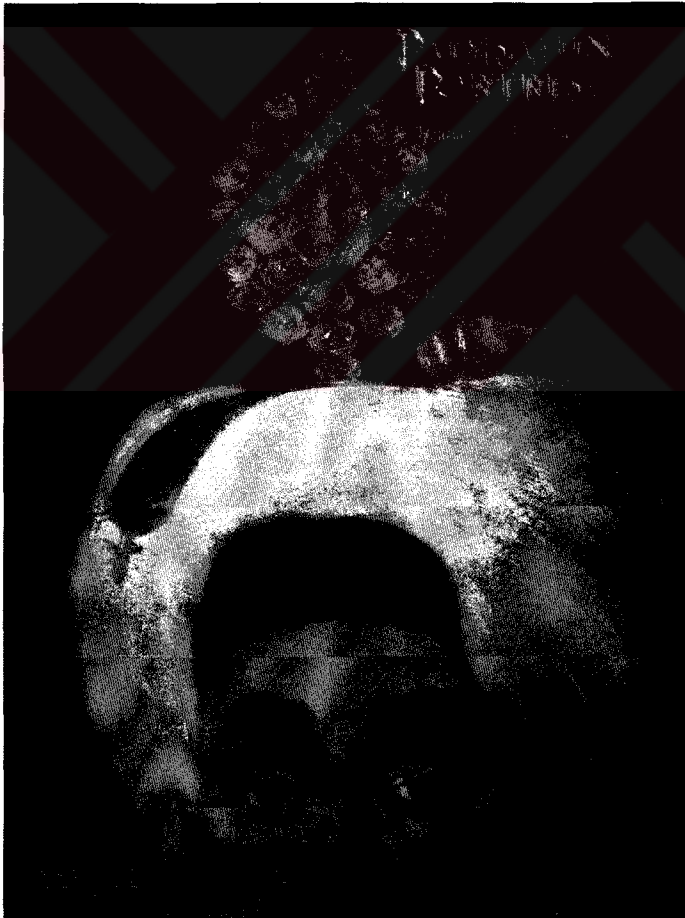
---

<sup>62</sup> Okay, a.g.e., s.124.

<sup>63</sup> Ag.e., s.126.



**Resim 1** İş Bankası Yayınları, İş Bankası sponsor firma, Padişahın Portresi (İç kapak) Sağ alt köşede firma logosu yer almaktadır.



**Resim 2:** İş Bankası, Padişahın Portresi, kapak, Logo yan kısımda yer almaktadır.

#### 4.5.2. Sergi Sponsorluğu

Sergi sponsorluğu müzelerin, galerilerin, müze ve galerilerde bulunan özel resim, grafik, fotoğraf ve heykel sergilerinin desteklenmesini içermektedir. Sergi sponsorluğunda kuruluş kendi binasında bazı eserleri sergileyebileceği gibi mekân, malzeme ve mali katkı bekleyen kişi ve kuruluşlara yardımda bulunarak sergilerin gerçekleşmesini sağlayabilir.

Sergi sponsorluğu yapan bir kuruluş bu faaliyetiyle basın bildirimlerinde, davetiyelerde, program kitapçıklarında, afişlerinde adını duyurabilir. Bunun yanı sıra düzenleyeceği sergi açılışlarında sanatçılarla özel misafirlerini ve çalışanlarını bir araya getirerek uygun bir iletişim ortamı hazırlayabilir. 1974 yılından beri IBM şirketi, Bonnard, Cézanne, Courbet, Degas, Eakins, Homer, Lawrence, Motherwell, Picasso, Pissarro, Raphael, Renoir, Rodin ve Rothko gibi üstatların çalışmalarını kapsayan ülke çapındaki müzelerde, otuz beşin üzerinde büyük sanat sergisinin sponsorluğunu yapmıştır. Kuruluşlar kâr elde etme amacı güdülerek de topluma bir şeyler vermelidirler. Elde ettikleri kârın karşılığında topluma bir geri ödemede bulunmaları gereklidir.

Günümüzde kültür-sanat sponsorluğu alanında faaliyet gösteren kuruluşlardan biri de Philip Morris firmasıdır. Philip Morris pop-art sergisiyle sanat sponsorluğuna başlamış, ve sanata desteğini devam ettirmiştir. Philip Morris'in yıllardır gerçekleştirdiği birçok serginin arasında "Muhteşem Süleyman Sergisi" de bulunmaktadır. 1965 yılında gerçekleştirdiği "Pop and Old" isimli ilk müze sergisinden bu yana Philip Morris bu tarz sergileri desteklemektedir. Sponsorluğunu yaptığı sergiler arasında, Vatikan Koleksiyonu (*The Vatican Collections: The Papacy and Art*), Modern Sanat Müzesi'nde Yirminci Yüzyıl Sanatında Primitivizm (*Primitivism in the 20th Century Art*) (1984) ve Picasso & Barok (*Picasso and Braque: Pioneering Cubism*) (1989) ve Ulusal Sanat Galerisi'nce organize edilen Muhteşem Sultan Süleyman Devri (*The Age of Sultan Suleyman the Magnificent*) sayılabilir. Philip Morris böyle büyük sergilerin yanı sıra, bazı Afrika-Amerika sanatını ve bölgesel sanat sergilerini de desteklemektedir. Şirketin "Whitney Museum of American Art"ın bir şubesinin yer aldığı New York'taki binasında sürekli ve yenilen sergiler vasıtasıyla kültürel zenginlikler sergilenmektedir.<sup>64</sup>

<sup>64</sup> A.g.e., s.118-119.



**Resim 3:** Philip Morris firmasının sponsor olduğu “Muhteşem Sultan Süleyman Dönemi” sergisine ait firmanın logosunun yer aldığı poster.

Otomobil üreticilerinden FIAT, İtalya’da üst seviyedeki hedef kitlesinin gözünde imajını sağlamlaştırmak için sıra dışı kültür-sanat olaylarını desteklemiştir. Palazzo, Grassi ve Venedik’te restore ederek kültür merkezleri haline getirdiği yerlerde sergiler ve konferanslar düzenlemektedir. Nitekim 1986 yılında fütürizm üzerine bir serginin de sponsorluğunu yaparak, konuyla ilgili kimseler için sempozyum ve kongreler düzenlemiştir.

IBM firması, Fransız halkında ve yönetiminde güven oluşturmak amacıyla “Empresyonizm ve Fransız Peyzaj Resmi”, “XIX.yüzyıl heykelleri” gibi Fransız kültürüyle ilgili büyük sergilere destek vererek, Fransa’nın kültürel yaşantısında önemli bir yere sahip olan kanaat önderleriyle ilişkilerini geliştirmeye çalışmaktadır. GTE, 1993 yılında Büyük Fransız Ressamları (Great French Paintings from the Barnes Foundation) Barnes Vakfının sponsorluğunu yapmak amacıyla Washington’daki Ulusal Sanat Galerisi’yle işbirliği yaparak bu serginin gerçekleşmesini sağlamış ve yarım milyondan fazla kişiye daha önceden görmedikleri 80 tabloyu görme olanağı

sunmuştur. Sergi, Newsweek dergisi ve CNN'in "Good Morning America" adlı programında geniş ölçüde yer almıştır.

Johnson&Johnson kuruluşu da Harlem Ufuk Sanat Atölyesi (Horizon Arts Studio)'deki çocukların yaptığı tabloların sergilenmesinin sponsorluğunu üstlendiği zaman Johnson&Johnson'nın sanat programı yöneticisi Michael Mzdak, çalışanların dikkatini tekerlekli sandalyeye mahkûm olan bir gencin yaptığı tablolardan birine çekmiş, tabloların şirketin merkezinde sergilenmesi sırasında tüm çalışmalar kuruluş tarafından satın alınmış ve tabloyu yapan gencin de tekerlekli sandalyeden kurtularak yürümesi sağlanmıştır. Johnson&Johnson yapmış olduğu bu sponsorlukla sosyal yardım amacını da gerçekleştirmiştir.<sup>65</sup>

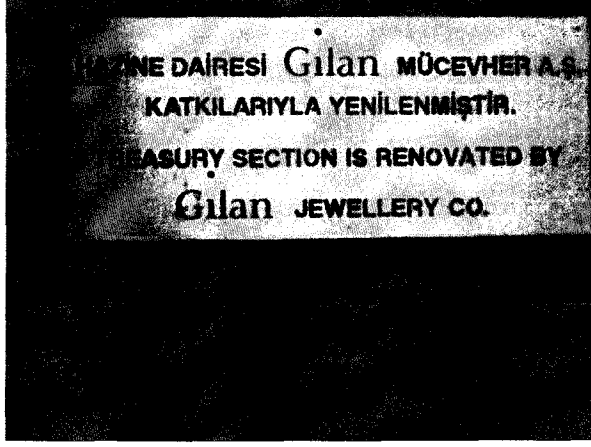
Münih'teki Dresdner Bankası da Halk Bilgisi Müzesi'nde "Yemen" sergisini desteklediği zaman, hazırlanan sergi afişlerine küçük bir ibare ile adını koyarak bu faaliyetini halka duyurmuştur. Afişlerde ve tanıtım malzemelerinde sponsor firmadan "...tarafından desteklenmektedir", "...'nın bir faaliyetidir" şeklinde söz edilerek, faaliyetin destekçisi belirtilmiştir.<sup>66</sup>

Aynı durum ülkemizde de gerçekleştirilmiştir. Örneğin, Topkapı Sarayı Padişah Portreleri Sergisinde, sergi salonunda bulunan ayaklı panoda, serginin İş Bankası sponsorluğunda gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Yine Topkapı Sarayındaki Hazine Dairesi girişinde Gilan Firmasının sponsor firma olduğu belirtilmiştir. Her iki firmada yaptığı kamu hizmetini müze vasıtasıyla halka duyurmuştur.

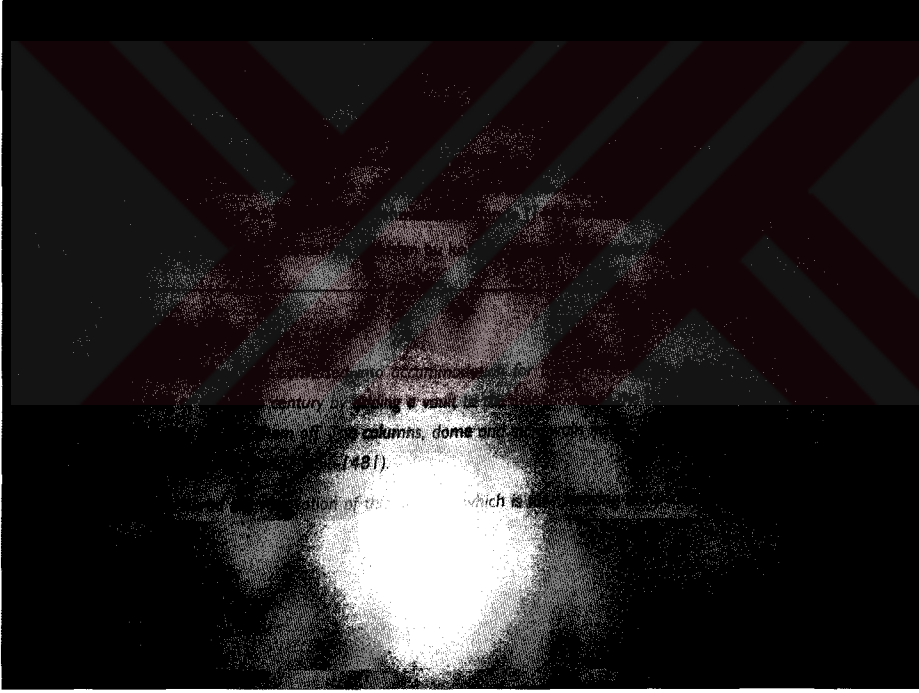
---

<sup>65</sup> A.g.e., s.121-122.

<sup>66</sup> A.g.e., s.123.



**Resim 4:** Hazine Dairesi girişindeki duvarın üzerine monte edilmiş bu levhada sponsorun katkısı kamuya duyurulmuştur.



**Resim 5:** Padişah Portreleri Sergisi. İş Bankası sponsor firma. Sergi salonundaki ayaklı pano.



İngiliz Petrol Şirketi BP(British Petrol) tüketiciler, yatırımcılar gibi hedef kitleleriyle iletişim kurmak, kurumun sosyal sorumluluğunu ve imajını kamuoyu karşısında geliştirmek için Ulusal Resim Galerisi (National Portrait Gallery)'nde (NPG), Tate Gallery'de (TG) düzenlenen sergilere ve yarışmalara destek vermiştir.

Daimler-Benz firması New York Metropolitan Müzesi'nde "Nürnberg'de Gotik ve Rönesans Sergisi"ni yaklaşık olarak 1.2 milyon Mark ile desteklemiştir. İsviçre Banka Cemiyeti düzenli olarak kendi galerilerinde geleneksel ve modern sanat tarzında kendi sergilerini gerçekleştirerek, konstrüktif sanatın gezici sergilerini de finanse etmektedir.

Ülkemizde müzelerde uygulanan sergi sponsorluğu örneklerine bakılacak olursa; Sponsorluk müzelerde daha çok geçici sergiler düzenlenmesinde önemli yer tutar. Kurumsal sponsorlar genellikle müzeye ayırdıkları sponsorluk bütçesinde sergiye de yer verirler. Topkapı Sarayı Müzesi örneğinde olduğu gibi: İş Bankası "*Padişah Portreleri Sergisi*", Gilan Mücevher Tasarım Şirketi de "*Mücevher Sergisi*" ile aynı müzeye sponsor olmuştur.

#### **4.5.3. Etkinlik Sponsorluğu**

Etkinlikler, müzelerin halkın ilgisini çekmesi, yeni ziyaretçi kazanması ve içinde bulunduğu rekabet ortamında etkin bir biçimde yer alması açısından ayrı bir önem taşırlar.

Spor sponsorluğundan sonra, sponsorluk harcamaları içinde en fazla pay sahip olan bu sponsorluk türü, eskiden soyluların ün beklentisi dışında herhangi bir beklentiye girmeden destekledikleri bir sponsorluk türüydü. Günümüzde ise kuruluşlar uzun vadeli beklentilerle hareket ederek hedef kitlelerine ulaşmak, toplumda iyi niyet oluşturmak, imajlarını geliştirmek ve kuruluş çalışanlarını motive etmek amacıyla sanat sponsorluğuna yönelmektedirler.

Müzeler prestij ortamlarıdır. Bu sebeple ülkemizdeki bazı saray müzeleri, şirketlerin kurumsal kimliğini destekleyen ihtişamlı binalarını onların çeşitli etkinliklerinde kullanmaları için tahsis etmektedirler. Elbette bu kullanım belli kural ve sınırlar dahilinde olmaktadır. Özellikle Dolmabahçe Sarayı Müzesi ve Beylerbeyi Sarayı Müzesi bu anlamda öncelikle tercih edilen müzelerdir. Son yıllarda ülkemizde müzeler, şirketlerin yıldönümü kutlamalarından büyük düğün organizasyonlarına kadar bir çok sosyal etkinliğe ev sahipliği etmektedirler. Bu tip etkinlikler



sadece maddi kazanca yöneliktir. Müzelerde halkın ilgisini çekmek ve onların etkin katılımını sağlamak için yapılan diğer etkinlikler şöyle sıralanabilir.<sup>67</sup>

- Koleksiyonlarda bulunan, yeni gelen yada ödünç alınan parçaların tanıtılması için aylık, haftalık ya da günlük olarak düzenlenen geçici sergiler.
- Film, video programları.
- Müze içi turları.
- Çocuklar ve aileler için müze koleksiyonları üzerine atölye çalışmaları.
- Sanat ve bilim için aileler için atölye çalışmaları.
- Müzeye destek derneklerin düzenlediği sabah akşam buluşmaları.
- Yerel fuarlarda müze standlarının kurulması.
- Konferanslar.
- Sanat festivalleri.
- Çocuklar, aileler ve meraklıları için yarışmalar.
- El işi sergileri.
- Drama etkinlikleri.
- Dans gösterileri.
- Resmi olmayan eğitim programları.
- Eğitici kurslar.

Bu alanlarda yapılan sponsorluklar müzeciliğe ve halkın eğitimine önemli katkılar sağlar, fakat yukarıda adı geçen etkinlikler ancak yeterli ve eğitilmiş personel ve maddi kaynak bulabildikçe gerçekleştirilebilmektedir.

---

<sup>67</sup> Aydın, Ceylan, “*Beylerbeyi Sarayı Ziyaretçi Profili ve Saray Müzelerinde Ziyaretçiyi Katılımcı Boyuta Taşıma Konusunda Bir Eylem Planı Önerisi*”, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi Müzecilik Bölümü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2004, s.17.

#### 4.5.4. Restorasyon Sponsorluğu

Restorasyon: Bir sanat yapıtının (resim, heykel, mozaik, el yazması, mobilya, dokuma, metal eşya, cam, seramik vb) hasardan korunması, bozulmasının önlenmesi, daha uzun süre yaşamasının sağlanması amacıyla tarihi belge niteliğini zedelememeye özen göstererek geleneksel ve ileri bilimsel yöntemlerden yararlanılarak yapılan bakım ve onarım girişimlerinin bütünüdür. Değişik sanat kollarının özelliğine ve onarılacak yapıtın durumuna göre, uygulanacak restorasyon işlemleri farklılık gösterir. Restorasyon uygulamaları, beğenilere, yere, zamana ve kültür düzeyine göre tarih boyunca değişik şekillerle gerçekleştirilmiştir. Bugün genel kabul gören ilkelere göre, sanat yapıtının estetik bütünlüğünü ve özgün tasarımın koruyarak , zamanın neden olduğu değişikliklere müdahale etmede, özgün sanatçıyı taklit etmeye ya da çalışmadan daha uzun bir yaşatabilmek amaçlanmalıdır. Mimari anıtlar ve tarihi yerleşme merkezlerinde yapılan restorasyonlar, 19.yy'dan bu yana tarihi rekonpozisyon, üslup bütünlüğüne varış gibi farklı görüşlere dayandırılmış. Carta del Restauro (1931) ve Venedik Tüzüğü'yle (1964) bilimsel restorasyonun ilkeleri belirlenmeye çalışılmıştır.<sup>68</sup>

Müzelerde restorasyon sponsorluğu iki farklı biçimde yapılmaktadır.

1. Koleksiyon restorasyonu.
2. Bina restorasyonu.

Restorasyon müzelerde uygulanan en önemli sponsorluk faaliyetlerindedir. Elbette diğerleri de gelir sağlanması açısından önemlidir ama var olan malzemelerin korunması, salonların hizmete açılması, sergileme için uygun iklim, sergi alanı, aydınlatma, güvenlik ve depolama hizmetleri için uygun şartların sağlanabilmesi için restorasyon sponsorluğu şarttır. Ancak bu sponsorluk diğerlerine göre daha yüksek bir maliyet ve daha fazla bürokratik işlemi de beraberinde getirir. Müzelerin ihtiyaç duydukları restorasyon çalışmaları için gereken bütçe ancak sponsorlar sayesinde karşılanabilmektedir. Projenin hazırlanması, Anıtlar Yüksek Kurulu'nun onayından geçmesi, işi yapacak taşeron firmanın bulunması gibi restorasyon sürecinden işin planlanması ve sonuçlanmasına kadar gerekli maddi kaynak sponsorlar aracılığı ile bulunmaya çalışılır. Ülkemiz açısından çok zor ve zahmetli olan bu süreç, yurtdışı müzelerde sponsorluk çalışmalarının araştırılması ile daha kolay aşılabilmektedir. Ülkemizde restorasyon çalışmaları Anıtlar Birliği'nin iznine ve Kamu İhalesi Kanunu'na bağlıdır. Yeni çıkan Sponsorluk Kanunu kapsamında şirketlere tanınan vergi iadesi hakkı oranının belirlenmesi için devletin denetiminden

<sup>68</sup> Eczacıbaşı Kültür Sanat Ansiklopedisi, C.3, ss.1553-1554.

geçmek zorundadır. Bu kanunlara ilişkin açıklamalar 4.2. de Sponsorluk Açısından Hükümetin Müzelere desteği kısmında geniş olarak yer verilmiştir. 4734 Kamu İhalesi Kanunu ekler bölümünde yer almaktadır.

Bundan sonraki bölümde, ülkemizdeki uygulamaların ve yurt dışı kıyaslamasında faydalı olacağı düşünülerek yurt dışı müzelerindeki sponsorluk faaliyetlerine değinilmeye çalışılacaktır.



## 5. YURT DIŞI MÜZELERDE SPONSORLUK ÇALIŞMALARININ ARAŞTIRILMASI

Yurtdışındaki müzelerde sponsorluk çalışmaları ciddi ve planlı programlı bir Şekilde yapılmaktadır. Ülkemizdeki uygulamaların aksine yurtdışındaki müzelere sponsorluk için daha fazla maddi kaynak aktarılmaktadır. Yapılan araŐtırmalara göre yurtdışında müzelere aktarılan maddi kaynak miktarı Şöyledir:

İngiltere’de 1988 yılında sanayi ve ticaret kuruluşları tarafından sanat sponsorluğuna 30 milyon pound harcanmıŐtır. 1990 yılında ise Ticari Sanatlar Birliği ABSA (The Association of Business Of Arts)’nın araştırma sonuçlarına göre sanat sponsorluğuna yapılan harcama 57 milyon pounddur. 1993-1994 ABSA (The Association for Business of Arts) raporuna göre İngiltere’de sanata yapılan harcama 69.522.452 pounddur.

ABD hükümeti 1988 yılında sanata 167.7 milyon Dolar ayırmıŐtır. Özel kuruluşlar hükümetin sanata bu kadar az katkıda bulunması (kişi başına 70 Cent) karşısında çeşitli girişimlerde bulunmuŐ, kendi ticari hedeflerini de gerçekteŐtirmek amacıyla, sanat sponsorluğuna 1 milyar Dolarlık katkıda bulunmuşlardır.

Japonya’da ise, 1993 yılında 186’nın üzerinde Şirket, sanata 23.6 milyar Yenlik katkıda bulunmuştur. Şu anda sanat sponsorluğuna, spor sponsorluğuna harcanan paranın ancak altıda biri harcanmaktadır. Bu örneklerde olduğu gibi diğer ülkelerde de sanat ve kültür alanına yapılan katkılar gün geçtikçe arttırılmaktadır.<sup>69</sup>

### 5.1. Müzelerde Yardım ve Bağışlar

**Müzelerde yardımlar:** Müzeler, devletin ayırdığı ödeneğin yanı sıra bazı vakıf ya da kuruluşların yardımlarıyla da beslenmektedir. Bu yardımlar için ayrılan özel bir ödenek yoktur. Yardımlardan faydalanabilmek için müzenin, hükümetin hazırladığı bir programa baŐvurması gereklidir. Birçok ülkede İngiltere’de uygulanan bir sistem kullanılmaktadır. İngiltere’de olduğu gibi piyango çekiliŐleri çoğu ülkede müzelere maddi kaynak sağlayan başlıca faaliyetlerdendir.

---

<sup>69</sup> Okay, a.g.e., s.100.

Müzelere yapılan yardımlar iki başlık altında toplanabilir:<sup>70</sup>

1. İşletme Yardımları: Müze başvurduğu takdirde hazırlanan yıllık yardım programıdır. Büyük çapta faaliyetler veya yüksek maliyetler sebebiyle yardım fonu açılabilir.

2. Proje Yardımları: Özel amacı yardım programı olan fonlardır. Genellikle istihdam programı amaçlanarak şirketlerin veya hükümetin bazı bölümlerinin (vakıfların), yaptığı bağışlar bu gruba girer.

Müzelere yardım başvurusu, çok aşamalı bir işlem haline gelmiştir. Öncelikle iş geliştirme bölümü tarafından kontrat düzenlenir. Bu işlem için yapılacak başvuruyu hazırlamadan önce müze personeli ile görüşülüp, her türlü maliyet hesaplanmalıdır. Yardım projeleri ayrıca, müzenin uzun dönem politikasına ve öncelikli hedeflerine uygun olmalıdır.

Bazen hükümet yardım programlarını bizzat yönetir, “sanat için ulusal bağış” , “insanlık için ulusal bağış” , “ulusal bilim vakfı”, “müze hizmetler enstitüsü”, “müze ve galeriler komisyonu” gibi özel birimler kurar. Bunun yanı sıra özel vakıflar da yardım için başlıca kaynaklardır. Vakıflar; eğitim, kültür vakıfları veya buna benzer alanlarda faaliyet gösteren vakıflar olabilir. Ancak amaçları müzelerin amaçlarıyla örtüşmelidir.

**Müzelerde Bağışlar:** Amerikan müze kuruluşları kendi çabalarıyla buldukları kaynaklardan ziyade geleneksel hayır kurumlarının bağış ve yardımlarıyla beslenirler. Bazı bağışlar çeşitli yatırımlarla değerlendirilir ve bu sayede müzenin giderleri karşılanır. Yatırım kararları bu alanda uzman olan yönetim kurulu üyeleri veya ayrı bir komisyon tarafından verilir. Bazı Amerikan müzelerinin işletme bütçesinin %10 yada 20’si kadarı bağışlarla karşılanır. Bazı Amerikan müze görevlileri ise toplam işletme bütçesini %20- 30 oranında bağışlarla yükseltmeyi hedef alırlar. Uzun dönemde müzenin kalıcı bir finansal güce kavuşması için müze yönetimi bağışları en etkili biçimde teşvik etmelidir. Bağış için en uygun zaman sermaye artırım kampanyalarının olduğu zamandır. Uygulaması uzun süreye yayıldığı ve kısa vadede sonuç alınamayacağı için bu yöntemi benimsemeyebilirler.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Lord, a.g.e., s.178.

<sup>71</sup> A.g.e., s.179.

## 5.2. Müzelerde Şirket Sponsorlukları

20 yıldan uzun bir süredir politikacılar iş dünyasının sanata destek olması gerektiği görüşünü savunmaktadırlar. İngiltere'nin ilk sanat bakanı Jemy Lee Mayıs 1966'da "Koruyucu-Endüstrisinin Sanata Desteği (*Patron- Industry Supports the Art*)" başlıklı kitabın önsözünde; "İş sektörünün önde gelenlerini modern toplumda çok önemli bir rol üstlenmeleri gereklidir. Bu kişiler, içinde buldukları toplumun uygarlık seviyesini yükseltmek için geçmişte çok çalışmış ancak günümüzde ortadan kalkmış zengin şahsiyetlerin mirasçılarıdır. 20. yüzyılın ikinci yarısında eskilerin hedeflediğinden çok daha güç bir görevle karşılaşmıştır. Çünkü yalnızca kültür seviyesini muhafaza etmekle ve geliştirmekle kalınmamalı, aynı zamanda sanatın daha geniş kitlelere ulaşması da sağlanmalıdır. Ama karma ekonomilerde mevcut kültürel değerleri korumakla yükümlü olan kişiler "endüstri ve ticaretten" üzerine düşen görevi yapmalarını beklemektedirler." 26 yıl sonra çok az kişi onun bu görüşlerine karşı çıkabilir. Richard Luce 1980'lerin sonunda İngiltere'de Sanat Bakanı'nın Avam Kamarasında yaptığı bir tartışmada şirket sponsorluğundaki değişimi şöyle açıklamıştır: "Hiçbir karşılık beklemeden sırf sanat aşkı uğruna iş dünyasındaki sanat hamileri yıllarca sanat dünyasını ödüllendirdiler. İlgili olduğu bir konuya destek vermek hamilik, aslında ilgili olmadığı bir konuya destek vermek sponsorluktur."

<sup>72</sup>Bu satırlar müze ve kültür kurumları sponsorluğuna verilen önemi belgeler niteliktedir.

Sponsorluk ödüllendirilebilir, fakat o zaman hamilik olmaz. Hamilik ve sponsorluk arasındaki farklar daha sonraki bölümlerde ayrıntılarıyla işlenecektir.

## 5.3. Uluslararası Platformda Müze ve Şirket Sponsorluğunun Araştırılması

Daha önce de defalarca belirtildiği gibi müzeler için sponsorluk faaliyetleri önemli bir yere sahiptir. Yurt dışında kamu bilinci ve müzecilik uygulamaları çok daha köklü bir yapılanma içindedir. Bu nedenle daha planlı çalışmalar yapılmaktadır. Buna rağmen sponsor bulunması konusunda yurt dışında da büyük zorluklar yaşanmaktadır. Ancak hem müzedeki hem de sponsor kurumdaki güçlü idari yapılanma çalışmaları karşılıklı olarak düzenlenmekte ve zorlukların kısmen de olsa aşılmasını sağlamaktadır.

---

<sup>72</sup> Blackall, a.g.e., s.22.

### 5.3.1. İngilteredeki Müze Sponsorluğu Çalışmaları

Şirket sponsorluğu ödüllendirme programı BSIS (Business Sponsorship Incentive Scheme) İngiltere’de ilk olarak Sanat Bakanı Lord Gowrie tarafından Ekim 1984’te hazırlanmış ve ondan sonra göreve gelen bakanlar tarafından da benimsenip geliştirilmiştir. Kurulduğundan bu yana bu program sanat ve kütüphane bürosu çalışanlarının dayanışması ile yürütülmektedir. İlk kurulduğu yıl 1 milyon Pound olan yıllık bütçesi, 1992 yılında 4,5 milyon Pounda ulaşmıştır. Bu programın amacı şirket sponsorluklarını arttırmaktır. Bu hem yeni sponsorlar bularak hem de mevcut sponsor şirketlerin sponsorluk bütçelerini artırmalarını sağlayarak gerçekleştirilebilir. Programın kuralları, sürekli gelişen ve değişen şirket sponsorluğu tanımına ayak uydurabilmesi için zaman içinde birçok defa değiştirilmiştir. Eğer bir şirket daha önce hiç sanat sponsorluğu yapmadıysa BSIS sponsorluğunu birebir sayar yani 1 Pound için 1 Pound ayrılır. Böylece şirket, sponsor olduğu etkinlikten iki misli para kazanır. Daha önce sponsorluk yapmış şirketler için program her artışı yakalayabilir. Mesela ilk sponsorlukta 1 Pound için 2 Pound, ikinci sponsorlukta 1 Pound için 4 Pound gibi bir uygulama yapılabilir.

İngilterede, bu programın 1984 yılında uygulanmaya başlamasından bu yana 2000’i aşkın BSIS ödülü hazırlanmıştır. 48 milyon Pound üzerinde bu rakam (32 milyon Pound şirketlerden, 16 milyon Pound devletten) Büyük Britanya’daki sanat faaliyetlerine aktarıldı. BSIS başladığında tahmin edilen toplam yıllık şirket sponsorluğu, 15 milyon Pound civarındadır. 1990-91 de bu rakam 57 milyon Pounda ulaşmıştır .Şüphesiz ki, BSIS’in bu artışta büyük payı vardır.<sup>73</sup>

22 milyar Poundluk mal varlığı ve 35 milyar paundluk ciroyuyla İngiltere’nin en büyük şirketlerinden biri olan BP (British Petrol) tüketiciler, yatırımcılar gibi hedef kitleleriyle iletişim kurmak, kurumun sosyal sorumluluğunu ve imajını geliştirmek için National Portrait Gallery’de (NPG) BP Portrait Awards’u, Tate Gallery’de (TG) New Displays’i, Cardiff Singer ve the World Competition’ı düzenlemekte ve Royal National Theatre’de (RNT) The Seagull’un son yapımı bir dizi projeye destek sağlamaktadır

---

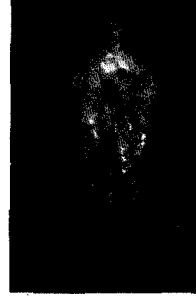
<sup>73</sup> A.g.e., s.23.

collections  
2002 – 1500

1500-1800  
1800-1900

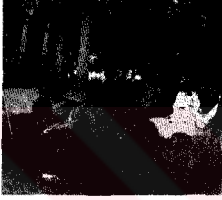
late Britain's collection displays follow a broad chronological sweep from the early sixteenth century to the early twenty-first, and are arranged into rooms examining historical themes interspersed with rooms devoted to a single major artist. Highlights include:

**1500–1800**  
*English Renaissance* looks at the decorative and stylised art of the age of Queen Elizabeth I and includes a portrait of the Queen herself by Nicholas Hilliard. The grand portrait tradition exemplified in the work of Reynolds and Gainsborough is traced in *Courtly Portraiture*, while the rise of what is often seen as the most typical form of British art, landscape, is set out in *Landscape and Empire*.



St Anthony Van Dyck (1599–1641)  
A Lady of the Spencer Family c1622–8

**1800–1900**  
Paintings of scenes from British history, theatre and literature became increasingly popular from the end of the eighteenth century. *Making British History* looks at this work and how it defined a view of history and of national myths and heroes.



ranging from the murky erotic or violent fantasies of Henry Fuseli to paintings of historical events by John Singleton Copley and Turner, and the sharply focused literary and contemporary life subjects of the Pre-Raphaelites. Three rooms are devoted to Constable, who is considered Turner's rival as the greatest British landscapist.

**1900–1960s**  
*War and Memory* looks at the extraordinary and lasting impact of the First World War, both in images of the war by the futurist Nevinson and the sculptor Charles Sargeant Jagger, and in post-war works such as the haunted landscapes of Paul Nash.

John Singer Sargent (1858–1925) Claude Monet  
Painting by the Edge of a Wood 1902

*Modern Art and Tradition* sets the pioneering modernist work of Henry Moore, Barbara Hepworth and Ben Nicholson in the 1930s against more traditional artists with a sharper British focus such as Cecil Collins and David Jones. From the Second World War on the story of British art is traced in the works of, amongst others, Francis Bacon, Henry Moore and Graham Sutherland, and in the realist painting of the Kitchen Sink school, and the work of the Independent Group, led by Richard Hamilton and Eduardo Paolozzi.

**1960s to the present**  
British art in the 1960s was characterised by the lively development of Pop art, seen in the early work of David Hockney, the paintings and

constructions of Peter Blake celebrating fairground culture and pop music, and the more intellectual Pop art of Richard Hamilton. The work of figures such as Howard Hodgkin, Lucian Freud and RB Kitaj is also featured.

**Publications**  
The *Tate Britain Guide to British Art* £16.99  
*Tate Britain Guide* £4.99

**Tate Inform**  
Audio guides to the displays are on sale in the gallery.

*BP Displays at Tate Britain*



## Resim 6: BP firmasının Tate Modern Müzesi'nde sponsor olduğu sergiye ait kendi logosunun yer aldığı broşür.<sup>74</sup>

BP'nin bu sponsorluk faaliyeti sergi katalogunda logosuyla birlikte yer almış ve katkıları geniş kitlelere bu sayede duyurulmuştur.

### 5.3.2. Hollanda Müze Sponsorluk Çalışmaları

Birçok ülkede olduğu gibi Hollanda'da da sponsorluk gün geçtikçe önem kazanmaktadır ve müzeler bu gelişmenin taşıdığı anlamı, getirilerini ve kaybettireceklerini bilmektedirler. “Amerika’da uygulanan model ve tekniklerin ne kadarı Hollanda’da uygulanabilir?” şeklinde sorular sorulmakta ve bunlara cevap aranmaktadır. Müzeler için şirket sponsorluğu akımı, bir tehdit unsuru olarak görülmemelidir.

Şirket sponsorluğu konulu ICOM toplantısından önce 1987’de Ronald Van Vloten tarafından mütevazî bir anket yapılmış ve 20 müzeye gönderilmiştir. Bunlardan 15’i ankete yanıt

<sup>74</sup> 11 Mayıs - 18 Ağustos 2002 tarihlerinde Tate Modern Müzesi’nde düzenlenen serginin broşürü.



göndermiştir. Anket, müzelerin sponsorluk ile ilgili görüşlerini ve mevcut deneyimlerini sorgulamaktaydı ve 1987’de Hollanda’daki müzelerin sponsorlukla ilgili düşünce ve eylemlerini göstermekteydi. O günden bu güne durum değişmiştir ve “tipik Hollanda” şeklinde tarif edilecek biçimde aşağıdaki anket sonuçları belirlenmiştir.” Bu sonuçları özetle şöyle sıralanabilir<sup>75</sup>:

- Birçok müze aslında sponsorluğun gerekli ancak zararlı bir şey olduğuna buna rağmen bilinçli bir yaklaşımla kullanıldığında faydalı olacağına inanmaktadırlar. Onlara göre sponsorluk bir iş anlaşmasıdır ve müzeler kendilerini sponsorların yerine koymalı, onlar gibi düşünmelidirler.
- İçinde buldukları zaman itibarıyla, müzeler yeni sponsorluklar bulmaktadırlar. Müzeler henüz bilgi toplama ve kendi stratejilerini oluşturma aşamasındadırlar.
- Müzeler sponsorluk almadan önce hiçbir politika ya da strateji geliştirmemişlerdir. Anket yapıldığında, bir kısmının yeni yeni strateji geliştirmeye başladığı görülmüştür.
- Katılımcıların hiçbiri sponsorlar tarafından gereksiz bir baskı veya gerçekçi olmayan bir talep geldiği yönünde görüş bildirmemişlerdir. Tam aksine sponsorlarla toplantıların olumlu ve tatmin edici geçtiğini ifade etmişlerdir.
- Uzmanlaşmış danışmanların görevlendirilmesi henüz kabul görmemiştir. Sponsor bulmak, onlara teklif götürmek, ilişkileri sürdürmek birçok müzede, müze yönetiminin görevi olarak görülmektedir.
- Bir müze haricinde hiçbiri sponsorlukla ilgili etik bir problem olduğu düşünmemektedir.

Fakat 90’lı yıllarda anket sonuçlarında bazı değişiklikler olduğu gözlemlenmiştir. Bu değişiklikler şöyle sıralanabilir<sup>76</sup>:

- Hollandalı şirketler, şirket sponsorluğunu halkla ilişkiler stratejilerinin bir parçası olarak görmeye başlamışlardır.

---

<sup>75</sup> Blackall, a.g.e., s.45.

<sup>76</sup> A.g.e., s.32-33.

- Halkla ilişkiler ve reklam ajansları, müşterilerini sponsorluk konusunda bilgilendirmek, desteklemek ve onları toplum içinde, “iyilik /bağış yapanlar ” olarak tanıtabilmek edebilmek için özel birimler oluşturmaya başlamışlardır.
- Yüksek öğretim kurumları, şirket sponsorluğu konusunda uzmanlaşmış mezunlar vermeye başlamışlardır. Bu mezunlar daha sonra kültürel sektörde stajyerlik yapmışlar böylece tezlerini ve araştırmalarını hem eğitim kurumlarına hem de iş dünyasına ulaştırmışlardır.
- Üniversiteler, özel eğitim kurumları, ticaret odaları ve büyük kuruluşlar konferans ve sempozyumlar düzenleme yoluyla ilgililere sponsorluk konusunda ayrıntılı bilgi vermeyi amaçlamışlardır.
- “Fon yaratma ” alanında çalışan danışman ve aracı kurumların sayıları her geçen gün çoğalmıştır. Böylece bu sektörde standart kontratları, antlaşmaları ve ücret şartları önceden belirlenmiş danışmanlar grubu oluşmaya başlamıştır.
- Bugün Hollanda müzelerinde fon yaratma görevini müze memurları üstlenmiştir. Müze Dostları Dernekleri (The Associations of Friends) de bu alanda ekstra sorumluluk almaya başlamıştır.
- “Sanat sponsoru” adlı bir kurul oluşturulmuştur. Bu kurum sponsor olmak isteyen şirketler ve kültürel kurumlar arasında köprü görevi görmeye başlamıştır.
- İş dünyasının sanat sponsorluğuna ilgisi, gün geçtikçe artmaya başlamıştır. Artık şirketler ürünlerine adanmış sergiler için para teklif etmeye başlamışlardır.
- Kültürel organizasyonlar birbirlerini eskisi gibi sanat için çalışan kardeş kurumlar olarak değil rakip olarak görmeye başlamışlardır. Sponsorluk alabilmek için rekabet yaşanmaya başlamıştır.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> A.g.e., s.47.

### 5.3.3. Diğer Avrupa Ülkelerindeki Müzelerde Sponsorluk Çalışmalarından Örnekler

#### İsveç'te Müze Sponsorluğu

Wasavaret Müzesi inşası için devlet izni çıkınca resmi ve özel kuruluşlar maddi destek vermeleri için çağrıda bulunulmuştur. Bu çalışma İsveç'in ilk büyük boyutlu kültürel sponsorluk denemesidir. Ama kısa bir süre sonra sponsorluğun yeterli bir finans kaynağı olamayacağı farkedilince birçok şirket; İsveç Vergi Yasaları ve 30 milyon Dolarlık bir inşaat bedeli gibi sebeplerden sponsorluğa gönüllü olmamışlardır. Bazı şirketler ise cömert bağışlarda bulunmuşlardır. Böylece çatıda kullanılacak, Metalverken şirketinden bakır; Ulusal Orman Servisinden ağaç; IBM'den data ekipmanları ... sağlanmıştır. En sonunda devlet, müzenin inşaatını garantilemiştir. Wasavaret Müzesini hayata geçirmek için ilk teklif sunulduğunda, kimse eski bir gemiyi görmeye para vermez diye düşünülmüştür. Bugün Wasavaret, İsveç'in en iyi bilinen ve en çok ziyaret edilen müzesi haline gelmiş ve aslında sponsorluğun ne kadar önemli olduğu kanıtlanmıştır.<sup>78</sup>

#### İtalya'da Müze Sponsorluğu

Otomobil üreticilerinden FIAT, her zaman sıra dışı kültür-sanat faaliyetlerinin destekçisi olmuştur. Palazzo, Grassi ve Venedik'te restore ederek kültür merkezleri haline getirdiği yerlerde sergiler ve konferanslar düzenlemiştir. Nitekim 1986 yılında fütürizm üzerine bir serginin sponsorluğunu yaparak, basın ve kültür alanında konuyla ilgili kimseler için sempozyum ve kongreler düzenlemiştir.<sup>79</sup>

#### Fransa'da Müze Sponsorluğu

IBM, Fransa'da halkta ve yönetimde güven oluşturmak amacıyla “Empresyonizm ve Fransız Peyzaj Resmi”, “XIX Yüzyıl Heykelleri” gibi Fransız kültürüyle ilgili büyük sergilere destek vererek, Fransa'nın kültürel alanında önemli olan kanaat önderleriyle ilişkilerini güçlendirmeye çalışmaktadır.<sup>80</sup>

<sup>78</sup> Blackall, a.g.e., s.75.

<sup>79</sup> Okay, a.g.e., s.121.

<sup>80</sup> A.g.e., s.121.

## Almanya'da Müze Sponsorluğu

2004 yılı Paskalya Yortusu sırasında başlayan ve 30 Mayıs 2004 tarihine dek süren Ferrero Firmasının sponsor olduğu Almanya Uygulamalı Sanat Eserleri Müzesi (Museum Fur Angewandte Kunst)'nde oyuncak koleksiyonu yapan bir kişinin yaklaşık 2000 parçalık koleksiyonu büyük ilgi toplamıştır. Çocukların çok sevdiği "Kinder Surprise" çikolataları, yumurta içinden çıkan oyuncak ürünüyle hem koleksiyonla, hem hedef kitleyle uyum sağlamış hem de faaliyet doğru zamanlama sayesinde başarılı olmuştur. Serginin, Yumurta Bayramı olarak bilinen Paskalya ile aynı zamanda düzenlenmesi, müzenin ve sponsor firmanın geniş kitlelerce tanınmasını ve ilgi çekmesini sağlamıştır.



### Müzedede yumurta bayramı

İçinde sürpriz oyuncaklar bulunan yumurta çikolatalar için, herkese ve her şeye kısmet olmayacak bir doğum günü partisi düzenleniyor. Frankfurt'ta bir müzede sergiyle 30'uncu yaşını kutlayan Ferrero'nun Kinder Sürpriz yumurtalarının büyümesine sadece çocuklar değil büyükler de kapılmış. Sergilenen iki bin oyuncakın büyük bölümü eski bir Doğu Almana ait. Nadir bulunan oyuncaklar sekiz bin Euro'ya kadar alıcı buluyor. Sadece Almanya'da sürpriz yumurta oyuncaklarını biriktirenlerin sayısı 300 bin.

**Resim 7:** Almanyada, Ferrero Firmasının sponsorluk faaliyetinin medyaya yansımaları.<sup>81</sup>

(Hürriyet G./11.04.2004)

<sup>81</sup> Hürriyet Gazetesi, İnsan Kaynakları, 11 Nisan 2004, s.24.

### 5.3.4. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Müze Sponsorluk Çalışmaları

#### Chicago Müzesi

Amerika Birleşik Devletleri'nde müze ve şirket sponsorluğu alanında başarılı örnekler görülmektedir. Bunlardan Chicago “*Adler Planatoryum*” Müzesi örneği hedef kitle araştırmasının sponsor olan şirketin satışlarını etkilemesi açısından başarılı örnekler arasında sayılabilir.

Chicago'daki “*Adler Planatoryum Müzesi*” Gökyüzü Şovu (sky-show) programı için merkezi Rockleigh New Jersey olan Volvo NAC şirketi sponsor olmuştur.

“Sky Show”lar müzenin en önemli programları oldukları için Planatoryum sponsor olmaya en uygun kısımdır. Durumu kısaca özetlemek gerekirse yılda 725.000 ziyaretçinin geldiği, ayda 1.000.000 kişiye ulaşan bir reklam kampanyasının ve 325.000 kişiye ulaştırılan broşürleri ve de Illionois, Wisconsin, Indiana ve Michigan'ı kapsayan bir halkla ilişkiler ağı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, “Planatoryum Sky-Show” Volvo firması için hedef kitleye ulaşabileceği tüm şartları sağlayacak bir fırsattır.<sup>82</sup>

Projenin başarısını destekleyen, 4 temel etken bulunmaktadır. Bu etkenler şöyle sıralanabilir.<sup>83</sup>

1. Daha en başından, müzenin ve sponsorun hedefleri açıkça belirlenmiştir.
2. Müzenin ilk teklifinde sponsora bırakılacak takdir hakkı bir şekilde açık ifade edilmiştir.
3. Müze ve sponsor arasındaki iletişim bir müze görevlisi aracılığı ile sağlanmıştır.
4. İlişki her zaman karşılıklı saygı ortamında gerçekleştirilmiştir.

“Adler Planatoryum” sponsorluk çalışmasından şu sonuçlar elde edilmiştir:

Şirket sponsorluğu müzeler için büyük finansal destek demektir. Aynı zamanda müze programlarına sponsorluk yapmak şirketler içinde etkili bir halkla ilişkiler aracıdır. Bu bağlamda müzeyi gezen insanların şirketlerin ulaşmaya çalıştığı kitleler olduğunu kabul etmek gerekir. Müzeyi gezen ziyaretçilerin gözünde programa sponsorluk yapan şirketlerin imajı mutlaka olumlu yönde gelişecektir. Aynı zamanda saygın bir şirketin sponsorluğunu kazanmak da müzenin imaj ve saygınlığını perçinleyecektir.

<sup>82</sup> A.g.e., s.48.

<sup>83</sup> A.g.e., s.51.

Müze açısından bakıldığında; en değerli sponsor müzenin kendi özgür iradesi ile seçmiş olduğu bir programa destek vermeyi kabul etmiş sponsordur. Adler Planatoryum'u Sky-Show programını daha Volvo'nun sponsor firma olacağı belli değilken, programına almıştır. Bir müzenin yapabileceği en büyük hata bir sponsoru cezbetmek için veya bir şirket sponsor olmak istediği için ona özel bir program hazırlamaktır. Şirket sponsorluğu hem şirket hem de müze için kârlı bir ortaklıktır. Eğer sponsor ve müze; programın değeri, sponsorluğun amacı ve takdir konularında hem fikirse ve yeterince açıksa sponsorluk her iki taraf için de karlı bir işbirliğidir.

Bütün sponsorluk faaliyetlerinin herhangi bir kazanç elde etmeden hayır amacıyla yapıldığı düşünülmemelidir. Philip Morris'in eski başkanı George Weissman kuruluşunun sanatı desteklemekteki asıl amacının kar sağlamak olduğunu belirterek şunları söylemiştir: *"1960'ların başlarında sigara endüstrisinde yılda 300 milyon Dolarlık iş yapan küçük bir şirkettik. Bu sanayide sadece 6 şirket vardı ve biz bu şirketlerin en altında yer alıyorduk. Yeni fikirler ve yenilikçi yaklaşımlar için sanata yöneldik. Eski gelenekçi tarzda faaliyette bulunmanın işletme için daha uzun bir süre mümkün olmayacağı sonucuna vardık. Yeni fikir ve yeni yaklaşımlara açık olduğumuzu kendi çalışanlarımıza ve kendimize söylemeliydik. Philip Morris'te başlıca uğraşımız olan görsel sanatla ilgilenmeye başladık. Bu bizi herşeye tamamen yeni bir tarzda yaklaşıma zorlayacaktı. Bizim için sanat sürekli değişen birşeydi."*<sup>84</sup>Bu satırlar Philip Moris firmasının sponsorluk politikasını açıkça ortaya koymaktadır.

Amerika Birleşik Devletlerinden diğer örnek ise kendi konusunda sponsorluk hizmeti veren Bloomberg Firmasıdır.

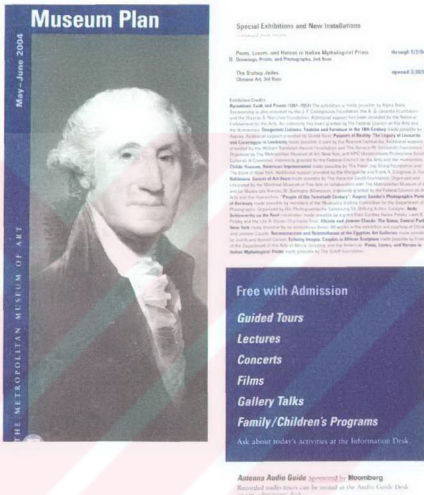
### New York Metropolitan Müzesi

Şirketlerin sanatı desteklemesinin asıl nedenlerinin hedef kitleyle ilişki kurmak, bu ilişkileri geliştirmek, tanınırlığını ve prestijini artırmak olduğunu söylemek mümkündür. Amerika Birleşik Devletlerinde bu durum uzun süre önce anlaşılmış ve kurumsal sponsorluklar bu durumu gözeterek çalışmalarını yürütmüşlerdir. Aşağıda resmi görülen NY.Metropolitan Müzesine ait broşürde kulaklıkla dinleme (audio rehberlik) aletlerine sponsor olan Bloomberg firması, hem maddi açıdan kendi hedef kitesine uygun bir yatırım yapmıştır. Hem de kalitesi ve adıyla

---

<sup>84</sup> Okay, a.g.e., s.116.

müzenin tanıtımına önemli bir katkıda bulunmuştur. Müze planının arka sayfasında Bloomberg Firmasının sponsor firma olduğu, firmanın logosuna yer verilerek tüm ziyaretçilere duyurulmuştur. Böylece hem müze, hem de Bloomberg firması bu sponsorluk faaliyetiyle kendilerini tanıma fırsatını yakalamıştır. Müzik-ses sistemleri konusunda üretim yapan bu firma; yine aynı konu üzerinden hizmet vermiştir. Bu sergi; firmanın kamuya, kendi alanıyla ilgili projeleri desteklediğini göstermesi açısından dikkat çekicidir.



**Resim 8:** Bloomberg Firması, Metropolitan Müzesi audio sistemlerine sponsor olmuştur. Yukarıdaki broşürde firmanın logosu yer almaktadır.<sup>85</sup>  
(New York Mayıs-Haziran 2004)

Yurtdışındaki sponsorluk faaliyetlerinden örneklerle bahsettikten sonra şimdi de yurtiçindeki sponsorluk faaliyetlerine değinmek yerinde olacaktır.

<sup>85</sup> Mayıs - Haziran 2004 N.Y. Metropolitan Müzesi Planı.



## 6. YURT İÇİ MÜZELERDE SPONSORLUK ÇALIŞMALARININ ARAŞTIRILMASI

Ülkemiz müzelerinde sponsorluk çalışmaları yapılmaktadır. Ancak bu çalışmalar kanunlar ve bürokratik engellerin arasına sıkışmış durumdadır. Şirketler sponsorluk çalışmalarına kalıcı bir yatırım olarak değil bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak bakmaktadır.

Bireyler hükümetin üstlendiği roller göz önünde bulundurulduğu zaman müzeleri destekleme sebeplerinin ve destek miktarının farklılık gösterdiği ortaya çıkar. Böylece müzeler toplumun yeni ihtiyaçlarını karşılayabilecek kurumlar haline gelebilirler.

Tüm dünyada devlet ödeneği müzelerin en önemli gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Yurt dışı devlet müzeleri milli gelirlerinin büyük bölümünü müzeler aktarırlar. Devlet ödeneği ve bağışlar müze bütçesinin yaklaşık %55- 70 kadarını oluşturur. Böylece gelecek nesiller için ortak miras korunup saklanabilir. Eğitime öncelik veren bir hükümet ise bu oranı daha arttırabilir.<sup>86</sup>

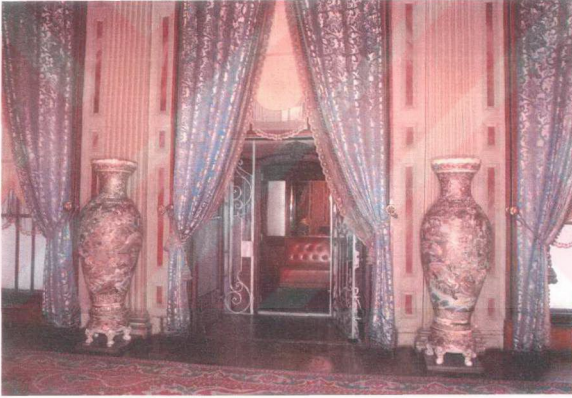
Ülkemizde ise müzelerin gelirinin döner sermayeye aktarılması ve devletin müzelere çok kısıtlı bir bütçe ayırması, çoğu zaman müzenin kendi kırtasiye masraflarını bile karşılayamamasına sebep olmuştur. Ancak 2004 yılında yapılan yeni kanun (5225sayılı kanun)ve varolan kanunlarda (5226 sayılı kanun ve 5228 sayılı kanun) yeni düzenlemelerle bu durum değiştirilmeye çalışılmıştır. Bu değişiklikler arasında Belediyeler kanalıyla Emlak Vergisinden oluşturulacak bir fonla müzelerin ve ören yerlerinin giderlerine, gelir kaynağı oluşturulacaktır. Bu güne kadar yapılan çalışmalar zor koşullarda gerçekleştirilmiştir. Ülkemizdeki müzelerde sponsorluk faaliyetleri şöyle özetlenebilir:

<sup>86</sup> Lord, a.g.e., s.176-177.

## 6.1. Türkiye Büyük Millet Meclisine Bağlı Dolmabahçe Sarayı Müzesi Sponsorluk

### Çalışmaları

Bu çalışmada öncelikle dikkat edilen nokta; uzun vadeli, geniş bütçeli, müzeye ve kamuya hizmet eden ayrıca sponsor kurumun imajını destekleyen bir çalışma olmasıdır. Bu açıdan bakıldığında Schindler Türkelı Asansör San.A.Ş.'nin, Atatürk'ün odasında bulunan ve şu an müzede özürlü vatandaşların hizmetine tahsis edilen asansörün tamiratı, süresiz ve bedelsiz bakımını üstlenmesi önemli bir hizmettir. Bu sponsorluğa ilişkin protokol Ek-C'de yer almaktadır.



**Resim 9:** Dolmabahçe Sarayı Schindler Firmasının sponsor olduğu asansör.



**Resim 10:** Dolmabahçe Sarayı Schindler Firmasının sponsor olduğu asansör

## 6.2. Kültür Bakanlığı'na Bağlı Müze Olarak "Topkapı Sarayı Müzesi" Sponsorluk

### Çalışmaları

Sponsorluk çalışmalarının en yoğun ve farklı örneklerinin gözlemlendiği Topkapı Sarayı Müzesi Kültür Bakanlığına bağlı bir müze olarak önemli bir yer teşkil etmektedir. Burada hem kurumsal hem de bireysel sponsorluk faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.<sup>87</sup> Topkapı Sarayı Müzesi Müdürü Filiz Çağman'la 1998-2004 yılları arasında yapılan sponsorluk çalışmaları hakkında görüşülmüştür. Bu tarihlerden önceki dönemlere ait bir belge bulunamamıştır. Ülkemiz müzelerinde sponsorluk faaliyetinin en yoğun gerçekleştirildiği müze Topkapı Sarayı Müzesidir.

### Topkapı Sarayı 1998- 2004 Yılları Arasındaki Sponsorluk Çalışmaları

1. 1998 yılında yapılan sponsorluklar:

- CİF (Unilever A.Ş.)

CİF firmasının katkılarıyla Topkapı Sarayı mermer ve taş yüzeylerinin bakım ve korunmasına ilişkin bir çalışma yürütülmüştür.

- Elmor Topluluğu, Emas Makine Sanayii A.Ş

1998 yılında Topkapı Sarayı'nın tümüyle eskimiş durumda olan kalorifer dairesinin, kazan ve bülörlerin yenilenmesi, kazan dairelerinin onarımı, bu kesimlerdeki tesisatın bakım ve onarımı Elmor Topluluğu tarafından karşılıksız olarak gerçekleştirilmiştir.

- Lokman Şahin, MAS Matbaacılık San. Tic. A.Ş.

1998 yılında Topkapı Sarayı bünyesinde düzenlenen "*Sultanların Aynaları*" sergisinin aynı adı taşıyan kitabı, poster ve grafik işlerinin masrafları bu firma tarafından üstlenilmiştir.

- Nihal Kuyuş

Topkapı Sarayı Sevenleri Derneği üyesi olan Nihal Kuyuş, 1998 yılında saray haremindeki üç mekanın (III. Murad, I Ahmed, Has odaları) yenilenmesini üstlenmiş, bu mekanlar doğal hasır benzeri ithal bir malzemeyle kaplanmıştır.

- İş Bankası T.A.Ş.

Sergileme projesi, sergi salonunun hazırlanması, klima rutubet kontrolü, ışıklandırma, vitrin etiket grafik çalışmaları, sergileme işaret yazı ve çizimleri, pleksi ve benzeri maddelerden yapılan sergileme elemanları ile ilgili çalışmaların giderleri İş Bankası tarafından karşılanmıştır.

<sup>87</sup> 6 Temmuz 2004 Filiz Çağman görüşmesi.

Serginin tanıtım, açılış yan faaliyetleriyle ilgili çalışmaları (davetiye, basın dosyası, fotoğraflama, broşür, kartpostal, poster, sergi kitabı), sergi ile ilgili olarak yapılacak yayınların bilimsel sorumluluğu sergi yürütme komitesine ait olmak üzere, İş Bankası ile T.C. Kültür Bakanlığı ortak yayını olarak gerçekleştirilmiştir.

2. 1999 ve 2000 yılı içinde sponsor olanlar veya bağış yoluyla katkıda bulunanlar

- Ünilever Tüketim Ürünleri Satış Pazarlama ve Tic. A.Ş. ilgili halkla ilişkiler şirketi Green Active Public Relations, (Ünilever Firmsı için hizmet veren halkla ilişkiler şirketi Green Active Public Relations Topkapı Sarayı Müzesinde gerçekleştirilmiş olan CİF sponsorluk faaliyetlerini yürütmüştür.)

- Muharrem Geylan, Gilan Mücevher Tic. A.Ş., Topkapı Sarayı orta kapısının sağ tarafındaki sergi ve konferans salonlarının çağdaş kullanıma açılması, Gilan Mücevherat Osmanlı Eserleri Sergisi, Müzenin Hazine Dairesinin yeniden teşhir ve tanziminin yapılması bu firmanın bağışlarıyla gerçekleştirilmiştir. Bu sponsorluğa ilişkin protokol Ek-C'de yer almaktadır.

- Kale Holding A.Ş.

Topkapı Sarayı Revan Köşkü dış cephe çini kaplaması ve alçı pencerelerin restorasyonu, köşkün dışının yarısı, Has Odanın çini restorasyonu bu firmanın bağış ve katkılarıyla gerçekleştirilmiştir.

- Lineadecor Yönetim Kurulu

Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü binasının çay-kahve servis mutfağının buzdolabı, bulaşık makinesi, ocak ve otomatik havalandırma sistemi ihtiyaçları, bu firmanın katkılarıyla tamamlanmıştır.

- Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.

1999 yılında Topkapı Sevenler Derneği aracılığıyla, saray haremindeki Hünkar Hamamının altın varak işlerini bu firma üstlenmiştir.

18 Ekim 1999 tarihli gazetenin Osmanlı ekine ilan veren Sabancı Holding, Arçelik, Sümerbank, Koç, P Sanat Kültür Antika Dergisi, Osmanlı Bankası, Vakko Dekor, Beko, Kuru Kahveci Mehmet Efendi Mahdumları, Bizim Yağ, Körfez Bank ve Akbank'ın katkılarıyla Hünkar Hamamının tüm mermer ve metal altın varak süslemeleri yapılmıştır.



- Rahmi Aslan, Aslan Fidanlığı

Mermer salonun alt kısmındaki küçük asma bahçesinin toprak, çimenlendirme, çiçeklendirme masrafları Rahmi Aslan tarafından karşılanmıştır.

- TAÇ Vakfı

1999 yılında Topkapı Sarayı Müzesi'nin umumi tuvaletlerin yenilenmesine TAÇ Vakfı katkıda bulunmuştur.

- Ersin Özince, Türkiye İş Bankası A.Ş

6 Haziranda açılmış olan “Avrupa’da ve Osmanlılarda Padişah Portreleri” konulu serginin her türlü masrafını üstlenmiştir. Bu sponsorluğa ilişkin protokol Ek-C’de yer almaktadır.

Banka bu amaçla Saray Enderun’undaki Hırka-i Saadet Hademeleri Koğuşu ile iki katlı mekana sahip Hazine Koğuşunun iç restorasyonu, klima, iklim kontrolü, aydınlatma ile ilgili her türlü mühendislik işlerini, güvenlikle ilgili önlemleri, sergileme (vitrin, grafik işleri, vs.) masraflarını üstlenmiştir. Banka sergide yer alan ve almayan 75 yağlı boya tablonun çerçevelerinin restorasyonu için gereken masrafları da karşılamıştır.

- Türk Ekonomi Bankası (TEB)

1999 yılında gerçekleştirilmiş olan Topkapı Sarayı Müzesi Has Ahırlarda “Osmanlı İpek Dokumacılığı” konulu serginin; Has Ahırlardaki tüm aydınlatma, iklimlendirme, güvenlik ve sergileme masrafları, TEB tarafından karşılanmıştır.

- TEB (Türk Ekonomi Bankası)

1999 yılında Has Ahırlarda gerçekleştirilen “Osmanlı İpek Dokumalarının 15-18.YY. Arasındaki Gelişimi” konulu sergide, sergilenecek eserlerin bakımı, sergi salonunun onarımı ve boya badana işleri yine TEB tarafından karşılanmıştır.

- Aygaz A.Ş.

2000 yılı Ağustos ayında Has Ahırlarda 6-7 çadırdan oluşan serginin açılması, boya badana, kapıların onarımı, sergileme, mekanların kullanım tasarımı, depolama, tozdan arındırma (konservasyon), güvenlik (yangın, hırsızlık vs. için alarm sistemi) gibi masraflar Aygaz Şirketi tarafından karşılanmıştır. Bu sergiye ilişkin protokol Ek-C’de yer almaktadır.

3. 2002 yılında yapılan sponsorluk faaliyetleri:

- UPS (Unsped Paket Servisi A.Ş)

Çin porselenleri ve hazine eserlerinin depreme karşı koruma amaçlı kutulama hizmetleri UPS tarafından gerçekleştirilmiştir..

- Dolmabahçe Rotary ve Inner Wheel Dernekleri

14.03.2002 tarihinde yapılan antlaşma ile İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi Deposunun depreme dayanıklı dolaplarla yeniden düzenlenmesi işi, bu dernekler tarafından üstlenilmiştir.

Müzeler için tanıtım çok önemlidir. 6 Temmuz 2004 saat 17.00'da Topkapı Sarayı Müzesi Müdürü Dr. Filiz Çağman ile yapılan söyleşide; müze için tanıtımın çok önemli olduğu ve bu güne kadar yapılan çalışmalar arasında Topkapı Sarayı Müzesi adına en çok ses getiren tanıtımın 40 yıl önce çevrilmiş olan "Topkapı" filmi olduğunu vurgulamıştır. Bu sebeple bu filmin yenisinin çekileceğini müjdelemiştir. Bu filmin sponsorluğunu Militons Editions ve Alma Atermon firmaları üstlenmiştir. 2004 yılında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Yunanistan Turizm Bakanlığı da filmin tanıtımına destek vermiştir. Aralık 2004 boyunca Topkapı Sarayı Müzesi'nde bu filme ilişkin bir tanıtım sergisi düzenlenmiştir. Aşağıda filmin afişlerinden örnekler yer almaktadır.



**Resim 11:** Topkapı filmi Japonya'da kullanılan afiş



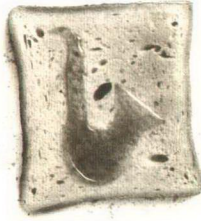


**Resim 12:** Topkapı filmi T.C. Kültür Bakanlığı ve Yunan Turizm Bakanlığı destekli tanıtımın kapak sayfası

### 6.3. Özel Müze Kapsamında Yer Alan Sabancı Müzesi Sponsorluk Çalışmaları

Özel müze konumundaki Sabancı Müzesi yer alır. Sabancı Üniversitesi bünyesinde yer almaktadır. Sabancı Müzesi yönetim kadrosun akademik danışma kurulu oluşturmuştur. Ayrıca Sabancı Holding tarafından hem maddi hem de manevi açıdan desteklenmesi de onu diğer müzelerden ayıran bir özelliktir. Örneğin diğer sayfada resmi görülen ve yaz aylarında gazetelerde sıkça rastladığımız bir ilanı ele almak faydalı olacaktır. Ülkemizde sponsor firmaların daha çok gıda, otomotiv ve içecek sektöründen olduğu daha önce de belirtmiştik. Bu sektördeki firmaların hedef kitlesi daha çok 18-30 yaş grubudur. Bu grubun ilgi alanı daha çok müziktir. Sabancı Müzesi de bunun farkına vararak, müzik faaliyetlerine ağırlık vermiş ve yaz boyunca müzik faaliyetleri, yaratılan atmosfer ve Pazar aktiviteleriyle kendi rutin ziyaretçi kitlesinin dışındaki kitleleri de kendine çekmeyi başarmıştır. Burada önemli nokta, tıpkı Kinder Surpris’de (Almanya müze sponsorlukları konusunda değindiğimiz örnek) olduğu gibi doğru zaman, doğru tema ve doğru yer öğelerinin birleşmesidir. Ayrıca Sabancı Holding’in destekleri de bu başarının

en önemli etkilerinden biri olarak sayabilir<sup>88</sup>. Tüm bunların sonucunda firma çok düşük maliyetle büyük bir tanıtım yapmış ve farklı hedef kitlelere ulaşmayı başarmıştır.



**15 Ağustos 2004 Pazar**  
Marian Petrescu Uçuşu DJ Zuhul Focan

**22 Ağustos 2004 Pazar**  
Erol Büyükkbuç DJ Atilla Dorsay

**29 Ağustos 2004 Pazar**  
Aşkın Arsunan Altılısı DJ Bulent Deniz

Emilgen Arts Klübü 4 Temmuz-17 Eylül 2004 Her Pazar 11.00-14.30  
Sakarya Caddesi 21. Kat Kat: 11, 101 100 000 İstanbul - 32. Kat Kat: 10101  
kahvaltihazir@gmail.com Tel: 0212 293 65 42 - 249 14 78 www.kahvaltihazir.com



**Kahvaltıda Caz.** s|s|M  
SAĞLIKLI  
MÜZİK

**Resim 13:** İstanbul, Sabancı Müzesi “Kahvaltıda Caz” gazete ilanı.<sup>89</sup>  
(Radikal G. 15.07.2004)

“Kahvaltıda Caz” gerçekten çok çarpıcı bir slogan olmasının yanında, Pazar sabahlarını hoş bir ortamda keyifli bir müzikle değerlendirmeyi vaad eden aynı zamanda caz dinleyen 20 ve üzerindeki yaş grubunda daha elit bir kitleyi hedefleyen bir sponsorluk faaliyetidir.

Sabancı Müzesi Sponsorluk faaliyetleri açısından söylenebilecek bir diğer önemli husus da sergilerde seçilen konuların ve medyatik sponsorların iyi düşünülmüş olmasıdır. Örneğin yaz boyu açık olan kıyafet sergisinin sponsoru Boyner firması olmuştur. Firma sahibi Cem Boyner gerek sosyal gerek politik açıdan son derece medyatik bir kişiliktir. Serginin başarısının yanında Cem Boyner’in medyatik kimliği de serginin uzun süre medya gündeminde kalmasına nedem

<sup>88</sup> 8 Temmuz 2004, Sabancı Müzesi, Nazan Ölçer Görüşmesi.

<sup>89</sup> Radikal Gazetesi, 15 Temmuz 2004, s.22.

olmuştur. Sergi köşe yazarlarının yazılarına konu olmuş, sergiyi gezen veya gezmeyen müzeye ilgi duyan veya duymayan herkes konuya ilişkin bilgilennmiştir. Bu durum yeni bir ziyaretçi kitlesini müzeye kazandırmıştır.



**Resim :14** İstanbul, Sabancı Müzesi,Kıyafet sergisi, Boyner Firmasının sponsorluğunun medyada yansımaları.<sup>90</sup> (Milliyet G. 16.05.2004)

Günümüz müzeleri için güncellik de çok önemlidir. Genç tasarımcıların yetiştiği ülkemizde "Prada" (Prada, İtalyan Moda Firması. Dünya moda sektöründe önemli bir yere sahiptir. Tasarımlarıyla moda dünyasında söz sahibidir.) gibi bir markanın koleksiyonunda müzede sergilenen bir ayakkabının yer alması, genel anlamda müzelerin aslında güncel olaylara ilham verebileceğinin açık bir göstergesidir.

### "Ayakkabılardan birinin modeli, Prada'nın yeni koleksiyonunda var"

■ Sergideki bazı kıyafetler çok küçük. Onları giydirdiğiniz mankenler özel olarak mı yapıldı?

■ Eski insanlar çok küçüklermiş. Bir de şu var: Sergideki 150 giysinin hiçbirini aynı beden değil. Bunlar özel dikilmiş kıyafetler. Aralarında belli çok ince ya da göğüsleri çok iri kadınların kıyafetleri de var. O yüzden bütün mankenlerin her kıyafet için özel yapılması gerekli. Bu mankenlerin içi poliüretan bir malzeme. Bu malzeme her kıyafet için ayrı yontuldu, heykel gibi... Göğüs ya da basen bölgesini gerektiğinde şişirecek her giysi için ayrı ölçülerde manken elde etmek.

■ Bu üç yüzüyle baktığımda, moda nasıl bir değişim göstermiş? Değişmiş anlamda. Hep aynı.

■ Tamamıyla hissi bir tüketim. Biz ürün değil duyguya satıyoruz. İnsanlar önce yüzyılı önce de kendilerini beğenmek, beğendirmek, farklı olmak, mutlu olmak için giymiş.

■ Modanın tükandığı, geçmişe döndüğü söyleniyor sindirilerde.

■ Tükünmek değil o. Fiklenmek. Belirli dönemlerdeki anlamlar, yaşam tarzı sizi başka bir döneme yaklaşıyor. Böyle bir sergi bile bir sonraki tasarımcının etkilenebilir. Mesela bir ayakkabı var, bu sezon bizim Prada'da sattığımız aynı.

**Resim 15:** İstanbul, Sabancı Müzesi, Kıyafet Sergisi

Müzeler güncel ortamlardır.<sup>91</sup>

(Milliyet G. 16.05.2004)

<sup>90</sup> Milliyet Gazetesi, Pazar İlavesi, 16 Mayıs 2004, s.11.

<sup>91</sup> Milliyet Gazetesi, Pazar İlavesi, 16 Mayıs 2004, s.11.

## 7. MÜZELERDE NASIL BİR YAPILANMA SPONSORLUK KURUMUNU DESTEKLER

Müzenin idari yapılanması, sponsorluk kurumunun verimli bir şekilde işlemesinde ve sponsorun, kendi menfaatleri doğrultusunda müzeleri tercih etmesinde önemli rol oynar. Ülkemiz müzelerinde, sponsorluk kurumunun etkisini güçlendirecek bir idari yapılanma henüz yoktur. Ancak sponsorluk faaliyetlerinin gerçekleşmesi ve kurumsal sponsorların sürekli kılınması için böyle bir yapılanma şarttır. Dördüncü Kısımda Müzelerin Sponsorlukla İlişkisi içeriğinde, sponsorluk kurumunun işlerliğini sağlayan pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler birimlerinin görev tariflerini yaptık. Bu kısımda ise yurt dışı kaynaklar esas alınarak yönetimin yükümlülükleri, kurulların görevleri ve fon arttırma konusu incelenecektir.

Müze yönetimi müzenin misyonunu, yükümlülüklerini, amaç ve hedeflerini gerçekleştirebilmesini kolaylaştırmak için aşağıda sayılan beş ayrı rolü ustalıkla yerine getirebilmelidir.<sup>92</sup>

- Müzenin misyonu çerçevesinde ilham vermek.
- Müzenin yükümlülüklerini iletebilmek.
- Müzenin amaçları doğrultusunda liderlik etmek.
- Hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını kontrol etmek.
- Müze fonksiyonlarının yerine getirilip getirilmediğini değerlendirmek.

Müzelerde insanlar çalışır ve insanlara hizmet verirler. Bu sosyal kurumlarda insanlar aynı misyon, yükümlülük, amaç ve hedefler için çalışırlar. Yurtdışı müzelerde; müzenin idari yapılanmasını, temel olarak mütevelliler, çalışanlar ve gönüllüler oluşturmaktadır.

Dünyanın dört bir tarafında yönetim kurulu tüzükleri belirli farklılıklar içermesine rağmen icra kurullarının on temel sorumluluğu vardır. Tavsiye kurulları önerilerini bir üst kurula iletirler. Bu on temel sorumluluk şöyle sıralanabilir<sup>93</sup>:

1. Müze misyonunun, yükümlülüklerinin ve amaçlarının devamlılığını sağlamak.

---

<sup>92</sup> Lord, a.g.e., s.6.

<sup>93</sup> A.g.e., s.19.

2. Toplum (ulusal, uluslararası, yerel, .... toplumlarda) içinde halkın müzeye katkısını/katılımını desteklemek.
3. Müzenin misyon ve yükümlülükleriyle tutarlı olmak kaydıyla müze koleksiyonlarının, çalışanlarının ve ziyaretçilerinin güvenliğini sağlamak.
4. Müzenin mümkün oldukça geniş bir kitleye hizmet vermesini güvence altına almak.
5. Müzenin koleksiyonu ile ilgili objektif bilgiyi yaratmak ve yaymak adına gerekli araştırmayı yapmasını güvence altına almak.
6. Müzenin misyon ve yükümlülükleri çerçevesinde kurum politikalarını gözden geçirmek, onaylamak ve çalışanların bu politikayı uygulayıp uygulamadıklarını denetlemek.
7. Müzenin geleceğini planlamak (stratejik planı gözden geçirmek ve onaylamak), planların içeriğinin müzenin amacına uygun olmasına dikkat etmek, amaca ulaşma yöntemlerini kullanmasını sağlamak ve çalışanların bu planlara uyup uymadıklarını denetlemek.
8. Bütçe ve finans raporlarını gözden geçirerek onaylayarak, takip ve kontrol ederek, periyodik denetlemeler organize ederek, müzenin varlığını doğru yatırımlarla güçlendirerek, mevcut ve gelecek finansal sorumlulukları yerine getirebilmek için gerekli fonları yaratarak müzenin finansal istikrarını sağlamak.
9. Müze direktörünü işe almak, denetlemek, performansını değerlendirmek ve gerektiğinde işine son vermek.
10. Tüm müze fonksiyonlarını yerine getirebilmek için yeterli personel olmasını güvence altına almak.

Müze icra kurulunun rolü ve sorumlulukları da benzeri şekilde düzenlenmiştir. Bu düzenleme şöyledir<sup>94</sup>:

- Kaç adet müteveli olacağı ve atama seçim yöntemlerinin belirlenmesi.
- Kişisel sorumluluk, limit ve derecelerinin belirlenmesi.
- Mütevellilerin hizmet süresinin belirlenmesi.
- Toplantı sıklığı, yeri, yeterlilik sayısı ve tutanak hazırlanmasının kurala bağlanması.
- Tutanakların veya toplantıların halka açıklık politikası çerçevesinde hazırlanması.
- Finansal muhasebe işlemlerinin, harcama ve borçlanma kurallarının belirlenmesi.

---

<sup>94</sup> A.g.e.ss.20-21

- Toplantı görevlilerinin sorumluluklarının ve seçim yöntemlerinin belirlenmesi.
- Kurul alt komitelerinin oluşturulması.
- Kurul üyelerinin ödüllendirilmesi ve harcamalarının karşılanması.
- Kurulun dağılması halinde uygulanacak prosedürlerin belirlenmesi.

### 7.1. Müzelerde Fon Arttırıcı Kampanyalar Düzenlenmesi

Fon arttırıcı kampanyalar hibe organizasyonlarının başlıca kaynağıdır. Bunlar bir kerelik yapılan fon sermayesini arttırma işlemlerinden, yıllık taleplere kadar farklılık gösterir. Ancak genellikle benzer metodu izlerler:<sup>95</sup>

**Müze fon arttırma heyetinin oluşturulması:** Para toplamak sosyal bir girişimdir. Parayı toplayacak heyetin, yapılacak işin ve projenin değerine ve amacına inancı tam olan kişilerden oluşması gerekir. Her üye gücü yettiği kadar hibede bulunarak bu heyete katılmalıdır. Hibe miktarı önceden yönetim kurulu veya genişleme müdürü tarafından şahıslarla görüşülerek belirlenmelidir. Heyet üyeleri kendileri hibe yapmaksızın başkalarının katılımına ikna etmek için yeterli teşvik duyusuna sahip olmalıdırlar. Varlıklarını hibe etme isteğine ek olarak heyet üyeleri her hibe grubunun temsilcisi olarak seçilmelidirler. Örneğin herhangi bir endüstrinin bir müze veya sergiye özel ilgisi varsa o endüstrinin başkanı o heyette görev almalıdır.

En faal ve en istekli heyet üyeleri olası başkanlar olarak görülmelidir. Bu konuda istekli ve tanınmış bir kişinin ismi kampanyaya verilebilir. (Soylu aile bireyi, sanat, spor, eğlence, emekli siyasi liderler, vs... alanında ünlü bir kişi olabilir.)

Heyet bir kampanya bütçesi üzerinde anlaşarak en az %10-12 oranında miktar artırımına karar verebilir. Ayrıca profesyonel bir fon arttırma danışmanından faydalanılabilir. Danışmanlar, heyetin işini devralamaz fakat planlamada ve gerçekçi amaçlar belirleme konusunda yardımcı olabilirler.

---

<sup>95</sup> A.g.e., s.123.



## 7.2. Müzenin Fon Kullanma Planını Belirlenmesi

Fon arttırmada ilk kural şudur, “talep etmezsen alamazsın.” Bu kural doğrultusunda müze hangi fonun hangi işe kullanılacağını iyi belirlemelidir. Para ile ne yapılacak ve daha önemlisi, müzenin fonlara neden ihtiyacı var sorusuna cevap aranmalıdır. Bu maddeler genellikle fon kullanma planında açıklıkla ortaya koyulur. Müze yönetimi projeyi hazırlar, hangi programların devam etmesi için fon ayrılacağını belirler. Başarılı bir kampanya için ikna edici bir plan belirlemek ve bunu cazip bir biçimde yayınlamak şarttır.

## 7.3. Kampanyanın Planlaması

Başarılı fon arttırmanın 3/4’ü planlama, 1/4’ü ise uygulamadır. Kampanyanın planlaması doğru olmalı ve gerçekçi bir hedefi, yani olası bağış gruplarını ve ulaşılabilecek miktarları tanımlamalıdır. Bağışı isteyecek üyelerle bağış yapması muhtemel kişilerin uygun bir şekilde eşleştirilmesi gerekir. Örneğin heyette seçilmiş grup başkanıyla, aynı endüstride çalışan bir bağışçı adayı görüşmelidir.

Fon artırımını için zamanlama çok önemlidir. Bahar dönemi bireysel bağış yapabilecek kişilerden talepte bulunmak için uygun bir zamandır. Bu bireylere tatil döneminde aileleri ile birlikte oldukları için istekte bulunulmaz. Şirketlere ise halkla ilişkiler ve reklam bütçesinin hazırlanması sırasında başvurulması en doğrusudur.

## 7.4. Müze Bağışlarının Yaratılması İçin Özendirici Çalışmaların Planlanması

Hedef miktarın %80-90’ı sadece bağışçıların %10’undan alınır. Kampanya sessizce başlamalıdır ve anahtar konumunda olan bağışçılar ikna edildikten sonra diğerleri daha kolay ikna edilebilirler. Özendirici bağışları yapması muhtemel kişilerle birebir görüşme ayarlanmalı veya telefon, internet gibi yollarla irtibat kurularak hareket edilmelidir.

- **Umumi Kampanya:** Çok sayıda kişiden az sayıda bağış alınarak sürümden kazanılabilir. Özendirici bağışlardan sonra genel kampanya sürdürülür. Kampanyanın bu aşamasının halkın desteğini göstermesi açısından hem müze hem de proje için önemli bir yeri vardır.



- **Tahsilat:** Birçok kampanya bağış yapılacağına dair söz talep eder. Mümkün olan yerde otomatik ödeme yolları uygulanır. (İleri tarihli çekler, kredi kartı slipleri, talimatlar gibi...) Kampanya için ödeme vaatleri çok önemlidir.
- **Bağışçılara Teşekkür:** Başarılı bir kampanya sonrası bir kutlama partisi verilebilir. Ana bağışçılara plaket verilir, küçük çap bağışlar yapan kişi veya kurumlar ise çeşitli şekillerde ödüllendirilebilirler.
- **Değerlendirme:** Kampanya nasıl sonuçlanırsa sonuçlansın heyet mutlaka bir değerlendirme toplantısı yapmalıdır. Edinilen tecrübeler detaylı bir rapor halinde yazılıp bir sonraki kampanya heyeti için bir tutanak tutulmalıdır. Posta adresleri sonraki kampanya için daima yenilenmelidir.<sup>96</sup>

Müzelerde sponsorluk kurumunun işlemesi için pazarlama ve iletişim birimlerine ihtiyaç vardır. Ülkemiz müzeleri idari yapılanmasında pazarlama ve iletişim birimi yer almamaktadır. Bu sebeple bu kısımdaki inceleme yurt dışı müzelerinin idari yapıları esas alınarak ve yabancı referans kitapları kullanılarak yapılmıştır. Ülkemizde sadece Sabancı Müzesinde bu bölümde bahis edilen yönetim biçimine sahiptir. Sabancı Müzesi bünyesinde danışma kurulu, mütevelli heyeti, müze dostları derneği yer almaktadır. Bunun sebebi müzenin Sabancı Üniversitesine bağlı olmasıdır. Müzenin kuruluşunda yurt dışı müzelerin yönetim planı örnek alınmıştır. Müzenin bünyesinde yer almayan birimler için Sabancı Holdingin desteği daima vardır. Koç Müzesinde ise böyle bir yapılanma yoktur ancak aynı görev tarifleri Koç Vakfı kanalıyla ve ailenin oluşturduğu mütevelliler kanalıyla sağlanmaktadır. Kanunlar önünde özel müzelerin statülerindeki farklılıktan dolayı bu uygulamalar yapılabilmektedir. 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ile Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile getirilen idari yapılanmaya ilişkin değişiklikler sadece ulusal müze statüsündeki ondokuz müzeyi kapsamaktadır. Bu kapsamda bu müzeler içinde yurt dışına benzer yapıda idari yapılanma oluşturulacaktır. Bu bölümde bir müze işletmesinde mütevelli heyetleri, danışma kurulları ve fon artırımına yönelik çalışmalar yapacak bir kadro için görev tariflerine değinildi.

---

<sup>96</sup> A.g.e., s.181-183.

Arka sayfada yer alan tabloda müzede yapılabilecek bir organizasyon planı yer almaktadır. Museum Manual of Management kitabında yer alan bu tablo yurt dışı müzelerde uygulanmaktadır. Ülkemiz şartlarına uygun olarak düzenlenerek tüm müzelere uyarlanabilir. Temel olarak müzelerde yer alması gereken kadrolar; “koleksiyon yönetimi”, “eğitim birimi”, “pazarlama birimi” ve “idari” (personel, muhasebe, güvenlik, temizlik vb.) gibi birimlerdir. 5226 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ile Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında ulusal müze statüsündeki ondokuz müze için bu kadrolardan bahsedilmektedir. Müze yapılanmasına genel olarak bakıldığında; küçük müzeler için sadece pazarlama, iki veya üç kişiden oluşabilir. Medya, satış, tanıtım gibi hizmetler için verileri toplayabilecek ekip bu üç kişiden kurulabilir. Ancak daha büyük müzeler için pazarlama içinde satış, halkla ilişkiler, reklam, tanıtım, medya ve protokol işlerini takip edebilecek daha geniş bir ekip oluşturulabilir. Burada çalışanların sayısı dokuz veya on kişi olabilir.





Buraya kadar müzelerdeki sponsorluk çalışmaları ayrıntılı bir şekilde incelenmiş, toplanan veriler yurt içi ve yurt dışından örneklerle desteklenmeye çalışılmıştır. Tezin bütünü içinde yer geldikçe sponsorluk faaliyetlerinin canlandırılması ve geliştirilmesi için faydalı olacağı dışünölen çeşitli öneriler sunulmuştur. Bundan sonraki bölümdede bu öneriler maddeler halinde sıralanacaktır.



## 8. ÖNERİLER

Müzeler için oluşturulan sponsorluk kaynakları; uzun vadeli, büyük bütçeli, hem sergi, hem de restorasyon faaliyetleriyle desteklenmiş sürekliliği olan çalışmalar olmalıdır. Bu çalışmalar, sponsor şirket tarafından sadece tanıtım faaliyeti olarak görülmemeli, evrensel değerlere hizmet etmek, eğitim amacıyla kurulmuş müze kurumlarının eksiklerini tamamlamak ve halka daha iyi hizmet verebilme koşullarını sağlayan nitelikli çalışmalar esas alınmalıdır.

Pazarlama, Halkla İlişkiler ve Reklamın Sponsorlukla İlişkisi konusu kapsamında müze kurumu bir işletme olarak düşünülmüş ve kavramsal anlamları irdelenmiştir. Sponsorluğun Müzelerle İlişkisi konusu kapsamında tarihçe ve kavramsal anlamları açıklanmıştır. Müzelerde Sponsorluk ve İlişkili Olduğu Alanlar konusunda ise neler yapılması gerektiği konusunda araştırılmıştır. Buna göre şu öneriler geliştirilmiştir:

1. Müzeler, kurumsal hedeflerini gerçekleştirmek için sponsorluk politikası hazırlamalıdır. Sergilerin ve diğer programların içeriği ve modelinin sıkı kontrolü için bu gereklidir. Özel sektör sponsorluğu, her şeye rağmen ortak üyeliklerle birleştirilerek ana gelir kaynağı haline gelmiştir. Sayıları gün geçtikçe artan bir çok şirket, hayır işlemekten ziyade halkla ilişkileri veya pazarlama stratejileri geliştirmek amacıyla müzelerle işbirliği yapmak istemektedir.
2. Sayıları gün geçtikçe artan bir çok şirket hayır işlemekten ziyade, halkla ilişkileri veya pazarlama stratejileri amacıyla işbirliği yapmak istemektedir. Müzeler, şirketlerin bu amacına uygun davranarak, projelerde, özel sergilerde, ve programlarda bunu dikkate almalıdırlar.
3. Müze yönetimleri, sponsor kuruluşları yapacakları çalışmalarda bir ortak olarak görüp karşılıklı menfaatleri gözetmelidirler.
4. Müzeye sponsor olacak “kuruluşun önceden belirlemiş olduğu hedeflere ulaşabilmek amacıyla sponsorluk yapacağı alanı planlamalı”<sup>97</sup>, hedef kitleye vermek istediği mesajları iletişim araçlarının da yardımıyla göndermeli. Sponsorluktan beklenen sonuçların kısa vadede gerçekleşmeyeceğini anlamalıdır.

---

<sup>97</sup> Okay, a.g.e., s.25.

5. Sponsor firmanın cazip olabilmesi için, işi iyi bilen bir pazarlama ekibinin müzenin idari yapılanmasında yer alması gerekir. İyi bir pazarlama ekibi, her zaman halkla ilişkiler işlevini de üstlenebilir. Reklam daima ayrı bir maliyet getirdiği için, kâr götürmeyen organizasyon çalışmalarında yeterliliği olan reklam şirketleri kanalıyla dışardan alınacak destekle ya da sponsor kurumun sponsorluğu çerçevesinde gerçekleştirilir.

6.Kültür kurumlarının idari yapılanmasına ilişkin 5226 sayılı (R.G. 27.07.2004/ 25535) Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma ve Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında düzenlemesi incelenmiştir. Buna göre Ek Madde 2 b bendinde müzelere getirilen ulusal müze oluşumuna ilişkin bir idari yapılanmadan bahsedilmektedir. Ancak bu yapılanmada görev tanımları açık değildir. Buna ilişkin tanımlar bir sene içerisinde yayınlanacak yönetmeliklerle açıklanacaktır. Müzelerde sponsorluk konulu tezde sözü geçen pazarlama ve iletişim birimi ve eğitim birimine ilişkin net bir organizasyondan bahsedilmemektedir. Yayınlanacak yönetmeliklerde bu birimlerin oluşumuna ilişkin net bir yapılanma belirlenmeli, bunun için gerekli kadrolar 657 sayılı devlet memurları kanununa bağlı olarak oluşturulmalıdır.

Müzelerde Nasıl Bir Yapılanma Sponsorluk Kurumunu Destekler başlıklı yedinci bölüm ile Sponsorluğun Müzelerle İlişkisi başlıklı dördüncü bölümde pazarlama, halkla ilişkiler ile reklamın müze ve sponsorlukla ilişkisi ve bu yapılanmaya etkisi araştırıldı. Bütün bunların ışığında, ülkemiz şartları gözetilerek öngörülen ve tüm müzelere uyarlanabilir yapılanma şöyledir: Temel olarak müzelerde yer alması gereken kadrolar; “koleksiyon yönetimi”, “eğitim birimi”, “pazarlama birimi” ve “idari” (personel, muhasebe, güvenlik, temizlik vb.) gibi birimlerdir. Küçük müzeler için sadece pazarlama, iki veya üç kişiden oluşabilir. Medya, satış, tanıtım gibi hizmetler için verileri toplayabilecek ekip bu üç kişiden kurulabilir. Ancak daha büyük müzeler için pazarlama içinde satış, halkla ilişkiler, reklam, tanıtım, medya ve protokol işlerini takip edebilecek daha geniş bir ekip oluşturulabilir. Burada çalışanların sayısı dokuz veya on kişi olabilir. Böyle bir yapılanmaya yedinci bölümde yer alan Tablo I önerilebilir.

7. Bu tezin temel amacı idari yapılanmada bir model oluşturup ülkemizin küçük büyük tüm müzelerinde uygulanmasını sağlamaktır. Bunun içinde en önemli adım müzelerde idari yapılanmanın yenilenmesidir. Eğitim ve pazarlama birimi bu yapılanmada yer almalıdır. Pazarlama birimi başlangıç için hedef kitle, tanıtım, halkla ilişkiler gibi konularda çözüm üretebilir ve kurumsal olarak sponsorluk için küçük büyük ölçekli işletmelerle projeler

geliştirebilir. Bu bölümde çalışacak personelin işletme ve müzecilik konusunda bilgili olması kaçınılmazdır. Müze yapılanmasında gerçek anlamda bir pazarlama birimi olmaması beraberinde pazarlama stratejisi oluşturulamaması ve buna ilişkin sorunları getirmektedir. Ülkemizde şu anki müzecilik çalışmalarında bu konuya ilişkin en etkin çalışmalar Sabancı Müzesi'nde yapılmaktadır. Ancak orada da bir pazarlama birimi yer almamaktadır. Başarılı olmalarının en önemli sebebi sponsor seçimlerindeki bilinçli yaklaşım ve Sabancı Üniversitesi'nin ve Sabancı Holding'in destekleridir.

8.Müzeler, şirketlerin amaçlarına uygun davranarak, projelerde, özel sergilerde ve programlarda özenli olmalıdırlar. Müze yönetimi, sponsoru ortak olarak görmeli ve her ikisi de karşılıklı menfaatlerini gözetmelidir. Müzelerde sponsorluk küçük çapta olsa bile tanıtım için çok etkili bir araçtır.

9.Müzelerde sponsorluk denilince pazarlama, halkla ilişkiler ve reklam anlaşılmalıdır. Sponsorluk faaliyetleri bugüne kadar ülkemiz müzelerinde pazarlama birimi olmaksızın yürütülmüştür. Ancak bu uygulamalar, büyük müzeler için geçerli olup kişisel ilişkiler sayesinde güçlkle yürütülmektedir. İyi bir idari yapılanma planı belirlenerek küçük veya büyük bütün müzelerde uygulanmalıdır. Müzelerde şu an varolan yapılanmaya ek olarak eğitim, pazarlama ve iletişim birimleri kurulmalı; eğitim birimi farklı yaş gruplarına yönelik programlar üretmeli, pazarlama ve iletişim birimleri de müzenin tanıtımı ve sponsorluk faaliyeti için gerekli verileri toplamalıdır. Gerekli verilerin neler olabileceği aşağıda listelenmiştir:

- Müzenin pazarlama ve iletişim birimi oluşturulmalıdır.
- Müzenin ziyaretçi profili oluşturulmalıdır.
- Müzenin hedef kitlesi belirlenmelidir.
- Belirlenen hedef kitlenin ihtiyaçları araştırılmalıdır..
- Bu ihtiyaçlar doğrultusunda müze projeleri kısa ve uzun vadeli olarak projelendirilmelidir.
- Uygun sponsor firmalar belirlenmelidir.
- Sponsor firmaların teşvik edecek projeler sunulmalıdır.
- Dataları oluşturacak ekip pazarlama ve iletişim bölümünde görevlendirilmelidir.
- Medya ile iletişim daima sıcak tutulmalı, müze ve yapılan etkinlikler medya kanalıyla daha geniş kitlelere duyurulmalıdır.



- Medya ile iletişim müzeyi hayatın bir parçası haline getirir. Sinemaya gitmek kadar müzeye gitmek de yaygın bir düşünce haline gelebilmesi medya iletişimi ile gerçekleşebilir.
- Müzelerde daha fazla eğitim hizmeti verilmelidir. Bu anlamda hizmet ve destek verebilecek kurumlarla iletişim kurularak, birlikte hazırlanan bir projeye sponsor aranmalıdır.

Müzelerde sponsorluk uygulaması kaçınılmazdır. Sponsorluğun kalıcı ve geliştirilebilir olması için gerekli kriterler önceden tespit edilmelidir. İdari yapıda mutlaka pazarlama birimine yer verilmeli, hatta bu birim pazarlama ve iletişim bölümü olarak düzenlenip müzenin bütün ziyaretçi politikasını oluşturmalıdır.



**Resim 16 : Bilbao Gugenheim Müzesi<sup>98</sup>**  
(Milliyet G., 09.05.2004)

Örneğin : Bilbao Gugenheim Müzesi; hem mimarisi, hem de restoranlarıyla pazarlanmaktadır. Bunun sonucunda ziyaretçi sayısı artmış neredeyse elli katna çıkmıştır. Pazarlamanın müzeler için öneminin anlaşılması açısından önemli bir örnektir.

Devletin müzelere desteği kapsamında incelendiğinde: Ülkemizde kültür varlıklarına yönelik sponsorluk faaliyetleri Temmuz 2004 tarihine kadar bir yönergeyle belirlenmekteydi, fakat bu tarihten sonra 27 Temmuz 2004'de yayınlanan 5225, 5226, 5228 sayılı kanunlarla yeni bir

<sup>98</sup> Milliyet Gazetesi, Aktüel Pazar, 9 Mayıs 2004, s.7

düzenlenme başlamıştır. Bu kanunlar kapsamında kurumlara %100 vergi muafiyeti getirilmiştir. 5225 sayılı Teşvik Kanunu ve 5228 sayılı kanunla devlet, vergi muafiyetine çeşitli denetimler uygulamaya başlamıştır. Her müzenin çevresindeki üniversitelerden, belediyelerden ve sivil toplum örgütlerinden oluşturulan danışma kurulu bu denetimde yer alacaktır. Yapılan yeni düzenlemeler ulusal müze kapsamına giren müzelerde uygulanacaktır. Yapılan idari düzenlemede tanıtım üzerinde durulmuştur. Oysa pazarlama ve iletişim birliktedir. Müzeler idari yapılanmasını sadece tanıtım odaklı yapmamalıdır. Pazarlama birimine mutlaka yer verilmelidir. Yönetmelikler henüz yayınlanmadığı için görev tanımları açık değildir. Ayrıca müzelerimizde henüz bu kadrolar yoktur ancak 657 sayılı memur kanunuyla kadrolar açılıp atamalar yapılabilir. 4734 sayılı Kamu İhalesi Kanunu ve buna bağlı değişiklikleri kapsayan 4761, 4964, 5226 sayılı kanunlar restorasyon kapsamında müzelerde anıtlar ve röleve müdürlüğünün açtığı ihaleleri de kapsamaktadır. Bu kanunlar daha geniş kapsamlı olarak Ek-A'da yer almaktadır.

Şunu hiçbir zaman unutmamalıyız ki, sponsor daima hazır bir projeye talip olur. Fizibilitesinin ve programının belli olması, ulaşacağı hedef kitle, kamuda yaratacağı etki ve medyada yer almak sponsor firma için önemlidir. Hazırlanan proje doğrultusunda buna itibar edecek sponsorlar da belirlenmelidir.

## 9. SONUÇ

“Müzelerde sponsorluk” denildiği zaman konu çoğu kişiye çok basit gelebilir. Ancak bu bakış açısı ile sponsorluğun tek başına bir eylem olmadığı gerçeği unutulmaktadır. Sponsorluk reklam, halkla ilişkiler ve en önemlisi pazarlamanın ayrılmaz bir parçasıdır. Konu bu şekilde ele alındığında müzeler için pazarlamanın ne kadar önemli olduğu ortaya çıkacaktır.

Başarılı bir sponsorluk için müzenin ziyaretçi profili, coğrafi durum, hedef kitle gibi pazarlama için çok önemli verileri toplaması gerekir. Ayrıca ziyaretçi kitlesine yönelik yaş, cinsiyet, vatandaşlık gibi veriler araştırılarak, onların istek, ihtiyaç ve önerilerini kapsayan geniş bir planlamanın yapılması gerekir. Bütün bunları müze için hazırlayacak olan bölüm pazarlama ve iletişim birimidir. Bu birim aynı zamanda sponsor olacak kurumu da inceleyerek onların hedef kitlesi ve misyonu doğrultusunda sponsorluğu talep edilen projeyi cazip bir biçimde sunabilir.

Dünya müzelerinde pazarlamanın önemi fark edilmiş ve bu yönde çalışmaları başlatılmıştır. Müzenin etrafında veya içinde mağazalar, cafe, restaurant, sinema yada kütüphane gibi farklı hizmetlerin gerçekleştiği, farklı ziyaretçi kitlesi çeken yeni pazarlama yöntemleri günceldir. Bu sayede sponsorluk kurumu daha da önem kazanır.

Yapılan araştırmalar ve incelemeler sonucunda varılan nokta şudur; eski metodlarla ziyaretçi çekmek mümkün değildir. Günümüz iletişim uygulamalarının etkinliği gözönüne alındığında tanıtım ve reklam, müzenin ziyaretçi profilinin oluşumunda başlıca etkindir. Tanıtım ve reklam ne derece etkin kullanılırsa ziyaretçi sayısı o derece de artacaktır, etkileşim sponsorluk desteğini de artırır.

Müze reklamları görüntüde ve tekrarda tutarlı olmalıdır. Reklamcılıkta tutarlılık başarının sırrıdır. Belirli aralıklarla müze reklam çalışmaları yenilenmelidir. Reklamların etkili olabilmesi için müzenin istatistiki çalışmaları önemlidir. Müzenin reklam hizmeti bir sponsor kanalıyla veya bir medya kurumu tarafından sağlanabilir. Müze kendi içinde bir reklam birimi kurmak durumunda değildir.

Müzelerde sponsorluk bilinmekte ve uygulanmaktadır. Bu tezin yapıma amacı da uygulamanın yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi için neler yapılabileceğini saptamaktır.

Örneğin Sabancı Müzesi'nin Kıyafet Sergisi, Boyner Grubu ve Sabancı Müzesi için reklam ve tanıtım kaynağı olmuştur. Aynı şekilde Topkapı Sarayı'nın bir filme isim olması ve filmin çekimlerinde mekan olarak kullanılması, bu müzenin sinema kanalıyla geniş kitlelere tanıtılmasına vesile olmuştur. Topkapı Sarayı ile ilgili bir diğer örnek de CİF firmasının sponsorluk faaliyetidir. CİF reklamları ve satışları ile Topkapı Sarayı uzun süre medyada yer almış ve bu sayede başarılı bir tanıtım yapılmıştır. Basında çıkan yazılar, radyo ve televizyon yayınlarında yer almak, müzeler ve onları destekleyen kurumlar için maliyetsiz reklam ve tanıtım kaynağı olmuştur.

Sonuç olarak, sponsorluk müzeler için çok önemli bir gelir ve tanıtım kaynağıdır. Bu sebeple sponsorluk faaliyetleri üzerinde daha geniş kapsamlı çalışmalar yapılmalı yeni projeler üretilmelidir. Bu projeler ve çalışmalar sonucunda müzeler kendilerini gerektiği ölçüde yenileyebilecek, geliştirebilecek ve çağın gerekliliklerine ayak uydurabileceklerdir. Bakanlık tarafından da bu durumun aciliyeti tespit edilmiş ve gereken kanuni düzenlemeler başlatılmıştır. Müzelerin içinde bulunduğu durumun çözümü için sadece tanıtım birimi değil, pazarlama birimine de ihtiyaç vardır.

Yapılan araştırmalar sonucunda; sponsorluk kurumunun müze işletmesi açısından vazgeçilmezliği tespit edilmiş ve sponsor kurumla müze işletmesi arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi için gereken idari yapılanmaya dikkat çekilmek istenmiştir. Müze sektörünün içinde bulunduğu darboğaz ve kurumsal yapılanma eksikliğine çözüm olabileceği düşünülen öneriler sunulmuştur.

## 10. KAYNAKÇA

- Ak, Mehmet**, *Firma/ Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj*. İstanbul: Işık Ofset, 1998.
- Ambrose, Timothy, Crispin Paine**, *Museum Basics*, ICOM, 1993 (birinci baskı)
- Asna, Alaeddin**, *Public Relations: Temel Bilgiler*. İstanbul: Det Yayınları, 1993.
- Atagök, Tomur**, *Çağdaş Müzecilik Kavramı Doğrultusunda Türk Sanat Müzelerinin Kültürel Etkinliklerinin Saptanması*, İstanbul: Yayınlanmamış Yeterlilik Tezi, M.S.Ü., 1985.
- \_\_\_\_\_, (derleyen), *Yeniden Müzeciliği Düşünmek*, İstanbul: Y.T.Ü. Basım- Yayın Merkezi, 1999.
- Aydın, Ceylan**, “*Beylerbeyi Sarayı Ziyaretçi Profili ve Saray Müzelerinde Ziyaretçiyi Katılımcı Boyuta Taşıma Konusunda Bir Eylem Planı Önerisi*”, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Müzecilik Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2004.
- Blackall, Simon & Meck, Jan Meck** (edit), *Marketing the Arts ICOM Every Vital Aspect of Museum Management*. London: ICOM, 1992.
- Bozkurt, İzzet**, *Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. Ankara: MediaCat Yayınları, 2000.
- Cemalcılar, İlhan**, *Pazarlama Kavramlar- Kararlar*. İstanbul, Beta Yayınları, 1994.
- Demir, Canan**, *Müzelerde Çağdaş Pazarlama*, İstanbul: T.A.Ç. Yayını, 2001.
- Eczacıbaşı Kültür Sanat Ansiklopedisi, Y.E.M. Yayın, C.3, 1997
- Erbay, Fethiye**, “*Müzelerin Finansal Kaynakları*”, Boğaziçi Ekonomik Araştırma Dergisi. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, Şubat, 1995
- \_\_\_\_\_, “*Müzelerde Sponsorluğun Önemi Artıyor mu?*”. İstanbul: *Genç Sanat*, Sayı:128, 2004.
- \_\_\_\_\_, “*Müze Erişebilirliğinde Tanıtım ve Reklamın Önemi*”, Müzecilik Semineri 25-27 Eylül 2002 Bildiriler, İstanbul: T.C. Genelkurmay Başkanlığı Askeri Müze ve Kültür Sitesi, 2002.
- \_\_\_\_\_, “*Müze Yönetiminde Pazarlama Felsefesine Yeni Yaklaşım*”, Der. Tomur Atagök, *Yeniden Müzeciliği Düşünmek*, İstanbul: Y.T.Ü. Basım- Yayın Merkezi, 1999.
- Erbay, Mutlu** “*Sanat Eserinin Ahlaksal Boyutu*” Plastik Sanatlar Dergisi, 106604, 2004/02, Sayı 63.
- Göksel, Bülent, Kocabaş, Dr. Füsün, Elden, Dr. Müge**, *Pazarlama İletişimi Açısından Halkla İlişkiler ve Reklam, Modern Dünya Dizisi/ Reklamcılık 7*. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık, 1997.

- Gülsoy, Tanses**, *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*, İstanbul: Adam Yayınları, 1999.
- İslamoğlu, A.Hamdi**, *Pazarlama İlkeleri*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Basımevi, 1993.
- Kazancı, Metin**, *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar 7*. Ankara: Turhan Kitabevi, 2002.
- Kotler, Philip**, *Pazarlama Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları, 2000.
- Kocabaş, Füsün, Elden, Müge, Yurdakul, Nilay**, *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1999.
- Lord, Barry & Lord, Gail Dexter**, *The Manual of Museum Management*, London: The Stationary Office, 1998.
- Mediacat**, *Her Yönüyle Pazarlama İletişimi*, Ankara: Pelin Ofset, 2000.
- Okay Aydemir**, *Halkla İlişkiler Aracı olarak Sponsorluk*. İstanbul: Epsilon Yayınları, 1998.
- Peltekoğlu, Filiz Balta**, *Halkla İlişkiler Nedir*. İstanbul: Beta Yayınları, 1998.
- Ramacitti, David F.**, Rengin Erdoğan (çev), *Başarılı Reklamın Sırları*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Yükselen, Cemal**, *Temel Pazarlama Bilgileri İlkeler-Kavramlar-Örnek Olaylar*. İstanbul: Adım Yayıncılık, 1994.

#### **İnternet adresleri**

[www.icom.org](http://www.icom.org)

[www.kik.org](http://www.kik.org)

[www.kulturbakanligi.org](http://www.kulturbakanligi.org)

#### **Gazeteler**

HÜRRİYET Gazetesi, İnsan Kaynakları, 11 Nisan 2004.

MİLLİYET Gazetesi, Aktüel Pazar, 9 Mayıs 2004; 16 Mayıs 2004.

MİLLİYET Gazetesi, Business, 16 Mayıs 2004.

RADİKAL Gazetesi, 10 Temmuz 2004.

RESMÎ GAZETE, 27.07.2004/25535

RESMÎ GAZETE, 21.07.2004/25529

RESMÎ GAZETE, 12.03.2004/25400



# **EKLER**





# **Ek A- KANUNLAR**

**5225 Sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu**

**Kabul Tarihi:**  
**Resmî Gazete Tarih ve Sayısı:** 21.07.2004 / 25529

14.7.2004

**BİRİNCİ BÖLÜM**

**Amaç, Kapsam ve Tanımlar**

**Amaç**

**MADDE 1. -** Bu Kanunun amacı; bireyin ve toplumun kültürel gereksinimlerinin karşılanması; kültür varlıkları ile somut olmayan kültürel mirasın korunmasını ve sürdürülebilir kültürün birer ögesi haline getirilmesini; kültürel iletişim ve etkileşim ortamının etkinleştirilmesini; sanatsal ve kültürel değerlerin üretilmesi, toplumun bu değerlere ulaşım olanaklarının yaratılması ve geliştirilmesini; ülkemizin kültür varlıklarının yaşatılması ve ülke ekonomisine katkı yaratan bir unsur olarak değerlendirilmesi, kullanılması ile kültür merkezlerinin yapımı ve işletilmesine yönelik kültür yatırımı ve kültür girişimlerinin teşvik edilmesini sağlamaktır.

**Kapsam**

**MADDE 2. -** Bu Kanun; münhasıran bu Kanunun amacına yönelik faaliyetlerde bulunmak üzere kurulan yerli veya yabancı tüzel kişilerin yatırım veya girişimlerinin teşvik edilmesi, belgelendirilmesi ve denetlenmesi işlemlerine ilişkin usul ve esasları kapsar.

**Tanımlar**

**MADDE 3. -** Bu Kanunda yer alan;

a) Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığını,

b) Kültür merkezi: Bireyler arasında sosyal ve kültürel iletişim ve etkileşim ortamlarının kurulması ile ulusal kültürün yaşatılması temel amaçlarına dönük olmak üzere; asli unsur olarak güzel sanatlar, sinema, geleneksel ve çağdaş el sanatları gibi her türlü kültürel ve sanatsal faaliyetlerden en az birkaçının üretildiği, sergilendiği, bunların eğitim, öğretim ve bilimsel çalışmalarının yapıldığı bölümler ile sağlık, spor, eğitim ve alışveriş gibi gereksinimlerin karşılandığı birimlerin de bulunduğu yapıları,

c) Kültür varlığı: 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamında korunması gerekli taşınmaz kültür varlıklarını,

d) Somut olmayan kültürel miras: Sözlü kültür ortamlarında halk tarafından yaratılan ve halkbilimi araştırmaları içinde yer alan; sözlü anlatımlar ve sözlü gelenekler, gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, ritüel ve festivaller, halk bilgisi, evren ve doğa ile ilgili uygulamalar, el sanatları geleneği gibi kültürel ürünleri ve üretim süreçlerini,

e) Kültür yatırımı: Bu Kanunun amacı doğrultusunda, kültür merkezleri ile her türlü kültürel ve sanatsal faaliyetlerin üretildiği, sergilendiği, eğitim ve öğretimi ile bunlarla ilgili bilimsel çalışmaların yapıldığı alan, yapı ve mekânların yapımına, teknolojik alt yapıların kurulmasına veya donatılmasına yönelik yatırım faaliyetlerini,

f) Kültür girişimi: Bu Kanunun amacı doğrultusunda, kültür merkezlerinin işletilmesi veya her türlü kültürel ve sanatsal faaliyetlerin üretilmesi, sergilenmesi, eğitim ve öğretimi ile bunlara ilişkin bilimsel çalışmaların yapılması faaliyetleri ile bu faaliyetlerin yapıldığı alan, yapı veya mekânların işletilmesini,

g) Kültür yatırımı belgesi: Bu Kanunun amacına uygun yatırım yapanlara Bakanlıkça belli bir dönem için

verilen belgeyi,

h) Kültür girişimi belgesi: Bu Kanunun amacı doğrultusundaki girişimlere Bakanlıkça verilen belgeyi,

i) Belgeli kültür yatırımı veya girişimi: Bakanlıkça belgelendirilmiş yatırım veya girişimleri,

ifade eder.

## İKİNCİ BÖLÜM

### Teşvik Konuları, Unsurları ve Esasları

#### Teşvik konuları

**MADDE 4.** - Bu Kanunda belirtilen kültür yatırımı veya girişimi kapsamındaki teşvik veya indirim konu olacak faaliyetler şunlardır:

a) Kültür merkezlerinin yapımı, onarımı ve işletilmesi.

b) Kütüphane, arşiv, müze, sanat galerisi, sanat atölyesi, film platosu, sanatsal tasarım ünitesi, sanat stüdyosu ile sinema, tiyatro, opera, bale, konser ve benzeri kültürel ve sanatsal etkinliklerin ya da ürünlerin yapıldığı, üretildiği veya sergilendiği mekânlar ile kültürel ve sanatsal alanlara yönelik özel araştırma, eğitim veya uygulama merkezlerinin yapımı, onarımı veya işletilmesi.

c) 2863 sayılı Kanun kapsamındaki taşınmaz kültür varlıklarının, bu Kanunun amacı doğrultusunda kullanılması.

d) Kültür varlıkları ile somut olmayan kültürel mirasın araştırılması, derlenmesi, belgelendirilmesi, arşivlenmesi, yayınlanması, eğitimi, öğretimi ve tanıtılması faaliyetleri.

#### Teşvik unsurları

**MADDE 5.** - Bu Kanun kapsamındaki kültür yatırımı ve girişimleri için uygulanacak teşvik unsurları şunlardır:

a) Taşınmaz mal tahsisi; Bakanlık, bu Kanun kapsamında kültür yatırımı ve girişimleri için taşınmaz mal tahsis etmeye yetkilidir. Bakanlıkça tahsisi uygun görülen taşınmaz mallardan;

1. Hazine adına tescilli olanlar Bakanlığın talebi üzerine Maliye Bakanlığının uygun görüşü ile en geç üç ay içerisinde,

2. Mülkiyeti 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun eki (II) sayılı cetvelde yer alan kamu idareleri ile mahalli idarelere ait olanlar, Bakanlığın talebi üzerine ilgili idarenin uygun görüşü ile en geç üç ay içinde bedelsiz olarak Hazine adına tapuya tescil edilerek,

Bakanlığa tahsis edilir.

Hazineye ait olup halen Bakanlığa tahsisli taşınmaz mallar, bu Kanun kapsamında Bakanlıkça tahsis edilebilir.

Bu taşınmaz malların tahsisi, kiralanması ve bunlar üzerinde bağımsız ve sürekli üst hakkı tesisine ilişkin esaslar ile süreler, taşınmaz malın bulunduğu yer itibarıyla bedeller, hakların sona ermesi ve diğer şartlar, Bakanlık ve Maliye Bakanlığınca 2886 sayılı Devlet İhale Kanununa bağlı olmaksızın müştereken tespit edilir.

Bu taşınmaz mallar üzerinde bağımsız ve sürekli nitelikli üst hakları dâhil olmak üzere irtifak hakkı tesisi ve bunlardan alt yapı için gerekli olanlar üzerinde, alt yapıyı gerçekleştirecek kamu kurumu lehine bedelsiz irtifak hakkı tesisi, Bakanlığın uygun görüşü üzerine, Maliye Bakanlığınca belirlenen koşullarla ve bu Bakanlık tarafından yapılır.

Bu Kanuna göre tahsis edilen, ancak tahsisi iptal edilen veya tahsis süresi sona eren taşınmaz mallar üzerinde bulunan yapı, tesis ve müstemilat bedelsiz olarak Hazineye intikal eder. İlgililer, bunlar için herhangi bir hak veya bedel talep edemez.

İl özel idareleri ile belediyeler, mülkiyetlerinde olan taşınmaz malları, Bakanlığın uygun görüşü üzerine bu Kanun hükümlerine göre tahsis edebilirler.

Bu bendin uygulanması ile ilgili usul ve esaslar Maliye Bakanlığı ve Bakanlıkça müştereken çıkarılacak bir yönetmelikle düzenlenir.

b) Gelir vergisi stopajı indirimi; bu Kanun uyarınca belge almış kurumlar vergisi mükellefi yatırımcı veya girişimcilerin, ilgili idareye verecekleri aylık sigorta prim bordrolarında bildirdikleri, münhasıran belgeli yatırım veya girişimde çalıştıracakları işçilerin ücretleri üzerinden hesaplanan gelir vergisinin, yatırım aşamasında üç yılı aşmamak kaydıyla % 50'si, işletme aşamasında ise yedi yılı aşmamak kaydıyla % 25'i, verilecek muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden terkin edilir.

Bu bendin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Maliye Bakanlığınca belirlenir.

c) Sigorta primi işveren paylarında indirim; bu Kanun uyarınca belgelendirilmiş kurumlar vergisi mükellefi yatırımcı veya girişimcilerin, ilgili idareye verecekleri aylık sigorta prim bordrolarında bildirdikleri, münhasıran belgeli yatırım veya girişimde çalıştıracakları işçilerin, 506 sayılı Sosyal Sigortalar Kanununun 72 ve 73 üncü maddeleri uyarınca prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin işveren hissesinin, yatırım aşamasında üç yılı aşmamak şartıyla % 50'si, işletme aşamasında ise yedi yılı aşmamak şartıyla % 25'i, Hazinece karşılanır.

Bu bendin uygulanması ile yatırım veya işletmenin niteliği dikkate alınarak mükellefin çalıştırabileceği azami işçi sayısına ilişkin usul ve esaslar Maliye Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakanlıkça müştereken belirlenir.

d) Su bedeli indirimi ve enerji desteği; kültür yatırımı ve girişimleri; su ücretlerini yatırım veya girişimin bulunduğu yörede uygulanan tarifelerden en düşüğü üzerinden öderler. Bu yatırım veya girişimin elektrik enerjisi ve doğal gaz giderlerinin % 20'si beş yıl süreyle Hazinece karşılanır.

Bu bendin uygulanması ile enerji giderlerinin iadesine ilişkin süreler, ladenin nakden veya mahsuben yapılmasına ilişkin usul ve esaslar, Maliye Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile Hazine Müsteşarlığının bağlı bulunduğu Bakanlıkça müştereken belirlenir.

e) Yabancı uzman personel ve sanatçı çalıştırılabilme; belgeli yatırım veya girişimlerde, Bakanlık ve İçişleri Bakanlığının görüşü alınarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca verilen izinle yabancı uzman personel ve sanatçı çalıştırılabilir.

Ancak bu şekilde çalıştırılan yabancı personelin sayısı toplam personelin % 10'unu aşamaz. Bu oran Bakanlıkça % 20'ye kadar artırılabilir. Bu personel, en erken işletmenin faaliyete geçmesinin üç ay öncesinden itibaren çalışmaya başlayabilir.

f) Hafta sonu ve resmi tatillerde faaliyette bulunabilme; belgeli girişimler ile belge kapsamındaki diğer birimler belgede belirlenen çalışma süresi içinde hafta sonu ve resmi tatillerde de faaliyetlerine devam edebilirler.

Bu maddenin (b), (c) ve (d) bentlerinin uygulanmasında yöresel gelişim farklılıkları, proje türleri ile faaliyetin yapıldığı yerin tescilli taşınmaz kültür varlığı olması dikkate alınarak, bu bentlerde belirtilen

oranları yarısına kadar indirmeye veya kanunî oranlarına çıkarmaya Bakanlar Kurulu yetkilidir.

### **Teşvik esasları**

**MADDE 6.** - Bakanlık, bu Kanunun uygulanmasına yönelik tercih ve öncelikleri belirlemeye yetkilidir.

5 inci maddenin (b), (c) ve (d) bentlerindeki teşvik ve indirim unsurlarından yararlanan kültür yatırım ve girişimleri için başka bir teşvik mevzuatında da benzer teşvik ve indirimlerin bulunması halinde, yatırımcı veya girişimcinin lehine olan hükümler uygulanır.

Kültür yatırımı veya girişimlerine yönelik teşvik ve indirim unsurları ile bunlardan yararlanmaya yönelik diğer usul ve esaslar, Bakanlık ve ilgili bakanlıklar ile Hazine ve Devlet Planlama Teşkilatı müsteşarlıklarınca müştereken tespit edilir.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **Genel Hükümler**

#### **Belge**

**MADDE 7.** - Kültür yatırımı belgesi veya kültür girişimi belgesi Bakanlıkça verilir. Belge, yatırım veya girişimin nitelik ve nicelikleri esas alınarak düzenlenir. Belge alanlar, bu Kanun ve ilgili mevzuatta yer alan diğer teşvik ve indirim unsurlarından yararlanırlar.

Yatırımların Bakanlıkça belirlenen süreler içinde başlaması, tamamlanması ve işletme aşamasına geçilmesi zorunludur. Ancak, mücbir sebeplerden dolayı Bakanlıkça bu süreler uzatılabilir.

Belgelendirme işlemlerinin usul ve esasları Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

#### **Alt yapı hizmetleri**

**MADDE 8.** - Kültür merkezlerinin yol, su, kanalizasyon, doğalgaz, elektrik, telekomünikasyon ve diğer altyapı ihtiyaçlarının ilgili kamu kuruluşlarıca öncelikle tamamlanması zorunludur.

#### **İzin alma ve bilgi verme zorunluluğu**

**MADDE 9.** - Belge sahibi tüzel kişiliğin şirket ana sözleşmesinin, ortaklık statüsü veya yapısının değiştirilmesi, belgeye konu yapı veya tesisin veya aynı amaçlarla kullanılmak üzere devredilmesi, kiraya verilmesi ile girişim konularının kültür girişimi niteliğini koruması kaydıyla kısmen veya tamamen değiştirilmesi Bakanlığın iznine tabidir.

Ancak, tesisin bütünlüğünün bozulmaması ve Bakanlığa bilgi verilmesi kaydıyla, kültür merkezlerinin sınıflandırma ve belgelendirilmeye esas asgarî bölümlerinin dışında kalan birimleri kiraya verilebilir.

Belgeli yatırım ve girişimler, yıllık faaliyet raporlarını bir sonraki yılın ocak ayı içerisinde Bakanlığa bildirmekle yükümlüdürler.

#### **Devir ve faaliyetin sona ermesi hallerinde teşvik hükümleri**

**MADDE 10.** - Belgeli yatırımı veya girişimi Bakanlığın izni ile devralanlar da kalan süre için bu Kanun hükümleri çerçevesinde teşvik ve indirim uygulamasından yararlanırlar.

Yatırım veya girişimlere 213 sayılı Vergi Usul Kanununda belirtilen mücbir sebeplerle son verilmesi halleri hariç olmak üzere, bu Kanun uyarınca belge alan yatırımcılar veya girişimcilerin, faaliyetlerini sona erdirmeleri ve bir yıl içinde tekrar başlamamaları halinde, yatırım aşamasında yararlandıkları istisna,

muafiyet ve hakların parasal tutarını ilgili mevzuat hükümleri gereğince ödemekle yükümlüdürler. İstisna hallerinde ödeme yükümlülüğünün kaldırılmasına Maliye Bakanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığının uygun görüşü alınarak Bakanlıkça karar verilir.

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **Denetleme ve Cezalar**

#### **Denetleme yetkisi**

**MADDE 11.** - Belgeli yatırım veya girişimleri, bunların belgeye esas olan niteliklerini, bu niteliklerini koruyup korumadıklarını denetleme; bulunduğu yerin kültürel gereksinimlerini dikkate alarak kültür merkezlerini sınıflandırma ve belgelendirmeye esas asgarî bölümleri ile diğer bölümleri arasında farklı oranlar belirleme yetkisi münhasıran Bakanlığa aittir.

Bakanlığın gerek görmesi halinde belgelendirme, denetleme ve sınıflandırmaya esas oluşturacak tespitler, Bakanlıkça yetkili kılınacak gerçek veya tüzel kişilere de yaptırılabilir. Ancak, karar alma ve uygulama yetkisi Bakanlığa aittir. Bu kişilerin nitelikleri, seçilme usulleri, görev, yetki ve sorumlulukları, çalışma ile tespité yönelik usul ve esaslar; Bakanlık denetim elemanlarının görev, yetki ve sorumlulukları ile çalışma usul ve esasları Bakanlıkça çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.

#### **Cezalar**

**MADDE 12.** - Bu Kanuna ve bu Kanunun uygulanmasına ilişkin düzenleyici işlemlere aykırı hareket edenlere diğer mevzuattaki ceza hükümleri saklı kalmak kaydıyla aşağıdaki bentlerde belirtilen uyarma, para ve belge iptali cezaları uygulanır.

a) Uyarma cezası, kültür yatırımı veya girişimlerinin yönetim veya işletilmelerinde görülecek kusur, aksaklık ve eksiklikler için, belge sahibine denetim elemanlarının tespiti doğrultusunda Bakanlıkça verilir.

b) Belge sahibine, yatırım veya girişimin nitelikleri veya nicelikleri dikkate alınarak, aşağıda belirtilen durumlarda ve miktarlar arasında;

1. Uyarma cezasına rağmen, gerekli düzeltmenin yapılmaması veya ilk cezanın tebliğinden itibaren bir yıl içerisinde yeni uyarma cezasını gerektiren fiil veya fiillerin tespiti ile bu Kanunda belirtilen veya Bakanlıkça istenilen bilgi veya belgelerin süresi içerisinde verilmemesi veya yanıltıcı bilgi veya belge verilmesi hallerinde birmilyar lira,

2. Bakanlığa bilgi verilmeksizin, girişim belgeli tesisin tamamının veya kültür merkezlerinde kültürel faaliyetlerin yürütüldüğü belgelendirmeye esas bölümlerin, bir yıl içinde aralıksız olarak doksan günden fazla süreyle kapalı tutulması halinde birmilyar lira,

3. Yazı, reklâm, afiş, broşür ve benzeri araçlarla Bakanlığın veya üçüncü kişilerin yanıltılması veya yanıltıcı unvan kullanılması veya taahhüt edilen hizmetin verilmemesi veya eksik verilmesi halinde özel hükümler saklı kalmak kaydıyla ikimilyar lira,

4. Belgeli tesiste bulunanların can veya mal güvenliğinin sağlanmasında, belge sahibi veya tesis sahibi veya sorumlusu veya personelin kusuru veya ihmaliyle işletmede suç işlendiğinin tespiti halinde, özel hükümler saklı kalmak kaydıyla ikimilyar lira,

5. Bu Kanun ve ilgili mevzuatta yer alan diğer teşvik unsurlarından yararlanan belge sahiplerinin teşvik unsurlarını, amacı dışında kullanmaları halinde ikimilyar lira,

6. Genel sağlık açısından tesisin vasıflarını önemli ölçüde yitirmiş olduğunun tespiti halinde ikimilyar lira,

7. Belgeli yatırım veya girişimin belgelendirmeye esas vasıflarını yitirmiş olduğunun tespiti halinde ikimilyar

lira,

8. Bakanlıktan tahsisli yatırım veya girişimin, tahsis koşulları saklı kalmak kaydıyla, izinsiz olarak tümünün veya bir kısmının devredilmesi, kiraya verilmesi, şirket ana sözleşmesinin, ortaklık statüsünün veya yapısının, değiştirilmesi hallerinde ikimilyar lira,

Para cezası uygulanır.

Para cezaları; ilk para cezasının tebliğinden itibaren bir yıl içinde ikinci kez para cezası gerektiren hallerde, uygulanmış olan birinci para cezası ile ikinci para cezası toplamına esas teşkil eden tutar kadar, üçüncü kez para cezasını gerektiren hallerde ise, uygulanmış olan birinci ve ikinci para cezaları ile üçüncü para cezasının toplamı kadar verilir.

Bu maddedeki para cezalarının uygulanmasına dair, denetim elemanları tarafından düzenlenen ceza tutanağı, yedi gün içinde ödenmek üzere, Bakanlıkça ilgili yatırımcı veya girişimciye tebliğ edilir. Bu süre içinde ödenmeyen para cezası, 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanuna göre Maliye Bakanlığınca tahsil edilir.

Bu bendin (5) numaralı alt bendi uyarınca para cezası verilmesi, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre tarhiyat yapılmasına engel teşkil etmez.

Dava açılması para cezasının tahsilini durdurmaz. Bu bentte yer alan para cezalarının tutarı her yıl Maliye Bakanlığınca ilân edilen yeniden değerlendirme oranında artırılır. Bakanlar Kurulu bu bentte yer alan para cezalarını iki katına kadar artırmaya veya yarısına kadar indirmeye, yatırım veya girişimin nitelik veya niceliklerine göre bu sınırlar arasında farklı oranlar tespit etmeye yetkilidir. Bu bendin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

c) Kültür yatırımı veya kültür girişimi belgesi;

1. İlk para cezasının tebliğinden itibaren bir yıl içinde dördüncü kez para cezasını gerektiren bir durumun tespiti,
2. Belgeli tesisin faaliyetine son verilmesi,
3. Bu maddenin (b) bendinin (4) numaralı alt bendindeki şartların gerçekleşmesi ve tesisin açık kalmasının kamu güvenliği açısından sakınca yaratması,
4. Tesisin açık kalmasının veya girişimin sürdürülmesinin kültür varlıkları veya kültürel değerler açısından sakınca yaratması,
5. Bu maddenin (b) bendinin (6) ve (7) numaralı alt bentlerindeki durumlardan birinin gerçekleşmesi sonrasında eksikliğin iki ay içerisinde giderilmemesi,

Hallerinde Bakanlıkça iptal edilir.

Para cezalarına karşı yedi gün içinde Bakanlığa itiraz edilebilir. Bakanlık, itiraz üzerine en geç bir ay içinde denetim elemanlarınca verilen para cezalarını, aynen veya değiştirerek kabul edebilir veya kaldırabilir.

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

### **Değiştirilen Hükümler**

**MADDE 13. - a)** 16.4.2003 tarihli ve 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanununun 9 uncu maddesinin (h) bendinin sonuna aşağıdaki ibare eklenmiştir.

kültür yatırımları ve girişimlerinin belgelendirme işlemlerini ilgili birimlerin koordinasyonunda yürütmek,



bunların faaliyetlerini denetlemek, kültür varlıklarının tahsis, restorasyon, restitüsyonlarıyla ilgili ihale ve kontrollük işlerini yapmak veya yaptırmak,

b) 4848 sayılı Kanununun 12 nci maddesinin (o) bendinde yer alan "restorasyon, restitüsyon" ibaresi metinden çıkarılmış ve aynı bentteki "kontrollük işlerini yapmak ve yaptırmak" ibaresi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

kontrollük işleri ile kültür merkezlerine ilişkin yatırımların ve girişimlerin belgelendirilmesine ve denetlenmesine yönelik işlemleri yapmak veya yaptırmak,

c) 4848 sayılı Kanununun 13 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş, (f) bendindeki "turist rehberliği kursları açmak, rehberlerin yetiştirilmesini sağlamak" ibaresi ile (j) bendindeki "turist rehberlerinin faaliyetlerini denetlemek" ibaresi madde metninden çıkartılmış ve maddeye aşağıdaki (m) bendi eklenmiştir.

c) Somut olmayan kültürel mirasın araştırılması, derlenmesi, arşivlenmesi, tanıtımı, tescili, bu kapsamda tespit ve tescil kurullarının oluşturulması, ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar arasında bu konuda koordinasyonun sağlanması, işbirliği geliştirilmesi,

m) Rehberlik kursları açmak, rehber adaylarının seçme sınavlarını yapmak, rehberlerin çalışma usul ve esaslarını düzenlemek, rehberlerin bilgilerinin güncellenmesine yönelik eğitim programları ve diğer çalışmaları gerçekleştirmek, rehberlikte uzmanlaşmayı sağlamak, denetimler yapmak, belgesiz rehberliği önlemek, rehberlik hizmetlerinin etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesine yönelik gerekli tedbirleri almak veya bu görevlerin meslek kuruluşları, üniversiteler, ilgili kurum ve kuruluşlar ile işbirliğiyle veya Bakanlığın denetim gözetimi altında bunlarca yapılması suretiyle yürütülmesini sağlamak.

**MADDE 14.** - a) 19.6.1979 tarihli ve 2252 sayılı Kültür Bakanlığı Döner Sermaye Kanununun 1 inci maddesindeki "50 milyon " ibaresi "üçyüz trilyon", "300 milyon" ibaresi "yediyüz trilyon" olarak değiştirilmiştir.

b) 2252 sayılı Kanununun 3 üncü maddesinin ikinci fıkrasına "ayrıca" ibaresinden sonra gelmek üzere "kültür veya turizm yatırımlarının alt yapı hizmetlerini yapmak" ibaresi eklenmiştir.

c) 2252 sayılı Kanununun 4 üncü maddesinin ikinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Döner Sermayeden elde edilecek gelirlerden Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü görevini fillen yürütene her ay, Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürünün bir ayda alacağı aylık (ek gösterge dahil), yan ödeme ve her türlü tazminat (makam, temsil ve görev tazminatı hariç) tutarının %100'ünü aşmamak üzere ek ödeme yapılabilir.

d) 2252 sayılı Kanununun 5 inci maddesinin başına "Her türlü alt yapı katılım payları ile" ibaresi ile aynı maddeye aşağıdaki bent eklenmiştir.

f) Diğer gelirler,

**MADDE 15.** - Bu Kanunda belirtilen yönetmelikler Kanunun yayımı tarihinden itibaren bir yıl içinde çıkarılır.

**GEÇİCİ MADDE 1.** - Kültür merkezlerinden, halen inşaatı devam etmekte olup bu Kanun kapsamında tahsisi Bakanlıkça uygun görülenlerin, ihale sözleşmeleri feshedilerek tasfiye koşulları uygulanabilir.

#### **Yürürlük**

**MADDE 16.** - Bu Kanununun 5 inci maddesinin (b), (c) ve (d) bentleri yayımını izleyen aybaşında, 5 inci maddesinin (a) bendinin (2) numaralı alt bendi 1.1.2005 tarihinde, diğer maddeleri yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

## 5226 - KÜLTÜR VE TABİAT VARLIKLARINI KORUMA KANUNU İLE ÇEŞİTLİ KANUNLARDA DEĞİŞİKLİK YAPILMASI HAKKINDA KANUN

R.G. Tarih: 27/07/2004 R.G.Sayı: 25535

**MADDE 1.** — 21.7.1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanununun 3 üncü maddesinin; (a) bendinin (1) numaralı alt bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş, (3) numaralı alt bendine "kent kalıntıları" ibaresinden sonra gelmek üzere "kültür varlıklarının yoğun olarak bulunduğu sosyal yaşama konu olmuş veya" ibareleri ile aynı bende (7), (8), (9), (10), (11) ve (12) numaralı alt bentler eklenmiş, (b) bendinin (3) numaralı alt bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

(1) "Kültür varlıkları"; tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarihi devirlerde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya su altındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıklardır.

(7) "Ören yeri"; tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli uygarlıkların ürünü olup, topoğrafik olarak tanımlanabilecek derecede yeterince belirgin ve mütecanis özelliklere sahip, aynı zamanda tarihsel, arkeolojik, sanatsal, bilimsel, sosyal veya teknik bakımlardan dikkate değer, kısmen inşa edilmiş, insan emeği kültür varlıkları ile tabiat varlıklarının birleştiği alanlardır.

(8) "Koruma amaçlı imar plânı"; bu Kanun uyarınca belirlenen sit alanlarında, alanın etkileşim-geçiş sahasını da göz önünde bulundurarak, kültür ve tabiat varlıklarının sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda korunması amacıyla arkeolojik, tarihi, doğal, mimarî, demografik, kültürel, sosyo-ekonomik, mülkiyet ve yapılaşma verilerini içeren alan araştırmasına dayalı olarak; hali hazır haritalar üzerine, koruma alanı içinde yaşayan hane halkları ve faaliyet gösteren iş yerlerinin sosyal ve ekonomik yapılarını iyileştiren, istihdam ve katma değer yaratan stratejileri, koruma esasları ve kullanma şartları ile yapılaşma sınırlamalarını, sağlıklaştırma, yenileme alan ve projelerini, uygulama etap ve programlarını, açık alan sistemini, yaya dolaşımı ve taşıt ulaşımını, alt yapı tesislerinin tasarım esasları, yoğunluklar ve parsel tasarımlarını, yerel sahiplilik, uygulamanın finansmanı ilkeleri uyarınca katılımcı alan yönetimi modellerini de içerecek şekilde hazırlanan, hedefler, araçlar, stratejiler ile plânlama kararları, tutumları, plân notları ve açıklama raporu ile bir bütün olan nazım ve uygulama imar plânlarının gerektirdiği ölçekteki plânlardır.

(9) "Çevre düzenleme projesi"; ören yerlerinin arkeolojik potansiyelini koruyacak şekilde, denetimli olarak ziyarete açmak, tanıtımını sağlamak, mevcut kullanım ve dolaşımdan kaynaklanan sorunlarını çözmek, alanın ihtiyaçlarını çağdaş, teknolojik gelişmelerin gerektirdiği donatılarla gidermek amacıyla her ören yerinin kendi özellikleri göz önüne alınarak hazırlanacak 1/500, 1/200 ve 1/100 ölçekli düzenleme projeleridir.

(10) "Yönetim alanı"; sit alanları, ören yerleri ve etkileşim sahalarının doğal bütünlüğü içerisinde etkin bir şekilde korunması, yaşatılması, değerlendirilmesi, belli bir vizyon ve tema etrafında geliştirilmesi, toplumun kültürel ve eğitsel ihtiyaçlarıyla buluşturulması amacıyla, plânlama ve koruma konusunda yetkili merkezî ve yerel idareler ile sivil toplum kuruluşları arasında eşgüdümü sağlamak için oluşturulan ve sınırları ilgili idarelerin görüşleri alınarak Bakanlıkça belirlenen yerlerdir.

(11) "Yönetim plânı"; yönetim alanının korunmasını, yaşatılmasını, değerlendirilmesini sağlamak amacıyla, işletme projesini, kazı plânı ve çevre düzenleme projesi veya koruma amaçlı imar plânını dikkate alarak oluşturulan

koruma ve gelişim projesinin, yıllık ve beş yıllık uygulama etaplarını ve bütçesini de gösteren, her beş yılda bir gözden geçirilen plânlardır.

(12) "Bağlantı noktası"; yönetim alanı sınırlarında yer almamakla birlikte, arkeolojik, coğrafi, kültürel ve tarihi nedenlerle veya aynı vizyon ve tema etrafında yönetim ve gelişiminin sağlanması bakımından bu yer ile irtibatlandırılan kültürel varlıklardır.

(3) "Koruma Bölge Kurulu"; Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulunu,"

**MADDE 2.** — 2863 sayılı Kanunun 6 ncı maddesinin üçüncü fıkrasına "mozaikler" ibaresinden sonra gelmek üzere ",peri bacaları" ibaresi eklenmiştir.

**MADDE 3.** — 2863 sayılı Kanunun 9 uncu maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 9. — Koruma Yüksek Kurulunun ilke kararları çerçevesinde koruma bölge kurullarınca alınan kararlara aykırı olarak, korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ve koruma alanları ile sit alanlarında inşaat ve fizikî müdahalede bulunulamaz, bunlar yeniden kullanıma açılmaz veya kullanımları değiştirilemez. Esaslı onarım, inşaat, tesisat, sondaj, kısmen veya tamamen yıkmak, yakmak, kazı veya benzeri işler inşaat ve fizikî müdahale sayılır.

**MADDE 4.** — 2863 sayılı Kanunun 10 uncu maddesinin birinci fıkrasında yer alan "yapmak" ibaresinden sonra gelmek üzere "veya kamu kurum ve kuruluşları ile belediyeler ve valiliklere yaptırmak" ibaresi eklenmiş, sekizinci fıkrası yürürlükten kaldırılmış ve maddeye aşağıdaki fıkralar eklenmiştir.

Büyükşehir belediyeleri, valilikler, Bakanlıkça izin verilen belediyeler bünyesinde kültür varlıkları ile ilgili işlemleri ve uygulamaları yürütmek üzere sanat tarihi, mimarlık, şehir plânlama, mühendislik, arkeoloji gibi meslek alanlarından uzmanların görev alacağı koruma, uygulama ve denetim büroları kurulur. Ayrıca, il özel idareleri bünyesinde, kültür varlıklarının korunmasına yönelik rölöve, restitüsyon, restorasyon projelerini hazırlayacak ve uygulayacak proje büroları ve sertifikalı yapı ustalarını yetiştirecek eğitim birimleri kurulur.

Belediyeler belediye sınırları ve mücavir alanları içerisinde, valilikler ise bu sınırlar dışında yetkilidir.

Bu bürolar koruma bölge kurulları tarafından uygun görülen koruma amaçlı imar plânu, proje ve malzeme değişiklikleri ile inşaat denetimi de dahil olmak üzere uygulamayı denetlemekle yükümlüdürler.

Alanın özelliği göz önüne alınarak, bu büroların hangi uzmanlık dallarından teşekkül edeceği, çalışma, izin usul ve esasları; Bakanlık ve İçişleri Bakanlığınca hazırlanacak bir yönetmelikle belirlenir.

**MADDE 5.** — 2863 sayılı Kanunun 11 inci maddesinin birinci fıkrasının ikinci cümlesinde yer alan "korunma alanları" ibaresinden sonra gelmek üzere ",sit alanları" ibaresi eklenmiştir.

**MADDE 6.** — 2863 sayılı Kanunun 12 nci maddesinin başlığı "Taşınmaz kültür varlıklarının onarımına yardım sağlanması ve katkı payı" olarak değiştirilmiş, birinci fıkrasındaki "ve kredi verilir" ibaresi ile dördüncü fıkrası yürürlükten kaldırılmış ve maddeye aşağıdaki fıkralar eklenmiştir.

Bu amaçla, Bakanlık bütçesine yeterli ödenek konulur. Bakanlıkça yapılacak yardımlara ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirlenir.

Belediyelerin görev alanlarında kalan kültür varlıklarının korunması ve değerlendirilmesi amacıyla kullanılmak üzere 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanununun

8 inci ve 18 inci maddeleri uyarınca mükellef hakkında tahakkuk eden emlak vergisinin %10'u nispetinde "Taşınmaz Kültür Varlıklarının Korunmasına Katkı Payı" tahakkuk ettirilir ve ilgili belediyesince emlak vergisi ile birlikte tahsil edilir.

Tahsil edilen miktar, il özel idaresi tarafından açılacak özel hesapta toplanır. Bu miktar; belediyelerce kültür varlıklarının korunması ve değerlendirilmesi amacıyla hazırlanan projeler kapsamında kamulaştırma, projelendirme, plânlama ve uygulama konularında kullanılmak üzere il sınırları içindeki belediyelere vali tarafından aktarılır ve bu pay valinin denetiminde kullanılır.

Bu madde uyarınca tahakkuk eden katkı payları hakkında 1319 sayılı Kanunun üçüncü kısmı hükümleri uygulanır. Katkı paylarına ilişkin usul ve esaslar İçişleri Bakanlığı ile Bakanlık tarafından belirlenir.

2985 sayılı Toplu Konut Kanunu uyarınca verilecek kredilerin en az %10'u tescilli taşınmaz kültür varlıklarının bakımı, onarımı ve restorasyonu işlemlerine ilişkin başvurularda kullanılır. Bu kapsamdaki öncelikli projeler Bakanlık ile Toplu Konut İdaresi Başkanlığınca müştereken belirlenir.

**MADDE 7. —** 2863 sayılı Kanunun 15 inci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinin ikinci paragrafı aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler, il özel idareleri ve mahallî idare birlikleri tescilli taşınmaz kültür varlıklarını, koruma bölge kurullarının belirlediği fonksiyonda kullanılmak kaydıyla kamulaştırabilirler.

**MADDE 8. —** 2863 sayılı Kanunun 17 nci maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Sit alanlarında geçiş dönemi koruma esasları ve kullanma şartları ile koruma amaçlı imar plânı

Madde 17. — a) Bir alanın koruma bölge kurulunca sit olarak ilanı, bu alanda her ölçekteki plân uygulamasını durdurur. Sit alanının etkileşim çevresine ilişkin varsa 1/25.000 ölçekli plân kararları ve notları alanın sit statüsü dikkate alınarak yeniden gözden geçirilerek ilgili idarelerce onaylanır.

Koruma amaçlı imar plânı yapılıncaya kadar, koruma bölge kurulu tarafından üç ay içinde geçiş dönemi koruma esasları ve kullanma şartları belirlenir. Belediyeler, valilikler ve ilgili kurumlar söz konusu alanda ilgili meslek odaları, sivil toplum kuruluşları ve plândan etkilenen hemşerilerin katılımı ile toplantılar düzenleyerek koruma amaçlı imar plânını hazırlatıp, incelenmek ve sonuçlandırılmak üzere koruma bölge kuruluna vermek zorundadır. İki yıl içinde koruma amaçlı imar plânı yapılmadığı takdirde, geçiş dönemi koruma esasları ve kullanma şartlarının uygulanması, koruma amaçlı imar plânı yapılıncaya kadar durdurulur.

Bu iki yıllık süre içinde zorunlu nedenlerle plân yapılamadığı takdirde koruma bölge kurulunca bu süre bir yıl daha uzatılabilir.

Koruma bölge kurulunda görüşülen ve uygun görülen koruma plânları onaylanmak üzere ilgili idarelere gönderilir.

İlgili idareler, koruma amaçlı imar plânını en geç iki ay içinde görüşür ve varsa değişmesini istediği hususları koruma bölge kuruluna bildirir. Koruma bölge kurulunda bu hususlar da değerlendirilir ve kurul tarafından uygun görülen haliyle plânlar ilgili idarelere onaylanmak üzere gönderilir. Altmış gün içerisinde onaylanmayan plânlar kesinleşerek yürürlüğe girer. Koruma amaçlı imar plânının yürürlüğe girmesiyle geçiş dönemi koruma esasları ve kullanma şartları ayrıca karar almaya gerek kalmadan ortadan kalkar.



Ören yerlerinde çevre düzenleme projesi yapımı ve değişiklikleri, ilgili koruma bölge kurulunun uygun görüşü doğrultusunda Bakanlıkça yapılır, yaptırılır ve onaylanır.

Koruma amaçlı imar plânları ve çevre düzenleme projelerinde yapılacak değişiklikler yukarıdaki usullere tabidir.

Koruma amaçlı imar plânları; müellifi şehir plâncısı olmak üzere; alanın konumu, sit statüsü ve özellikleri göz önünde bulundurularak mimar, restoratör mimar, sanat tarihçisi, arkeolog, sosyolog, mühendis, peyzaj mimarı gibi meslek gruplarından Bakanlıkça belirlenecek uzmanlar tarafından hazırlanır.

Koruma amaçlı imar plânları ve çevre düzenleme projelerinin hazırlanması, gösterimi, uygulaması, denetimi ve plân müelliflerinin yeterliliği ile görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esaslar, Bakanlık ile Bayındırlık ve İskân Bakanlığınca çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir.

Koruma amaçlı imar plânlarının yapımı için belediyelere aktarılmak üzere İller Bankası Genel Müdürlüğü Bütçesine yeteri kadar ödenek konur. İl özel idareleri ise bütçelerinde koruma amaçlı imar plânlarının yapımı için ödenek ayırırlar.

Koruma bölge kurulunca sit alanı olarak ilan edilen yerlerde; bu kararın ilanından önce imar mevzuatına ve onanlı imar plânlarına uygun olarak alınmış yapı ruhsatı ve eklerine göre subasman seviyesi tamamlanmış yapıların inşasına devam edilebilir, ancak bu maddenin (c) bendi uyarınca yapılanma hakkı aktarımını re'sen uygulamaya da ilgili idareler yetkilidir. Subasman seviyesi tamamlanmamış yapıların yapı ruhsatları iptal edilir. Kesin yapılanma yasağı bulunan sit alanlarında bu madde hükümlerinden faydalanılamaz.

b) Koruma amaçlı imar plânlarıyla kesin yapılanma yasağı getirilen sit alanlarında bulunan gerçek ve özel hukuk tüzel kişilerinin mülkiyetindeki taşınmazlar malikin başvurusu üzerine, belediye ve il özel idaresine ait taşınmazlarla takas edilebilir.

c) Yapılanma hakları kısıtlanmış tescilli taşınmaz kültür varlıklarına veya bunların koruma alanlarında bulunan ya da koruma amaçlı imar plânlarıyla yapılanma hakları kısıtlanan taşınmazlara ait mülkiyet veya yapılanma haklarının kısıtlanmış bölümünü, imar plânlarıyla yapılanmaya açık aktarım alanı olarak ayrılmış, mülkiyetlerindeki veya üçüncü şahıslara ait alanlara, aktarımdan yararlanacak öncelikli hakları belirleyerek bir program dahilinde aktarmaya, belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde belediyeler, bunların dışında valilikler yetkilidir.

Aktarım işleminde Sermaye Piyasası Kurulunca onaylı gayrimenkul değerlendirme şirketlerince yapılacak rayiç değer denkleştirmesi esastır. Ancak aktarıma konu hak tescilli taşınmaz kültür varlığına ilişkin ise yapı değeri dikkate alınmaz.

Bu taşınmazlar için, kısıtlanmış yapılanma haklarının, imar plânlarıyla aktarım alanı olarak ayrılmış yapılanmaya açık diğer alanlarda kullanılmasını sağlayacak ve bu hakkı hamiline yazılı menkul kıymete dönüştürecek belgeler düzenlemeye, bu belgeleri yapılanma hakları kısıtlanmış alan olarak gösterilen ve tapuda bu konuda şerh düşülen alanlardaki taşınmaz sahiplerinden hak sahibi olanlara vermeye, imar plânında aktarım alanı olarak ayrılmış ve tapuda bu konuda şerh düşülen alanlarda ise ruhsat vermek için toplamaya ilgili idareler yetkilidir. Menkul kıymetlerin basılması, saklanması, el değiştirme işlemlerinin onaylanması ve veri tabanının oluşturulması ve denetlenmesi İller Bankasınca yapılır.

Bu alanlarda kesin yapılanma yasağı gelmesi nedeniyle yapılanma hakkının

tamamen aktarılması halinde, yapılanma hakkı kısıtlanan taşınmaz, mütemmimi ile birlikte ilgili idare mülkiyetine geçer ve parseller ilgili idare adına tescil edilir ve hiçbir koşulda satışa konu edilemez.

Aktarıma konu parselde malikin korunabilir yapılanma hakkı kalması halinde ise yapılanma hakkı kısmen aktarılır. Bu durumda, malikin yapılanma hakkı kısıtlanmış alandaki mülkiyeti devam eder.

Ancak, aktarıma konu hak, tescilli taşınmaz kültür varlığı üzerinde ise, malikin bu varlığın korunması ve yaşatılması için gerekli bakım, onarım ve restorasyon çalışmasını, ilgili idare ile imzalanacak protokole uygun olarak menkul kıymetleri teslim almasını müteakip başlatarak tamamlaması zorunludur. Aksi halde, ilgili idare teslim edilen menkul kıymet bedelini faiziyle birlikte malikten tahsile yetkilidir. Bu hususlar ve protokol menkul kıymet tesliminden önce ilgili idarece tapuya her türlü harçtan ve damga vergisinden muaf olarak şerh edilir.

Kısıtlanmış hakların bulunduğu belediye sınırları içerisinde, aktarım alanı tespit edilmesinin mümkün olamaması halinde, ilgili idareler ortak program yürütmeye yetkilidir.

Yukarıdaki fıkranın uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Bayındırlık ve İskân Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı ve Bakanlıkça hazırlanacak bir yönetmelikle belirlenir.

**MADDE 9.** — 2863 sayılı Kanunun 18 inci maddesine birinci fıkradan sonra gelmek üzere aşağıdaki fıkralar eklenmiştir.

Tescilli taşınmaz kültür varlıklarının rölöve, restorasyon ve restitüsyon projeleri ve bunların uygulanmasında restoratör mimar veya mimarın bulunması zorunludur. Bunlardan I. grup kapsamında olanların rölöve, restorasyon ve restitüsyon projelerinin uygulama çalışmaları, yapının özelliğine göre kalem işleri, ahşap, demir, taş işleri ve restorasyon konularında uzmanlaşmış kişilerce yapılır.

Sit alanları, korunması gerekli kültür varlıkları ve bunların koruma alanlarında onaylı plân ve proje dışı uygulama yapan veya yapılmasına yol açan sorumlularının, koruma bölge kurulları ile ilgili konularda plân ve proje düzenlemesi ve uygulama sorumluluğu yapması beş yıl süre ile yasaklanır. Uygulama sorumlularının denetimi, ilgili belediye veya valilikçe yapılarak aykırı hareket edenler, Bakanlığa ve ilgili meslek odasına bildirilir.

Proje uygulanması safhasında herhangi bir nedenle uygulama sorumlusunun ayrılması halinde bu husus Bakanlığa bildirilir, yenisi tayin edilmedikçe uygulamaya devam edilemez.

Yapı esasları, denetim ve bu maddenin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Bakanlıkça hazırlanacak yönetmelikle belirlenir.

**MADDE 10.** — 2863 sayılı Kanunun 55 inci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 55. — Koruma Yüksek Kurulu ve koruma bölge kurullarının kurum temsilcisi üyelerinin üyelikleri kurumlarındaki görevleri süresince devam eder.

Koruma bölge kurullarının Bakanlıkça ve Yükseköğretim Kurulunca seçilen üyelerinin görev süresi beş yıldır.

Koruma Yüksek Kurulu ve koruma bölge kurulu üyeleri, görev ve yetki alanlarına giren konularda doğrudan veya dolaylı olarak taraf olamaz ve hiçbir menfaat sağlayamazlar. Aksine davrandığı tespit edilenlerin kurul üyeliği Bakanlıkça sona erdirilir.

Koruma Yüksek Kurulu ve koruma bölge kurulu üyelerine, ayda altı toplantıyı

geçmemek üzere her toplantı için Devlet memur aylık katsayısının (3000) gösterge rakamı ile çarpımı sonucunda bulunacak miktarda huzur hakkı ödenir.

Herhangi bir nedenle bir yıl içinde yıllık izin, hastalık ve mazeret izinleri hariç dört veya üst üste iki toplantıya katılmayan koruma bölge kurulu üyelerinin üyelikleri sona erer.

**MADDE 11.** — 2863 sayılı Kanununun 57 nci maddesinin; (c) bendinde yer alan "bir ay" ibaresi "üç ay" olarak, (d) bendinde yer alan "onamak" ibaresi "karar almak", (g) bendinde yer alan "ilgili" ibaresi "sit alanlarına ilişkin" olarak değiştirilmiş ve (g) bendinden sonra gelen fıkralar aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve maddeye aşağıdaki fıkralar eklenmiştir.

Koruma bölge kurullarının başkan ve yardımcıları, üyeler arasından kurulca seçilir. Başkanın yokluğunda kurula, başkan yardımcısı başkanlık eder.

Koruma bölge kurulları, toplantıya katılması gereken üyelerin salt çoğunluğuyla toplanır ve toplantıya katılan üyelerin salt çoğunluğu ile karar alırlar. Ancak karar yeter sayısı Bakanlık ve Yükseköğretim Kurulunca seçilen üye sayısının salt çoğunluğundan az olamaz. Alınan kararlar bu Kanun ve ilke kararlarındaki dayanakları ile bilimsel gerekçeleri belirtilerek yazılır.

Koruma bölge kurullarının teknik ve idari hizmetleri, koruma bölge kurulu müdürlükleri tarafından yürütülür.

Koruma bölge kurulu, belgeleri tam olarak koruma bölge kuruluna ibraz edildiği tarihten itibaren, koruma amaçlı imar plânlarını en geç altı ay, uygulamaya yönelik projeleri ise en geç üç ay içinde karara bağlar.

Taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları, bunların koruma alanları ve sit alanlarında, 3194 sayılı İmar Kanununun 21 inci maddesi kapsamına giren ruhsata tâbi olmayan tadilat ve tamiratlar; özgün biçim ve malzemeye uygun olarak, bünyesinde koruma, uygulama ve denetim büroları kurulmuş idarelerin izin ve denetimi ile yapılır. Bunların dışında her türlü inşaf ve fizikî müdahale koruma bölge kurulunun izni ile yapılır.

Ancak, koruma amaçlı imar plânı onaylanmış sit alanlarında, taşınmaz kültür varlığının bulunduğu parseller dışındaki inşaf ve fizikî müdahaleler, koruma amaçlı imar plânı hükümleri doğrultusunda, bünyesinde koruma, uygulama ve denetim büroları kurulmuş idarelerin izin ve denetimi ile yapılır.

Vakıflar Genel Müdürlüğü idare ve denetiminde olan mazbut vakıfların veya mülhak vakıfların mülkiyetindeki kültür varlıklarının 3194 sayılı İmar Kanununun 21 inci maddesi kapsamına giren ruhsata tâbi olmayan tadilat ve tamiratları, özgün biçim ve malzemeye uygun olarak Vakıflar Genel Müdürlüğüne yaptırılır.

Taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile bunların koruma alanlarında yapılan tadilat ve tamiratlara ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait rapor ve belgeleri, ilgili idareler ve Vakıflar Genel Müdürlüğüne ilgili koruma bölge kurulu müdürlüklerine gönderilir.

Bu maddenin uygulanmasına ilişkin hususlar Bakanlıkça çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir.

**MADDE 12.** — 2863 sayılı Kanununun 58 inci maddesinin (a) bendinde yer alan "müzecilik" ibaresi "hukuk", "üç" ibaresi "beş", (d) bendinde yer alan "iki" ibaresi "bir", (f) bendinde yer alan "Orman Genel Müdürlüğü" ibaresi "Çevre ve Orman Bakanlığı" olarak değiştirilmiş ve aynı fıkraya aşağıdaki (g) bendi ile maddenin sonuna aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

g) Görüşülecek konunun müze müdürlüğünü ilgilendirmesi halinde ilgili



müze müdürü.

İlgili meslek odaları koruma bölge kurulu toplantılarına gözlemci olarak katılabilirler.

**MADDE 13.** — 2863 sayılı Kanunun mülga 61 inci maddesi başlığı ile birlikte aşağıdaki şekilde yeniden düzenlenmiştir.

Kararlara uyma zorunluluğu

Madde 61. — Kamu kurum ve kuruluşları ve belediyeler ile gerçek ve tüzel kişiler, Koruma Yüksek Kurulu ve koruma bölge kurullarının kararlarına uymak zorundadır. Koruma Yüksek Kurulunun ilke kararları Resmî Gazetede yayımlanır.

Plânlama yetkisi bulunan kamu kurum ve kuruluşları ile valilik ve belediyeler, kurullarca alınmış ve alınacak sit alanı, derecelendirilmesi, sit geçiş dönemi koruma esasları ve kullanma şartları, koruma amaçlı imar plânları ve revizyonlarına ilişkin kararlara karşı altmış gün içerisinde Koruma Yüksek Kuruluna itiraz edebilirler.

Bu itirazlar, Koruma Yüksek Kurulunca incelenir ve en geç altı ay içinde karara bağlanır. Koruma Yüksek Kuruluna yapılacak itirazlarla ilgili usul ve esaslar Bakanlıkça çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir.

**MADDE 14.** — 2863 sayılı Kanunun 65 inci maddesinin (a) ve (c) bentlerinde yer alan "ellibin liradan ikiyüzbin liraya kadar" ibareleri "beşmilyar liradan onmilyar liraya" olarak ve (b) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve maddeye aşağıdaki (d) bendi eklenmiştir.

b) Sit alanlarında geçiş dönemi koruma esasları ve kullanma şartlarına, koruma amaçlı imar plânlara ve koruma bölge kurullarınca belirlenen koruma alanlarında öngörülen şartlara aykırı izinsiz inşaat ve fizikî müdahale yapanlar veya yaptıranlar, iki yıldan beş yıla kadar ağır hapis ve beşmilyar liradan onmilyar liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılırlar.

d) Bünyesinde koruma, uygulama ve denetim büroları kurulmuş idarelerden bu Kanunun 57 nci maddesinin altıncı ve yedinci fıkraları uyarınca izin almaksızın veya izne aykırı olarak tamirat ve tadilat yapanlar ile izinsiz inşaat ve fizikî müdahale yapanlar veya yaptıranlar bir yıldan üç yıla kadar ağır hapis ve üçmilyar liradan altımilyar liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılırlar.

**MADDE 15.** — 2863 sayılı Kanunun 75 inci maddesine aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Türk Ceza Kanununun ikinci kitap, onuncu babının yedinci faslında yazılı suçların konusu, bu Kanun kapsamına giren taşınır kültür varlıkları ise, muayyen olan ceza üçte birinden az olmamak üzere iki katına kadar artırılarak hükmolunur.

**MADDE 16.** — 2863 sayılı Kanunun geçici 3 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Geçici Madde 3. — Kültür ve tabiat varlıklarını koruma kurulları, Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte kültür ve tabiat varlıklarını koruma bölge kurullarına, kültür ve tabiat varlıklarını koruma kurulu büro müdürlükleri, Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte kültür ve tabiat varlıklarını koruma bölge kurulu müdürlüklerine dönüşür.

Kanunda belirtilen yönetmelikler, Kanunun yayımı tarihinden itibaren bir yıl içinde çıkarılır. Bu düzenlemeler yapıncaya kadar mevcut yönetmeliklerin bu Kanuna aykırı olmayan hükümleri uygulanır.

**MADDE 17.** — 2863 sayılı Kanunun birinci ek maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve kanuna aşağıdaki ek maddeler eklenmiştir.

Ek Madde 1. — Bu Kanunda yer alan "Koruma Kurulu" ibareleri "koruma

bölge kurulu" olarak değiştirilmiştir.

Alan yönetimi, müze yönetimi ve anıt eser kurulu

**EK MADDE 2.** — Yönetim alanlarında alan yönetimi, ulusal nitelikli müzelerde ise müze yönetimi, anıt eserlerde anıt eser kurulu kurulur.

a) Yönetim alanları ile bunların bağlantı noktalarının korunması, değerlendirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla kentsel sitlerde birden fazla belediyeyi ilgilendirmesi halinde büyükşehir belediyesi eşgüdümünde ilgili belediyeler, tek bir belediyenin görevi alanına girmesi halinde ilgili belediye, diğer yerlerde ise Bakanlıkça yönetim plânı taslağı hazırlanır veya hazırlattırılır.

Hazırlanan taslağın karara bağlanması ve uygulanması konusunda önerilerde bulunmak amacıyla, alanda mülkiyet hakkı bulunanlar, meslek odaları ve sivil toplum örgütleri ile üniversitelerin ilgili bölüm temsilcilerinden oluşan bir danışma kurulu kurulur.

Eşgüdümün sağlanması amacıyla, kentsel sitlerde ilgili belediye diğer yerlerde Bakanlıkça bir alan başkanı belirlenir. Bakanlıkça belirlenen alan başkanlığı görevini fiilen yürütenlere, Devlet memurları aylık katsayısının (20000) gösterge rakamı ile çarpımı sonucu bulunacak tutarı aşmamak kaydıyla Bakan tarafından belirlenecek miktarda, damga vergisi hariç herhangi bir vergiye tâbi tutulmaksızın çalışmayı takip eden her ay başında Kültür Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü bütçesinden ödeme yapılır.

Yönetim plân taslağı kapsamında hizmetine ihtiyaç duyulan idarelerin birer temsilcisi ve danışma kurulunca seçilecek iki üyenin katılımıyla eşgüdüm ve denetleme kurulu kurulur. Alan başkanı, kurulun da başkanıdır. Kurul, bu taslağı inceleyip mutabakata varmak suretiyle yönetim plânını altı ay içerisinde onaylamaya ve bu plânın uygulanmasını denetlemeye yetkilidir.

Kurulun denetim görevini yerine getirebilmesi amacıyla ilgili kurum uzman personelinden ve denetim elemanlarından oluşan bir denetim birimi kurulabilir. Bu birim, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile üçüncü kişilerden yönetim plânı ve uygulaması ile ilgili her türlü bilgi ve belgeyi istemeye yetkilidir.

Kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler ile gerçek ve tüzel kişiler, eşgüdüm ve denetleme kurulunca onaylanan yönetim plânına uymak, ilgili idareler, plân kapsamındaki hizmetlere öncelik vermek ve bu amaçla bütçelerine gerekli ödenekleri ayırmak zorundadır.

b) Bakanlıkça belirlenen ulusal nitelikli müzelerde, müze başkanı ve ona bağlı müze müdürü ile işletme müdürü ve müze kurulundan oluşan müze yönetimi kurulur.

Müzelerde; kayıt, tescil, envanter, depolama, eserlerin her türlü bakım ve onarımı, sergilenmesi ve korunması, kültürel, eğitim ve bilimsel faaliyetler müze müdürü tarafından; tanıtım, satış üniteleri yönetimi, etkinlik organizasyonu, ziyaretçi yönetimi, çevre düzenlemesi, bakım-onarım, temizlik işleri işletme müdürü tarafından yürütülür.

Müze başkanı, kendisine bağlı müdürlüklerin faaliyetlerinin eşgüdüm ve denetimi ile müzenin ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde temsiline yetkilidir.

Müze başkanlığı görevini yürütmek üzere; arkeoloji, sanat tarihi, antropoloji, etnoloji, iktisat, işletme, kamu yönetimi gibi dallarda eğitim görmüş kimseler arasından Bakanlıkça bir müze başkanı atanır.

Tüm müzelerde o müzeye münhasıran ayrıca müze kurulu oluşturulur. Müze

kurulu müzenin bulunduğu yerdeki üniversitelerin ilgili bölümlerinden öğretim üyeleri, meslek odaları, sivil toplum örgütü temsilcileri ve yerel yönetimlerin temsilcileri ile müzeye bağışta bulunanlardan Bakanlıkça uygun görülen kişilerden oluşur. Müze kurulu, bünyesinden bir başkan seçer.

Müze kurulunun görüşleri doğrultusunda müze için mekansal ve fiziksel gelişim, tematik gelişim ve vizyon, eser, koleksiyon korunması ve geliştirilmesi, tanıtım ve teşhir gibi konuları kapsayan yıllık ve beş yıllık koruma ve geliştirme projesi hazırlanır. Koruma ve geliştirme projesi kapsamında uygulamaları denetlemek, müzenin tanıtımını yapmak, müzeye bağış toplamak, onursal müze dostu ödülü vermek müze kurulunun yetkisindedir. Müze kurulu müzenin işleyişine dair her yıl düzenli olarak rapor hazırlar. Bakanlık bu raporları değerlendirmeye almak zorundadır.

c) Taşınmaz kültür varlığı niteliğindeki anıt eserler için ise, o esere münhasır anıt eser kurulu oluşturulur. Kurul; eserin bulunduğu yerdeki üniversitelerin ilgili bölümlerinden öğretim üyeleri, meslek odaları, sivil toplum örgütü temsilcileri ve yerel yönetimlerin temsilcileri ile eserin korunması ve geliştirilmesi için bağışta bulunanlardan Bakanlıkça uygun görülen kişiler ile bu eserler için tasarruf yetkisine sahip idarenin temsilcisinden oluşur. İlgili idarenin temsilcisi bu kurulun başkanıdır.

Kurul, eser için mekansal ve fiziksel gelişim, tematik gelişim ve vizyon, eserin korunması ve geliştirilmesi, tanıtım ve teşhir gibi konuları kapsayan yıllık ve beş yıllık koruma ve geliştirme projesi hazırlar. Koruma ve geliştirme projesi kapsamındaki uygulamalar, anıt eserin tanıtımını yapmak, anıt eser için bağış toplamak, onursal ödüller vermek anıt eser kurulunun yetkisindedir. Kurul; eserin korunması, yaşatılması ve geliştirilmesine ilişkin her yıl düzenli olarak rapor hazırlar. İlgili idareler bu raporları değerlendirmeye almak zorundadır.

Bu maddenin uygulanması ile ilgili usul ve esaslar Bakanlıkça hazırlanacak bir yönetmelikle düzenlenir.

**EK MADDE 3.** — 383 sayılı Özel Çevre Koruma Kurumu Başkanlığı Kurulmasına Dair Kanun Hükmünde Kararname, 2873 sayılı Millî Parklar Kanunu, 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu, 4533 sayılı Gelibolu Yarımadası Tarihi Millî Parkı Kanunu ile belirlenen alanlarda ek-2 maddenin (a) fıkrası hükümleri uygulanmaz.

**MADDE 18.** — 8.6.1959 tarihli ve 7338 sayılı Veraset ve İntikal Vergisi Kanununun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki (m) bendi eklenmiştir.

m) 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki tescilli taşınmaz kültür varlıklarının veraset ve intikal yoluyla devir ve iktisabına ilişkin işlemler.

**MADDE 19.** — 25.10.1984 tarihli ve 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanununun 17 nci maddesinin (2) numaralı fıkrasına aşağıdaki (d) bendi eklenmiştir.

d) 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki tescilli taşınmaz kültür varlıklarının rölöve, restorasyon ve restitüsyon projelerine münhasır olmak üzere, bu projelendirmelerden yararlananlara verilen mimarlık hizmetleri ile projelerin uygulanması kapsamında yapılacak teslimler.

İstisna kapsamına girecek mal ve hizmetler ile bunların asgarî standartları ve bu bendin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Maliye Bakanlığınca çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir.

**MADDE 20.** — 2.7.1964 tarihli ve 492 sayılı Harçlar Kanununun 59 uncu maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki (m) bendi eklenmiştir.

m) 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki tescilli taşınmaz kültür varlıklarının devir ve iktisabına ilişkin işlemler.

**MADDE 21.** — 4.1.2002 tarihli ve 4734 sayılı Kamu İhale Kanununun 3 üncü maddesine aşağıdaki (i) bendi eklenmiştir.

i) 21.7.1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki kültür varlıklarının rölöve, restorasyon, restitüsyon projeleri, sokak sağlıklılaştırma, çevre düzenleme projeleri ve bunların uygulamaları ile değerlendirme, muhafaza, nakil işleri ve kazı çalışmalarına ilişkin mal ve hizmet alımları,

**MADDE 22.** — 4734 sayılı Kanunun "Tanımlar" başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan "Rölöve projesi", "Restorasyon projesi" ve "Restitüsyon projesi" tanımları madde metninden çıkartılmıştır.

**MADDE 23.** — 4734 sayılı Kanunun 62 nci maddesinin (c) bendindeki "Kültür varlıklarının rölöve, restorasyon ve restitüsyon projelerine göre yapılacak onarım işleri, her bir kalem iş için birim fiyat teklif almak suretiyle ihale edilebilir." cümlesi madde metninden çıkartılmıştır.

**MADDE 24.** — 4734 sayılı Kanunun geçici 4 üncü maddesine son fıkraya olarak aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (i) bendine ilişkin esas ve usuller Maliye Bakanlığı, Kamu İhale Kurumu ve Bakanlık tarafından çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir."

**MADDE 25.** — Ekli listede yer alan kadrolar ihdas edilerek 190 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin eki (I) sayılı cetvelin Kültür ve Turizm Bakanlığına ilişkin bölümüne eklenmiştir.

**MADDE 26.** — 14.7.1965 tarihli ve 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun eki (II) sayılı Ek Gösterge Cetvelinin "4. Başbakanlık ve Bakanlıklarda" bölümüne, "Emlak Müdürü (Maliye Bakanlığı)" ibaresinden sonra gelmek üzere "Müze Başkanı (Kültür ve Turizm Bakanlığı)" ibareleri eklenmiştir.

**MADDE 27.** — 2863 sayılı Kanunun 21 inci maddesinin birinci ve ikinci fıkraları yürürlükten kaldırılmış ve maddeye aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Bu Kanun kapsamında tescil edilen taşınmaz kültür varlıkları için 29.6.2001 tarihli ve 4708 sayılı Yapı Denetimi Hakkında Kanun hükümleri uygulanmaz.

**MADDE 28.** — Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

**MADDE 29.** — Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.



**5228 Sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun**

**MADDE 28.** - 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 89 uncu maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Diğer indirimler

Madde 89- Gelir vergisi matrahının tespitinde, gelir vergisi beyannamesinde bildirilecek gelirlerden aşağıdaki indirimler yapılabilir:

1. Beyan edilen gelirin % 10'unu (bireysel emeklilik sistemi dışındaki şahıs sigorta primleri için, beyan edilen gelirin % 5'ini) ve asgarî ücretin yıllık tutarını aşmamak şartıyla, mükellefin şahsına, eşine ve küçük çocuklarına ait hayat, ölüm, kaza, hastalık, sakatlık, analık, doğum ve tahsil gibi şahıs sigorta primleri ile bireysel emeklilik sistemine ödenen katkı payları (sigortanın veya emeklilik sözleşmesinin Türkiye'de kâin ve merkezi Türkiye'de bulunan bir sigorta veya emeklilik şirketi nezdinde akdedilmiş olması, prim ve katkı tutarlarının gelirin elde edildiği yılda ödenmiş olması ve ücret geliri elde edenlerin ücretlerinin safi tutarının hesaplanması sırasında ayrıca indirilmemiş bulunması şartıyla, eşlerin veya çocukların ayrı beyanname vermeleri halinde, bunlara ait prim ve katkı payları kendi gelirlerinden indirilir).

Bakanlar Kurulu bu bentte yer alan oranları bir katına kadar artırmaya ve belirtilen haddi asgarî ücretin yıllık tutarının iki katını geçmemek üzere yeniden belirlemeye yetkilidir.

2. Beyan edilen gelirin % 5'ini aşmaması, Türkiye'de yapılması ve gelir veya kurumlar vergisi mükellefiyeti bulunan gerçek veya tüzel kişilerden alınacak belgelerle tevsik edilmesi şartıyla, mükellefin kendisi, eşi ve küçük çocuklarına ilişkin olarak yapılan eğitim ve sağlık harcamaları (mükerrer 121 inci madde çerçevesinde eğitim ve sağlık harcamaları nedeniyle vergi indiriminden yararlanan ücretliler, aynı harcamalarını bu hükümden yararlanarak matrahlarından indiremezler).

3. Serbest meslek faaliyetinde bulunan veya basit usulde vergilendirilen özürülerin beyan edilen gelirlerine, 31 inci maddede yer alan esaslara göre hesaplanan yıllık indirim (Bu indirimden bakmakla yükümlü olduğu özürü kişi bulunan serbest meslek erbabı ile hizmet erbabı (tevkifat matrahı dahil) da yararlanır.).

4. Genel ve özel bütçeli kamu idareleri, il özel idareleri, belediyeler, köyler ile kamu yararına çalışan dernekler ve Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflara yıllık toplamı beyan edilecek gelirin % 5'ini (kalkınmada öncelikli yöreler için % 10'unu) aşmamak üzere, makbuz karşılığında yapılan bağış ve yardımlar.

5. Genel ve özel bütçeli kamu idarelerine, il özel idarelerine, belediyelere ve köylere bağışlanan okul, sağlık tesisi ve yüz yatak (kalkınmada öncelikli yörelerde eli yatak) kapasitesinden az olmamak üzere öğrenci yurdu ile çocuk yuvası, yetiştirme yurdu, huzurevi, bakım ve rehabilitasyon merkezi inşası dolayısıyla yapılan harcamalar veya bu tesislerin inşası için bu kuruluşlara yapılan her türlü bağış ve yardımlar ile mevcut tesislerin faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için yapılan her türlü nakdî ve aynı bağış ve yardımların tamamı.

6. Fakirlere yardım amacıyla gıda bankacılığı faaliyetinde bulunan dernek ve vakıflara Maliye Bakanlığınca belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde bağışlanan gıda maddelerinin maliyet bedelinin tamamı.

7. Genel ve özel bütçeli kamu idareleri, il özel idareleri, belediyeler, köyler, kamu yararına çalışan dernekler, Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflar ve bilimsel araştırma faaliyetinde bulunan kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan ya da Kültür ve Turizm Bakanlığınca desteklenen veya desteklenmesi uygun görülen;

a) Kültür ve sanat faaliyetlerine ilişkin ticari olmayan ulusal veya uluslararası organizasyonların gerçekleştirilmesine,

b) Ülkemizin uygarlık birikiminin kültürü, sanatı, tarihi, edebiyatı, mimarisi ve somut olmayan kültürel mirası ile ilgili veya ülke tanıtımına yönelik kitap, katalog, broşür, film, kaset, CD ve DVD gibi manyetik, elektronik ve bilişim teknolojisi yoluyla üretilenler de dahil olmak üzere görsel, işitsel veya basılı materyallerin hazırlanması, bunlarla ilgili derleme ve araştırmaların yayınlanması, yurt içinde ve yurt dışında dağıtımı ve tanıtımının sağlanmasına,

c) Yazma ve nadir eserlerin korunması ve elektronik ortama aktarılması ile bu eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığınca koleksiyonuna kazandırılmasına,

d) 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki taşınmaz kültür varlıklarının bakımı, onarımı, yaşatılması, röleve, restorasyon, restitüsyon projeleri yapılması ve nakil işlerine,

e) Kurtarma kazıları, bilimsel kazı çalışmaları ve yüzey araştırmalarına,

f) Yurt dışındaki taşınmaz Türk kültür varlıklarının yerinde korunması veya ülkemize ait kültür varlıklarının Türkiye'ye getirilmesi çalışmalarına,

g) Kültür envanterinin oluşturulması çalışmalarına,

h) 2863 sayılı Kanun kapsamındaki taşınır kültür varlıkları ile güzel sanatlar, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki ürün ve eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı koleksiyonuna kazandırılması ve güvenliklerinin sağlanmasına,

i) Somut olmayan kültürel miras, güzel sanatlar, sinema, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki üretim ve etkinlikler ile bu alanlarda araştırma, eğitim veya uygulama merkezleri, atölye, stüdyo ve film platosu kurulması, bakım ve onarımı, her türlü araç ve teçhizatın tedariki ile film yapımına,

j) Kütüphane, müze, sanat galerisi ve kültür merkezi ile sinema, tiyatro, opera, bale ve konser gibi kültürel ve sanatsal etkinliklerin sergilendiği tesislerin yapımı, onarımı veya modernizasyon çalışmalarına,

**İlişkin harcamalar ile bu amaçla yapılan her türlü bağış ve yardımların % 100'ü (Bakanlar Kurulu, bölgeler ve faaliyet türleri itibariyle bu oranı yarısına kadar indirmeye veya kanuni oranına kadar çıkarmaya yetkilidir).**

8. 3289 sayılı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile 17.6.1992 tarihli ve 3813 sayılı Türkiye Futbol Federasyonu Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun kapsamında yapılan sponsorluk harcamalarının; amatör spor dalları için tamamı, profesyonel spor dalları için % 50'si.

9. Mükelleflerin, işletmeleri bünyesinde gerçekleştirdikleri münhasıran yeni teknoloji ve bilgi arayışına yönelik araştırma ve geliştirme harcamaları tutarının % 40'ı oranında hesaplanacak "Ar-Ge indirimi".

Araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile doğrudan ilişkili olmayan giderlerden ve tamamen araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde kullanılmayan amortisman tabii iktisadi kıymetler için hesaplanan amortisman tutarlarından verilen paylar üzerinden Ar-Ge indirimi hesaplanmaz. Ar-Ge indiriminden yararlanılacak harcamaların kapsamı ile uygulamadan yararlanılabilmesi için gerekli belgeleri ve usulleri belirlemeye Maliye Bakanlığı yetkilidir.

Bağış ve yardımın nakden yapılmaması halinde, bağışlanan veya yardımın konusunu teşkil eden mal veya hakkın varsa mukayyet değeri, yoksa Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre Takdir Komisyonunca tespit edilecek değeri esas alınır.

Önceki Sayfa

Yukarı

Kulturturizm.gov.tr'ye erişim için

- Microsoft Internet Explorer
- Windows Media Player kullanın



Sayfayı yazdırılabilir halde görmek için tıklayın

**5228 Sayılı Bazı Kanunlarda ve 178 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun**

**MADDE 32.** - 5422 sayılı Kanuna 14 üncü maddesinden sonra gelmek üzere aşağıdaki mükerrer 14 üncü madde eklenmiştir.

Zarar mahsubu ve diğer indirimler

**MÜKERRER MADDE 14.** - 1. Kurumlar vergisi matrahının tespitinde, kurumlar vergisi beyannamesi üzerinde ayrıca gösterilmek üzere, kurum kazancından aşağıdaki indirimler yapılır.

a) Her yıla ilişkin tutarlar ayrı ayrı gösterilmek ve beş yıldan fazla nakledilmemek koşuluyla geçmiş yılların malî bilançolarına göre meydana gelen zararlar (aynı sektörde faaliyet göstermesi, son beş yıla ilişkin kurumlar vergisi beyannamelerinin kanunî süresinde verilmiş olması koşullarıyla 37 ve 39 uncu maddeler çerçevesinde devir alınan kurumların, devir tarihi itibarıyla aktif toplamını geçmeyen zararları ile 38 inci maddede belirtilen bölünme işlemi sonucu münfesiş olan kurumun aktif toplamını geçmeyen zararları dahil).

Tam mükellefiyette yurt dışı faaliyetlerden doğan zararlar, faaliyette bulunulan ülkenin vergi kanunlarına göre beyan edilen vergi matrahlarının (zarar dahil) her yıl o ülke mevzuatına göre denetim yetkisi verilen kuruluşlarca rapora bağlanması ve bu raporun aslı ile tercüme edilmiş bir örneğinin Türkiye'deki ilgili vergi dairesine ibrazı halinde indirim konusu yapılır. Denetim kuruluşlarınınca hazırlanacak raporun ekinde yer alan vergi beyanlarının, bilanço ve kâr-zarar cetvellerinin o ülkedeki yetkili malî makamlarca onaylanması zorunludur. Faaliyette bulunulan ülkede denetim kuruluşu olmaması halinde, her yıla ait vergi beyannamesinin, o ülke yetkili makamlarından alınan birer örneğinin mahallindeki Türk elçilik ve konsoloslukları, yoksa orada Türk menfaatlerini koruyan ülkenin aynı mahiyetteki temsilcilerine onaylatılarak, aslının ve tercüme edilmiş bir örneğinin ilgili vergi dairesine ibrazı yeterlidir.

Türkiye'de indirim konusu yapılan yurt dışı zararın, ilgili ülkede de mahsup edilmesi veya gider yazılması halinde, Türkiye'deki beyannameye dahil edilecek yurt dışı kazanç, mahsup veya gider yazılmadan önceki tutardır.

Türkiye'de kurumlar vergisinden istisna edilen kazançlarla ilgili yurt dışı zararlar, yurt içindeki kazançlardan indirilmez.

b) Genel ve özel bütçeli kamu idarelerine, il özel idarelerine, belediyelere ve köylere, Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflara, kamu menfaatlerine yararlı sayılan derneklere ve bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunan kurum ve kuruluşlara makbuz karşılığında yapılan bağış ve yardımların toplamının o yıla ait kurum kazancının % 5'ine kadar olan kısmı.

c) (b) bendinde sayılan kamu kurum ve kuruluşlarına bağışlanan okul, sağlık tesisi, yüz yatak (kalkınmada öncelikli yörelerde elli yatak) kapasitesinden az olmamak üzere öğrenci yurdu ile çocuk yuvası, yetiştirme yurdu, huzurevi ve bakım ve rehabilitasyon merkezi inşası dolayısıyla yapılan harcamalar veya bu tesislerin inşası için bu kuruluşlara yapılan her türlü bağış ve yardımlar ile mevcut tesislerin faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için yapılan her türlü nakdî ve aynı bağış ve yardımların tamamı.

d) Genel ve özel bütçeli kamu idareleri ile il özel idareleri ve belediyeler, köyler ve kamu yararına çalışan dernekler, Bakanlar Kurulunca vergi muafiyeti tanınan vakıflar ve bilimsel araştırma faaliyetinde bulunan kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan ya da Kültür ve Turizm Bakanlığınca desteklenen veya desteklenmesi uygun görülen;

i. Kültür ve sanat faaliyetlerine ilişkin ticarî olmayan ulusal veya uluslararası organizasyonların gerçekleştirilmesine,

ii. Ülkemizin uygarlık birikiminin kültürü, sanatı, tarihi, edebiyatı, mimarisi ve somut olmayan kültürel mirası ile ilgili veya ülke tanıtımına yönelik kitap, katalog, broşür, film, kaset, CD ve DVD gibi manyetik, elektronik ve bilişim teknolojisi yoluyla üretilenler de dahil olmak üzere görsel, işitsel veya basılı materyallerin hazırlanması, bunlarla ilgili derleme ve araştırmaların yayınlanması, yurt içinde ve yurt dışında dağıtımı ve tanıtımının sağlanmasına,

iii. Yazma ve nadir eserlerin korunması ve elektronik ortama aktarılması ile bu eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığınca koleksiyonuna kazandırılmasına,

iv. 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki taşınmaz kültür varlıklarının bakımı, onarımı, yaşatılması, rölöve, restorasyon, restitüsyon projeleri yapılması ve nakil işlerine,

v. Kurtarma kazıları, bilimsel kazı çalışmaları ve yüzey araştırmalarına,



vi. Yurt dışındaki taşınmaz Türk kültür varlıklarının yerinde korunması veya ülkemize ait kültür varlıklarının Türkiye'ye getirilmesi çalışmalarına,

vii. Kültür envanterinin oluşturulması çalışmalarına,

viii. 2863 sayılı Kanun kapsamındaki taşınır kültür varlıkları ile güzel sanatlar, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki ürün ve eserlerin Kültür ve Turizm Bakanlığı koleksiyonuna kazandırılması ve güvenliklerinin sağlanmasına,

ix. Somut olmayan kültürel miras, güzel sanatlar, sinema, çağdaş ve geleneksel el sanatları alanlarındaki üretim ve etkinlikler ile bu alanlarda araştırma, eğitim veya uygulama merkezleri, atölye, stüdyo ve film platosu kurulması, bakım ve onarımı, her türlü araç ve teçhizatının tedariki ile film yapımına,

x. Kütüphane, müze, sanat galerisi ve kültür merkezi ile sinema, tiyatro, opera, bale ve konser gibi kültürel ve sanatsal etkinliklerin sergilendiği tesislerin yapımı, onarımı veya modernizasyon çalışmalarına,

**İlişkin harcamalar ile bağış ve yardımların % 100'ü (Bakanlar Kurulu, bölgeler ve faaliyet türleri itibariyle bu oranı yarısına kadar indirmeye veya kanunî oranına kadar çıkarmaya yetkilidir.).**

e) 3289 sayılı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile 3813 sayılı Türkiye Futbol Federasyonu Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun kapsamında yapılan sponsorluk harcamalarının; amatör spor dalları için tamamı, profesyonel spor dalları için % 50'si.

2. Bağış ve yardımın nakden yapılmaması halinde bağışlanan veya yardımın konusunu teşkil eden mal veya hakkın maliyet bedeli veya mukayyet değeri, bu değer mevcut değilse Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre takdir komisyonlarınca tespit edilecek değeri esas alınır.

3. Bu maddenin uygulamasıyla ilgili usul ve esasları belirlemeye Maliye Bakanlığı yetkilidir.

Önceki Sayfa

Yukarı

Kulturturizm.gov.tr'ye erişim için

- Microsoft Internet Explorer
- Windows Media Player kullanın



Sayfayı yazdırılabilir halde görmek için tıklayın

## 4734 - Kamu İhale Kanunu

R.G. Tarih: 22/01/2002	R.G.Sayı: 24648	Kanun No 4734
R.G. Tarih: 22/06/2002	R.G.Sayı: 24793	Kanun No 4761
R.G. Tarih: 15/08/2003	R.G.Sayı: 25200	Kanun No 4964
R.G. Tarih: 26/12/2003	R.G.Sayı: 25328	Kanun No 5020
R.G. Tarih: 07/05/2004	R.G.Sayı: 25455	Kanun No 5148
R.G. Tarih: 27/07/2004	R.G.Sayı: 25535	Kanun No 5226

# KAMU İHALE KANUNU

## BİRİNCİ KISIM Genel Hükümler

### BİRİNCİ BÖLÜM Uygulama İlkeleri

#### Amaç

**MADDE 1.** - Bu Kanunun amacı, kamu hukukuna tâbi olan veya kamunun denetimi altında bulunan veyahut kamu kaynağı kullanan kamu kurum ve kuruluşlarının yapacakları ihalelerde uygulanacak esas ve usulleri belirlemektir.

#### Kapsam

**MADDE 2.** - Aşağıda belirtilen idarelerin kullanımında bulunan her türlü kaynaktan karşılanan mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihaleleri bu Kanun hükümlerine göre yürütülür:

a) Genel bütçeye dahil daireler, katma bütçeli idareler, özel idareler ve belediyeler ile bunlara bağlı; döner sermayeli kuruluşlar, birlikler, tüzel kişiler.

b) (Değişik: 4964/ 1 md.) Kamu iktisadi kuruluşları ile iktisadi devlet teşekküllerinden oluşan kamu iktisadi teşebbüsleri.

c) (Değişik: 4964/ 1 md.) Sosyal güvenlik kuruluşları, fonlar, özel kanunlarla kurulmuş ve kendilerine kamu görevi verilmiş tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar (mesleki kuruluşlar ve vakıf yükseköğretim kurumları hariç) ile bağımsız bütçeli kuruluşlar.

d) (Değişik: 4761/ 10 md.) (a), (b) ve (c) bentlerinde belirtilenlerin doğrudan veya dolaylı olarak birlikte ya da ayrı ayrı sermayesinin yarısından fazlasına sahip buldukları her çeşit kuruluş, müessese, birlik, işletme ve şirketler.

e) 4603 sayılı Kanun kapsamındaki bankaların yapım ihaleleri.

(Değişik: 4964/ 1 md.) Ancak, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu ve bu Fonun hisselerine kısmen ya da tamamen sahip olduğu bankalar, 4603 sayılı Kanun kapsamındaki bankalar ( e) bendinde belirtilen yapım ihaleleri hariç) ile enerji, su, ulaştırma ve telekomünikasyon sektörlerinde faaliyet gösteren teşebbüs, işletme ve şirketler bu Kanun kapsamı dışındadır.

#### İstisnalar

**MADDE 3.-** (Değişik: 4964/ 2 md.)

a) Kanun kapsamına giren kuruluşlarca, kuruluş amacı veya mevzuatı gereği işlemek, değerlendirmek, iyileştirmek veya satmak üzere doğrudan üreticilerden veya ortaklarından yapılan tarım veya hayvancılıkla ilgili ürün alımları ile 6831 sayılı Orman Kanunu gereğince orman köyleri kalkındırma kooperatiflerinden ve

köylülerden yapılacak hizmet alımları,

b) Savunma, güvenlik ve istihbaratla ilgili mevzuat uyarınca gizlilik içinde yürütülmesi gerektiği, her bir ihale için ihale yetkilisince onaylanan; uçak, helikopter, gemi, denizaltı, tank, panzer, roket, füze gibi araç, silah, silah malzeme ve teçhizatı ve sistemleri ve harp malzemeleri ile bunların araştırma-geliştirme, eğitim, üretim, modernizasyon, yazılım ve mühimmat ihaleleri ile bunlarla ilgili sefer stokları, bakım, işletme ve idameye yönelik mal ve hizmetler, devlet güvenliği ve istihbaratı kapsamındaki hizmet, malzeme, teçhizat ve sistem alımları,

c) Uluslararası anlaşmalar gereğince sağlanan dış finansman ile yaptırılacak olan ve finansman anlaşmasında farklı ihale usul ve esaslarının uygulanacağı belirtilen mal veya hizmet alımları ile yapım işleri; uluslararası sermaye piyasalarından yapılacak borçlanmalara ilişkin her türlü danışmanlık ve kredi derecelendirme hizmetleri; Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasının banknot ve kıymetli evrak üretim ve basımı ile ilgili mal veya hizmet alımları, (Ek: 5148/ 2 md.) özelleştirme uygulamaları için 24.11.1994 tarihli ve 4046 sayılı Kanun çerçevesinde yapılacak her türlü danışmanlık hizmet alımları; hava taşımacılığı yapan teşebbüs, işletme ve şirketlerin ticari faaliyetlerine ilişkin mal ve hizmet alımları,

d) İdarelerin yabancı ülkelerdeki kuruluşlarının mal veya hizmet alımları ile yapım işleri; yurtdışında bulunan nakil vasıtalarının o yerden sağlanması zorunlu mal veya hizmet alımları,

e) Bu Kanun kapsamına giren kuruluşların; Adalet Bakanlığına bağlı ceza infaz kurumları, tutukevleri iş yurtları kurumları, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumuna bağlı huzurevleri ve yetiştirme yurtları, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı üretim yapan okullar ve merkezler, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığına bağlı enstitü ve üretme istasyonları ile Başbakanlık Basımevi işletmesi tarafından bizzat üretilen mal ve hizmetler için anılan kuruluşlardan, Devlet Malzeme Ofisi Ana Statüsünde yer alan mal ve malzemeler için Devlet Malzeme Ofisi Genel Müdürlüğünden, yük, yolcu veya liman hizmetleri için Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğünden, akaryakıt ve taşıt için Tasfiye İşleri Döner Sermaye İşletmeleri Genel Müdürlüğünden yapacakları alımlar,

f) Ulusal araştırma-geliştirme kurumlarının yürüttüğü ve desteklediği araştırma-geliştirme projeleri için gerekli olan mal ve hizmet alımları,

g) 2 nci maddenin birinci fıkrasının (b) ve (d) bentlerinde sayılan kuruluşların, ticari ve sınai faaliyetleri çerçevesinde; doğrudan mal ve hizmet üretimine veya ana faaliyetlerine yönelik ihtiyaçlarının temini için yapacakları, Hazine garantisi veya doğrudan bütçenin transfer tertibinden aktarma yapmak suretiyle finanse edilenler dışındaki yaklaşık maliyeti ve sözleşme bedeli iki trilyon üçyüz milyar Türk lirasını

(**üç trilyon üçyüzotuzbeş milyar yedi milyon Türk Lirasını**)<sup>\*</sup> aşmayan mal veya hizmet alımları,

h) Bu Kanun kapsamındaki idarelerin kendi özel mevzuatı uyarınca hak sahiplerine sağlayacakları teşhis ve tedaviye yönelik hizmet alımları ile tedavisi kurumlarınca üstlenilen kişilerin ayakta tedavisi sırasında reçeteye bağlanan ilaç ve tıbbi malzemelerin kişilerin alımları,

i) (Ek: 5226/ 21 md.) 21.7.1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamındaki kültür varlıklarının rölöve, restorasyon, restitüsyon projeleri, sokak sağlıklaştırma, çevre düzenleme projeleri ve bunların uygulamaları ile değerlendirme, muhafaza, nakil işleri ve kazı çalışmalarına ilişkin mal ve hizmet alımları,

Ceza ve ihalelerden yasaklama hükümleri hariç bu Kanuna tâbi değildir.

\* - Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 - 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

## Tanımlar

**MADDE 4.** - Bu Kanunun uygulanmasında;

**Mal :** Satın alınan her türlü ihtiyaç maddeleri ile taşınır ve taşınmaz mal ve hakları,

**Hizmet:** (Değişik: 4964/ 3 md.) Bakım ve onarım, taşıma, haberleşme, sigorta, araştırma ve geliştirme, muhasebe, piyasa araştırması ve anket, danışmanlık, mimarlık ve mühendislik, etüt ve proje, harita ve kadastro, imar uygulama, her ölçekte imar planı, tanıtım, basım ve yayım, temizlik, yemek hazırlama ve dağıtım, toplantı, organizasyon, sergileme, koruma ve güvenlik, meslekî eğitim, fotoğraf, film, fikrî ve güzel sanat, bilgisayar sistemlerine yönelik hizmetler ile yazılım hizmetlerini, taşınır ve taşınmaz mal ve hakların kiralanmasını ve benzeri diğer hizmetleri,

**Yapım :** Bina, karayolu, demiryolu, otoyol, havalimanı, rıhtım, liman, tersane, köprü, tünel, metro, viyadük, spor tesisi, alt yapı, boru iletim hattı, haberleşme ve enerji nakil hattı, baraj, enerji santrali, rafineri tesisi, sulama tesisi, toprak ıslahı, taşkın koruma ve dekapaj gibi her türlü inşaat işleri ve bu işlerle ilgili tesisat, imalat, ihzarat, nakliye, tamamlama, büyük onarım, restorasyon, çevre düzenlemesi, sondaj, yıkma, güçlendirme ve montaj işleri ile benzeri yapım işlerini,

**Tedarikçi :** Mal alımı ihalesine teklif veren gerçek veya tüzel kişileri veya bunların oluşturdukları ortak girişimleri,

**Hizmet sunucusu :** Hizmet alımı ihalesine teklif veren gerçek veya tüzel kişileri veya bunların oluşturdukları ortak girişimleri,

**Danışman :** Danışmanlık yapan, bilgi ve deneyimini idarenin yararı için kullanan, danışmanlığını yaptığı işin yüklenicileri ile hiçbir organik bağ içinde bulunmayan, idareden danışmanlık hizmeti karşılığı dışında hiçbir kazanç sağlamayan ve danışmanlık hizmetlerini veren hizmet sunucularını,

**Yapım müteahhidi :** Yapım işi ihalesine teklif veren gerçek veya tüzel kişileri veya bunların oluşturdukları ortak girişimleri,

**Aday :** Ön yeterlik için başvuran gerçek veya tüzel kişileri veya bunların oluşturdukları ortak girişimleri,

**Ortak girişim:** (Değişik: 4964/ 3 md.) İhaleye katılmak üzere birden fazla gerçek veya tüzel kişinin aralarında yaptıkları anlaşma ile oluşturulan iş ortaklığı veya konsorsiyumları,

**İstekli :** Mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalesine teklif veren tedarikçi, hizmet sunucusu veya yapım müteahhidini,

**Yerli istekli:** (Değişik: 4964/ 3 md.) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı gerçek kişiler ile Türkiye Cumhuriyeti kanunlarına göre kurulmuş tüzel kişilikleri,

**Yüklenici :** Üzerine ihale yapılan ve sözleşme imzalanan istekliyi,

**İdare :** İhaleyi yapan bu Kanun kapsamındaki kurum ve kuruluşları,

**İhale yetkilisi:** (Değişik: 4964/ 3 md.) İdarenin, ihale ve harcama yapma yetki ve sorumluluğuna sahip kişi veya kurulları ile usulüne uygun olarak yetki devri yapılmış görevlilerini,

**Başvuru belgesi :** Belli istekliler arasında ihale usulünde ön yeterliğe katılan aday tarafından yeterliğinin tespitinde kullanılmak üzere sunulan belgeleri,

**İhale dokümanı :** İhale konusu mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinde; isteklilere talimatları da içeren idari şartnameler ile yaptırılacak işin projesini de kapsayan teknik şartnameler, sözleşme tasarısı ve gerekli diğer belge ve bilgileri,

**Ön proje :** Belli bir yapının kesin ihtiyaç programına göre; gerekli arazi ve zemin araştırmaları yapılmadan, bilgilerin halihazır haritalardan alındığı, çevresel etki değerlendirme ve fizibilite raporları dahil elde edilen verilere dayanılarak hazırlanan plân, kesit, görünüş ve profillerin belirtildiği bir veya birkaç çözümü içeren projeyi,

**Kesin proje :** Belli bir yapının onaylanmış ön projesine göre; mümkün olan arazi ve zemin araştırmaları yapılmış olan, yapı elemanlarının ölçülendirilip boyutlandırıldığı, inşaat sistem ve gereçleri ile teknik özelliklerinin belirtildiği projeyi,

**Uygulama projesi :** Belli bir yapının onaylanmış kesin projesine göre yapının her türlü ayrıntısının belirtildiği projeyi,

**Rölöve projesi (Mülga: 5226/ 22 md.)**

**Restorasyon projesi (Mülga: 5226/ 22 md.)**

**Restitüsyon projesi (Mülga: 5226/ 22 md.)**

**İhale :** Bu Kanunda yazılı usul ve şartlarla mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin istekliler arasından seçilecek birisi üzerine bırakıldığını gösteren ve ihale yetkilisinin onayını müteakip sözleşmenin imzalanması ile tamamlanan işlemleri,

**Teklif:** Bu Kanuna göre yapılacak ihalelerde isteklinin idareye sunduğu fiyat teklifi ile değerlendirmeye esas belge ve/veya bilgileri,

**Açık ihale usulü:** Bütün isteklilerin teklif verebildiği usulü,

**Belli istekliler arasında ihale usulü:** Ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda idare tarafından davet edilen isteklilerin teklif verebildiği usulü,

**Pazarlık usulü:** Bu Kanunda belirtilen hallerde kullanılabilen, ihale sürecinin iki aşamalı olarak gerçekleştirildiği ve idarenin ihale konusu işin teknik detayları ile gerçekleştirme yöntemlerini ve belli hallerde fiyatı isteklilerle görüştüğü usulü,

**Doğrudan temin:** Bu Kanunda belirtilen hallerde ihtiyaçların, idare tarafından davet edilen isteklilerle teknik şartların ve fiyatın görüşülerek doğrudan temin edilebildiği usulü,

**Sözleşme:** Mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinde idare ile yüklenici arasında yapılan yazılı anlaşmayı,

**Kurum:** Kamu İhale Kurumunu,

**Kurul :** Kamu İhale Kurulunu,

İfade eder.

## **Temel İlkeler**

**MADDE 5. -** İdareler, bu Kanuna göre yapılacak ihalelerde; saydamlığı, rekabeti, eşit muameleyi, güvenilirliği, gizliliği, kamuoyu denetimini, ihtiyaçların uygun şartlarla ve zamanında karşılanmasını ve kaynakların verimli kullanılmasını sağlamakla sorumludur.

Aralarında kabul edilebilir doğal bir bağlantı olmadığı sürece mal alımı, hizmet alımı ve yapım işleri birarada ihale edilemez.

Eşik değerlerin altında kalmak amacıyla mal veya hizmet alımları ile yapım işleri kısımlara bölünemez.

Bu Kanuna göre yapılacak ihalelerde açık ihale usulü ve belli istekliler arasında ihale usulü temel usullerdir. Diğer ihale usulleri Kanunda belirtilen özel hallerde



kullanılabilir.

Ödeneği bulunmayan hiçbir iş için ihaleye çıkılamaz.

(Değişik: 4964/ 4 md.) İlgili mevzuatı gereğince Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) raporu gerekli olan işlerde ihaleye çıkılabilmesi için ÇED olumlu belgesinin alınmış olması zorunludur. Ancak, doğal afetlere bağlı olarak acilen ihale edilecek yapım işlerinde ÇED raporu aranmaz.

### **İhale Komisyonu**

**MADDE 6.** - İhale yetkilisi, biri başkan olmak üzere, ikisinin ihale konusu işin uzmanı olması şartıyla, ilgili idare personelinden en az dört kişinin, genel ve katma bütçeli kuruluşlarda maliye memurunun, diğerlerinde ise muhasebe veya malî işlerden sorumlu bir personelin katılımıyla kurulacak en az beş ve tek sayıda kişiden oluşan ihale komisyonunu, yedek üyeler de dahil olmak üzere görevlendirir.

(Değişik: 4964/ 5 md.) İhaleyi yapan idarede yeterli sayı veya nitelikte personel bulunmaması halinde, bu Kanun kapsamındaki idarelerden komisyona üye alınabilir.

Gerekli incelemeyi yapmalarını sağlamak amacıyla ihale işlem dosyasının birer örneği, ilân veya daveti izleyen üç gün içinde ihale komisyonu üyelerine verilir.

İhale komisyonu eksiksiz olarak toplanır. Komisyon kararları çoğunlukla alınır. Kararlarda çekimser kalmamaz. Komisyon başkanı ve üyeleri oy ve kararlarından sorumludur. Karşı oy kullanan komisyon üyeleri, gerekçesini komisyon kararına yazmak ve imzalamak zorundadır.

İhale komisyonunca alınan kararlar ve düzenlenen tutanaklar, komisyon başkan ve üyelerinin adları, soyadları ve görev unvanları belirtilerek imzalanır.

### **İhale İşlem Dosyası**

**MADDE 7.** - İhalesi yapılacak her iş için bir işlem dosyası düzenlenir. Bu dosyada ihale yetkilisinden alınan onay belgesi ve eki yaklaşık maliyete ilişkin hesap cetveli, ihale dokümanı, ilân metinleri, adaylar veya istekliler tarafından sunulan başvurular veya teklifler ve diğer belgeler, ihale komisyonu tutanak ve kararları gibi ihale süreci ile ilgili bütün belgeler bulunur.

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **İhaleye Katılım Kuralları**

#### **Eşik Değerler**

**MADDE 8.** - (Değişik: 4761/ 12 md.) Bu Kanunun 13 ve 63 üncü maddelerinin uygulanmasında yaklaşık maliyet dikkate alınarak kullanılacak eşik değerler aşağıda belirtilmiştir:

a) Genel bütçeye dahil daireler ve katma bütçeli idarelerin mal ve hizmet alımlarında üçyüzmilyar Türk Lirası. (üçyüzdoksansekiz milyar altıyüzseksenbeş milyon Türk Lirası)\*

b) Kanun kapsamındaki diğer idarelerin mal ve hizmet alımlarında beşyüzmilyar Türk Lirası. (altıyüzaltmışdört milyar dörtyüzyetmişbeş milyon Türk Lirası)\*

c) Kanun kapsamındaki idarelerin yapım işlerinde onbirtrilyon Türk Lirası. (ondört trilyon altıyüzonsekiz milyar dörtyüzaltmışbir milyon Türk Lirası)\*

(Son fıkra Mülga: 4761/ 12 md.)

### **Yaklaşık Maliyet**

**MADDE 9.** - (Değişik: 4964/ 6 md.) Mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalesi yapılmadan önce idarece, her türlü fiyat araştırması yapılarak katma değer vergisi hariç olmak üzere yaklaşık maliyet belirlenir ve dayanaklarıyla birlikte bir hesap cetvelinde gösterilir. Yaklaşık maliyete ihale ve ön yeterlik ilanlarında yer verilmez, isteklilere veya ihale süreci ile resmi ilişkisi olmayan diğer kişilere açıklanmaz.

### **İhaleye Katılımda Yeterlik Kuralları**

**MADDE 10.** - İhaleye katılacak isteklilerden, ekonomik ve malî yeterlik ile mesleki ve teknik yeterliklerinin belirlenmesine ilişkin olarak aşağıda belirtilen bilgi ve belgeler istenebilir:

a) Ekonomik ve malî yeterliğin belirlenmesi için;

1) Bankalardan temin edilecek isteklinin malî durumu ile ilgili belgeler,

2) (Değişik: 4964/ 7 md.) İsteklinin, ilgili mevzuatı uyarınca yayınlanması zorunlu olan bilançosu veya bilançosunun gerekli görülen bölümleri, yoksa bunlara eşdeğer belgeleri,

3) İsteklinin iş hacmini gösteren toplam cirosu veya ihale konusu iş ile ilgili taahhüdü altındaki ve bitirdiği iş miktarını gösteren belgeler.

b) Mesleki ve teknik yeterliğin belirlenmesi için;

1) İsteklinin, mevzuatı gereği ilgili odaya kayıtlı olarak faaliyette bulunduğunu ve teklif vermeye yasal olarak yetkili olduğunu kanıtlayan belgeler,

2) (Değişik: 4964/ 7 md.) İsteklinin ihale konusu iş veya benzer işlerde; mal ve hizmet alımları için son beş yıl içinde, yapım işleri için ise son on beş yıl içinde kamu veya özel sektörde o işe ait sözleşme bedelinin en az % 70'i oranında gerçekleştirdiği veya % 50'si oranında denetlediği veyahut yönettiği idarece kusursuz kabul edilen benzeri işlerle ilgili deneyimini gösteren belgeler,

3) İsteklinin üretim ve/veya imalat kapasitesine, araştırma-geliştirme faaliyetlerine ve kaliteyi sağlamasına yönelik belgeler,

4) İsteklinin organizasyon yapısına ve ihale konusu işi yerine getirmek için yeterli sayıda ve nitelikte personel çalıştırdığına veya çalıştıracığına ilişkin bilgi ve/veya belgeler,

5) İhale konusu hizmet veya yapım işlerinde isteklinin yönetici kadrosu ile işi yürütecek teknik personelinin eğitimi ve mesleki niteliklerini gösteren belgeler,

6) İhale konusu işin yerine getirilebilmesi için gerekli görülen tesis, makine, teçhizat ve diğer ekipmana ilişkin belgeler,

7) İstekliye doğrudan bağlı olsun veya olmasın, kalite kontrolden sorumlu olan ilgili teknik personel veya teknik kuruluşlara ilişkin belgeler,

8) İhale konusu işin ihale dokümanında belirtilen standartlara uygunluğunu gösteren, uluslararası kurallara uygun şekilde akredite edilmiş kalite kontrol kuruluşları tarafından verilen sertifikalar,

9) İdarenin talebi halinde doğruluğu teyit edilmek üzere, tedarik edilecek malların numuneleri, katalogları ve/veya fotoğrafları.

İhale konusu işin niteliğine göre yukarıda belirtilen bilgi veya belgelerden hangilerinin yeterlik değerlendirmesinde kullanılacağı, ihale dokümanında ve ihale veya ön yeterliğe ilişkin ilân veya davet belgelerinde belirtilir.



(Ek: 4761/ 13 md.) (Değişik: 4964/ 7 md.) Birinci fıkranın (b) bendinin (2) numaralı alt bendinde belirtilen belgelerden, yapım ve yapıyla ilgili hizmet işlerinde, denetleme veya yönetme görevi nedeniyle alınanlarda gerçek kişinin mühendis veya mimar olma şartı aranır. İş bitirme, yönetim veya denetim suretiyle elde edilecek belgeler, belge sahibi kişi veya kuruluşların dışındaki istekliler tarafından kullanılamaz, belgeler devredilemez, kiraya verilemez ve satılamaz. Bu belge sahiplerinin kuracakları veya ortak olacakları tüzel kişiliklerin ihaleye girebilmesinde tüzel kişiliğin yarısından fazla hissesine sahip olmaları, her ihalede bu oranın aranması ve teminat süresince bu oranın muhafaza edilmesi zorunludur. Yönetim faaliyetleri nedeniyle alınacak belgeler, en fazla beşte bir oranında dikkate alınır.

Aşağıda belirtilen durumlardaki istekliler ihale dışı bırakılır:

a) İflas eden, tasfiye halinde olan, işleri mahkeme tarafından yürütülen, konkordato ilân eden, işlerini askıya alan veya kendi ülkesindeki mevzuat hükümlerine göre benzer bir durumda olan.

b) İflası ilân edilen, zorunlu tasfiye kararı verilen, alacaklılara karşı borçlarından dolayı mahkeme idaresi altında bulunan veya kendi ülkesindeki mevzuat hükümlerine göre benzer bir durumda olan.

c) Türkiye'nin veya kendi ülkesinin mevzuat hükümleri uyarınca kesinleşmiş sosyal güvenlik prim borcu olan.

d) Türkiye'nin veya kendi ülkesinin mevzuat hükümleri uyarınca kesinleşmiş vergi borcu olan.

e) İhale tarihinden önceki beş yıl içinde, mesleki faaliyetlerinden dolayı yargı kararıyla hüküm giyen.

f) İhale tarihinden önceki beş yıl içinde, ihaleyi yapan idareye yaptığı işler sırasında iş veya meslek ahlakına aykırı faaliyetlerde bulunduğu bu idare tarafından ispat edilen.

g) İhale tarihi itibarıyla, mevzuatı gereği kayıtlı olduğu oda tarafından mesleki faaliyetten men edilmiş olan.

h) Bu maddede belirtilen bilgi ve belgeleri vermeyen veya yanıltıcı bilgi ve/veya sahte belge verdiği tespit edilen.

i) 11 inci maddeye göre ihaleye katılamayacağı belirtildiği halde ihaleye katılan.

j) 17 nci maddede belirtilen yasak fiil veya davranışlarda buldukları tespit edilen.

\* Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 - 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

## **İhaleye Katılamayacak Olanlar**

**MADDE 11.** - Aşağıda sayılanlar doğrudan veya dolaylı veya alt yüklenici olarak, kendileri veya başkaları adına hiçbir şekilde ihalelere katılamazlar:

a) Bu Kanun ve diğer kanunlardaki hükümler gereğince geçici veya sürekli olarak kamu ihalelerine katılmaktan yasaklanmış olanlar ile 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu kapsamına giren suçlardan ve organize suçlardan dolayı hükümlü bulunanlar.

b) İlgili mercilerce hileli iflas ettiğine karar verilenler.

c) İhaleyi yapan idarenin ihale yetkilisi kişileri ile bu yetkiye sahip kurullarda görevli kişiler.

d) İhaleyi yapan idarenin ihale konusu işle ilgili her türlü ihale işlemlerini

hazırlamak, yürütmek, sonuçlandırmak ve onaylamakla görevli olanlar.

e) (c) ve (d) bentlerinde belirtilen şahısların eşleri ve üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımları ile evlatlıkları ve evlat edinenleri.

f) (c), (d) ve (e) bentlerinde belirtilenlerin ortakları ile şirketleri (bu kişilerin yönetim kurullarında görevli bulunmadıkları veya sermayesinin % 10'undan fazlasına sahip olmadıkları anonim şirketler hariç).

İhale konusu işin danışmanlık hizmetlerini yapan yükleniciler bu işin ihalesine katılamazlar. Aynı şekilde, ihale konusu işin yüklenicileri de o işin danışmanlık hizmeti ihalelerine katılamazlar. Bu yasaklar, bunların ortaklık ve yönetim ilişkisi olan şirketleri ile bu şirketlerin sermayesinin yarısından fazlasına sahip oldukları şirketleri için de geçerlidir.

(Değişik: 4964/ 8 md.) İhaleyi yapan idare bünyesinde bulunan veya idare ile ilgili her ne amaçla kurulmuş olursa olsun vakıf, dernek, birlik, sandık gibi kuruluşlar ile bu kuruluşların ortak oldukları şirketler bu idarelerin ihalelerine katılamazlar.

Bu yasaklara rağmen ihaleye katılan istekliler ihale dışı bırakılarak geçici teminatları gelir kaydedilir. Ayrıca, bu durumun tekliflerin değerlendirmesi aşamasında tespit edilememesi nedeniyle bunlardan biri üzerine ihale yapılmışsa, teminatı gelir kaydedilerek ihale iptal edilir.

### **Şartnameler**

**MADDE 12.** - İhale konusu mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin her türlü özelliğini belirten idari ve teknik şartnamelerin idarelerce hazırlanması esastır. Ancak, mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin özelliği nedeniyle idarelerce hazırlanmasının mümkün olmadığı ihale yetkilisi tarafından onaylanması kaydıyla, teknik şartnameler bu Kanun hükümlerine göre hazırlanabilir.

İhale konusu mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin teknik kriterlerine ihale dokümanının bir parçası olan teknik şartnamelerde yer verilir. Belirlenecek teknik kriterler, verimliliği ve fonksiyonelliği sağlamaya yönelik olacak, rekabeti engelleyici hususlar içermeyecek ve bütün istekliler için fırsat eşitliği sağlayacaktır.

Teknik şartnamelerde, varsa ulusal ve/veya uluslararası teknik standartlara uygunluğu sağlamaya yönelik düzenlemeler de yapılır. Bu şartnamelerde teknik özelliklere ve tanımlamalara yer verilir. Belli bir marka, model, patent, menşei, kaynak veya ürün belirtilemez ve belirli bir marka veya modele yönelik özellik ve tanımlamalara yer verilmeyecektir.

Ancak, ulusal ve/veya uluslararası teknik standartların bulunmaması veya teknik özelliklerin belirlenmesinin mümkün olmaması hallerinde "veya dengi" ifadesine yer verilmek şartıyla marka veya model belirtilebilir.

### **İhale İlân Süreleri ve Kuralları**

**MADDE 13.** - (Değişik: 4964/ 9 md.) Bütün isteklilere tekliflerini hazırlayabilmeleri için yeterli süre tanımak suretiyle;

a) Yaklaşık maliyeti 8 inci maddede yer alan eşik değerlere eşit veya bu değerleri aşan ihalelerden;

1) Açık ihale usulü ile yapılacak olanların ilânları, ihale tarihinden en az kırk gün önce,

2) Belli istekliler arasında ihale usulü ile yapılacak olanların ön yeterlik ilânları, son başvuru tarihinden en az ondört gün önce,

3) Pazarlık usulü ile yapılacak olanların ilânları, ihale tarihinden en az yirmibeş gün önce,

Resmî Gazetede en az bir defa yayımlanmak suretiyle yapılır.

Yaklaşık maliyeti eşik değerlere eşit veya bu değerleri aşan belli istekliler arasında yapılacak ihalelerde ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda yeterliği belirlenen adaylara ihale gününden en az kırk gün önce davet mektubu gönderilmesi zorunludur.

b) Yaklaşık maliyeti 8 inci maddede belirtilen eşik değerlerin altında kalan ihalelerden;

1) Yaklaşık maliyeti otuz milyar Türk Lirasına (**kırküç milyar dörtyüzdoksandokuz milyon Türk Lirasına**)<sup>\*</sup> kadar olan mal veya hizmet alımları ile altmış milyar Türk Lirasına (**seksenaltı milyar dokuzyüzdoksandokuz milyon Türk Lirasına**)<sup>\*</sup> kadar olan yapım işlerinin ihalesi, ihale tarihinden en az yedi gün önce ihalenin ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin en az ikisinde,

2) Yaklaşık maliyeti otuz milyar (**kırküç milyar dörtyüzdoksandokuz milyon Türk Lirası**)<sup>\*</sup> ile altmış milyar Türk Lirası (**seksenaltı milyar dokuzyüzdoksandokuz milyon Türk Lirası**)<sup>\*</sup> arasında olan mal veya hizmet alımları ile altmış milyar (**seksenaltı milyar dokuzyüzdoksandokuz milyon Türk Lirası**)<sup>\*</sup> ile beşyüz milyar Türk Lirası (**yedyüzyirmibeş milyar Türk Lirası**)<sup>\*</sup> arasında olan yapım işlerinin ihalesi, ihale tarihinden en az ondört gün önce Resmî Gazetede ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin birinde,

3) Yaklaşık maliyeti altmış milyar Türk Lirasının (**seksenaltı milyar dokuzyüzdoksandokuz milyon Türk Lirasının**)<sup>\*</sup> üzerinde ve eşik değerinin altında olan mal veya hizmet alımları ile beşyüz milyar Türk Lirasının (**yedyüzyirmibeş milyar Türk Lirasının**)<sup>\*</sup> üzerinde ve eşik değerinin altında olan yapım işlerinin ihalesi, ihale tarihinden en az yirmibir gün önce Resmî Gazetede ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin birinde,

En az birer defa yayımlanmak suretiyle ilân edilerek duyurulur.

Yaklaşık maliyeti 8 inci maddede yer alan eşik değerlerin altında kalan belli istekliler arasında yapılacak ihalelerde ön yeterlik ilanlarının son başvuru tarihinden en az yedi gün önce (b) bendindeki süre hariç diğer usullere göre yapılması ve ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda yeterliği belirlenen adaylara ihale gününden önce (b) bendindeki sürelerle göre davet mektubu gönderilmesi zorunludur.

İlan edilecek ihalelerden hangilerinin, ayrıca Basın İlân Kurumu aracılığıyla Türkiye çapında dağıtımı olan gazetelerin birinde ilân edileceğini belirlemeye Kurum yetkilidir.

İhalenin yapılacağı yerde gazete çıkmaması halinde ilân, aynı süreler içinde ilgili idare ile hükümet ve belediye binalarının ilân tahtalarına asılacak yazılar ve belediye yayın araçları ile yapılır. Bu işlemler bir tutanakla belgelenir.

İdareler, yukarıda belirtilen zorunlu ilanların dışında işin önem ve özelliğine göre ihaleleri, uluslararası ilan veya yurt içinde çıkan başka gazeteler veya yayın araçları, bilgi işlem ağı veya elektronik haberleşme (internet) yolu ile de ayrıca ilan edebilir. Ancak, uluslararası ilan yapılması halinde yukarıda belirtilen asgari ilan sürelerine oniki gün eklenir.

\*

— Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 – 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

## Ortak Girişimler

**MADDE 14.** - (Değişik: 4964/ 10 md.) Ortak girişimler birden fazla gerçek veya tüzel kişi tarafından iş ortaklığı veya konsorsiyum olarak iki türlü oluşturulabilir. İş ortaklığı üyeleri, hak ve sorumluluklarıyla işin tümünü birlikte yapmak üzere, konsorsiyum üyeleri ise, hak ve sorumluluklarını ayırarak işin kendi uzmanlık alanlarıyla ilgili kısımlarını yapmak üzere ortaklık yaparlar. İş ortaklığı her türlü ihaleye teklif verebilir. Ancak idareler, işin farklı uzmanlıklar gerektirmesi durumunda, ihaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceğini ihale dokümanında belirtirler. İhale aşamasında ortak girişimden kendi aralarında bir iş ortaklığı veya konsorsiyum yaptıklarına dair anlaşma istenir. İş ortaklığı anlaşmalarında pilot ortak, konsorsiyum anlaşmalarında ise koordinatör ortak belirtilir. İhalenin iş ortaklığı veya konsorsiyum üzerinde kalması halinde, sözleşme imzalanmadan önce noter tasdikli iş ortaklığı veya konsorsiyum sözleşmesinin verilmesi gerekir. İş ortaklığı anlaşma ve sözleşmesinde, iş ortaklığını oluşturan, gerçek veya tüzel kişilerin taahhüdün yerine getirilmesinde müştereken ve müteselsilen sorumlu oldukları, konsorsiyum anlaşma ve sözleşmesinde ise, konsorsiyumu oluşturan gerçek veya tüzel kişilerin, işin hangi kısmını taahhüt ettikleri ve taahhüdün yerine getirilmesinde koordinatör ortak aracılığıyla aralarındaki koordinasyonu sağlayacakları belirtilir.

## Alt Yükleniciler

**MADDE 15.** - İhale konusu işin özelliği nedeniyle ihtiyaç görülmesi halinde, ihale aşamasında isteklilerden alt yüklenicilere yaptırmayı düşündükleri işleri belirtmeleri, sözleşme imzalamadan önce de alt yüklenicilerin listesini idarenin onayına sunmaları istenebilir. Ancak bu durumda, alt yüklenicilerin yaptıkları işlerle ilgili sorumluluğu yüklenicinin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.

## İhale Saatinden Önce İhalenin İptal Edilmesi (Değişik: 4964/ 11 md.)

**MADDE 16.** - İdarenin gerekli gördüğü veya ihale dokümanında yer alan belgelerde ihalenin yapılmasına engel olan ve düzeltilmesi mümkün bulunmayan hususların bulunduğu tespit edildiği hallerde ihale saatinden önce ihale iptal edilebilir.

Bu durumda, iptal nedeni belirtilmek suretiyle ihalenin iptal edildiği isteklilere hemen ilân edilerek duyurulur. Bu aşamaya kadar teklif vermiş olanlara ihalenin iptal edildiği ayrıca tebliğ edilir. İhalenin iptal edilmesi halinde, verilmiş olan bütün teklifler reddedilmiş sayılır ve bu teklifler açılmaksızın isteklilere iade edilir. İhalenin iptal edilmesi nedeniyle isteklilerce idareden herhangi bir hak talebinde bulunulamaz.

İhalenin iptal edilmesi durumunda, iptal nedenleri gözden geçirilerek yeniden ihaleye çıkılabilir.

## Yasak Fiil veya Davranışlar

**MADDE 17.** - İhalelerde aşağıda belirtilen fiil veya davranışlarda bulunmak yasaktır

a) Hile, vaat, tehdit, nüfuz kullanma, çıkar sağlama, anlaşma, irtikap, rüşvet suretiyle veya başka yollarla ihaleye ilişkin işlemlere fesat karıştırmak veya buna teşebbüs etmek.

b) İsteklileri tereddüde düşürmek, katılımı engellemek, isteklilere anlaşma teklifinde bulunmak veya teşvik etmek, rekabeti veya ihale kararını etkileyecek davranışlarda bulunmak.



c) Sahte belge veya sahte teminat düzenlemek, kullanmak veya bunlara teşebbüs etmek.

d) Alternatif teklif verebilme halleri dışında, ihalelerde bir istekli tarafından kendisi veya başkaları adına doğrudan veya dolaylı olarak, asaleten ya da vekaleten birden fazla teklif vermek.

e) 11 inci maddeye göre ihaleye katılamayacağı belirtildiği halde ihaleye katılmak.

Bu yasak fiil veya davranışlarda bulunanlar hakkında bu Kanunun Dördüncü Kısmında belirtilen hükümler uygulanır.

## İKİNCİ KISIM İhale Süreci

### BİRİNCİ BÖLÜM İhale Usulleri ve Uygulaması

#### Uygulanacak İhale Usulleri

**MADDE 18.** - İdarelerce mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalelerinde aşağıdaki usullerden biri uygulanır:

a) Açık ihale usulü.

b) Belli istekliler arasında ihale usulü.

c) Pazarlık usulü.

d) (Mülga: 4964/ 12 md.)

#### Açık İhale Usulü

**MADDE 19.** - Açık ihale usulü, bütün isteklilerin teklif verebildiği usuldür.

#### Belli İstekliler Arasında İhale Usulü

**MADDE 20.** - Belli istekliler arasında ihale usulü, yapılacak ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda idarece davet edilen isteklilerin teklif verebildiği usuldür. İşin özelliğinin uzmanlık ve/veya yüksek teknoloji gerektirmesi nedeniyle açık ihale usulünün uygulanmadığı mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalesi bu usule göre yaptırılabilir.

(İkinci fıkra Mülga: 4964/ 13 md.)

(Değişik: 4964/ 13 md.) 10 uncu maddeye uygun olarak belirlenen ve ön yeterlik dokümanı ile ön yeterlik ilânında belirtilen değerlendirme kriterlerine göre adayların ön yeterlik değerlendirmesi yapılır. Belirtilen asgari yeterlik koşullarını sağlayamayanlar yeterli kabul edilmez. (Son cümle Mülga: 4964/ 13 md.)

(Değişik: 4964/ 13 md.) Ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda yeterli bulunmayan adaylara da yeterli bulunmama gerekçeleri yazılı olarak bildirilir. İşin niteliğine göre rekabeti engellemeyecek şekilde 40 ıncı maddeye uygun olarak belirlenen ve ihale dokümanı ile davet mektubunda belirtilen değerlendirme kriterlerine göre tekliflerin değerlendirilmesi yapılarak ihale sonuçlandırılır. İhaleye davet edilebilecek aday sayısının beşten az olması veya teklif veren istekli sayısının üçten az olması halinde ihale iptal edilir.

Teklif veren istekli sayısının üçten az olması nedeniyle ihalenin iptal edilmesi

durumunda, ihale dokümanı gözden geçirilerek varsa hatalar ve eksiklikler giderilmek suretiyle, ön yeterliği tespit edilen bütün istekliler tekrar davet edilerek ihale sonuçlandırılabilir.

### **Pazarlık Usulü**

**MADDE 21.** - Aşağıda belirtilen hallerde pazarlık usulü ile ihale yapılabilir:

- a) Açık ihale usulü veya belli istekliler arasında ihale usulü ile yapılan ihale sonucunda teklif çıkmaması.
- b) Doğal afetler, salgın hastalıklar, can veya mal kaybı tehlikesi gibi ani ve beklenmeyen veya idare tarafından önceden öngörülemeyen olayların ortaya çıkması üzerine ihalenin ivedi olarak yapılmasının zorunlu olması.
- c) Savunma ve güvenlikle ilgili özel durumların ortaya çıkması üzerine ihalenin ivedi olarak yapılmasının zorunlu olması.
- d) İhalenin, araştırma ve geliştirme sürecine ihtiyaç gösteren ve seri üretime konu olmayan nitelikte olması.
- e) İhale konusu mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin özgün nitelikte ve karmaşık olması nedeniyle teknik ve malî özelliklerinin gerekli olan netlikte belirlenememesi.
- f) (Ek: 4964/ 14 md.) İdarelerin yaklaşık maliyeti elli milyar Türk Lirasına (**yetmişiki milyar dörtyüzdoksan dokuz milyon Türk Lirasına**)<sup>\*</sup> kadar olan mamul mal, malzeme veya hizmet alımları.

(Değişik: 4964/ 14 md.) (b), (c) ve (f) bentlerinde belirtilen hallerde ilan yapılması zorunlu değildir. Ancak, bu bentlere göre yapılacak ihalelere en az üç istekli davet edilmelidir.

İlan yapılacak hallerde, ilânda ihale konusu alanda faaliyet gösteren ve idarece yeterliği tespit edilen adaylar ile görüşme yapılacağı belirtilir. Gerek ilân yapılan gerekse ilân yapılmayan hallerde, sadece idare tarafından 10 uncu maddeye uygun olarak belirlenen ve ihale dokümanında belirtilen değerlendirme kriterlerine göre yeterliği tespit edilenler ile görüşme yapılır.

(Ek: 4964/ 14 md.) (a), (d) ve (e) bentlerine göre yapılacak ihalelerde istekliler, öncelikle ihale konusu işin teknik detayları ve gerçekleştirme yöntemleri gibi hususlarda fiyatı içermeyen ilk tekliflerini sunar. İdarenin ihtiyaçlarını en uygun şekilde karşılayacak yöntem ve çözümler üzerine ihale komisyonu her bir istekli ile görüşür. Teknik görüşmeler sonucunda şartların netleşmesi üzerine bu şartları karşılayabilecek isteklilerden, gözden geçirilerek şartları netleştirilmiş teknik şartnameye dayalı olarak fiyat tekliflerini de içerecek şekilde son tekliflerini vermeleri istenir.

(a), (b) ve (c) bentlerine göre yapılacak ihalelerde, verilen son teklifler üzerinde fiyat görüşmesi yapılarak ihale sonuçlandırılır.

(a), (d) ve (e) bentlerine göre yapılacak ihalelerde teklif veren istekli sayısının üçten az olması halinde ihale iptal edilir.

(Ek: 4964/ 14 md.) (f) bendi kapsamında yapılan mal alımlarında, malın sözleşme yapma süresi içinde teslim edilmesi ve bunun idarece uygun bulunması halinde, sözleşme yapılması ve kesin teminat alınması zorunlu değildir.

\*  
- Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 – 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.



## Doğrudan Temin

**MADDE 22.** - (Değişik: 4964/ 15 md.) Aşağıda belirtilen hallerde ihtiyaçların ilan yapılmaksızın ve teminat alınmaksızın doğrudan temini usulüne başvurulabilir.

a) İhtiyacın sadece gerçek veya tüzel tek kişi tarafından karşılanabileceğinin tespit edilmesi.

b) Sadece gerçek veya tüzel tek kişinin ihtiyaç ile ilgili özel bir hakka sahip olması.

c) Mevcut mal, ekipman, teknoloji veya hizmetlerle uyumun ve standardizasyonun sağlanması için zorunlu olan mal ve hizmetlerin, asıl sözleşmeye dayalı olarak düzenlenecek ve toplam süreleri üç yılı geçmeyecek sözleşmelerle ilk alım yapılan gerçek veya tüzel kişiden alınması.

d) Büyükşehir belediyesi sınırları dahilinde bulunan idarelerin on beş milyar (yirmibir milyar yediyüzkırkdokuz milyon Türk Lirası)\*, diğer idarelerin beş milyar Türk Lirasını (yedi milyar ikiyüzkırkdokuz milyon Türk Lirasını)\*\* aşmayan ihtiyaçları ile temsil ağırlama faaliyetleri kapsamında yapılacak konaklama, seyahat ve işeye ilişkin alımlar.

e) İdarelerin ihtiyacına uygun taşınmaz mal alımı veya kiralanması.

f) Özelliğinden dolayı stoklama imkanı bulunmayan ve acil durumlarda kullanılacak olan ilaç, tıbbi sarf malzemeleri ile test ve tetkik sarf malzemesi alımları.

g) Milletlerarası tahkim yoluyla çözülmesi öngörülen uyuşmazlıklarla ilgili davalarda, Kanun kapsamındaki idareleri temsil ve savunmak üzere Türk veya yabancı uyruklu avukatlardan ya da avukatlık ortaklıklarından yapılacak hizmet alımları.

h) (Ek: 5020 / 28 md.) 4353 sayılı Kanunun 22 nci ve 36 ncı maddeleri uyarınca Türk veya yabancı uyruklu avukatlardan hizmet alımları.

Bu maddeye göre yapılacak alımlarda, ihale komisyonu kurma ve 10 uncu maddede sayılan yeterlik kurallarını arama zorunluluğu bulunmaksızın, ihale yetkilisince görevlendirilecek kişi veya kişiler tarafından piyasada fiyat araştırması yapılarak ihtiyaçlar temin edilir.

\*

— Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 – 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

\*\*

— Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 – 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

## Tasarım Yarışmaları

**MADDE 23.** - İdareler gerekli gördükleri mimarlık, peyzaj mimarlığı, mühendislik, kentsel tasarım projeleri, şehir ve bölge plânlama ve güzel sanat eserleri ile ilgili bir plân veya tasarım projesi elde edilmesine yönelik olarak, ilgili mevzuatında belirlenecek usul ve esaslara göre rekabeti sağlayacak şekilde ilân yapılmak suretiyle, jüri tarafından değerlendirme yapılmak üzere ödüllü veya ödüksüz yarışma yaptırabilir.

## İKİNCİ BÖLÜM

## İhale ve Ön Yeterliğin İlanı, İhale Dokümanının Verilmesi

### İhale İlanlarında Bulunması Zorunlu Hususlar

**MADDE 24.** - İhale dokümanında belirtilmeyen hususlara ilânlarda yer verilemez. İhale ilânlarında aşağıdaki hususların belirtilmesi zorunludur:

- a) İdarenin adı, adresi, telefon ve faks numarası.
- b) İhalenin adı, niteliği, türü, miktarı.
- c) Mal alımı ihalelerinde teslim yeri, hizmet alımı ve yapım ihalelerinde ise işin yapılacağı yer.
- d) İhale konusu işe başlama ve işi bitirme tarihi.
- e) Uygulanacak ihale usulü, ihaleye katılabilme şartları ve istenilen belgelerin neler olduğu.
- f) Yeterlik değerlendirmesinde uygulanacak kriterler.
- g) İhalenin sadece yerli isteklilere açık olup olmadığı ve yerli istekliler lehine fiyat avantajı uygulanıp uygulanmayacağı.
- h) İhale dokümanının nerede görülebileceği ve hangi bedelle alınacağı.
- i) (Değişik: 4964/ 16 md.) İhalenin nerede, hangi tarih ve saatte yapılacağı.
- j) Tekliflerin ihale saatine kadar nereye verileceği.
- k) Teklif ve sözleşme türü.
- l) (Değişik: 4964/ 16 md.) Teklif edilen bedelin % 3'ünden az olmamak üzere, isteklilerce belirlenecek tutarda geçici teminat verileceği.
- m) Tekliflerin geçerlilik süresi.
- n) (Ek: 4964/ 16 md.) İhaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceği.

### Ön Yeterlik İlanlarında Bulunması Zorunlu Hususlar

**MADDE 25.** - Ön yeterlik dokümanında belirtilmeyen hususlara ilânlarda yer verilemez. Ön yeterlik ilânlarında aşağıdaki hususların belirtilmesi zorunludur:

- a) İdarenin adı, adresi, telefon ve faks numarası.
- b) İhalenin adı, niteliği, türü, miktarı.
- c) Mal alımı ihalelerinde teslim yeri, hizmet alımı ve yapım ihalelerinde ise işin yapılacağı yer.
- d) İhale konusu işin başlama ve bitirme tarihi.
- e) Ön yeterliğe katılabilme şartları ve istenilen belgelerin neler olduğu.
- f) Ön yeterlik değerlendirmesinde uygulanacak kriterler.
- g) İhalenin sadece yerli isteklilere açık olup olmadığı ve yerli istekliler lehine fiyat avantajı uygulanıp uygulanmayacağı.
- h) Ön yeterlik dokümanının nerede görülebileceği ve hangi bedelle alınacağı.
- i) Ön yeterlik başvurusunun sunulacağı yer ile son başvuru tarih ve saati.
- j) (Ek: 4964/ 17 md.) İhaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceği.

### İlanın Uygun Olmaması

**MADDE 26.** - 13, 24 ve 25 inci maddelerdeki hükümlere uygun olmayan ilânlar geçersizdir. Bu durumda, ilân bu maddelere uygun bir şekilde yenilenmedikçe ihale veya ön yeterlik yapılamaz.

Ancak, 13 üncü maddede belirtilen ilânın yapılmaması veya ilân sürelerine uyulmaması halleri hariç, yapılan ilânlarda 24 ve 25 inci madde hükümlerine uygun olmayan hatalar bulunması durumunda, idarelerce ilânların yayımlanmasını takibeden on gün içinde hatalı hususlar için düzeltme ilânı yapılmak suretiyle ihale veya ön yeterlik gerçekleştirilebilir.

### **İhale ve Ön Yeterlik Dokümanının İçeriği ve İdari Şartnamede Yer Alması Zorunlu Hususlar**

**MADDE 27.** - İhale dokümanında; isteklilere talimatları da içeren idari şartnameler ile yaptırılacak işin projesini de kapsayan teknik şartnameler, sözleşme tasarısı ve gerekli diğer belge ve bilgiler bulunur. Ön yeterlik dokümanında ise adaylarda aranılan şartlara, ön yeterlik kriterlerine ve gerekli diğer belge ve bilgilere yer verilir.

İdari şartnamede ihale konusuna göre asgari aşağıdaki hususların belirtilmesi zorunludur:

- a) İşin adı, niteliği, türü ve miktarı, hizmetlerde iş tanımı.
- b) İdarenin adı, adresi, telefon ve faks numarası.
- c) İhale usulü, ihale tarih ve saati ile tekliflerin nereye verileceği.
- d) İsteklilere talimatlar.
- e) İsteklilerde aranılan şartlar, belgeler ve yeterlik kriterleri.
- f) İhale dokümanında açıklama isteme ve yapıma yöntemleri.
- g) Tekliflerin geçerlilik süresi.
- h) (Değişik: 4964/ 18 md.) İhaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceği, ihale konusu işin tamamına veya bir kısmına teklif verilmesinin mümkün olup olmadığı, mal alımı ihalelerinde alternatif teklif veriliş ve verilemeyeceği, verilebilecekse alternatif tekliflerin nasıl değerlendirileceği.
- i) Ulaşım, sigorta, vergi, resim ve harç giderlerinden hangisinin teklif fiyatına dahil olacağı.
- j) Tekliflerin alınması, açılması ve değerlendirilmesinde uygulanması gereken ve bu Kanunda belirtilen usul ve esaslar.
- k) İhale kararının alınmasından sözleşmenin imzalanmasına kadar uygulanması gereken ve bu Kanunda belirtilen usul ve esaslar.
- l) İhalenin sadece yerli isteklilere açık olup olmadığı ve yerli istekliler lehine fiyat avantajı uygulanıp uygulanmayacağı.
- m) Teklif ve sözleşme türü.
- n) Geçici ve kesin teminat oranları ile teminatlara ait şartlar.
- o) (Değişik: 4964/ 18 md.) İhale saatinden önce ihalenin iptal edilmesinde idarenin serbest olduğu.
- p) Bütün tekliflerin reddedilmesi ve ihalenin iptal edilmesinde idarenin serbest olduğu.
- r) İhale konusu işin başlama ve bitirme tarihi, yapıma yeri, teslim şartları ve gecikme halinde alınacak cezalar.
- s) Ödeme yeri ve şartlarıyla avans veriliş ve verilmeyeceği, verilecekse şartları ve miktarı ile sözleşme konusu işler için eğer ödenecekse fiyat farkının ne şekilde

ödeneyeceği.

t) (Değişik: 4964/ 18 md.) Süre uzatımı verilebilecek haller ve şartları ile sözleşme kapsamında yaptırılacak iş artışları ile iş eksilişi durumunda karşılıklı yükümlülükler.

u) Vergi, resim ve harçlar ile sözleşme ile ilgili diğer giderlerin kimin tarafından ödeneceği.

v) Yapım işlerinde iş ve işyerinin sigortalanması ile yapı denetimi ve sorumluluğuna ilişkin şartlar.

y) Denetim, muayene ve kabul işlemlerine ilişkin şartlar.

z) Anlaşmazlıkların çözümü.

### **İhale ve Ön Yeterlik Dokümanının Verilmesi**

**MADDE 28.** - (Değişik: 4964/ 19 md.) İhale ve ön yeterlik dokümanı idarede bedelsiz görülebilir. Ancak, ön yeterlik veya ihaleye katılmak isteyen isteklilerin bu dokümanı satın almaları zorunludur. Doküman bedeli, basım maliyetini aşmayacak ve rekabeti engellemeyecek şekilde idarelerce tespit edilir.

### **İhale Dokümanında Değişiklik veya Açıklama Yapılması**

**MADDE 29.** - İlân yapıldıktan sonra ihale dokümanında değişiklik yapılmaması esastır. Değişiklik yapılması zorunlu olursa, bunu gerektiren sebep ve zorunluluklar bir tutanakla tespit edilerek önceki ilânlar geçersiz sayılır ve iş yeniden aynı şekilde ilân olunur.

Ancak, ilân yapıldıktan sonra, tekliflerin hazırlanmasını veya işin gerçekleştirilmesini etkileyebilecek maddi veya teknik hatalar veya eksikliklerin idarece tespit edilmesi veya isteklilerce yazılı olarak bildirilmesi halinde, ihale dokümanında değişiklikler yapılabilir. Yapılan bu değişikliklere ilişkin ihale dokümanının bağlayıcı bir parçası olan zeyilname, son teklif verme gününden en az on gün öncesinde bilgi sahibi olmalarını temin edecek şekilde ihale dokümanı alanların tamamına gönderilir. Zeyilname ile yapılan değişiklikler nedeniyle tekliflerin hazırlanabilmesi için ek süreye ihtiyaç duyulması halinde, ihale tarihi bir defaya mahsus olmak üzere en fazla yirmi gün zeyilname ile ertelenebilir. Zeyilname düzenlenmesi halinde, teklifini bu düzenlemeden önce vermiş olan isteklilere tekliflerini geri çekerek, yeniden teklif verme imkanı sağlanır.

Ayrıca, istekliler tekliflerini hazırlarken ihale dokümanında açıklanmasına ihtiyaç duyulan hususlarla ilgili olarak son teklif verme gününden yirmi gün öncesine kadar yazılı olarak açıklama talep edebilir. Bu talebin idarece uygun görülmesi halinde yapılacak açıklama, bu tarihe kadar ihale dokümanı alan bütün isteklilere son teklif verme gününden on gün öncesinde bilgi sahibi olmalarını temin edecek şekilde ve açıklama talebinde bulunan istekli belirtilmeksizin yazılı olarak gönderilir.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **Tekliflerin ve Başvuruların Sunulması**

#### **Tekliflerin Hazırlanması ve Sunulması**

**MADDE 30.** - Teklif mektubu ve geçici teminat da dahil olmak üzere ihaleye katılabilme şartı olarak istenilen bütün belgeler bir zarfa konulur. Zarfın üzerine isteklinin adı, soyadı veya ticaret unvanı, tebligata esas açık adresi, teklifin hangi işe ait olduğu ve ihaleyi yapan idarenin açık adresi yazılır. Zarfın yapııştırılan yeri

istekli tarafından imzalanır ve mühürlenir.

Teklif mektupları yazılı ve imzalı olarak sunulur. Teklif mektubunda ihale dokümanının tamamen okunup kabul edildiğinin belirtilmesi, teklif edilen bedelin rakam ve yazı ile birbirine uygun olarak açıkça yazılması, üzerinde kazıntı, silinti, düzeltme bulunmaması ve teklif mektubunun ad, soyad veya ticaret unvanı yazılmak suretiyle yetkili kişilerce imzalanmış olması zorunludur. Mal alımı ihalelerinde, ihale dokümanında alternatif teklif verilebileceğine dair hüküm bulunması halinde, alternatif tekliflerde aynı şekilde hazırlanarak sunulur.

Teklifler ihale dokümanında belirtilen ihale saatine kadar sıra numaralı alındılar karşılığında idareye verilir. Bu saatten sonra verilen teklifler kabul edilmez ve açılmaksızın iade edilir. Teklifler iadeli taahhütlü olarak da gönderilebilir. Posta ile gönderilecek tekliflerin ihale dokümanında belirtilen ihale saatine kadar idareye ulaşması şarttır. Postadaki gecikme nedeniyle işleme konulmayacak olan tekliflerin alınış zamanı bir tutanakla tespit edilir.

Verilen teklifler, zeyilname düzenlenmesi hali hariç, herhangi bir sebeple geri alınamaz ve değiştirilemez.

### **Başvuru Belgelerinin Sunulması**

**MADDE 31.** - Ön yeterliğe katılabilme şartı olarak istenilen bütün belgeler 30 uncu maddenin birinci ve üçüncü fıkralarında belirtilen esas ve usullere uygun olarak idareye sunulur.

### **Tekliflerin Geçerlilik Süresi**

**MADDE 32.** - Tekliflerin geçerlilik süresi ihale dokümanında belirtilir. İdarece ihtiyaç duyulması halinde bu süre, teklif ve sözleşme koşulları değiştirilmemek ve isteklinin kabulü kaydıyla, en fazla ihale dokümanında belirtilen teklif geçerlilik süresi kadar uzatılabilir.

### **Geçici Teminat**

**MADDE 33.** - (Değişik: 4964/ 20 md.) İhalelerde, teklif edilen bedelin % 3'ünden az olmamak üzere, istekli tarafından verilecek tutarda geçici teminat alınır. İhale dokümanında belirtilmesi şartıyla, danışmanlık hizmeti ihalelerinde geçici teminat alınması zorunlu değildir.

### **Teminat Olarak Kabul Edilecek Değerler**

**MADDE 34.** - Teminat olarak kabul edilecek değerler aşağıda gösterilmiştir:

a) Tedavüldeki Türk Parası.

b) (Değişik: 4964/ 21 md.) Bankalar ve özel finans kurumları tarafından verilen teminat mektupları.

c) Hazine Müsteşarlığınca ihraç edilen Devlet İç Borçlanma Senetleri ve bu senetler yerine düzenlenen belgeler.

(Değişik: 4964/ 21 md.) İlgili mevzuatına göre Türkiye'de faaliyette bulunmasına izin verilen yabancı bankaların düzenleyecekleri teminat mektupları ile Türkiye dışında faaliyette bulunan banka veya benzeri kredi kuruluşlarının kontrgarantisini üzerine Türkiye'de faaliyette bulunan bankaların veya özel finans kurumlarının düzenleyecekleri teminat mektupları da teminat olarak kabul edilir.

(c) bendinde belirtilen senetler ve bu senetler yerine düzenlenen belgelerden nominal değere faiz dahil edilerek ihraç edilenler, anaparaya tekabül eden satış değeri üzerinden teminat olarak kabul edilir.

Teminat mektupları dışındaki teminatlar ihale komisyonlarınca teslim alınamaz. Bunların saymanlık ya da muhasebe müdürlüklerine yatırılması zorunludur.



İhale üzerinde kalan istekli ile ekonomik açıdan en avantajlı ikinci teklif sahibi istekliye ait teminat mektupları ihaleden sonra saymanlık ya da muhasebe müdürlüklerine teslim edilir. Diğer isteklilere ait teminatlar ise hemen iade edilir. İhale üzerinde kalan istekli ile sözleşme imzalanması halinde, ekonomik açıdan en avantajlı ikinci teklif sahibine ait teminat sözleşme imzalandıktan hemen sonra iade edilir.

Teminatlar, teminat olarak kabul edilen diğer değerlerle değiştirilebilir.

Her ne suretle olursa olsun, idarece alınan teminatlar haczedilemez ve üzerine ihtiyati tedbir konulamaz.

### **Teminat Mektupları<sup>1</sup>**

**MADDE 35.** - (Değişik: 4964/ 22 md.) Bu Kanun kapsamında verilecek teminat mektuplarının kapsam ve şeklini tespit etme Kamu İhale Kurumu yetkilidir.

32 nci maddeye göre belirlenen tekliflerin geçerlilik süresinden en az otuz gün fazla süreli olmak kaydıyla, geçici teminat mektuplarında süre belirtilir. Teklif geçerlilik süresinin uzatılması halinde, geçici teminat mektuplarının süresi de aynı süre ile uzatılır. Kesin teminat mektuplarının süresi ihale konusu işin bitiş tarihi dikkate alınmak suretiyle idare tarafından belirlenir.

İlgili mevzuatına aykırı olarak düzenlenmiş teminat mektupları kabul edilmez.

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM** **Tekliflerin Değerlendirilmesi**

### **Tekliflerin Alınması ve Açılması**

**MADDE 36.** - (Değişik: 4964/ 23 md.) Teklifler ihale dokümanında belirtilen ihale saatine kadar idareye verilir. İhale komisyonunca ihale dokümanında belirtilen saatte kaç teklif verilmiş olduğu bir tutanakla tespit edilerek, hazır bulunanlara duyurulur ve hemen ihaleye başlanır. İhale komisyonu teklif zarflarını alınış sırasına göre inceler. 30 uncu maddenin birinci fıkrasına uygun olmayan zarflar bir tutanak ile belirlenerek değerlendirmeye alınmaz. Zarflar isteklilerle birlikte hazır bulunanlar önünde alınış sırasına göre açılır.

İsteklilerin belgelerinin eksik olup olmadığı ve teklif mektubu ile geçici teminatlarının usulüne uygun olup olmadığı kontrol edilir. Belgeleri eksik veya teklif mektubu ile geçici teminatı usulüne uygun olmayan istekliler tutanakla tespit edilir. İstekliler ile teklif fiyatları açıklanır. Bu işlemlere ilişkin hazırlanan tutanak ihale komisyonunca imzalanır. Bu aşamada; hiçbir teklifin reddine veya kabulüne karar verilmez, teklifi oluşturan belgeler düzeltilemez ve tamamlanamaz. Teklifler ihale komisyonunca hemen değerlendirilmek üzere oturum kapatılır.

### **Tekliflerin Değerlendirilmesi**

**MADDE 37.** - İhale komisyonunun talebi üzerine idare tekliflerin incelenmesi, karşılaştırılması ve değerlendirilmesinde yararlanmak üzere net olmayan hususlarla ilgili isteklilerden yazılı olarak tekliflerini açıklamalarını isteyebilir. Ancak bu açıklama, hiçbir şekilde teklif fiyatında değişiklik yapılması veya ihale dokümanında yer alan şartlara uygun olmayan tekliflerin uygun hale getirilmesi amacıyla istenilmez ve yapılmaz.

Tekliflerin değerlendirilmesinde, öncelikle belgeleri eksik olduğu veya teklif mektubu ile geçici teminatı usulüne uygun olmadığı 36 nci maddeye göre ilk oturumda tespit edilen isteklilerin tekliflerinin değerlendirme dışı bırakılmasına



karar verilir. Ancak, teklifin esasını değiştirecek nitelikte olmaması kaydıyla, belgelerin eksik olması veya belgelerde önemsiz bilgi eksikliği bulunması halinde, idarece belirlenen sürede isteklilerden bu eksik belge veya bilgilerin tamamlanması yazılı olarak istenir. Belirlenen sürede eksik belge veya bilgileri tamamlamayan istekliler değerlendirme dışı bırakılır. Bu ilk değerlendirme ve işlemler sonucunda belgeleri eksiksiz ve teklif mektubu ile geçici teminatı usulüne uygun olan isteklilerin tekliflerinin ayrıntılı değerlendirilmesine geçilir. Bu aşamada, isteklilerin ihale konusu işi yapabilme kapasitelerini belirleyen yeterlik kriterlerine ve tekliflerin ihale dokümanında belirtilen şartlara uygun olup olmadığı incelenir. Uygun olmadığı belirlenen isteklilerin teklifleri değerlendirme dışı bırakılır.

En son aşamada, isteklilerin teklif mektubu eki cetvellerinde aritmetik hata bulunup bulunmadığı kontrol edilir. Teklif edilen fiyatları gösteren teklif mektubu eki cetvelde çarpım ve toplamlarda aritmetik hata bulunması halinde, isteklilerce teklif edilen birim fiyatlar esas alınmak kaydıyla, aritmetik hatalar ihale komisyonu tarafından re'sen düzeltilir. Yapılan bu düzeltme sonucu bulunan teklif isteklinin esas teklifi olarak kabul edilir ve bu durum hemen istekliye yazı ile bildirilir. İstekli düzeltilmiş teklifi kabul edip etmediğini tebliğ tarihini izleyen beş gün içinde yazılı olarak bildirmek zorundadır. İsteklinin düzeltilmiş teklifi kabul etmediğini süresinde bildirmesi veya bu süre içinde herhangi bir cevap vermemesi halinde, teklifi değerlendirme dışı bırakılır ve geçici teminatı gelir kaydedilir.

<sup>1</sup> Kenar başlığındaki "Banka" ibaresi 4964 sayılı Yasanın 22. maddesi ile çıkarılmıştır.

### **Aşırı Düşük Teklifler**

**MADDE 38.** - İhale komisyonu verilen teklifleri 37 nci maddeye göre değerlendirdikten sonra, diğer tekliflere veya idarenin tespit ettiği yaklaşık maliyete göre teklif fiyatı aşırı düşük olanları tespit eder. Bu teklifleri reddetmeden önce, belirlediği süre içinde teklif sahiplerinden teklifte önemli olduğunu tespit ettiği bileşenler ile ilgili ayrıntıları yazılı olarak ister.

İhale komisyonu;

- a) İmalat sürecinin, verilen hizmetin ve yapım yönteminin ekonomik olması,
- b) Seçilen teknik çözümler ve teklif sahibinin mal ve hizmetlerin temini veya yapım işinin yerine getirilmesinde kullanacağı avantajlı koşullar,
- c) Teklif edilen mal, hizmet veya yapım işinin özgünlüğü,

Hususlarında belgelendirilmek suretiyle yapılan yazılı açıklamaları dikkate alarak, aşırı düşük teklifleri değerlendirir. Bu değerlendirme sonucunda, açıklamaları yeterli görülmeyen veya yazılı açıklamada bulunmayan isteklilerin teklifleri reddedilir.

### **Bütün Tekliflerin Reddedilmesi ve İhalenin İptali**

**MADDE 39.** - (Değişik: 4964/ 24 md.) İhale komisyonu kararı üzerine idare, verilmiş olan bütün teklifleri reddederek ihaleyi iptal etmekte serbesttir. İhalenin iptal edilmesi halinde bu durum bütün isteklilere derhal bildirilir. İdare bütün tekliflerin reddedilmesi nedeniyle herhangi bir yükümlülük altına girmez. Ancak, idare isteklilerin talepte bulunması halinde, ihalenin iptal edilme gerekçelerini talep eden isteklilere bildirir.

### **İhalenin Karara Bağlanması ve Onaylanması**

**MADDE 40.** - 37 ve 38 inci maddelere göre yapılan değerlendirme sonucunda ihale, ekonomik açıdan en avantajlı teklifi veren isteklinin üzerinde bırakılır.

Ekonomik açıdan en avantajlı teklifin sadece en düşük fiyat esasına göre

belirlenmesinin mümkün olmadığı durumlarda; işletme ve bakım maliyeti, maliyet etkinliği, verimlilik, kalite ve teknik değer gibi fiyat dışındaki unsurlar dikkate alınarak ekonomik açıdan en avantajlı teklif belirlenir. Ekonomik açıdan en avantajlı teklifin fiyat dışındaki unsurlar da dikkate alınarak belirleneceği ihalelerde, ihale dokümanında bu unsurların parasal değerler olarak ifade edilmesi zorunludur. Parasal değerler olarak ifade edilmesi mümkün olmayan unsurlar için ihale dokümanında nispi ağırlıklar belirlenir.

Bu Kanununun 63 üncü maddesine göre ihale dokümanında yerli istekliler lehine fiyat avantajı sağlanacağı belirtilen ihalelerde, bu fiyat avantajı da uygulanmak suretiyle ekonomik açıdan en avantajlı teklif belirlenerek ihale sonuçlandırılır.

En düşük fiyatın ekonomik açıdan en avantajlı teklif olarak değerlendirildiği ihalelerde, birden fazla istekli tarafından aynı fiyatın teklif edildiği ve bunların da ekonomik açıdan en avantajlı teklif olduğu anlaşıldığı takdirde, ikinci fıkrada belirtilen fiyat dışındaki unsurlar dikkate alınmak suretiyle ekonomik açıdan en avantajlı teklif belirlenerek ihale sonuçlandırılır.

İhale komisyonu gerekçeli kararını belirleyerek, ihale yetkilisinin onayına sunar. Kararlarda isteklilerin adları veya ticaret unvanları, teklif edilen bedeller, ihalenin tarihi ve hangi istekli üzerine hangi gerekçelerle yapıldığı, ihale yapılmamış ise nedenleri belirtilir.

(Değişik: 4964/ 25 md.) İhale yetkilisi, karar tarihini izleyen en geç beş iş günü içinde ihale kararını onaylar veya gerekçesini açıkça belirtmek suretiyle iptal eder.

İhale; kararın onaylanması halinde geçerli, iptal edilmesi halinde ise hükümsüz sayılır.

İhale kararları ihale yetkilisince onaylanmadan önce idareler, ihale üzerinde kalan isteklinin 58 inci maddeye göre yasaklı olup olmadığını anılan maddeye göre teyit ettirerek buna ilişkin belgeyi ihale kararına eklemek zorundadır.

### **Kesinleşen İhale Kararlarının Bildirilmesi**

**MADDE 41.** - (Değişik: 4964/ 26 md.) İhale sonucu, ihale kararlarının ihale yetkilisi tarafından onaylandığı günü izleyen en geç üç gün içinde, ihale üzerinde bırakılan dahil ihaleye teklif veren bütün isteklilere imza karşılığı tebliğ edilir veya iadeli taahhütlü mektup ile tebligat adresine postalanmak suretiyle bildirilir. Mektubun postaya verilmesini takip eden yedinci gün kararın isteklilere tebliğ tarihi sayılır.

İhaleye katılan isteklilerden teklifi değerlendirmeye alınmayan veya uygun görülmeyenlerin tebliğ tarihini izleyen beş gün içinde yazılı talepte bulunmaları halinde, idare talep tarihini izleyen beş gün içinde yazı ile gerekçelerini bildirmek zorundadır.

İhale kararlarının ihale yetkilisi tarafından iptal edilmesi durumunda da isteklilere aynı şekilde bildirim yapılır.

### **Sözleşmeye Davet**

**MADDE 42.** - (Değişik: 4964/ 27 md.) 41 inci maddenin ikinci fıkrasında belirtilen sürelerin bitimini veya Maliye Bakanlığının vizesi gereken hallerde bu vizenin yapıldığının bildirilmesini izleyen günden itibaren üç gün içinde ihale üzerinde kalan istekliye, tebliğ tarihini izleyen on gün içinde kesin teminatı vermek suretiyle sözleşmeyi imzalaması hususu imza karşılığı tebliğ edilir veya iadeli taahhütlü mektup ile tebligat adresine postalanmak suretiyle bildirilir. Mektubun postaya verilmesini takip eden yedinci gün kararın istekliye tebliğ tarihi sayılır. Yabancı istekliler için bu süreye oniki gün ilave edilir.

43 üncü madde hükmü gereğince sözleşmeden önce kesin teminat alınmayan

danışmanlık hizmet ihalelerinde sözleşmeye davet ise, kesin teminat istenilmeksizin birinci fıkraya hükümlerine göre yapılır.

### **Kesin Teminat**

**MADDE 43.** - Taahhüdün sözleşme ve ihale dokümanı hükümlerine uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak amacıyla, sözleşmenin yapılmasından önce ihale üzerinde kalan istekliden ihale bedeli üzerinden hesaplanmak suretiyle % 6 oranında kesin teminat alınır.

Ancak, danışmanlık hizmet ihalelerinde ihale dokümanında belirtilmesi kaydıyla, kesin teminat sözleşme yapılmadan önce alınmayabilir. Bu durumda, düzenlenecek her hakedişten % 6 oranında yapılacak kesintiler teminat olarak alıkonulur.

### **Sözleşme Yapılmasında İsteklinin Görev ve Sorumluluğu**

**MADDE 44.** - İhale üzerinde kalan istekli 42 ve 43 üncü maddelere göre kesin teminatı vererek sözleşmeyi imzalamak zorundadır. Sözleşme imzalandıktan hemen sonra geçici teminat iade edilir.

Bu zorunluluklara uyulmadığı takdirde, protesto çekmeye ve hüküm almaya gerek kalmaksızın ihale üzerinde kalan isteklinin geçici teminatı gelir kaydedilir. Bu durumda idare, ekonomik açıdan en avantajlı ikinci teklif fiyatının ihale yetkilisince uygun görülmesi kaydıyla, bu teklif sahibi istekli ile de Kanunda belirtilen esas ve usullere göre sözleşme imzalayabilir. Ancak ekonomik açıdan en avantajlı ikinci teklif sahibi istekli ile sözleşme imzalanabilmesi için, 42 nci maddede belirtilen on günlük sürenin bitimini izleyen üç gün içinde ekonomik açıdan en avantajlı ikinci teklif sahibi istekliye 42 nci maddede belirtilen şekilde tebligat yapılır.

Ekonomik açıdan en avantajlı ikinci teklif sahibinin de sözleşmeyi imzalamaması durumunda ise, bu teklif sahibinin de geçici teminatı gelir kaydedilerek ihale iptal edilir.

### **Sözleşme Yapılmasında İdarenin Görev ve Sorumluluğu**

**MADDE 45.** - İdare, 42 ve 44 üncü maddede yazılı süre içinde sözleşme yapılması hususunda kendisine düşen görevleri yapmakla yükümlüdür. İdarenin bu yükümlülüğü yerine getirmemesi halinde, istekli sürenin bitmesini izleyen günden itibaren en geç beş gün içinde, on gün süreli bir noter ihbarnamesi ile bildirmek şartıyla, taahhüdünden vazgeçebilir. Bu takdirde geçici teminat geri verilir ve istekli teminat vermek için yaptığı belgelendirilmiş giderleri istemeye hak kazanır. Bu zarar, sebep olanlara tazmin ettirilir ve ayrıca haklarında 60 ıncı madde hükümleri uygulanır.

### **İhalenin Sözleşmeye Bağlanması**

**MADDE 46.** - (Değişik: 4964/ 28 md.) Yapılan bütün ihaleler bir sözleşmeye bağlanır. Sözleşmeler idarece hazırlanır ve ihale yetkilisi ile yüklenici tarafından imzalanır. Yüklenicinin ortak girişim olması halinde, sözleşmeler ortak girişimin bütün ortakları tarafından imzalanır. İhale dokümanında aksi belirtilmedikçe sözleşmelerin notere tescili ve onaylatılması zorunlu değildir.

İhale dokümanında belirtilen şartlara aykırı sözleşme düzenlenemez.

### **İhale Sonucunun İlanı**

**MADDE 47.** - (Değişik: 4964/ 29 md.) Sözleşme bedeli, mal veya hizmet alımı ihalelerinde bir trilyon Türk Lirasını (bir trilyon dört yüzelli milyar üç milyon Türk Lirasını)\*, yapım ihalelerinde ise iki trilyon Türk Lirasını (iki trilyon doküzyüz milyar yedi milyon Türk Lirasını)\* aşan ihalelere ilişkin ihale sonuçları,

sözleşmenin Sayıştay Başkanlığınca tescilinin idareye tebliğ edildiği, bu tescilin gerekli olmadığı durumlarda ise sözleşmenin taraflarca imzalandığı tarihi izleyen en geç onbeş gün içinde Resmi Gazetede yayımlanmak suretiyle ilân edilir.

İdareler ihale konusu işin önem ve özelliğine göre ihale sonuçlarını, yurt içinde ve yurt dışında çıkan başka gazeteler veya yayın araçları, bilgi işlem ağı veya elektronik haberleşme (internet) yolu ile de ayrıca ilân edebilirler

İlanlarda aşağıda belirtilen hususlara yer verilir:

- a) İhaleyi yapan idare.
- b) İhale tarihi.
- c) İhale usulü.
- d) İhale konusu işin adı, niteliği, türü, miktarı ve yeri.
- e) İhaleye katılan istekli sayısı.
- f) Üzerine ihale yapılan isteklinin adı veya ticaret unvanı.
- g) Sözleşme bedeli.
- h) Sözleşme bedelinin hangi kaynaktan karşılanacağı ve kaynağın miktarı.
- i) İşin başlama ve bitiş tarihi.

\*  
- Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 - 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

## BEŞİNCİ BÖLÜM Danışmanlık Hizmet İhaleleri ile İlgili Özel Hükümler

### Danışmanlık Hizmetleri

**MADDE 48.** - (Değişik: 4964/ 30 md.) ÇED raporu hazırlanması, plân, yazılım geliştirme, tasarım, teknik şartname hazırlanması, denetim gibi teknik, malî, hukuki veya benzeri alanlarda niteliği itibarıyla kapsamlı ve karmaşık olduğu, özel uzmanlık ve deneyim gerektirdiği idarece tespit edilen hizmetler, danışmanlık hizmet sunucularından alınabilir.

Danışmanlık hizmet ihaleleri bu Kanun hükümlerine göre yapılır. Ancak, aday ve istekli seçimi ile değerlendirilmesinde bu bölümde belirtilen özel hükümler uygulanır. Danışmanlık hizmetleri, bu bölümde yer alan hükümlere uygun olarak sadece belli istekliler arasında ihale usulü ile ihale edilir.

### Ön Yeterlik ve İsteklilerin Belirlenmesi

**MADDE 49.** - Ön yeterlik ilânları 13 üncü maddede belirlenen süre ve esaslar dahilinde yapılır.

Bu Kanun hükümlerine göre yapılan ön yeterlik ilânında, adayların genel uygunluklarını, malî kapasitelerini ve teknik yeteneklerini değerlendirmek üzere belirlenen ön yeterlik kriterlerine ilişkin bilgiler yer alır. Ayrıca bu ilânda, kısa listeye alınmak ve teklif vermek üzere davet edilecek adayların sayısı veya sayı aralığı belirtilir.

Ön yeterlik ilânı sonucunda başvuru sunan adayların, ön yeterlik dokümanı ve ilânında belirtilen ön yeterlik kriterlerine göre değerlendirilmesi sonucunda, yeterlikleri tespit edilenler arasından en az üç en fazla on adayın yer alacağı kısa



liste oluşturulur.

### **İhaleye Davet**

**MADDE 50.** - (Değişik: 4964/ 31 md.) 49 uncu maddeye göre oluşturulan listede yer alan adaylara, teknik ve malî tekliflerini hazırlayabilmeleri için en az 13 üncü maddedeki süreler verilerek, ihale dokümanı ile birlikte ihaleye davet mektubu gönderilir. Ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda yeterli bulunmayanlar ile kısa listede yer verilmeyen adaylara yazılı olarak bildirim yapılır. İhaleye davet edilebilecek aday sayısının üçten az olması halinde davet mektubu gönderilmez ve ihale yapılmaz.

İstekliler tekliflerini hazırlarken ihale dokümanında açıklanmasına ihtiyaç duyulan hususlarla ilgili olarak son teklif verme gününden yirmi gün öncesine kadar yazılı olarak açıklama talep edebilir. İdarece açıklama yapılması halinde yapılan açıklama, kısa listede yer alan bütün isteklilere son teklif verme gününden en az on gün öncesinde bilgi sahibi olmalarını temin edecek şekilde yazılı olarak gönderilir.

Davet mektubu gönderildikten sonra, tekliflerin hazırlanmasını veya işin gerçekleştirilmesini etkileyebilecek maddi veya teknik hatalar veya eksikliklerin idarece tespit edilmesi veya isteklilerce yazılı olarak bildirilmesi halinde, ihale dokümanında değişiklikler yapılabilir. Yapılan bu değişikliklere ilişkin ihale dokümanının bağlayıcı bir parçası olan zeyilname kısa listede yer alan bütün isteklilere, son teklif verme gününden en az on gün öncesinde bilgi sahibi olmalarını temin edecek şekilde gönderilir. Zeyilname ile yapılan değişiklikler nedeniyle tekliflerin hazırlanabilmesi için ek süreye ihtiyaç duyulması halinde, ihale tarihi bir defaya mahsus olmak üzere en fazla yirmi gün ertelenebilir. Zeyilname düzenlenmesi halinde, teklifini bu düzenlemeden önce vermiş olan isteklilere tekliflerini geri çekerek, yeniden teklif verme imkanı sağlanır.

### **Tekliflerin Hazırlanması ve Verilmesi**

**MADDE 51.** - İhale konusu danışmanlık hizmeti için teklif edilen bedelin yer aldığı teklif mektubu ile geçici teminat isteklinin malî teklifini oluşturur. Bu teklif, üzerine malî teklif olduğu yazılmak suretiyle bir zarfa konulur. Teklif mektuplarının 30 uncu maddede belirtilen şartlara uygun olması zorunludur.

Teknik değerlendirme için istenilen diğer bütün belgeler isteklinin teknik teklifini oluşturur. Bu teklif, üzerine teknik teklif olduğu yazılmak suretiyle ayrı bir zarfa konulur.

Her iki zarfın üzerine de isteklinin adı, soyadı veya ticaret unvanı, tebligata esas açık adresi ve teklifin hangi işe ait olduğu yazılır. Zarfların yapııştırılan yerleri istekli tarafından imzalanır ve mühürlenir.

Malî ve teknik teklife ait zarflar birlikte ayrı bir zarf veya paket içerisine konularak, üzerine isteklinin adı, soyadı veya ticaret unvanı, tebligata esas açık adresi, teklifin hangi işe ait olduğu ve ihaleyi yapan idarenin açık adresi yazılmak suretiyle sunulur.

### **Tekliflerin Değerlendirilmesi ve İhalenin Yapılması**

**MADDE 52.** - İhale komisyonunca ihalenin yapılacağı saatte kaç teklif verilmiş olduğu bir tutanakla tespit edilerek, hazır bulunanlara duyurulur ve hemen ihaleye başlanır. İhale komisyonu teklif zarflarını alınış sırasına göre inceler. 30 uncu maddenin birinci fıkrasına uygun olmayan zarflar bir tutanak ile belirlenerek değerlendirmeye alınmaz. Teknik tekliflere ait zarflar isteklilerle birlikte hazır bulunanlar önünde alınış sırasına göre açılarak, istenilen belgelerin tam olarak verilmiş olup olmadığı kontrol edilir ve durum bir tutanakla tespit olunur. Malî teklifleri içeren zarflar ise bir tutanağa bağlanarak açılmaksızın ihale komisyonunca

toplu halde paketlenir, mühürlenip imzalanarak muhafaza altına alınır. Bu aşamada; hiçbir teklifin reddine veya kabulüne karar verilmez, teklifi oluşturan belgeler düzeltilemez ve tamamlanamaz. Teklifler ihale komisyonunca hemen değerlendirilmek üzere oturma kapatılır.

Verilen teklifler, zeyilname düzenlenmesi hali hariç herhangi bir sebeple geri alınamaz ve değiştirilemez.

Danışmanlık hizmet ihalelerinde tekliflerin değerlendirilmesi, teknik ve malî değerlendirme olmak üzere iki aşamada yapılır. İlk aşamada teknik teklif, ikinci aşamada ise malî teklif değerlendirilir ve her iki aşama için ayrı puanlama yapılır. Teknik ve malî puan için belirlenen ağırlık katsayıları dikkate alınarak yapılan hesaplama sonucunda toplam puan tespit edilir. Teknik ve malî puan ağırlık katsayıları, teknik puan ağırlığı daha yüksek olmak üzere hizmetin niteliği ve özgünlüğüne göre farklı oranlarda belirlenebilir.

Bu ihalelerde teknik değerlendirme kriterleri, 10 uncu maddede belirtilen kriterlere uygun olarak belirlenir. İhale dokümanı ve davet mektubunda belirtilen bu kriterlerin belirlenmesinde; benzer nitelik ve ölçekteki sözleşmeleri yerine getirme deneyimi, iş için önerilen yöntem, organizasyon yapısı, yönetici kadrosu ile işi yürütecek teknik personelinin eğitimi ve mesleki nitelikleri esas alınır.

Tekliflerin değerlendirilmesinde, öncelikle isteklilerin teknik değerlendirmeye esas bütün belgelerinin ihale dokümanında istenilen şartlara uygun olarak düzenlenip düzenlenmediği incelenir. Belgeleri eksik olan veya istenilen şartlara uygun olmadığı tespit edilen isteklilerin teklifleri değerlendirme dışı bırakılır. Ancak, teklifin esasını değiştirecek nitelikte olmaması kaydıyla, belgelerin eksik olması veya belgelerde önemsiz bilgi eksikliği bulunması halinde, idarece belirlenen sürede isteklilerden bu eksik belge veya bilgilerin tamamlanması yazılı olarak istenir. Belirlenen sürede eksik belge veya bilgileri tamamlamayan istekliler değerlendirme dışı bırakılır.

İhale komisyonu ihale dokümanında ve davet mektubunda belirtilen teknik değerlendirme kriterleri ve puanlara göre teknik değerlendirme yaparak isteklilerin teknik puanlarını belirler. İhale dokümanında belirlenen asgari teknik puanın altında puan alan isteklilere ait teklifler değerlendirme dışı bırakılır.

Belgeleri eksik olan veya istenilen şartlara uygun olmadığı tespit edilen veya asgari teknik puanın altında puan alan isteklilere, değerlendirme dışı bırakıldığı ve malî tekliflerinin açılmadan malî tekliflerin açılacağı tarih ve saatte kendilerine veya vekillerine elden iade edileceği yazılı olarak bildirilir. Aynı tarihte, asgari teknik puan ve üzerinde puan alan isteklilere de malî tekliflerin açılacağı tarih ve saat yazılı olarak bildirilir.

İhale komisyonunca bildirilen tarih ve saatte öncelikle teknik değerlendirme sonuçları ile teknik puanlar hazır bulunanlar önünde açıklanır. İhale komisyonunca toplu halde muhafaza altına alınmış olan ve malî teklifleri içeren paket açılır. Teklifleri değerlendirme dışı bırakılan isteklilerin malî teklif zarfları açılmaksızın kendilerine veya vekillerine elden iade edilerek, bu istekliler ihale salonundan çıkarılır. Bu işlemlerden sonra, asgari teknik puan ve üzerinde puan alan isteklilerin malî teklif zarfları açılır ve teklif fiyatları okunarak bir tutanakla tespit edilir. İade edilemeyen malî tekliflere ait zarflar ihalenin sonuçlandırılmasından hemen sonra posta ile gönderilir.

Malî teklif içerisinde teklif mektubu ile geçici teminatı bulunmayan veya usulüne uygun olmayan istekliler değerlendirme dışı bırakılarak tutanakla tespit edilir. Teklif mektubu ile geçici teminatı uygun olan isteklilere ait malî puanlar belirlenir.

Bu isteklilere ait teknik ve malî puanlar ihale dokümanında belirlenen ağırlık



katsayılarıyla çarpılarak toplam puanlar tespit edilir. Toplam puanı en yüksek olan istekli iş tanımı, sözleşme şartları, personel ve malî teklif ile ilgili görüşme yapmak üzere davet edilir. Ancak bu görüşme, ihale dokümanında yer alan şartları önemli ölçüde değiştirecek nitelikte olmamalıdır. Görüşme sonucunda şartların netleştirilerek anlaşmaya varılması halinde, bu istekliye ihale yapılır.

İhale komisyonu tarafından alınan karar ihale yetkilisinin onayına sunulur.

Yapılan görüşmede anlaşma sağlandığı halde ihale üzerinde kalan isteklinin sözleşme imzalama yükümlülüğünü yerine getirmemesi halinde, idarece geçici teminatı gelir kaydedilir. Bu durumda, teklif fiyatının ihale yetkilisince uygun görülmesi kaydıyla, ikinci en yüksek toplam puana sahip istekli ile de görüşme yapmak suretiyle sözleşme imzalanır. İkinci isteklinin sözleşme imzalama yükümlülüğünü yerine getirmemesi halinde, idarece geçici teminatı gelir kaydedilir.

Gerek ön yeterlik sonucunda gerekse teknik veya malî değerlendirme sonucunda üçten az aday veya isteklinin kalması halinde ihale yapılmaz.

## ÜÇÜNCÜ KISIM

### Kamu İhale Kurumu, Şikâyetlerin İncelenmesi ve Anlaşmazlıkların Çözümü

#### BİRİNCİ BÖLÜM Kamu İhale Kurumu

##### Kamu İhale Kurumu

**MADDE 53. - a)** Bu Kanunla verilen görevleri yapmak üzere kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve malî özerkliğe sahip Kamu İhale Kurumu kurulmuştur. Kamu İhale Kurumu, bu Kanunda belirtilen esas, usul ve işlemlerin doğru olarak uygulanması konusunda görevli ve yetkilidir.

Kurumun ilişkili olduğu Bakanlık Maliye Bakanlığıdır. Kurumun merkezi Ankara'dadır.

Kurum görevini yerine getirirken bağımsızdır. Hiçbir organ, makam, merci ve kişi Kurumun kararlarını etkilemek amacıyla emir ve talimat veremez.

Kamu İhale Kurumu; Kamu İhale Kurulu, Başkanlık ve hizmet birimlerinden oluşur.

**b)** Bu Kanuna göre yapılacak ihaleler ile ilgili olarak Kurumun görev ve yetkileri aşağıda sayılmıştır:

**1)** İhalenin başlangıcından sözleşmenin imzalanmasına kadar olan süre içerisinde idarece yapılan işlemlerde bu Kanun ve ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığına ilişkin şikâyetleri inceleyerek sonuçlandırmak.

**2)** Bu Kanuna ve Kamu İhale Sözleşmeleri Kanununa ilişkin bütün mevzuatı, standart ihale dokümanlarını ve tip sözleşmeleri hazırlamak, geliştirmek ve uygulamayı yönlendirmek.

**3)** İhale mevzuatı ile ilgili eğitim vermek, ulusal ve uluslararası koordinasyonu sağlamak.

**4)** Yapılan ihaleler ve sözleşmelerle ilgili Kurum tarafından belirlenen şekilde bilgi toplamak, adet, tutar ve diğer konular itibarıyla istatistikler oluşturmak ve yayımlamak.

**5)** Haklarında ihalelere katılmaktan yasaklama kararı verilenlerin sicillerini tutmak.

6) Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunmak.

7) İhale ilânları ile ilgili esas ve usulleri düzenlemek, basılı veya elektronik ortamda Kamu İhale Bültenini yayımlamak.

8) Yerli isteklilerin, yabancı ülkelerde açılan ihalelere katılmalarına engel olunduğunun tespit edilmesi halinde, bu uygulamanın yapıldığı ülkenin isteklilerinin de, bu Kanun kapsamında yapılan ihalelere katılmalarının önlenmesine yönelik tedbirlerin alınmasını ve gerekli düzenlemelerin yapılmasını sağlamak üzere Bakanlar Kuruluna teklifte bulunmak.

9) Kurumun yıllık bütçesi ile kesin hesabını ve yıllık çalışma raporlarını hazırlamak, Kurum bütçesinin uygulanmasını, gelirlerin toplanmasını ve giderlerin yapılmasını sağlamak.

Kurum gerekli gördüğü takdirde, bu Kanun ve ilgili mevzuat hükümlerine aykırılık bulunduğuna ilişkin iddiaları da inceler ve sonuçlandırır.

Kurum, görevlerinin yerine getirilmesinde resmi ve özel bütün kurum, kuruluş ve kişilerden belge, bilgi ve görüş isteyebilir. Belge, bilgi ve görüşlerin istenilen süre içinde verilmesi zorunludur.

Kurum, Kurul kararıyla bu Kanunun ve Kamu İhale Sözleşmeleri Kanununun uygulanmasına ilişkin standart ihale dokümanı, tip sözleşme, yönetmelik ve tebliğler çıkarmaya yetkilidir. Kurul ve Kurum yetkilerini, düzenleyici işlemler tesis ederek ve özel nitelikli kararlar alarak kullanır. Standart ihale dokümanları, tip sözleşmeler, yönetmelik ve tebliğler Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe konulur.

c) Kurumun karar organı biri başkan, biri ikinci başkan olmak üzere on üyeden oluşan Kamu İhale Kuruludur. Kamu İhale Kurulu üyeleri; Maliye Bakanlığınca önerilecek iki kişi, Bayındırlık ve İskân Bakanlığınca önerilecek üç kişi, Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakanlık ile Danıştay ve Sayıştay Başkanlıklarınca önerilecek birer kişi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu tarafından kamu alımları ile ilgili meslek gruplarından önerilecek birer kişi olmak üzere Bakanlar Kurulunca atanır. Bakanlar Kurulu, atanan üyelere birini Başkan olarak görevlendirir. Kurul Başkanı, Kurumun da başkanıdır. Üyelerden biri Kurul tarafından ikinci başkan olarak seçilir.

Üyelerin en az dört yıllık öğrenim veren hukuk, iktisat, siyasal bilgiler, işletme, iktisadi ve idari bilimler, mimarlık ve mühendislik fakülteleri ile bunlara denkliği yetkili makamlarca kabul edilen yurtdışındaki yüksek öğretim kurumlarından mezun olmaları gerekir. Kurul üyeliğine önerilecek kişilerin; kamu kurum ve kuruluşlarında en az oniki yıl hizmetinin bulunması (konunun uzmanı olması dışında, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu tarafından önerilecek adayların kuruluşta çalışma şartı aranmaz), kamu ihale mevzuatı ile ilgili yargılama, inceleme, denetleme, uygulama veya danışma konularında fiilen en az dört yıl çalışarak ulusal veya uluslararası ihale mevzuatı açısından kanıtlanmış niteliğe ve deneyime sahip olmaları, geçmişte ve halen bir siyasi parti ile aday gösterilme dahil üyelik ve görev alma ilişkilerinin bulunmaması gerekir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu tarafından önerilecek adayların 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 48 inci maddesinin (A) bendinin (1), (4), (5), (6) ve (7) numaralı alt bentlerinde belirtilen şartları taşıması zorunludur.

(Değişik: 4761/ 15 md.) Kurul üyelerinin görev süresi beş yıldır. Bir üye bir defadan fazla seçilemez. Kurul üyelerinin görev süresi dolmadan görevlerine son verilemez. Ancak üyeler, ciddi bir hastalık veya sakatlık nedeniyle iş görememeleri veya atamaya ilişkin şartları kaybetmeleri halinde atandıkları usule göre süresi dolmadan

görevden alınır. Üyeler görevi kötüye kullanmaktan veya yüz kızartıcı bir suçtan mahkûm olmaları halinde ise Başbakan onayıyla görevden alınır. Görevden alma nedeniyle veya süresi dolmadan herhangi bir sebeple boşalan Kurul üyeliklerine bir ay içerisinde yukarıda belirtilen esaslara göre yeniden atama yapılır. Bu durumlarda atanan üye, yerine atandığı üyenin görev süresini tamamlar.

Kurumun genel yönetim ve temsili ile Kurulca alınan kararların yürütülmesi başkana aittir. Başkanın izin, hastalık, yurt içi veya yurt dışı görevlendirme ve görevden alınma hallerinde ikinci başkan başkana vekalet eder.

**d)** Kurul üyeleri, Yargıtay Birinci Başkanlık Kurulu huzurunda üyeliklerinin devamı süresince görevlerini tarafsız ve dürüst olarak yerine getireceklerine, bu Kanun hükümlerine ve ilgili mevzuata aykırı hareket etmeyeceklerine ve ettirmeyeceklerine dair yemin ederler. Yemin için yapılan başvuru Yargıtay'ca acele işlerden sayılır. Kurul üyeleri yemin etmedikçe göreve başlayamazlar.

**e)** Kurul üyeleri özel bir kanuna dayanmadıkça resmi veya özel hiç bir görev alamaz, ticaretle uğraşamaz, serbest meslek faaliyetinde bulunamaz, ücret karşılığı konferans veya ders veremez, her türlü ticari amaçlı ortaklıklarda hissedar veya yönetici olamazlar. Kurul üyeleri, göreve başlamadan önce sahip oldukları Hazine Müsteşarlığı tarafından çıkarılan borçlanmaya ilişkin menkul kıymetler dışındaki, piyasada faaliyet gösteren tüzel kişilere veya bunların iştiraklerine ait her türlü hisselerini ya da menkul kıymetlerini üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımlar ve evlatlıkları dışındakilere, görev sürelerinin başlamasını izleyen otuz gün içinde satmak veya devretmek suretiyle elden çıkarmak zorundadır. Bu hükme uygun hareket etmeyen üyeler üyelikten çekilmiş sayılır.

Kurul üyeleri ile Kurum personeli görevlerini yerine getirmeleri sırasında ilgililere ve üçüncü kişilere ait edindikleri gizli kalması gereken bilgi ve belgeleri, bu konuda kanunen yetkili kılınan mercilerden başkasına açıklayamazlar, kendilerinin veya üçüncü şahısların yararına kullanamazlar. Bu yükümlülük görevden ayrılımlarından sonra da devam eder. Kurul üyeleri ve Kurum personeli, görevleri nedeniyle işledikleri ve kendilerine karşı işlenen suçlar bakımından Devlet memuru sayılırlar ve bunlar hakkında 4483 sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanun hükümleri uygulanır. Soruşturma izni, Kurul Başkan ve üyeleri için ilişkili Bakan, Kurum personeli için ise Kurum Başkanı tarafından verilir.

**f)** Kurul üyeleri göreve başlama ve görevden ayrılma tarihlerini izleyen bir ay içinde ve görevleri devam ettiği sürece her yıl genel mal beyanında bulunmak zorundadır.

**g)** Kurul, başkanın veya başkanın bulunmadığı durumda ikinci başkanın çağrısı üzerine üye tam sayısı ile toplanır ve çoğunlukla karar alır. Oyların eşit olması halinde Başkanın bulunduğu taraf çoğunlukta kabul edilir. Kurul üyeleri çekimser oy kullanamaz. Kurul üyeleri oy ve kararlarından sorumludur. İzin, rapor, görevlendirme veya boşalan üyeliğe henüz atama yapılmaması hallerinde en az yedi üye ile toplanılabilir.

Kurul üyeleri, kendilerini ve üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımları ile evlatlıklarını ilgilendiren kararlarla ilgili toplantı ve oylamaya katılamaz.

Bu maddede belirtilen haller dışında bir nedenle bir takvim yılında beş toplantıya katılmayan üyeler üyelikten çekilmiş sayılır.

**h)** Başkana görevlerinde yardımcı olmak üzere Kurul kararıyla üç başkan yardımcısı atanabilir. Başkan yardımcıları, Kurul üyeliğine atanacaklarda aranan niteliklere sahip olanlar arasından veya en az dört yıllık öğrenim veren hukuk, iktisat, siyasal bilgiler, işletme, iktisadi ve idari bilimler, mimarlık ve mühendislik

fakülteleri ile bunlara denkliği yetkili makamlarca kabul edilen yurt dışındaki yüksek öğretim kurumlarından mezun olduktan sonra aralıksız olarak en az on yıldan beri Kurumda meslek personeli olarak çalışmakta bulunanlar arasından atanır.

Kurumun hizmet birimleri, kurumun görev ve yetkilerinin gerektirdiği sayıda daire başkanlıkları şeklinde teşkilatlanmış ana hizmet birimleri, danışma birimleri ve yardımcı hizmet birimlerinden oluşur.

Kurum hizmetlerinin gerektirdiği asli ve sürekli görevler, kamu ihale uzman ve uzman yardımcılardan oluşan meslek personeli ve diğer personel eliyle yürütülür. Bunlar, sözleşmeli olarak istihdam edilir.

(Değişik: 4761/ 15 md.) Kamu ihale uzman yardımcılığına atanacakların; yönetmelikte belirlenen yabancı dillerden en az birini iyi derecede bilmeleri, en az dört yıllık eğitim veren hukuk, iktisat, siyasal bilgiler, işletme, iktisadi ve idari bilimler, mimarlık ve mühendislik fakülteleri ile bunlara denkliği yetkili makamlarca kabul edilen yurt dışındaki yüksek öğretim kurumlarından mezun olmaları, yönetmelikte belirtilen özel yarışma sınavında başarılı olmaları ve sınavın yapıldığı yılın Ocak ayının ilk gününde otuz yaşını doldurmamış olmaları gerekir. Bu şekilde kamu ihale uzman yardımcılığına atanarlardan, en az üç yıl fiilen çalışan, her yıl olumlu sicil alan ve katılmış olduğu eğitim faaliyetleri ile görevdeki performansı gibi yönetmelikle belirlenen esas ve kriterler dahilinde kamu ihale uzmanlığı görevini başarılı bir şekilde yürütebileceği anlaşılanlar kamu ihale uzmanlığı yeterlik sınavına girmeye hak kazanır. Yeterlik sınavında başarılı olanlar kamu ihale uzmanı olarak atanırlar, kamu ihale uzmanlığı yeterlik sınavına girmeye hak kazanamayanlar ile bu sınavda başarılı olamayanların Kurumda durumlarına uygun başka bir göreve atamaları yapılır. Kamu ihale uzmanlarının mesleğe giriş ve yeterlik sınavlarına, görev, yetki ve sorumluluklarına, çalışma esas ve usullerine ilişkin hususlar Kurul kararıyla yürürlüğe konulacak yönetmelikle düzenlenir.

Kurumun hizmet birimleri ile bunların görev ve sorumlulukları, personelin atanma ve çalışma usul ve esasları ile çalıştırılacak sözleşmeli personelin unvanı, sayısı, nitelikleri Kurulun önerisi ve Maliye Bakanlığının görüşü üzerine Bakanlar Kurulu tarafından çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

Kurum personeli, bu Kanunda öngörülen hükümler saklı kalmak kaydıyla 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa tâbidir.

i) Kurul başkan ve üyelerinin aylık ücretleri Maliye Bakanının önerisi üzerine Bakanlar Kurulunca belirlenir.

Kurum personelinin ücretleri ile diğer malî ve sosyal hakları, Kurulun önerisi ve Maliye Bakanlığının görüşü üzerine Bakanlar Kurulunca belirlenecek miktar, usul ve esaslar çerçevesinde Kurul tarafından belirlenir.

Kurul üyeliklerine atananlar ile Kurum personeli 5434 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanunu hükümlerine tâbidir. Emeklilik açısından Kurul Başkanına Bakanlık Müsteşarı, Kurul üyelerine Bakanlık Müsteşar Yardımcısı, Kurum Başkan Yardımcılarına Bakanlık Genel Müdürü, Kurum Daire Başkanlarına Bakanlık Genel Müdür Yardımcısı için tespit edilen ek gösterge, makam ve temsil tazminatları ile diğer malî hükümler uygulanır. Bu görevlerde geçirilen süreler makam tazminatı ve yüksek hakimlik tazminatı ödenmesini gerektiren görevlerde geçmiş sayılır.

Kurul Başkan ve üyeliklerine atananlardan atama yapılmadan önce kanunla kurulmuş diğer sosyal güvenlik kurumlarına bağlı olanların istekleri halinde bu kurumlara bağlılıkları devam eder ve bunlar hakkında yukarıdaki hükümler uygulanmaz.

(Değişik: 4761/ 15 md.) Kurul Başkan ve üyeliklerine atananların Kurulda görev yaptıkları sürede eski görevleriyle olan ilişkileri kesilir. Ancak kamu görevlisi iken



üyelğe atananlar, memuriyete giriş şartlarını kaybetme dışındaki herhangi bir nedenle görevlerinin sona ermesi, görevden ayrılma isteğinde bulunması veya görev sürelerinin dolması durumunda otuz gün içinde eski kurumlarına başvurmaları halinde ilgili bakan veya atamaya yetkili diğer makamlar tarafından müktesseplerine uygun bir kadroya atanırlar. Belirtilen atama yapılırken Kurul Başkan ve üyelerinin Kurumda geçirdikleri süreler makam veya hâkim sınıfından olup da yüksek hâkimlik tazminatını almaya başladıktan sonra atananlar için yüksek hâkimlik tazminatı ödenmesini gerektiren görevlerde geçmiş olarak değerlendirilir. Kurumda görev alanlar görevden ayrılma isteğinde bulunmaları halinde, durumları daha önce tâbi oldukları Kanun hükümlerine göre hizmetlerinde değerlendirilmek suretiyle müktesseplerine uygun bir kadroya, yetkili makamlarca atanır. Bu hükümler akademik unvanların kazanılmasına ilişkin hükümler saklı kalmak kaydıyla üniversitelerden gelen personel hakkında da uygulanır.

(Ek: 4761/ 15 md.) Kurumun görev alanı ile ilgili konularda genel bütçeye dahil daireler ile katma bütçeli idareler ve kamu iktisadi teşebbüslerinde çalışanlar kurumlarının, hâkimler ve savcılar ise kendilerinin muvafakati ile Kurumda görevlendirilebilir. Bu personel, kurumlarından maaşsız izinli sayılır ve aylık, ödenek, her türlü zam ve tazminatları ile diğer malî ve sosyal hak ve yardımları Kurumla ilgili arasında imzalanacak sözleşmede belirlenir. İzinli oldukları sürece memuriyetleri ile ilgili özlük hakları devam ettiği gibi, bu süreler terfi ve emekliliklerinde hesaba katılır, terfileri başkaca bir işleme gerek duyulmadan süresinde yapılır. Üniversite öğretim elemanları uzmanlıklarına uyan işler için, 4.11.1981 tarihli ve 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanununun 38 inci maddesine göre Kurumda görevlendirilebilir. Bu şekilde görevlendirilecek personel sayısı toplam kadro sayısının % 10'unu aşamaz.

j) Kurumun gelirleri aşağıda belirtilmiştir:

- 1) (Değişik: 4964/ 32 md.) Bu Kanun kapsamında yapılan ihalelere ilişkin düzenlenecek sözleşmelerden, bedeli yüz milyar Türk Lirasını **(yüzkırkdört milyar dokuzyüzdoksandokuz milyon Türk Lirasını)\*** aşanlar için yükleniciden tahsil edilecek sözleşme bedelinin onbinde beşi (idareler ve noterler bu tutarın yüklenici tarafından Kurum hesaplarına yatırıldığını sözleşmelerin imzalanması aşamasında aramak zorundadır.)
- 2) Şikâyette bulunan isteklilerden alınacak yüzelli milyon Türk Lirası. **(ikiyüzonaltı milyon Türk Lirası)\*\***
- 3) Eğitim, kurs, seminer ve toplantı faaliyetlerinden elde edilecek gelirler.
- 4) Her türlü basılı evrak, form, doküman ve yayınlardan elde edilecek gelirler.
- 5) Gerektiğinde genel bütçeden yapılacak yardımlar.
- 6) Diğer gelirler.

Kuruma ait gelirler T.C. Merkez Bankası veya Türk bankalarından birisi nezdinde açılacak bir hesapta toplanır.

Kurumun mal ve varlıkları Devlet malı sayılır, haczedilemez, rehnedilemez. Kurumun tahsil edilemeyen gelirleri 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre mal sandıklarınca tahsil edilerek bir ay içerisinde Kurum hesaplarına aktarılır.

k) Kurumun giderleri, Kurul kararıyla yürürlüğe giren yıllık bütçeye göre yapılır. Kurumun bütçe yılı takvim yılıdır. Bütçe, bütçe yılının başlamasından önceki otuz gün içinde hazırlanır. Kurumun bütçe uygulama sonuçlarına ilişkin yıllık malî raporu ve bütçe kesin hesabı Bakanlar Kurulu Kararı ile ibra edilir.

Kurumun yıllık hesapları ile gelir ve harcamalarına ilişkin iş ve işlemleri, Sayıştay denetimine tâbidir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### İnceleme Talebinde Bulunulması ve Şikâyetlerin İncelenmesi

#### İnceleme Talebinde Bulunulması

**MADDE 54.** - İdareler ve ihale komisyonları, ihalelerin bu Kanunda belirtilen esas ve usullere uygun olarak yapılması hususunda yapım müteahhidi, tedarikçi veya hizmet sunucusuna karşı da sorumludur. Bu sorumlulukların ihlali sonucu bir hak kaybına veya zarara uğradığını veya zarara uğramasının muhtemel olduğunu iddia eden yapım müteahhidi, tedarikçi veya hizmet sunucusu aşağıda belirtilen aşamaları takip ederek yazılı şikâyet suretiyle inceleme talebinde bulunabilir.

\*  
- Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 – 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

\*\*  
- Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 – 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

#### İdare Tarafından İnceleme

**MADDE 55.** - İhalelere ilişkin olarak yapım müteahhidi, tedarikçi veya hizmet sunucusu tarafından öncelikle idareye şikâyette bulunulur.

Bu şikâyetler

a) Sözleşme imzalanmamışsa,

b) Yapım müteahhidi, tedarikçi veya hizmet sunucusunun şikâyete yol açan durumların farkına vardığı veya farkına varmış olması gerektiği tarihi izleyen onbeş gün içinde yapılmışsa,

İdarece dikkate alınır.

(Üçüncü ve dördüncü fıkralar Mülga: 4964/ 33 md.)

(Değişik: 4964/ 33 md.) İdare, şikâyetin verilmesini izleyen otuz gün içinde gerekçeli bir karar alır. Bu kararda, şikâyet tamamen veya kısmen haklı bulunmuşsa alınması gereken düzeltici önlemler de belirtilir. Alınan karar, bütün aday veya isteklilere karar tarihini izleyen yedi gün içinde bildirilir.

(Değişik: 4964/ 33 md.) Belirtilen süre içinde bir karar alınmaması veya süresinde alınan kararın uygun bulunmaması durumunda aday veya istekli, karar verme süresinin bitimini veya karar tarihini izleyen onbeş gün içinde Kuruma itirazın şikâyet başvurusunda bulunabilir.

(Değişik: 4964/ 33 md.) Şikâyet sunulduktan sonra, ihale yetkilisince ivedilik ve kamu yararı bulunması nedeniyle ihale işlemlerine devam edilmesi gerektiği onaylanmadıkça idare sözleşme imzalayamaz. İhale işlemlerine devam edilmesi konusunda gerekçeli olarak alınan bu onay, sözleşme imzalanmadan en az yedi gün önce şikâyette bulunan aday veya istekliye tebliğ edilmiş olmasını sağlamak üzere gerekli süre dikkate alınarak bildirilir. İdarece usulüne uygun bildirim yapılmadan sözleşme imzalanmışsa, ihale kararı ve sözleşme hükümsüz sayılır.

(Değişik: 4964/ 33 md.) İhale işlemlerine devam edilerek sözleşme



imzalanabileceğinin bildirilmesi durumunda ise, şikayette bulunan aday veya istekli, kendisine bildirim yapıldığı tarihi izleyen üç gün içinde Kuruma itirazen şikayet başvurusunda bulunabilir.

### **Kamu İhale Kurulu Tarafından İnceleme**

**MADDE 56.** - (Değişik: 4964/ 34 md.) İhalelere ilişkin olarak yapım müteahhidi, tedarikçi ya da hizmet sunucusu tarafından, Kurumun nihai kararları üzerine yargıya başvurma hakkının saklı olduğu da belirtilmek suretiyle bu Kanun hükümlerine uygun olmadığı iddia edilen ve düzeltilmesi istenilen durumların bildirilmesi kaydıyla, yukarıda belirtilen hallerde ve sürede Kuruma sözleşme imzalanmadan önce itirazen şikayet başvurusunda bulunulabilir.

(Değişik: 4964/ 34 md.) Kurul, Kuruma gelen itirazen şikayet başvurularıyla ilgili olarak gerekçesini belirtmek suretiyle aşağıdaki işlemlerden birine karar verir:

a) İdare tarafından düzeltme yapılması yoluyla giderilebilecek ve ihale sürecinin kesintiye uğratılmasına gerek bulunmayacak durumlarda, düzeltici işlemi belirler.

b) İhale sürecinin devam etmesine engel oluşturacak ve düzeltici işlemle giderilemeyecek bu Kanuna ve ilgili mevzuatına aykırı bir durumun tespit edilmesi halinde, ihale işlemlerini iptal eder.

c) (Değişik: 4964/ 34 md.) İtirazen şikayet başvurusunun uygun bulunmadığını belirler.

(Değişik: 4964/ 34 md.) İtirazen şikayet konusunun açıkça bu Kanuna ve ilgili mevzuatına aykırı olması veya ihale sürecinin devam etmesi ile yapım müteahhidi, tedarikçi, hizmet sunucusu, kamu, idare veya diğer isteklilerin telafisi güç ya da imkansız zararlarının doğma olasılığının bulunması durumlarında, kesin karar verilinceye kadar ihale sürecini durdurur.

(Değişik: 4964/ 34 md.) İhale yetkilisince ivedilik ve kamu yararı bulunması nedeniyle ihale işlemlerine devam edilmesi kararı üzerine yapılan itirazen şikayet başvuruları, gerekli görülmesi halinde ihale süreci durdurularak öncelikle incelenir.

(Değişik: 4964/ 34 md.) Sözleşme imzalandıktan sonra yapılan itirazen şikayet başvuruları Kurul tarafından değerlendirmeye alınmaz. Usulüne uygun olarak yapılan itirazen şikayet başvurularının Kurul tarafından sözleşme imzalanıncaya kadar incelenerek sonuçlandırılması zorunludur.

(Ek: 4761/ 16 md.) (Değişik: 4964/ 34 md.) İtirazen şikayet, dava açılması öncesinde kullanılması zorunlu bir başvuru yoludur. Kurum, yapılan itirazen şikayet başvuruları üzerine, idarece ihale işlemlerine devam edilmesi kararı alınan hallerde beş gün, diğer hallerde ise onbeş gün içinde ihale sürecinin devamına ilişkin karar alır. Kurum, nihai kararını başvuruyu izleyen kırkbeş gün içinde verir.

Kurul tarafından verilen bütün kararlar, taraflara karar tarihini izleyen beş gün içinde tebliğ edilir. Ayrıca, bu kararlar Resmî Gazetede Kurum tarafından yayımlattırılır.

### **Yargısal İnceleme**

**MADDE 57.** - Şikâyetler ile ilgili Kurum tarafından verilen nihai kararlar Türkiye Cumhuriyeti Mahkemelerinde dava konusu edilebilir ve bu davalar öncelikle görülür.

## **İhalelere Katılmaktan Yasaklama**

**MADDE 58.** - (Değişik: 4964/ 35 md.) 17 nci maddede belirtilen fiil veya davranışlarda buldukları tespit edilenler hakkında fiil veya davranışlarının özelliğine göre, bir yıldan az olmamak üzere iki yıla kadar, üzerine ihale yapıldığı halde mücbir sebep halleri dışında usulüne göre sözleşme yapmayanlar, hakkında ise altı aydan az olmamak üzere bir yıla kadar, 2 nci ve 3 üncü maddeler ile istisna edilenler dahil bütün kamu kurum ve kuruluşlarının ihalelerine katılmaktan yasaklama kararı verilir. Katılma yasakları, ihaleyi yapan bakanlık veya ilgili veya bağlı bulunulan bakanlık, herhangi bir bakanlığın ilgili veya bağlı kuruluşu sayılmayan idarelerde bu idarelerin ihale yetkilileri, il özel idareleri ve belediyeler ile bunlara bağlı birlik, müessese ve işletmelerde ise İçişleri Bakanlığı tarafından verilir.

Haklarında yasaklama kararı verilen tüzel kişilerin şahıs şirketi olması halinde şirket ortaklarının tamamı hakkında, sermaye şirketi olması halinde ise sermayesinin yarısından fazlasına sahip olan gerçek veya tüzel kişi ortaklar hakkında birinci fıkra hükmüne göre yasaklama kararı verilir. Haklarında yasaklama kararı verilenlerin gerçek veya tüzel kişi olması durumuna göre; ayrıca bir şahıs şirketinde ortak olmaları halinde bu şahıs şirketi hakkında da, sermaye şirketinde ortak olmaları halinde ise sermayesinin yarısından fazlasına sahip olmaları kaydıyla bu sermaye şirketi hakkında da aynı şekilde yasaklama kararı verilir.

İhale sırasında veya sonrasında bu fiil veya davranışlarda buldukları tespit edilenler, idarelerce o ihaleye iştirak ettirilmeyecekleri gibi yasaklama kararının yürürlüğe girdiği tarihe kadar aynı idare tarafından yapılacak sonraki ihalelere de iştirak ettirilmezler.

(Değişik: 4964/ 35 md.) Yasaklama kararları, yasaklamayı gerektiren fiil veya davranışın tespit edildiği tarihi izleyen en geç kırkbeş gün içinde verilir. Verilen bu karar Resmi Gazetede yayımlanmak üzere en geç onbeş gün içinde gönderilir ve yayımı tarihinde yürürlüğe girer. Bu kararlar Kamu İhale Kurumunca izlenerek, kamu ihalelerine katılmaktan yasaklı olanlara ilişkin siciller tutulur.

İhaleyi yapan idareler, ihalelere katılmaktan yasaklamayı gerektiren bir durumla karşılaştıkları takdirde, gereğinin yapılması için bu durumu ilgili veya bağlı bulunulan bakanlığa bildirmekle yükümlüdür.

## **İsteklilerin Ceza Sorumluluğu**

**MADDE 59.** - Taahhüt tamamlandıktan ve kabul işlemi yapıldıktan sonra tespit edilmiş olsa dahi, 17 nci maddede belirtilen fiil veya davranışlardan Türk Ceza Kanununa göre suç teşkil eden fiil veya davranışlarda bulunan gerçek veya tüzel kişiler ile o işteki ortak veya vekilleri hakkında Türk Ceza Kanunu hükümlerine göre ceza kovuşturması yapılmak üzere yetkili Cumhuriyet Savcılığına suç duyurusunda bulunulur. Hükmolunacak cezanın yanısıra, idarece 58 inci maddeye göre verilen yasaklama kararının bitiş tarihini izleyen gündən itibaren uygulanmak şartıyla bir yıldan az olmamak üzere üç yıla kadar bu Kanun kapsamında yer alan bütün kamu kurum ve kuruluşlarının ihalelerine katılmaktan mahkeme kararıyla 58 inci maddenin ikinci fıkrasında sayılanlarla birlikte yasaklanırlar.

Bu Kanun kapsamında yapılan ihalelerden dolayı haklarında birinci fıkra gereğince ceza kovuşturması yapılarak kamu davası açılmasına karar verilenler ve 58 inci maddenin ikinci fıkrasında sayılanlar yargılama sonuna kadar Kanun kapsamında yer alan kamu kurum ve kuruluşlarının ihalelerine katılamaz. Haklarında kamu davası açılmasına karar verilenler, Cumhuriyet Savcılıklarınca sicillerine işlenmek üzere Kamu İhale Kurumuna bildirilir.

Bu Kanunda belirtilen yasak fiil veya davranışları nedeniyle haklarında mükerrer ceza hükmolunanlar ile bu kişilerin sermayesinin yarısından fazlasına sahip olduğu sermaye şirketleri veya bu kişilerin ortağı olduğu şahıs şirketleri, mahkeme kararı ile sürekli olarak kamu ihalelerine katılmaktan yasaklanır.

Bu madde hükümlerine göre; mahkeme kararı ile yasaklananlar ve ceza hükmolunanlar, Cumhuriyet Savcılıklarınca sicillerine işlenmek üzere Kamu İhale Kurumuna, meslek sicillerine işlenmek üzere de ilgili meslek odalarına bildirilir.

Sürekli olarak kamu ihalelerine katılmaktan yasaklanmış olanlara ilişkin mahkeme kararları, Kamu İhale Kurumunca, bildirim izleyen onbeş gün içinde Resmî Gazetede yayımlanmak suretiyle duyurulur.

### **Görevlilerin Ceza Sorumluluğu**

**MADDE 60.** - (Değişik: 4964/ 36 md.) İhale yetkilisi ile ihale komisyonlarının başkan ve üyeleri ile ihale işlemlerinden sözleşme yapılmasına kadar ihale sürecindeki her aşamada görev alan diğer ilgililerin; 17 nci maddede belirtilen fiil veya davranışlarda bulduklarının, görevlerini kanuni gereklere uygun veya tarafsızlıkla yapmadıklarının, taraflardan birinin zararına yol açacak ihmalde veya kusurlu hareketlerde bulduklarının tespiti halinde, haklarında ilgili mevzuatları gereğince disiplin cezası uygulanır. Ayrıca, fiil veya davranışlarının özelliğine göre haklarında ceza kovuşturması da yapılır ve hükmolunacak ceza ile birlikte tarafların uğradıkları zarar ve ziyan genel hükümlere göre kendilerine tazmin ettirilir. Bu Kanuna aykırı fiil veya davranışlardan dolayı hüküm giyen idare görevlileri, bu Kanun kapsamına giren işlerde görevlendirilemezler.

Bu Kanun kapsamına giren işlerden dolayı yargı organlarınca herhangi bir ceza verilmiş olanlar, bu Kanun kapsamına giren bütün kamu kurum ve kuruluşlarınca bu Kanunun ve ilgili diğer mevzuatın uygulanması ile görevli ve yetkili kadrolara atanamaz ve görev alamazlar.

(Değişik: 4964/ 36 md.) 5 inci maddede belirtilen ilkelere ve 62 nci maddede belirtilen kurallara aykırı olarak ihaleye çıkılmasına izin verenler ve ihale yapanlar hakkında da yukarıda belirtilen müeyyideler uygulanır.

### **Bilgi ve Belgeleri Açıklama Yasağı**

**MADDE 61.** - (Değişik: 4964/ 37 md.) Bu Kanunun uygulanmasında görevliler ile danışmanlık hizmeti sunanlar; ihale süreci ile ilgili bütün işlemlere, isteklilerin iş ve işlemleri ile tekliflerin teknik ve mali yönlerine ilişkin olarak gizli kalması gereken bilgi ve belgelerle işin yaklaşık maliyetini ifşa edemezler, kendilerinin veya üçüncü şahısların yararına kullanamazlar. Aksine hareket edenler hakkında ilgisine göre 58 ve 60 ıncı maddelerde belirtilen müeyyideler uygulanır.

## **BEŞİNCİ KISIM Çeşitli Hükümler**

### **İdarelerce Uyulması Gereken Diğer Kurallar**

**MADDE 62.** - Bu Kanun kapsamındaki idarelerce mal veya hizmet alımları ile yapım işleri için ihaleye çıkılmadan önce aşağıda belirtilen hususlara uyulması zorunludur:

a) Yatırım projelerinin plânlanan sürede tamamlanarak ekonomiye kazandırılabilmesi amacıyla, birden fazla yılı kapsayan işlerde ihaleye çıkılabilmesi için, işin süresine uygun olarak yıllar itibariyle ödeneğin bütçelerinde bulunmasını sağlamak üzere programlamanın yapılmış olması zorunludur. İlk yıl için öngörülen

ödenek proje maliyetinin % 10'undan az olamaz ve başlangıçta daha sonraki yıllar için programlanmış olan ödenek dilimleri sonraki yıllarda azaltılamaz.

b) (Ek: 4964/ 38 md.) Öngörülen ödeneklerin kullanılmasına imkan verecek süre dikkate alınarak, idarelerce ihalelerin zamanında yapılması, birden fazla yılı kapsayan ve yatırım niteliği olan işlerde (doğal afetler nedeniyle yapılması gerekenler hariç) ise yılın ilk dokuz ayında ihalenin sonuçlandırılması esastır. Ancak ertesi mali yılda gerçekleştirilecek süreklilik arz eden mal ve hizmet alımları için bir önceki mali yıl sona ermeden ihaleye çıkılabilir.

c) (Değişik: 4761/ 17 md.) (Ek: 4964/ 38 md.) Yapım işlerinde arsa temin edilmeyen, mülkiyet, kamulaştırma ve gerekli hallerde imar işlemleri tamamlanmadan ve uygulama projeleri yapılmadan ihaleye çıkılamaz. Uygulama projesi bulunan yapım işlerinde anahtar teslimi götürü bedel teklif alınmak suretiyle ihale yapılması zorunludur. Ancak, doğal afetler nedeniyle uygulama projesi yapılması için yeterli süre bulunmayan yapım işlerinde ön veya kesin proje ile işin yapımı sırasında belli aşamalarda arazi ve zemin etütleri gerektirmesi nedeniyle ihaleden önce uygulama projesi yapılamayan, bina işleri hariç, yapım işlerinde ise kesin proje ile ihaleye çıkılabilir. Bu işlerin uygulama projesi yapılabilen kısımlar için anahtar teslimi götürü bedel, uygulama projesi yapılamayan kısımlarda ise her bir kalem iş için birim fiyat teklif almak suretiyle ihale yapılabilir. **(Beşinci cümle Mülga: 5226/23 md.)** Arsa temini, mülkiyet ve kamulaştırma işlemlerinin tamamlanması şartı baraj ve büyük sulama, petrol ve doğalgaz boru hattı projelerinde aranmaz.

d) (Değişik: 4964/ 38 md.) İdarelerce bütçesinin programlanmasında, ihalede ise isteklilerce verilen tekliflerin karşılaştırılmasında kullanılmak üzere tespit edilen yaklaşık maliyet isteklilere duyurulmaz.

e) (Değişik: 4964/ 38 md.) İdarelerce kanun, tüzük ve yönetmeliklere göre istihdam edilen personelin yeterli nitelik veya sayıda olmaması halinde, ihale yetkilisinin onayı alınmak kaydıyla bu Kanunda belirtilen hizmetler için ihaleye çıkılabilir.

f) İhale dokümanı hazırlanmadan ilân yapılamaz. İlân sürelerinin hesaplanmasında ilânın yayımlandığı gün dikkate alınır, ihale günü veya son başvuru günü dikkate alınmaz. 13 üncü maddede belirtilen ilân sürelerine uyulmak üzere, ilân yapılmasına kadar geçecek süre de gözönüne alınarak ilân yapılacak yerlere yeterli süre öncesinde ilân metinlerinin gönderilmesi zorunludur.

g) İhale için tespit olunan tarih tatil gününe rastlamışsa ihale, tekrar ilâna gerek kalmaksızın tatili takip eden ilk iş gününde aynı yer ve saatte yapılır ve bu saate kadar verilen teklifler kabul edilir. İhale saati çalışma saati dikkate alınarak tespit edilir. İlândan sonra çalışma saati değişse de ihale ilân edilen saatte yapılır.

h) Yapım işlerinde denetim ve yönetim görevlerinde bulunmayan mühendis veya mimarların, yapım ihalelerine girebilmeleri için mezuniyetinden sonra geçen her yıl için altmış milyar Türk Lirası **(seksen yedi milyar Türk Lirası)** olarak hesaplanmak üzere dikkate alınır ve bu Kanunun 10 uncu maddesi kapsamındaki mesleki ve teknik yeterlilik şartı ilgilinin işe başladığı yıl için aranmaz.

ı) (Ek: 4964/ 38 md.) Bu Kanunun 21 ve 22 nci maddelerindeki parasal limitler dahilinde yapılacak harcamaların yıllık toplamı, idarelerin bütçelerine bu amaçla konulacak ödeneklerin %10'unu Kamu İhale Kurulunun uygun görüşü olmadıkça aşamaz.

#### Yerli İstekliler ile İlgili Düzenlemeler

**MADDE 63.** - Yaklaşık maliyeti eşik değerlerin altında kalan ihalelere sadece yerli isteklilerin katılması, yaklaşık maliyeti eşik değerlerin üzerindeki ihalelerde; hizmet alımları ve yapım işlerinde bütün yerli istekliler lehine, mal alımlarında ise Sanayi



ve Ticaret Bakanlığı ile diğer ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak Kurum tarafından yerli malı olarak belirlenen malları teklif eden yerli istekliler lehine, % 15 oranına kadar fiyat avantajı sağlanması hususlarında idarelerce ihale dokümanına hükümler konulabilir. Ancak, yabancı istekliler ile ortak girişim yapmak suretiyle ihalelere katılan yerli istekliler bu hükümden yararlanamaz.

\*  
- Kamu İhale Kurumu'nun 2004/1 sayılı Tebliği ile 20.01.2004 tarih ve 25352 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmış olup 01.02.2004 - 31.01.2005 dönemini kapsamaktadır.

### **Sürelerin Hesabı**

**MADDE 64.** - Bu Kanunda yazılı sürelerin hesaplanmasında hüküm bulunmayan hallerde Borçlar Kanunu hükümleri uygulanır.

### **Tebliğat**

**MADDE 65.** - Bu Kanunda hüküm bulunmayan hallerde yapılacak tebliğler hakkında Tebliğat Kanunu hükümleri uygulanır.

### **Değişiklik Yapılması**

**MADDE 66.** - Bu Kanun hükümlerine ilişkin değişiklikler, ancak bu Kanuna hüküm eklenmek veya bu Kanunda değişiklik yapılmak suretiyle düzenlenir.

### **Eşik Değerler ve Parasal Limitlerin Güncellenmesi**

**MADDE 67.** - Bu Kanunda belirtilen eşik değerler ve parasal limitler bir önceki yılın Toptan Eşya Fiyat Endeksi esas alınarak Kamu İhale Kurumu tarafından güncellenir ve her yıl 1 Şubat tarihinden geçerli olmak üzere aynı tarihe kadar Resmî Gazetede ilân edilir. Ancak güncellemede bir milyon Türk Lirasının altındaki tutarlar dikkate alınmaz. Bu Kanunda belirtilen eşik değerler ve parasal limitler, olağanüstü hallerde, belirtilen tarihin dışında da Kurumun teklifi üzerine Bakanlar Kurulu Kararı ile güncellenebilir.

## **ALTINCI KISIM Son Hükümler**

### **Uygulanmayacak Hükümler**

**MADDE 68.** - a) Bu Kanun kapsamında yer alan işlerin ihalelerinde 8.9.1983 tarihli ve 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu hükümleri uygulanmaz.

b) Diğer kanunların 8.9.1983 tarihli ve 2886 sayılı Devlet İhale Kanunundan muafiyet tanıyan hükümleri ile bu Kanuna uymayan hükümleri uygulanmaz.

c) (Ek: 4964/ 39 md.) 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu kapsamındaki toplu konut projelerinde, 5 inci maddenin beşinci ve altıncı fıkraları, 62 nci maddenin (a) ve (b) bentleri ile (c) bendindeki kamulaştırma, mülkiyet, arsa temini, imar işlemleri ve uygulama projesine ilişkin şartlar aranmaksızın ihaleye çıkılabilir. Ancak, ÇED raporu zorunluluğu bulunan hallerde sözleşme imzalanmadan önce bu raporun alınması zorunludur.

**EK MADDE 1.** - (Ek: 4964/ 41 md.) Bu Kanununun 13 ve 47 nci maddelerinde geçen Resmî Gazetede yayım zorunluluğuna ilişkin hükümlerden, Kanunun 53'üncü maddesinde öngörülen Kamu İhale Bülteninde yayım zorunluluğu anlaşılır.

### **Standart İhale Dokümanları ve Yönetmelikler**

**GEÇİCİ MADDE 1.** - Bu Kanunun uygulanmasına yönelik olarak çıkarılacak standart ihale dokümanları ve yönetmelikler, ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak Kamu İhale Kurumu tarafından Kanunun yürürlüğe gireceği tarihe kadar hazırlanır ve Resmî Gazetede yayımlanır.

Bunların yürürlüğe konulmasına kadar idareler, mevcut esaslar ve yönetmelik hükümlerini uygulamaya devam eder.

### **Başlanmış Olan İhaleler**

**GEÇİCİ MADDE 2.** - Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten önce ihale edileceği yazılı olarak duyurulmuş veya ilân edilmiş olan işler ilgili olduğu kanun ve usullere göre sonuçlandırılır.

### **Güncelleme**

**GEÇİCİ MADDE 3.** - Bu Kanunda yer alan eşik değerler ve parasal limitler, Kanunun Resmî Gazetede yayımlandığı tarih ile yürürlüğe girdiği tarih arasında geçen süre için Kurum tarafından 67 nci maddede belirtilen şekilde güncellenir.

### **İstisnalara İlişkin Esas ve Usuller**

**GEÇİCİ MADDE 4.** - a) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (b) bendine ilişkin esas ve usuller ilgili kurumlar tarafından,

b) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (d) bendine ilişkin esas ve usuller, Kamu İhale Kurumunun uygun görüşü üzerine, Dışişleri, Millî Savunma, Maliye ve Bayındırlık ve İskân Bakanlıkları tarafından,

c) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (f) bendi gereğince yapılacak mal ve hizmet alımlarına ilişkin esas ve usuller, Kamu İhale Kurumunun uygun görüşü üzerine, ilgili kurumlar tarafından,

İlgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınmak suretiyle Kanunun yürürlüğe gireceği tarihe kadar hazırlanarak, Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulur.

(Değişik: 4761/ 18 md.) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (e) bendi gereğince yapılacak alımlarda uygulanacak esas ve usuller Kurum tarafından, Devlet Malzeme Ofisinden yapılacak alımlara ilişkin esas ve usuller ise gerekli görülmesi halinde Maliye Bakanlığı tarafından belirlenebilir.

(Ek: 4761/ 18 md.) (Değişik: 4964/ 40 md.) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendi kapsamındaki mal ve hizmetler, ilgili kuruluşların talebi üzerine Kurum tarafından belirlenir.

(Ek: 4964/ 40 md.) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (h) bendine ilişkin esas ve usuller, Sağlık Bakanlığı ve Kurumun görüşleri alınarak Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanacak yönetmelikle belirlenir.

(Ek: 4964/ 40 md.) Enerji, su, ulaştırma ve telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren teşebbüs, işletme ve şirketler, özel kanunları yürürlüğe girinceye kadar bu Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendi hükmüne, bu bent kapsamında yer almayan mal ve hizmet alımları ile yapım işlerinde ise Kanunun diğer hükümlerine tabi olurlar.

(Ek: 5226/ 24 md.) Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (i) bendine ilişkin esas ve usuller Maliye Bakanlığı, Kamu İhale Kurumu ve Bakanlık tarafından çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenir.

### **Kamu İhale Kurumunun Kurulması**

**GEÇİCİ MADDE 5.** - Bu Kanunun 53 üncü maddesinde belirtilen Kamu İhale Kurulu, Kanunun Resmî Gazetede yayımlandığı tarihi takip eden otuz gün içinde atanır. Kamu İhale Kurulu üyeliğine yapılacak ilk atamalarda, Maliye Bakanlığı ile



Bayındırlık ve İskân Bakanlığının önereceği adaylar arasından seçilecek üyelere Bakanlar Kurulunca belirlenecek birer üye yedi yıl süreyle görev yapar.

Kurul, Kanunda yer alan görevleri yerine getirmek üzere atandığı tarihi izleyen altmış gün içinde Kurum teşkilatını oluşturarak bu tarihe kadar Kurumun faaliyete geçmesini sağlar.

Kurumun bu Kanunun yürürlüğe gireceği tarihe kadar yapacağı ihalelerle ilgili esas ve usuller Kurulun önerisi üzerine Bakanlar Kurulu kararıyla çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

Bu Kanunun 53 üncü maddesinde belirtilen yönetmelikler ile üçüncü fıkrada belirtilen yönetmelik Kurumun faaliyete geçeceği tarihe kadar çıkarılır.

Kurumun her türlü giderleri, gelirleri ile karşılanacak aşamaya gelinceye kadar, genel bütçeden sağlanacak yardımlardan finanse edilir.

**GEÇİCİ MADDE 6.** - (Ek: 4761/ 19 md.) Bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde;

a) Kamu kurum ve kuruluşlarında görevli personelden, 53 üncü maddenin (h) fıkrasında sayılan yüksek öğretim kurumlarını bitirerek mesleğe özel yarışma sınavı ile girilen ve belirli süreli meslek içi eğitimden sonra özel bir yeterlik sınavı sonunda atanmış olanlar ile hâkimler, savcılar ve bu meslekten sayılanlar,

b) Kurumun görev alanı ile ilgili dallardan olmak kaydıyla en az lisans üstü eğitimini tamamlamış üniversite öğretim elemanları,

c) Mühendislik veya mimarlık fakültelerinde lisans eğitimi yapmış olanlardan en az beş yıl, lisans eğitimi müteakip yine bu dallardan herhangi birinde lisans üstü eğitim yapmış olanlardan ise en az üç yıl süre ile kamu kurum ve kuruluşlarında kendi görev alanıyla ilgili konularda çalışmış olanlar,

Kırk yaşından gün almamış olmaları, (a) ve (c) bentlerinde sayılanların kamu ihale mevzuatı ile ilgili yargılama, inceleme, denetleme, uygulama veya danışma konularında çalışmış olmaları koşuluyla kurumlarının muvafakatı alınmak suretiyle, Kurulca kamu ihale uzmanı olarak atanabilirler.

31.12.2003 tarihine kadar Kurumun kamu ihale uzman ve uzman yardımcısı dışındaki kadrolarına, genel bütçeye dahil daireler, katma bütçeli idareler, kamu iktisadi teşebbüsleri ve bunların bağlı ortaklıkları, özel kanunlarla kurulmuş ve kendilerine kamu görevi verilmiş tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar ile bağımsız bütçeli kuruluşlarda çalışan personel kendilerinin isteği ve kurumlarının muvafakatı ile atanabilirler.

#### **Yürürlük**

**MADDE 69.** - (Değişik: 4761/ 21 md.) Bu Kanunun 53 üncü maddesi ile geçici 1, geçici 5 ve geçici 6 ncı maddeleri yayımı tarihinde, diğer maddeleri 1.1.2003 tarihinde yürürlüğe girer.

#### **Yürütme**

**MADDE 70.** - Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

#### **4761 Sayılı Kanunun, 4734 Sayılı Kamu İhale Kanununa İşlenemeyen Maddesi**

**MADDE 20.** - Özel kanunlarla kamu tüzel kişiliğini ve idarî ve malî özerkliği haiz olarak kurulmuş veya 31.12.2006 tarihine kadar kurulacak kurul, üst kurul, kurum ve kuruluşların Başkan ve üyelerinin aylık ücretleri ile malî ve sosyal hak ve yardımları, bu kurul, üst kurul, kurum ve kuruluşların fonksiyonları, ücret adaleti ve 631 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin geçici 1 inci maddesi uygulaması dikkate alınarak Bakanlar Kurulu tarafından belirlenir. Bakanlar Kurulu gerektiğinde ücret adaletini sağlamak amacıyla kamu görevlilerine ödenmekte olan temsil ve

görev tazminatı tavan gösterge rakamlarını üç katına kadar artırmaya ve artırılan miktar içerisinde kadro ve görev unvanı itibarıyla düzenlemeler yapmaya yetkilidir.

Yukarıdaki fıkradaki düzenleme yapıncaya kadar, Kamu İhale Kurulu Başkanına, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu Başkanına aylık olarak ödenen net ücret ve diğer ödemeler toplamı kadar, Kamu İhale Kurulu üyelerine ise Kurul Başkanına yapılan toplam ödemelerin yüzde doksanyedisi oranında aylık net ödeme yapılır.

#### **4964 sayılı Kanunun, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununa İşlenemeyen Maddeleri**

**GEÇİCİ MADDE 1.-** 4734 ve 4735 sayılı Kanunlarda bu Kanunla yapılan değişikliklerden dolayı yeniden düzenlenmesi gereken standart ihale dokümanı, tip sözleşme ve yönetmelikler, bu Kanunun yayımlandığı tarihten itibaren altmış gün içinde Kurum tarafından hazırlanarak yürürlüğe konulur. 4734 sayılı Kanundaki parasal limitlerde bu Kanunla yapılan değişiklikleri ve yeni eklenen parasal limitler, 22.1.2002 tarihinde geçerli kabul edilerek 1.1.2003 tarihine göre 4734 sayılı Kanunun 67 nci maddesindeki esaslar dahilinde kurum tarafından güncellenir. Bu düzenlemelerin yürürlüğe konulmasına kadar, idareler, mevcut usul, esas ve yönetmelik hükümlerini uygulamaya devam ederler.

4734 sayılı Kanunun 3 üncü ve geçici 4 üncü maddelerinde bu Kanunla yapılan değişikliklerden dolayı hazırlanması ve yürürlüğe konulması gereken esas ve usuller, bu Kanunun yayımlandığı tarihten itibaren otuz gün içinde hazırlanır ve yürürlüğe konulur. Bu düzenlemelerin yayımlanmasına kadar idareler, 4734 sayılı Kanunun bu Kanunla değiştirilmeden önce yürürlükte bulunan 3 üncü ve geçici 4 üncü maddeleri gereği hazırlanan ve yürürlüğe konulan esas ve usulleri uygulamaya devam ederler. 4734 sayılı Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendindeki istisna hükmünden yararlanan kuruluşların sözleşme altında yüklenici oldukları yapım işi alımları da on yıl süreyle aynı bentte öngörülen istisna hükümlerine tabidir.

**MADDE 50.** - Bu Kanunun 41 inci maddesi 1.1.2004 tarihinde, diğer maddeleri yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

**MADDE 51.** - Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

**4761 - Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun**

R.G. Tarih: 22/06/2002 R.G.Sayı: 24793

**MADDE 1.** — 31.12.1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 75 inci maddesinin ikinci fıkrasının (7) numaralı bendinin parantez içi hükmü aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

(Bankalara, bankerlere, tasarruf sandıklarına, tevdiat kabul eden diğer müesseselere yatırılan vadeli, vadesiz paralara ödenen faizler, bunlar dışında kalan kişi ve kuruluşlardan devamlı olarak para toplama işi ile uğraşanların her ne şekilde ve ad altında olursa olsun toplanan paralara sağladıkları gelirler ve menfaatler ile bankalar ve 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanununa göre kurulan aracı kurumlar arasındaki borsa para piyasasında değerlendirilen paralara ödenen faizler de mevduat faizi sayılır.)

**MADDE 2.** — 193 sayılı Kanunun 94 üncü maddesinin beşinci fıkrasında yer alan "6, 7, 8 ve 9 numaralı bentlerde yer alan kazanç ve iratlardan, mevduat veya menkul kıymetin vadesi ve menkul kıymetlerin türlerine göre," ibaresi "6, 7, 8 ve 9 numaralı bentlerde yer alan kazanç ve iratlardan; mevduat veya menkul kıymetin vadesi, menkul kıymetlerin türleri ile bankalar ve 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanununa göre kurulan aracı kurumlar arasındaki borsa para piyasasında değerlendirilen paralara ödenen faizler için," şeklinde değiştirilmiş, maddenin sonuna aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Maliye Bakanlığı, vergiye tâbi işlemlere taraf veya aracı olanları verginin ödenmesinden sorumlu tutabilir.

**MADDE 3.** — 193 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir.

**GEÇİCİ MADDE 60.** — Mevcut veya yeni kurulacak olan sermaye şirketlerine, aynı veya nakdî sermaye olarak konulan değerlerden hareketle; herhangi bir vergi incelemesi ve tarhiyat (Vergi Usul Kanununun 30 uncu maddesinin ikinci fıkrasının (7) numaralı bendi dahil) yapılamaz. Bu hükmün uygulanabilmesi için 31.12.2002 tarihine kadar; mevcut sermaye şirketlerinde sermaye artırım işlemlerinin, yeni kurulacak şirketlerde şirket kuruluşunun tamamlanması ve sermaye olarak konan değerlerin şirket aktifine girmiş olması şarttır.

**MADDE 4.** — 3.6.1949 tarihli ve 5422 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununa aşağıdaki geçici madde eklenmiştir.

**GEÇİCİ MADDE 31.** — 2001-2005 yılları kazançlarına uygulanmak üzere Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığının faaliyet konusu ile ilgili olarak yurt dışı iştiraklerinin finansmanından doğan alacaklarının değerlendirilmesinden kaynaklanan kur farkları pasifte özel bir karşılık hesabında gösterilerek dönem kazancına dahil edilmez. Bu karşılıklar sermayeye eklendikleri takdirde işletmeden çekiş ve kâr dağıtımı sayılmaz. Aleyhlerine oluşan kur farkları ise aktifte özel bir karşılık hesabında tutulur ve gelecek yıllarda lehlerine oluşacak kur farkları ile kapatılır. Lehte kur farkı ile kapatılamayan tutarlar yurt dışı iştirakin işi bırakması halinde zarar addolunur.

**MADDE 5.** — 13.7.1956 tarihli ve 6802 sayılı Gider Vergileri Kanununun 33 üncü maddesinin ikinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Bakanlar Kurulu, bu maddede belirtilen vergi oranını bankalar arası mevduat muameleleri, bankalar ile 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanununa göre kurulan aracı kurumlar arasındaki borsa para piyasası muameleleri ve diğer banka ve sigorta muameleleri için ayrı ayrı veya birlikte % 1'e, bankalar arası kambiyo muamelelerinde ise sifıra kadar indirmeye ve yukarıdaki oranları aşmayacak şekilde yeniden tespit etmeye yetkilidir.

**MADDE 6.** — 1.7.1964 tarihli ve 488 sayılı Damga Vergisi Kanununa ekli (2) sayılı tablonun "IV-Ticari ve medeni işlerle ilgili kâğıtlar" başlıklı bölümüne, (18) numaralı fıkradan sonra gelmek üzere aşağıdaki (19), (20), (21) ve (22) numaralı fıkralar eklenmiştir.

19. Bankalar arasında, bankanın taraf olduğu veya bankalar aracılığıyla yapılan, belirli bir vadede önceden belirlenen fiyat, miktar ve nitelikte, ekonomik veya finansal göstergeye dayalı olarak düzenlenenler de dahil olmak üzere, para veya sermaye piyasası aracını, malı, kıymetli madeni ve döviz alma, satma, değiştirme hak ve/veya yükümlülüğünü veren vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleri ile bu sözleşmelere ilişkin olarak düzenlenen diğer kâğıtlar.

20. Faktoring şirketlerinin müşterileriyle yaptıkları faktoring sözleşmeleri ile bu sözleşmelere ilişkin olarak düzenlenen diğer kâğıtlar.

21. Gayrimenkul yatırım ortaklıklarının münhasıran gayrimenkul portföylerine ilişkin alım satım sözleşmeleri.

22. Kıymetli madenler borsalarında kıymetli madenlerin ödünç işlemlerine ilişkin düzenlenen kâğıtlar.

**MADDE 7.** — 2.7.1964 tarihli ve 492 sayılı Harçlar Kanununa bağlı (6) sayılı tarifenin "III- Yabancılara verilecek ikamet tezkeresi ve Dışişleri Bakanlığı tasdik harçları" bölümünün (1) numaralı fıkrasının sonuna aşağıdaki cümle eklenmiştir.

İkamet tezkeresi harçlarının tespitine, müteakabiliyet esaslı göz önünde tutularak, Maliye Bakanlığı yetkilidir.

**MADDE 8.** — 28.12.2001 tarihli ve 4731 sayılı 17.8.1999 ve 12.11.1999 Tarihlerinde Meydana Gelen Depremlerden Zarar Görenlerin Vergi Borçları ve Vergi Cezalarının Terkini ile Vergi Usul Kanunu, Katma Değer Vergisi Kanunu, Harçlar Kanunu ve Organize Sanayi Bölgeleri Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun; 1 inci maddesinin 1 numaralı fıkrasının sonuna "1999 vergilendirme dönemine ilişkin emlak vergisi, çevre temizlik vergisi ve motorlu taşıtlar vergisi hakkında da bu madde hükmü uygulanır." ibaresi, 2 nci maddesinin birinci fıkrasının sonuna "Bu hüküm, gelir ve kurumlar vergisi ile birlikte ödenmesi gereken diğer vergi, fon ve paylar hakkında da uygulanır." ibaresi eklenmiştir.

**MADDE 9.** — Bu Kanuna ekli (1) sayılı listede yer alan kadrolar iptal edilerek 190 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin eki (1) sayılı cetvelin Maliye Bakanlığına ait ilgili bölümlerinden çıkarılmış, ekli (2) sayılı listede yer alan kadrolar ihdas edilerek 190 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin eki (1) sayılı cetvelin Maliye Bakanlığına ait ilgili bölümlerine eklenmiştir.



**MADDE 10.** — 4.1.2002 tarihli ve 4734 sayılı Kamu İhale Kanununun 2 nci maddesinin birinci fıkrasının (d) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

d) (a), (b) ve (c) bentlerinde belirtilenlerin doğrudan veya dolaylı olarak birlikte ya da ayrı ayrı sermayesinin yarısından fazlasına sahip buldukları her çeşit kuruluş, müessese, birlik, işletme ve şirketler.

**MADDE 11.** — 4734 sayılı Kanunun 3 üncü maddesinin (e) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve maddeye aşağıdaki (g) bendi eklenmiştir.

e) Kanun kapsamına giren kuruluşların; Adalet Bakanlığına bağlı ceza infaz kurumları, tutukevleri işyurtları kurumları, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumuna bağlı yetiştirme yurtları, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı üretim yapan okullar ve merkezler ile Tarım Bakanlığına bağlı enstitü ve üretim istasyonları tarafından bizzat üretilen mal ve hizmetler için anılan kuruluşlardan, Devlet Malzeme Ofisi ana statüsünde yer alan mal ve malzemeler için ise Devlet Malzeme Ofisi Genel Müdürlüğünden yapacakları alımlar.

g) Kamu iktisadi teşebbüsleri, özelleştirme kapsam ve programında bulunan kuruluşlar ile bunların doğrudan veya dolaylı olarak birlikte ya da ayrı ayrı sermayesinin yarısından fazlasına sahip oldukları kuruluşların; uluslararası kurallara göre yürütmesi gereken ve uluslararası piyasanın koşullarına göre anlık karar verme zorunluluğu bulunan faaliyetlerine ilişkin olarak, ilgili veya bağlı bulunan Bakanlığın teklifi üzerine Kurum tarafından belirlenecek mal veya hizmet alımları;

**MADDE 12.** — 4734 sayılı Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (a), (b) ve (c) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve son fıkrası madde metninden çıkarılmıştır.

a) Genel bütçeye dahil daireler ve katma bütçeli idarelerin mal ve hizmet alımlarında üçyüzmilyar Türk Lirası.

b) Kanun kapsamındaki diğer idarelerin mal ve hizmet alımlarında beşyüzmilyar Türk Lirası.

c) Kanun kapsamındaki idarelerin yapım işlerinde onbirtrilyon Türk Lirası.

**MADDE 13.** — 4734 sayılı Kanunun 10 uncu maddesine ikinci fıkrasından sonra gelmek üzere aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Birinci fıkranın (b) bendinin (2) numaralı alt bendinde belirtilen belgelerden, yapım ve yapımla ilgili hizmet işlerinde, denetleme veya yönetme görevi nedeniyle alınanlarda gerçek kişinin mühendis veya mimar olma şartı aranır. İş bitirme, yönetim veya denetim suretiyle elde edilecek belgeler, belge sahibi kişi veya kuruluşların dışındaki istekliler tarafından kullanılamaz, belgeler devredilemez, kiraya verilemez ve satılamaz. Bu belge sahiplerinin kuracakları veya ortak olacakları tüzel kişiliklerin ihaleye girebilmesinde tüzel kişiliğin yarısından fazla hissesine sahip olmaları, her ihalede bu oranın aranması ve teminat süresince bu oranın muhafaza edilmesi zorunludur. Yönetim ve denetim faaliyetleri nedeniyle alınacak belgeler, en fazla beşte bir oranında dikkate alınır.

**MADDE 14.** — 4734 sayılı Kanunun 13 üncü maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinin (3) numaralı alt bendinde yer alan "yirmibir gün" ibaresi "yirmibeş gün" olarak değiştirilmiş ve aynı fıkranın sonuna "Bu fıkra kapsamında ilan edilen

ihalelerden hangilerinin, ayrıca Basın İlân Kurumu aracılığıyla Türkiye çapında dağıtımı olan gazetelerin birinde ilân edileceğini belirlemeye Kurum yetkilidir." cümlesi eklenmiştir.

**MADDE 15.** — 4734 sayılı Kanununun 53 üncü maddesinin (h) fıkrasının dördüncü bendinde yer alan "Kurum ile ilişkileri kesilir." ibaresi "Kurumda durumlarına uygun başka bir göreve atamaları yapılır." şeklinde değiştirilmiş, maddenin (c) fıkrasının üçüncü bendi, (i) fıkrasının beşinci bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş, (i) fıkrasına son bendinden sonra gelmek üzere aşağıdaki bent eklenmiş ve (j) fıkrasının (1) numaralı bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Kurul üyelerinin görev süresi beş yıldır. Bir üye bir defadan fazla seçilemez. Kurul üyelerinin görev süresi dolmadan görevlerine son verilemez. Ancak üyeler, ciddi bir hastalık veya sakatlık nedeniyle iş görememeleri veya atamaya ilişkin şartları kaybetmeleri halinde atandıkları usule göre süresi dolmadan görevden alınır. Üyeler görevi kötüye kullanmaktan veya yüz kızartıcı bir suçtan mahkûm olmaları halinde ise Başbakan onayıyla görevden alınır. Görevden alma nedeniyle veya süresi dolmadan herhangi bir sebeple boşalan Kurul üyeliklerine bir ay içerisinde yukarıda belirtilen esaslara göre yeniden atama yapılır. Bu durumlarda atanan üye, yerine atandığı üyenin görev süresini tamamlar.

Kurul Başkan ve üyeliklerine atananların Kurulda görev yaptıkları sürede eski görevleriyle olan ilişkileri kesilir. Ancak kamu görevlisi iken üyeliğe atananlar, memuriyete giriş şartlarını kaybetme dışındaki herhangi bir nedenle görevlerinin sona ermesi, görevden ayrılma isteğinde bulunması veya görev sürelerinin dolması durumunda otuz gün içinde eski kurumlarına başvurmaları halinde ilgili bakan veya atamaya yetkili diğer makamlar tarafından mükteseplerine uygun bir kadroya atanırlar. Belirtilen atama yapılırken Kurul Başkan ve üyelerinin Kurumda geçirdikleri süreler makam veya hâkim sınıfından olup da yüksek hâkimlik tazminatını almaya başladıktan sonra atananlar için yüksek hâkimlik tazminatı ödenmesini gerektiren görevlerde geçmiş olarak değerlendirilir. Kurumda görev alanlar görevden ayrılma isteğinde bulunmaları halinde, durumları daha önce tâbi oldukları Kanun hükümlerine göre hizmetlerinde değerlendirilmek suretiyle mükteseplerine uygun bir kadroya, yetkili makamlarca atanır. Bu hükümler akademik unvanların kazanılmasına ilişkin hükümler saklı kalmak kaydıyla üniversitelerden gelen personel hakkında da uygulanır.

Kurumun görev alanı ile ilgili konularda genel bütçeye dahil daireler ile katma bütçeli idareler ve kamu iktisadi teşebbüslerinde çalışanlar kurumlarının, hâkimler ve savcılar ise kendilerinin muvafakatı ile Kurumda görevlendirilebilir. Bu personel, kurumlarından maaşsız izinli sayılır ve aylık, ödenek, her türlü zam ve tazminatları ile diğer malî ve sosyal hak ve yardımları Kurumla ilgili arasında imzalanacak sözleşmede belirlenir. İzinli oldukları sürece memuriyetleri ile ilgili özlük hakları devam ettiği gibi, bu süreler terfi ve emekliliklerinde hesaba katılır, terfileri başkaca bir işleme gerek duyulmadan süresinde yapılır. Üniversite öğretim elemanları uzmanlıklarına uyan işler için, 4.11.1981 tarihli ve 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanununun 38 inci maddesine göre Kurumda görevlendirilebilir. Bu şekilde görevlendirilecek personel sayısı toplam kadro sayısının % 10'unu aşamaz.



1) Bu Kanun kapsamındaki idarelerce yapılan ihalelere ilişkin düzenlenecek sözleşmeler için yükleniciden tahsil edilecek sözleşme bedelinin onbinde beşi (İdareler ve noterler bu tutarın yüklenici tarafından Kurum hesaplarına yatırıldığını sözleşmelerin imzalanması aşamasında aramak zorundadır.)

**MADDE 16.** — 4734 sayılı Kanununun 56 ncı maddesine beşinci fıkrasından sonra gelmek üzere aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Şikâyet, dava açılması öncesi kullanılması zorunlu bir başvuru yoludur. Kurum, yapılan şikâyetler üzerine en geç altmış gün içerisinde karar verir. Bu kararın ihale sürecinin durdurulması yönünde olması halinde, Kurum, durdurma kararından itibaren en geç altmış gün içerisinde nihai kararını verir.

**MADDE 17.** — 4734 sayılı Kanununun 62 nci maddesinin (c) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

c) Yapım işlerinde arsa temin edilmeden, mülkiyet, kamulaştırma ve gerekli hallerde imar işlemleri tamamlanmadan ve uygulama projeleri yapılmadan ihaleye çıkılamaz. Uygulama projesi bulunan yapım işlerinde anahtar teslimi götürü bedel teklif alınmak suretiyle ihale yapılması zorunludur. Ancak, doğal afetler nedeniyle uygulama projesi yapılması için yeterli süre bulunmayan yapım işlerinde ön veya kesin proje ile işin yapımı sırasında belli aşamalarda arazi ve zemin etütleri gerektirmesi nedeniyle ihaleden önce uygulama projesi yapılamayan, bina işleri hariç, yapım işlerinde ise kesin proje ile ihaleye çıkılabilir. Bu işlerin uygulama projesi yapılabilen kısımlar için anahtar teslimi götürü bedel, uygulama projesi yapılamayan kısımlarda ise her bir kalem iş için birim fiyat teklif almak suretiyle ihale yapılabilir.

**MADDE 18.** — 4734 sayılı Kanununun geçici 4 üncü maddesinin son fıkrasındaki "Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (e) bendi gereğince" ibaresinden sonra gelmek üzere "yapılacak alımlarda uygulanacak esas ve usuller Kurum tarafından," ibaresi eklenmiş ve aynı maddenin sonuna aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendi gereğince yapılacak alımlarda uygulanacak esas ve usuller, Kurumun uygun görüşü üzerine ilgili idareler tarafından hazırlanarak, Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe konulur.

**MADDE 19.** — 4734 sayılı Kanuna aşağıdaki geçici madde eklenmiştir.

**GEÇİCİ MADDE 6.** — Bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde;

a) Kamu kurum ve kuruluşlarında görevli personelden, 53 üncü maddenin (h) fıkrasında sayılan yüksek öğretim kurumlarını bitirerek mesleğe özel yarışma sınavı ile girilen ve belirli süreli meslek içi eğitimden sonra özel bir yeterlik sınavı sonunda atanmış olanlar ile hâkimler, savcılar ve bu meslekten sayılanlar,

b) Kurumun görev alanı ile ilgili dallardan olmak kaydıyla en az lisans üstü eğitimini tamamlamış üniversite öğretim elemanları,

c) Mühendislik veya mimarlık fakültelerinde lisans eğitimi yapmış olanlardan en az beş yıl, lisans eğitimi müteakip yine bu dallardan herhangi birinde lisans üstü eğitim yapmış olanlardan ise en az üç yıl süre ile kamu kurum ve kuruluşlarında kendi görev alanıyla ilgili konularda çalışmış olanlar,

Kırk yaşından gün almamış olmaları, (a) ve (c) bentlerinde sayılanların kamu ihale mevzuatı ile ilgili yargılama, inceleme, denetleme, uygulama veya danışma konularında çalışmış olmaları koşuluyla kurumlarının muvafakatı alınmak suretiyle, Kurulca kamu ihale uzmanı olarak atanabilirler.

31.12.2003 tarihine kadar Kurumun kamu ihale uzman ve uzman yardımcısı dışındaki kadrolarına, genel bütçeye dahil daireler, katma bütçeli idareler, kamu iktisadi teşebbüsleri ve bunların bağlı ortaklıkları, özel kanunlarla kurulmuş ve kendilerine kamu görevi verilmiş tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar ile bağımsız bütçeli kuruluşlarda çalışan personel kendilerinin isteği ve kurumlarının muvafakatı ile atanabilirler.

**MADDE 20.** — Özel kanunlarla kamu tüzel kişiliğini ve idarî ve malî özerkliği haiz olarak kurulmuş veya 31.12.2006 tarihine kadar kurulacak kurul, üst kurul, kurum ve kuruluşların Başkan ve üyelerinin aylık ücretleri ile malî ve sosyal hak ve yardımları, bu kurul, üst kurul, kurum ve kuruluşların fonksiyonları, ücret adaleti ve 631 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin geçici 1 inci maddesi uygulaması dikkate alınarak Bakanlar Kurulu tarafından belirlenir. Bakanlar Kurulu gerektiğinde ücret adaletini sağlamak amacıyla kamu görevlilerine ödenmekte olan temsil ve görev tazminatı tavan gösterge rakamlarını üç katına kadar artırmaya ve artırılan miktar içerisinde kadro ve görev unvanı itibarıyla düzenlemeler yapmaya yetkilidir.

Yukarıdaki fıkradaki düzenleme yapıncaya kadar, Kamu İhale Kurulu Başkanına, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu Başkanına aylık olarak ödenen net ücret ve diğer ödemeler toplamı kadar, Kamu İhale Kurulu üyelerine ise Kurul Başkanına yapılan toplam ödemelerin yüzde doksanyedisi oranında aylık net ödeme yapılır.

**MADDE 21.** — Bu Kanunun;

- a) 1 ve 2 nci maddeleri yayımını izleyen aybaşında,
- b) 4 üncü maddesi 1.1.2001 tarihinden geçerli olmak üzere yayımı tarihinde,
- c) 8 inci maddesi 30.12.2001 tarihinden geçerli olmak üzere yayımı tarihinde,
- d) 10, 11, 12, 13, 14, 16 , 17 ve 18 inci maddeleri 1.1.2003 tarihinde,
- e) Diğer maddeleri yayımı tarihinde,

Yürürlüğe girer.

**MADDE 22.** — Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

(1) SAYILI LİSTE

İPTAL EDİLEN KADROLAR

(1) SAYILI LİSTE İPTAL EDİLEN KADROLAR				
KURUMU : Maliye Bakanlığı				
TEŞKİLÂTI : Taşra				
			Serbest	Tutulan
			Kadro	
<u>Unvanı</u>	<u>Sınıfı</u>	<u>Kadro</u>	<u>Adedi</u>	<u>Toplam</u>
		<u>Adedi</u>		

8. DERECE				
Vergi İstihbarat				
Uzmanı	G.İ.H.	150	-	150
Vergi İstihbarat Uzman				
Yardımcısı	G.İ.H.	50	-	50
<b>TOPLAM</b>		<b>200</b>	<b>-</b>	<b>200</b>
9. DERECE				
Vergi İstihbarat Uzman				
Yardımcısı	G.İ.H.	584	-	584
<b>TOPLAM</b>		<b>584</b>	<b>-</b>	<b>584</b>
<b>GENEL TOPLAM</b>		<b>784</b>		<b>784</b>

## (2) SAYILI LİSTE İHDAS EDİLEN KADROLAR

KURUMU : Maliye Bakanlığı

TEŞKİLÂTI : Merkez

<u>Unvanı</u>	<u>Sınıfı</u>	<u>Kadro Adedi</u>	<u>Serbest Adedi</u>	<u>Tutulan Kadro Toplam</u>
1. DERECE				
Genel Müdür				
Yardımcısı	G.İ.H.	3	-	3
Daire Başkanı	G.İ.H.	14	-	14
Şube Müdürü	G.İ.H.	33	-	33
Bilgi İşlem Merkezi Müdürü	G.İ.H.	4	-	4
Programcı	G.İ.H.	10	-	10
Çözümleyici	G.İ.H.	6	-	6
Bilgisayar İşletmeni	G.İ.H.	11	-	11
Mühendis	T.H.	3	-	3
<b>TOPLAM</b>		<b>84</b>	<b>-</b>	<b>84</b>
2. DERECE				
Çözümleyici	G.İ.H.	3	-	3
Bilgisayar İşletmeni	G.İ.H.	11	-	11
Mühendis	T.H.	2	-	2

<b>TOPLAM</b>			<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>
<b>4. DERECE</b>					
Programcı		G.I.H.	6	-	6
Bilgisayar İşletmeni		G.I.H.	11	-	11
Mühendis		T.H.	2	-	2
İstatistikçi		T.H.	<u>2</u>	-	<u>2</u>
<b>TOPLAM</b>			<b>21</b>	<b>-</b>	<b>21</b>
<b>5. DERECE</b>					
Devlet Gelir Uzmanı		G.I.H.	50	-	50
Programcı		G.I.H.	16	-	16
Bilgisayar İşletmeni		G.I.H.	11	-	11
Mütercim		G.I.H.	1	-	1
Mühendis		T.H.	3	-	3
İstatistikçi		T.H.	<u>3</u>	-	<u>3</u>
<b>TOPLAM</b>			<b>84</b>	<b>-</b>	<b>84</b>
<b>6. DERECE</b>					
Devlet Gelir Uzmanı		G.I.H.	100	-	100
Mütercim		G.I.H.	3	-	3
Mühendis		T.H.	3	-	3
İstatistikçi		T.H.	<u>4</u>	-	<u>4</u>
<b>TOPLAM</b>			<b>110</b>	<b>-</b>	<b>110</b>
<b>7. DERECE</b>					
Devlet Gelir Uzmanı		G.I.H.	150	-	150
Mütercim		G.I.H.	4	-	4
Mühendis		T.H.	3	-	3
İstatistikçi		T.H.	<u>5</u>	-	<u>5</u>
<b>TOPLAM</b>			<b>162</b>	<b>-</b>	<b>162</b>
<b>8. DERECE</b>					
Devlet Gelir Uzman Yardımcısı		G.I.H.	100	-	100
Mütercim		G.I.H.	2	-	2
İstatistikçi		T.H.	<u>5</u>	-	<u>5</u>
<b>TOPLAM</b>			<b>107</b>	<b>-</b>	<b>107</b>
<b>9. DERECE</b>					

Devlet Gelir Uzman				
Yardımcısı	G.I.H.	<u>200</u>	-	<u>200</u>
<b>TOPLAM</b>		<b><u>200</u></b>	-	<b><u>200</u></b>
<b>GENEL TOPLAM</b>		<b><u>784</u></b>	-	<b><u>784</u></b>



**4734 - Kamu İhale Kanunu**

R.G. Tarih: 22/01/2002	R.G.Sayı: 24648 Kanun No 4734
R.G. Tarih: 22/06/2002	R.G.Sayı: 24793 Kanun No 4761
R.G. Tarih: 15/08/2003	R.G.Sayı: 25200 Kanun No 4964
R.G. Tarih: 26/12/2003	R.G.Sayı: 25328 Kanun No 5020
R.G. Tarih: 07/05/2004	R.G.Sayı: 25455 Kanun No 5148
R.G. Tarih: 27/07/2004	R.G.Sayı: 25535 Kanun No 5226

**4964 - Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun**

R.G. Tarih: 15.08.2003 R.G.Sayı: 25200

**MADDE 1. - 4.1.2002 tarihli ve 4734 sayılı Kamu İhale Kanununun 2 nci maddesinin birinci fıkrasının (b) ve (c) bentleri ile ikinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.**

**b) Kamu iktisadi kuruluşları ile iktisadi devlet teşekküllerinden oluşan kamu iktisadi teşebbüsleri.**

**c) Sosyal güvenlik kuruluşları, fonlar, özel kanunlarla kurulmuş ve kendilerine kamu görevi verilmiş tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar (meslekî kuruluşlar ve vakıf yüksek öğretim kurumları hariç) ile bağımsız bütçeli kuruluşlar.**

Ancak, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu ve bu Fonun hisselerine kısmen ya da tamamen sahip olduğu bankalar, 4603 sayılı Kanun kapsamındaki bankalar ( e) bendinde belirtilen yapım ihaleleri hariç) ile enerji, su, ulaştırma ve telekomünikasyon sektörlerinde faaliyet gösteren teşebbüs, işletme ve şirketler bu Kanun kapsamı dışındadır.

**MADDE 2. - 4734 sayılı Kanunun 3 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.**

**Madde 3.a)- Kanun kapsamına giren kuruluşlarca, kuruluş amacı veya mevzuatı gereği işlemek, değerlendirmek, iyileştirmek veya satmak üzere doğrudan üreticilerden veya ortaklarından yapılan tarım veya hayvancılıkla ilgili ürün alımları ile 6831 sayılı Orman Kanunu gereğince orman köyleri kalkındırma kooperatiflerinden ve köylülerden yapılacak hizmet alımları,**

**b) Savunma, güvenlik ve istihbaratla ilgili mevzuat uyarınca gizlilik içinde yürütülmesi gerektiği, her bir ihale için ihale yetkilisince onaylanan; uçak, helikopter, gemi, denizaltı, tank, panzer, roket, füze gibi araç, silah, silah malzeme ve teçhizatı ve sistemleri ve harp malzemeleri ile bunların araştırma-geliştirme, eğitim, üretim, modernizasyon, yazılım ve mühimmat ihaleleri ile bunlarla ilgili sefer stokları, bakım, işletme ve idameye yönelik mal ve hizmetler, Devlet güvenliği ve istihbaratı kapsamındaki hizmet, malzeme, teçhizat ve sistem alımları,**

**c) Uluslararası anlaşmalar gereğince sağlanan dış finansman ile yaptırılacak olan ve finansman anlaşmasında farklı ihale usul ve esaslarının uygulanacağı belirtilen mal veya hizmet alımları ile yapım işleri; uluslararası sermaye piyasalarından yapılacak borçlanmalara ilişkin her türlü danışmanlık ve kredi derecelendirme hizmetleri; Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının banknot ve kıymetli evrak üretim ve basımı ile ilgili mal veya hizmet alımları,**



d) Idarelerin yabancı ülkelerdeki kuruluşlarının mal veya hizmet alımları ile yapım işleri; yurt dışında bulunan nakil vasıtalarının o yerden sağlanması zorunlu mal veya hizmet alımları,

e) Bu Kanun kapsamına giren kuruluşların; Adalet Bakanlığına bağlı ceza infaz kurumları, tutukevleri işyurtları kurumları, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumuna bağlı huzurevleri ve yetiştirme yurtları, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı üretim yapan okullar ve merkezler, Tarım ve Köyişleri Bakanlığına bağlı enstitü ve üretme istasyonları ile Başbakanlık Basımevi İşletmesi tarafından bizzat üretilen mal ve hizmetler için anılan kuruluşlardan, Devlet Malzeme Ofisi Ana Statüsünde yer alan mal ve malzemeler için Devlet Malzeme Ofisi Genel Müdürlüğünden, yük, yolcu veya liman hizmetleri için Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğünden, akaryakıt ve taşıt için Tasfiye İşleri Döner Sermaye İşletmeleri Genel Müdürlüğünden yapacakları alımlar,

f) Ulusal araştırma-geliştirme kurumlarının yürüttüğü ve desteklediği araştırma-geliştirme projeleri için gerekli olan mal ve hizmet alımları,

g) 2 nci maddenin birinci fıkrasının (b) ve (d) bentlerinde sayılan kuruluşların, ticarî ve sınaî faaliyetleri çerçevesinde; doğrudan mal ve hizmet üretimine veya ana faaliyetlerine yönelik ihtiyaçlarının temini için yapacakları, Hazine garantisi veya doğrudan bütçenin transfer tertibinden aktarma yapmak suretiyle finanse edilenler dışındaki yaklaşık maliyeti ve sözleşme bedeli ikitrilyon üçyüzmilyar Türk Lirasını aşmayan mal veya hizmet alımları,

h) Bu Kanun kapsamındaki idarelerin kendi özel mevzuatı uyarınca hak sahiplerine sağlayacakları teşhis ve tedaviye yönelik hizmet alımları ile tedavisi kurumlarınca üstlenilen kişilerin ayakta tedavisi sırasında reçeteye bağlanan ilaç ve tıbbî malzemelerin kişilerce alımları,

Ceza ve ihalelerden yasaklama hükümleri hariç bu Kanuna tâbi değildir.

**MADDE 3.-** 4734 sayılı Kanununun 4 üncü maddesindeki "Hizmet", "Ortak girişim", "Yerli istekli" ve "İhale yetkilisi" tanımları aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve "Uygulama projesi" tanımından sonra gelmek üzere aşağıdaki "Rölöve projesi", "Restorasyon projesi" ve "Restitüsyon projesi" tanımları eklenmiştir.

**Hizmet:** Bakım ve onarım, taşıma, haberleşme, sigorta, araştırma ve geliştirme, muhasebe, piyasa araştırması ve anket, danışmanlık, mimarlık ve mühendislik, etüt ve proje, harita ve kadastro, imar uygulama, her ölçekte imar planı, tanıtım, basım ve yayım, temizlik, yemek hazırlama ve dağıtım, toplantı, organizasyon, sergileme, koruma ve güvenlik, meslekî eğitim, fotoğraf, film, fikrî ve güzel sanat, bilgisayar sistemlerine yönelik hizmetler ile yazılım hizmetlerini, taşınır ve taşınmaz mal ve hakların kiralanmasını ve benzeri diğer hizmetleri,

**Ortak girişim:** İhaleye katılmak üzere birden fazla gerçek veya tüzel kişinin aralarında yaptıkları anlaşma ile oluşturulan iş ortaklığı veya konsorsiyumları,

**Yerli istekli:** Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı gerçek kişiler ile Türkiye Cumhuriyeti kanunlarına göre kurulmuş tüzel kişilikleri,

**İhale yetkilisi:** İdarenin, ihale ve harcama yapma yetki ve sorumluluğuna sahip kişi veya kurulları ile usulüne uygun olarak yetki devri yapılmış görevlilerini,

**Rölöve projesi:** Kültür varlıkları ve yakın çevresinin mevcut durumlarının rapor ve ölçekli projesini,

**Restorasyon projesi:** Kültür varlıklarının onarımı, özgün işlevi ve yeni kullanımı için getirilen müdahale biçimlerinin rapor ve projesini,

**Restitüsyon projesi:** Kültür varlıklarının ve yakın çevresinin analizi, benzer yapılarla karşılaştırılması, özgün veya belli bir dönemine ilişkin belgeleri ve çizimleri olan öneri projesini,

**MADDE 4. -** 4734 sayılı Kanunun 5 inci maddesinin altıncı fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

İlgili mevzuatı gereğince Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) raporu gerekli olan işlerde ihaleye çıkılabilmesi için ÇED olumlu belgesinin alınmış olması zorunludur. Ancak, doğal afetlere bağlı olarak acilen ihale edilecek yapım işlerinde ÇED raporu aranmaz.

**MADDE 5.-** 4734 sayılı Kanunun 6 ncı maddesinin ikinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

İhaleyi yapan idarede yeterli sayı veya nitelikte personel bulunmaması halinde, bu Kanun kapsamındaki idarelerden komisyona üye alınabilir.

**MADDE 6.-** 4734 sayılı Kanunun 9 uncu maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde 9.- Mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalesi yapılmadan önce idarece, her türlü fiyat araştırması yapılarak katma değer vergisi hariç olmak üzere yaklaşık maliyet belirlenir ve dayanaklarıyla birlikte bir hesap cetvelinde gösterilir. Yaklaşık maliyete ihale ve ön yeterlik ilânlarında yer verilmez, isteklilere veya ihale süreci ile resmî ilişkisi olmayan diğer kişilere açıklanmaz.

**MADDE 7.-** 4734 sayılı Kanunun 10 uncu maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinin (2) numaralı alt bendi ile (b) bendinin (2) numaralı alt bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve üçüncü fıkrasının son cümlesindeki "ve denetim" ibaresi madde metninden çıkarılmıştır.

2) İsteklinin, ilgili mevzuatı uyarınca yayınlanması zorunlu olan bilançosu veya bilançosunun gerekli görülen bölümleri, yoksa bunlara eşdeğer belgeleri,

2) İsteklinin ihale konusu iş veya benzer işlerde; mal ve hizmet alımları için son beş yıl içinde, yapım işleri için ise son on beş yıl içinde kamu veya özel sektörde o işe ait sözleşme bedelinin en az % 70'i oranında gerçekleştirdiği veya % 50'si oranında denetlediği veyahut yönettiği idarece kusursuz kabul edilen benzeri işlerle ilgili deneyimini gösteren belgeler,

**MADDE 8.-** 4734 sayılı Kanunun 11 inci maddesinin üçüncü fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

İhaleyi yapan idare bünyesinde bulunan veya idare ile ilgili her ne amaçla kurulmuş olursa olsun vakıf, dernek, birlik, sandık gibi kuruluşlar ile bu kuruluşların ortak oldukları şirketler bu idarelerin ihalelerine katılamazlar.

**MADDE 9.-** 4734 sayılı Kanununun 13 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

**Madde 13.-** Bütün isteklilere tekliflerini hazırlayabilmeleri için yeterli süre tanımak suretiyle;

a) Yaklaşık maliyeti 8 inci maddede yer alan eşik değerlere eşit veya bu değerleri aşan ihalelerden;

- 1) Açık ihale usulü ile yapılacak olanların ilânları, ihale tarihinden en az kırk gün önce,
- 2) Belli istekliler arasında ihale usulü ile yapılacak olanların ön yeterlik ilânları, son başvuru tarihinden en az ondört gün önce,
- 3) Pazarlık usulü ile yapılacak olanların ilânları, ihale tarihinden en az yirmibeş gün önce,

Resmî Gazetede en az bir defa yayımlanmak suretiyle yapılır.

Yaklaşık maliyeti eşik değerlere eşit veya bu değerleri aşan belli istekliler arasında yapılacak ihalelerde ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda yeterliği belirlenen adaylara ihale gününden en az kırk gün önce davet mektubu gönderilmesi zorunludur.

b) Yaklaşık maliyeti 8 inci maddede belirtilen eşik değerlerin altında kalan ihalelerden;

1) Yaklaşık maliyeti otuzmilyar Türk Lirasına kadar olan mal veya hizmet alımları ile altmışmilyar Türk Lirasına kadar olan yapım işlerinin ihalesi, ihale tarihinden en az yedi gün önce ihalenin ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin en az ikisinde,

2) Yaklaşık maliyeti otuzmilyar ile altmışmilyar Türk Lirası arasında olan mal veya hizmet alımları ile altmışmilyar ile beşyüzmilyar Türk Lirası arasında olan yapım işlerinin ihalesi, ihale tarihinden en az ondört gün önce Resmî Gazetede ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin birinde,

3) Yaklaşık maliyeti altmışmilyar Türk Lirasının üzerinde ve eşik değerinin altında olan mal veya hizmet alımları ile beşyüzmilyar Türk Lirasının üzerinde ve eşik değerinin altında olan yapım işlerinin ihalesi, ihale tarihinden en az yirmibir gün önce Resmî Gazetede ve işin yapılacağı yerde çıkan gazetelerin birinde,

En az birer defa yayımlanmak suretiyle ilân edilerek duyurulur.

Yaklaşık maliyeti 8 inci maddede yer alan eşik değerlerin altında kalan belli istekliler arasında yapılacak ihalelerde ön yeterlik ilânlarının son başvuru tarihinden en az yedi gün önce (b) bendindeki süre hariç diğer usullere göre yapılması ve ön yeterlik değerlendirmesi sonucunda yeterliği belirlenen adaylara ihale gününden önce (b) bendindeki sürelerle göre davet mektubu gönderilmesi zorunludur.

İlân edilecek ihalelerden hangilerinin, ayrıca Basın İlân Kurumu aracılığıyla Türkiye çapında dağıtımı olan gazetelerin birinde ilân edileceğini belirlemeye Kurum yetkilidir.

İhalenin yapılacağı yerde gazete çıkmaması halinde ilân, aynı süreler içinde ilgili idare ile hükümet ve belediye binalarının ilân tahtalarına asılacak yazılar ve belediye yayın araçları ile yapılır. Bu işlemler bir tutanakla belgelenir.

İdareler, yukarıda belirtilen zorunlu ilânların dışında işin önem ve özelliğine göre ihaleleri, uluslararası ilân veya yurt içinde çıkan başka gazeteler veya yayın araçları,

bilgi işlem ağı veya elektronik haberleşme (internet) yolu ile de ayrıca ilân edebilir. Ancak, uluslararası ilân yapılması halinde yukarıda belirtilen asgarî ilân sürelerine oniki gün eklenir.

**MADDE 10.-** 4734 sayılı Kanununun 14 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

**Madde 14.-** Ortak girişimler birden fazla gerçek veya tüzel kişi tarafından iş ortaklığı veya konsorsiyum olarak iki türlü oluşturulabilir. İş ortaklığı üyeleri, hak ve sorumluluklarıyla işin tümünü birlikte yapmak üzere, konsorsiyum üyeleri ise, hak ve sorumluluklarını ayırarak işin kendi uzmanlık alanlarıyla ilgili kısımlarını yapmak üzere ortaklık yaparlar. İş ortaklığı her türlü ihaleye teklif verebilir. Ancak idareler, işin farklı uzmanlıklar gerektirmesi durumunda, ihaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceğini ihale dokümanında belirtirler. İhale aşamasında ortak girişimden kendi aralarında bir iş ortaklığı veya konsorsiyum yaptıklarına dair anlaşma istenir. İş ortaklığı anlaşmalarında pilot ortak, konsorsiyum anlaşmalarında ise koordinatör ortak belirtilir. İhalenin iş ortaklığı veya konsorsiyum üzerinde kalması halinde, sözleşme imzalanmadan önce noter tasdikli iş ortaklığı veya konsorsiyum sözleşmesinin verilmesi gerekir. İş ortaklığı anlaşma ve sözleşmesinde, iş ortaklığını oluşturan gerçek veya tüzel kişilerin taahhüdün yerine getirilmesinde müştereken ve müteselsilen sorumlu oldukları, konsorsiyum anlaşma ve sözleşmesinde ise, konsorsiyumu oluşturan gerçek veya tüzel kişilerin, işin hangi kısmını taahhüt ettikleri ve taahhüdün yerine getirilmesinde koordinatör ortak aracılığıyla aralarındaki koordinasyonu sağlayacakları belirtilir.

**MADDE 11.-** 4734 sayılı Kanununun 16 ncı maddesinin kenar başlığındaki ve birinci fıkrasındaki "gününden" ibaresi "saatinden" şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 12.-** 4734 sayılı Kanununun 18 inci maddesinin (d) bendi madde metninden çıkarılmıştır.

**MADDE 13.-** 4734 sayılı Kanununun 20 nci maddesinin ikinci fıkrası ile üçüncü fıkrasının son cümlesi madde metninden çıkarılmış ve dördüncü fıkrasındaki "10 uncu maddeye" ibaresi "40 inci maddeye" şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 14.-** 4734 sayılı Kanununun 21 inci maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki (f) bendi eklenmiş, ikinci fıkrasının ilk cümlesi "(b), (c) ve (f) bentlerinde belirtilen hallerde ilân yapılması zorunlu değildir." şeklinde değiştirilmiş, dördüncü fıkrasının başına "(a), (d) ve (e) bentlerine göre yapılacak ihalelerde," ibaresi eklenmiş ve maddenin sonuna aşağıdaki fıkra eklenmiştir.

f) İdarelerin yaklaşık maliyeti ellimilyar Türk Lirasına kadar olan mamul mal, malzeme veya hizmet alımları.

(f) bendi kapsamında yapılan mal alımlarında, malın sözleşme yapma süresi içinde teslim edilmesi ve bunun idarece uygun bulunması halinde, sözleşme yapılması ve kesin teminat alınması zorunlu değildir.

**MADDE 15.-** 4734 sayılı Kanununun 22 nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

**Madde 22-** Aşağıda belirtilen hallerde ihtiyaçların ilân yapılmaksızın ve teminat alınmaksızın doğrudan temini usulüne başvurulabilir:



a) İhtiyacın sadece gerçek veya tüzel tek kişi tarafından karşılanabileceğinin tespit edilmesi.

b) Sadece gerçek veya tüzel tek kişinin ihtiyaç ile ilgili özel bir hakka sahip olması.

c) Mevcut mal, ekipman, teknoloji veya hizmetlerle uyumun ve standardizasyonun sağlanması için zorunlu olan mal ve hizmetlerin, asıl sözleşmeye dayalı olarak düzenlenecek ve toplam süreleri üç yılı geçmeyecek sözleşmelerle ilk alım yapılan gerçek veya tüzel kişiden alınması.

d) Büyükşehir belediyesi sınırları dahilinde bulunan idarelerin onbeş milyar, diğer idarelerin beşmilyar Türk Lirasını aşmayan ihtiyaçları ile temsil ağırlama faaliyetleri kapsamında yapılacak konaklama, seyahat ve işeye ilişkin alımlar.

e) İdarelerin ihtiyacına uygun taşınmaz mal alımı veya kiralanması.

f) Özelliğinden dolayı stoklama imkanı bulunmayan ve acil durumlarda kullanılacak olan ilaç, tıbbî sarf malzemeleri ile test ve tetkik sarf malzemesi alımları.

g) Milletlerarası tahkim yoluyla çözülmesi öngörülen uyuşmazlıklarla ilgili davalarda, Kanun kapsamındaki idareleri temsil ve savunmak üzere Türk veya yabancı uyruklu avukatlardan ya da avukatlık ortaklıklarından yapılacak hizmet alımları.

Bu maddeye göre yapılacak alımlarda, ihale komisyonu kurma ve 10 uncu maddede sayılan yeterli kurallarını arama zorunluluğu bulunmaksızın, ihale yetkilisince görevlendirilecek kişi veya kişiler tarafından piyasada fiyat araştırması yapılarak ihtiyaçlar temin edilir.

**MADDE 16.-** 4734 sayılı Kanununun 24 üncü maddesinin birinci fıkrasının (i) ve (1) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve fıkraya aşağıdaki (n) bendi eklenmiştir.

i) İhalenin nerede, hangi tarih ve saatte yapılacağı.

1) Teklif edilen bedelin % 3'ünden az olmamak üzere, isteklice belirlenecek tutarda geçici teminat verileceği.

n) İhaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceği.

**MADDE 17.-** 4734 sayılı Kanununun 25 inci maddesine aşağıdaki (j) bendi eklenmiştir.

j) İhaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceği.

**MADDE 18.-** 4734 sayılı Kanununun 27 nci maddesinin ikinci fıkrasının (h), (o) ve (t) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

h) İhaleye konsorsiyumların teklif verip veremeyeceği, ihale konusu işin tamamına veya bir kısmına teklif verilmesinin mümkün olup olmadığı, mal alımı ihalelerinde alternatif teklif verilip verilemeyeceği, verilebilecekse alternatif tekliflerin nasıl değerlendirileceği.

o) İhale saatinden önce ihalenin iptal edilmesinde idarenin serbest olduğu.

t) Süre uzatımı verilebilecek haller ve şartları ile sözleşme kapsamında yaptırılacak iş artışları ile iş eksilişi durumunda karşılıklı yükümlülükler.

**MADDE 19.-** 4734 sayılı Kanununun 28 inci maddesinin son cümlesindeki "hazırlanma maliyetini" ibaresi "basım maliyetini" şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 20.-** 4734 sayılı Kanunun 33 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

**Madde 33-** İhalelerde, teklif edilen bedelin % 3'ünden az olmamak üzere, istekli tarafından verilecek tutarda geçici teminat alınır. İhale dokümanında belirtilmesi şartıyla, danışmanlık hizmeti ihalelerinde geçici teminat alınması zorunlu değildir.

**MADDE 21.-** 4734 sayılı Kanunun 34 üncü maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş, ikinci fıkrasındaki "Türkiye'de faaliyette bulunan bankaların" ibaresinden sonra gelmek üzere "veya özel finans kurumlarının" ibaresi eklenmiştir.

b) Bankalar ve özel finans kurumları tarafından verilen teminat mektupları.

**MADDE 22.-** 4734 sayılı Kanunun 35 inci maddesinin kenar başlığındaki "Banka" ibaresi ile birinci fıkrasındaki "bankalarca" ibaresi madde metninden çıkarılmıştır.

**MADDE 23.-** 4734 sayılı Kanunun 36 ncı maddesinin birinci fıkrasının ilk cümlesi "Teklifler ihale dokümanında belirtilen ihale saatine kadar idareye verilir." şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 24.-** 4734 sayılı Kanunun 39 uncu maddesinin ilk cümlesindeki "İhale dokümanında belirtilmiş olması kaydıyla, ihale yetkilisinin onayından önceki herhangi bir aşamada," ibaresi madde metninden çıkarılmış ve maddenin son cümlesi "Ancak, idare isteklilerin talepte bulunması halinde, ihalenin iptal edilme gerekçelerini talep eden isteklilere bildirir." şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 25.-** 4734 sayılı Kanunun 40 inci maddesinin altıncı fıkrasındaki "yirmi gün" ibaresi "beş iş günü" şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 26.-** 4734 sayılı Kanunun 41 inci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

İhale sonucu, ihale kararlarının ihale yetkilisi tarafından onaylandığı günü izleyen en geç üç gün içinde, ihale üzerinde bırakılan dahil ihaleye teklif veren bütün isteklilere imza karşılığı tebliğ edilir veya iadeli taahhütlü mektup ile tebligat adresine postalanmak suretiyle bildirilir. Mektubun postaya verilmesini takip eden yedinci gün kararın isteklilere tebliğ tarihi sayılır.

**MADDE 27.-** 4734 sayılı Kanunun 42 nci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

41 inci maddenin ikinci fıkrasında belirtilen sürelerin bitimini veya Maliye Bakanlığının vizesi gereken hallerde bu vizenin yapıldığının bildirilmesini izleyen günden itibaren üç gün içinde ihale üzerinde kalan istekliye, tebliğ tarihini izleyen on gün içinde kesin teminatı vermek suretiyle sözleşmeyi imzalaması hususu imza karşılığı tebliğ edilir veya iadeli taahhütlü mektup ile tebligat adresine postalanmak suretiyle bildirilir. Mektubun postaya verilmesini takip eden yedinci gün kararın istekliye tebliğ tarihi sayılır. Yabancı istekliler için bu süreye oniki gün ilave edilir.

**MADDE 28.-** 4734 sayılı Kanunun 46 ncı maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Yapılan bütün ihaleler bir sözleşmeye bağlanır. Sözleşmeler idarece hazırlanır ve ihale yetkilisi ile yüklenici tarafından imzalanır. Yüklenicinin ortak girişim olması



halinde, sözleşmeler ortak girişimin bütün ortakları tarafından imzalanır. İhale dokümanında aksi belirtilmedikçe sözleşmelerin notere tescili ve onaylattırılması zorunlu değildir.

**MADDE 29.-** 4734 sayılı Kanununun 47 nci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Sözleşme bedeli, mal veya hizmet alımı ihalelerinde birtrilyon Türk Lirasını, yapım ihalelerinde ise ikitrilyon Türk Lirasını aşan ihalelere ilişkin ihale sonuçları, sözleşmenin Sayıştay Başkanlığınca tescilinin idareye tebliğ edildiği, bu tescilin gerekli olmadığı durumlarda ise sözleşmenin taraflarca imzalandığı tarihi izleyen en geç onbeş gün içinde Resmî Gazetede yayımlanmak suretiyle ilân edilir.

**MADDE 30.-** 4734 sayılı Kanununun 48 inci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

ÇED raporu hazırlanması, plân, yazılım geliştirme, tasarım, teknik şartname hazırlanması, denetim gibi teknik, malî, hukukî veya benzeri alanlarda niteliği itibarıyla kapsamlı ve karmaşık olduğu, özel uzmanlık ve deneyim gerektirdiği idarece tespit edilen hizmetler, danışmanlık hizmet sunucularından alınabilir.

**MADDE 31.-** 4734 sayılı Kanununun 50 nci maddesinin birinci fıkrasındaki "kırk gün süre" ibaresi "13 üncü maddedeki süreler" şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 32.-** 4734 sayılı Kanununun 53 üncü maddesinin (j) bendinin (1) numaralı alt bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

1) Bu Kanun kapsamında yapılan ihalelere ilişkin düzenlenecek sözleşmelerden, bedeli yüzmilyar Türk Lirasını aşanlar için yükleniciden tahsil edilecek sözleşme bedelinin onbinde beşi (idareler ve noterler bu tutarın yüklenici tarafından Kurum hesaplarına yatırıldığını sözleşmelerin imzalanması aşamasında aramak zorundadır.).

**MADDE 33.-** 4734 sayılı Kanununun 55 inci maddesinin; üçüncü ve dördüncü fıkraları madde metninden çıkarılmış, beşinci ve altıncı fıkraları, yedinci fıkrasının ikinci cümlesi ile sekizinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

İdare, şikâyetin verilmesini izleyen otuz gün içinde gerekçeli bir karar alır. Bu kararda, şikâyet tamamen veya kısmen haklı bulunmuşsa alınması gereken düzeltici önlemler de belirtilir. Alınan karar, bütün aday veya isteklilere karar tarihini izleyen yedi gün içinde bildirilir.

Belirtilen süre içinde bir karar alınmaması veya süresinde alınan kararın uygun bulunmaması durumunda aday veya istekli, karar verme süresinin bitimini veya karar tarihini izleyen onbeş gün içinde Kuruma itirazen şikâyet başvurusunda bulunabilir.

İhale işlemlerine devam edilmesi konusunda gerekçeli olarak alınan bu onay, sözleşme imzalanmadan en az yedi gün önce şikâyette bulunan aday veya istekliye tebliğ edilmiş olmasını sağlamak üzere gerekli süre dikkate alınarak bildirilir.

İhale işlemlerine devam edilerek sözleşme imzalanabileceğinin bildirilmesi durumunda ise, şikâyette bulunan aday veya istekli, kendisine bildirim yapıldığı tarihi izleyen üç gün içinde Kuruma itirazen şikâyet başvurusunda bulunabilir.

**MADDE 34.-** 4734 sayılı Kanununun 56 ncı maddesinin; birinci fıkrasındaki "şikâyet" ibaresi "itirazen şikâyet başvurusunda", ikinci fıkrasının ilk cümlesindeki "şikâyetlerle ilgili olarak" ibaresi "itirazen şikâyet başvurularıyla ilgili olarak", ikinci fıkrasının (c) bendindeki "Şikâyetin" ibaresi "İtirazen şikâyet başvurusunun", üçüncü fıkrasındaki "Şikâyet" ibaresi "İtirazen şikâyet", dördüncü fıkrasındaki ve beşinci fıkrasının ilk cümlesindeki "şikâyetler" ibareleri "itirazen şikâyet başvuruları", beşinci fıkrasının ikinci cümlesindeki "şikâyetlerin" ibaresi "itirazen şikâyet başvurularının" şeklinde ve altıncı fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

İtirazen şikâyet, dava açılması öncesinde kullanılması zorunlu bir başvuru yoludur. Kurum, yapılan itirazen şikâyet başvuruları üzerine, idarece ihale işlemlerine devam edilmesi kararı alınan hallerde beş gün, diğer hallerde ise onbeş gün içinde ihale sürecinin devamına ilişkin karar alır. Kurum, nihaî kararını başvuruyu izleyen kırkbeş gün içinde verir.

**MADDE 35.-** 4734 sayılı Kanununun 58 inci maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde, dördüncü fıkrasındaki "en geç otuz gün" ibaresi ise "en geç kırkbeş gün" şeklinde değiştirilmiştir.

17 nci maddede belirtilen fiil veya davranışlarda buldukları tespit edilenler hakkında fiil veya davranışlarının özelliğine göre, bir yıldan az olmamak üzere iki yıla kadar, üzerine ihale yapıldığı halde mücbir sebep halleri dışında usulüne göre sözleşme yapmayanlar hakkında ise altı aydan az olmamak üzere bir yıla kadar, 2 nci ve 3 üncü maddeler ile istisna edilenler dahil bütün kamu kurum ve kuruluşlarının ihalelerine katılmaktan yasaklama kararı verilir. Katılma yasakları, ihaleyi yapan bakanlık veya ilgili veya bağlı bulunan bakanlık, herhangi bir bakanlığın ilgili veya bağlı kuruluşu sayılmayan idarelerde bu idarelerin ihale yetkilileri, il özel idareleri ve belediyeler ile bunlara bağlı birlik, müessese ve işletmelerde ise İçişleri Bakanlığı tarafından verilir.

**MADDE 36.-** 4734 sayılı Kanununun 60 ıncı maddesinin birinci fıkrasının son cümlesi ile üçüncü fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Bu Kanuna aykırı fiil veya davranışlardan dolayı hüküm giyen idare görevlileri, bu Kanun kapsamına giren işlerde görevlendirilemezler.

5 inci maddede belirtilen ilkelere ve 62 nci maddede belirtilen kurallara aykırı olarak ihaleye çıkılmasına izin verenler ve ihale yapanlar hakkında da yukarıda belirtilen müeyyideler uygulanır.

**MADDE 37.-** 4734 sayılı Kanununun 61 inci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

**Madde 61.-** Bu Kanunun uygulanmasında görevliler ile danışmanlık hizmeti sunanlar; ihale süreci ile ilgili bütün işlemlere, isteklilerin iş ve işlemleri ile tekliflerin teknik ve malî yönlerine ilişkin olarak gizli kalması gereken bilgi ve belgelerle işin yaklaşık maliyetini ifşa edemezler, kendilerinin veya üçüncü şahısların yararına kullanamazlar. Aksine hareket edenler hakkında ilgisine göre 58 ve 60 ıncı maddelerde belirtilen müeyyideler uygulanır.

**MADDE 38.-** 4734 sayılı Kanununun 62 nci maddesinin; birinci fıkrasının (b) bendinin sonuna "Ancak ertesi malî yılda gerçekleştirilecek süreklilik arz eden mal ve hizmet alımları için bir önceki malî yıl sona ermeden ihaleye çıkılabilir." ibaresi eklenmiş, (c) bendinin sonuna "Kültür varıklarının rölöve, restorasyon ve restitüsyon projelerine

göre yapılacak onarım işleri, her bir kalem iş için birim fiyat teklif almak suretiyle ihale edilebilir. Arsa temini, mülkiyet ve kamulaştırma işlemlerinin tamamlanması şartı baraj, büyük sulama, petrol ve doğalgaz boru hattı projelerinde aranmaz." ibaresi eklenmiş, (e) bendindeki "en üst" ibaresi madde metninden çıkarılmış, (d) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve aşağıdaki (ı) bendi eklenmiştir.

d) İdarelerce bütçesinin programlanmasında, ihalede ise isteklilerce verilen tekliflerin karşılaştırılmasında kullanılmak üzere tespit edilen yaklaşık maliyet isteklilere duyurulmaz.

ı) Bu Kanunun 21 ve 22 nci maddelerindeki parasal limitler dahilinde yapılacak harcamaların yıllık toplamı, idarelerin bütçelerine bu amaçla konulacak ödeneklerin %10'unu Kamu İhale Kurulunun uygun görüşü olmadıkça aşamaz.

**MADDE 39.-** 4734 sayılı Kanunun 68 inci maddesine aşağıdaki (c) bendi eklenmiştir.

c) 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu kapsamındaki toplu konut projelerinde, 5 inci maddenin beşinci ve altıncı fıkraları, 62 nci maddenin (a) ve (b) bentleri ile (c) bendindeki kamulaştırma, mülkiyet, arsa temini, imar işlemleri ve uygulama projesine ilişkin şartlar aranmaksızın ihaleye çıkılabilir. Ancak, ÇED raporu zorunluluğu bulunan hallerde sözleşme imzalanmadan önce bu raporun alınması zorunludur.

**MADDE 40.-** 4734 sayılı Kanunun geçici 4 üncü maddesinin son fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve bu fıkradan sonra gelmek üzere aşağıdaki fıkralar eklenmiştir.

Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendi kapsamındaki mal ve hizmetler, ilgili kuruluşların talebi üzerine Kurum tarafından belirlenir.

Bu Kanunun 3 üncü maddesinin (h) bendine ilişkin esas ve usuller, Sağlık Bakanlığı ve Kurumun görüşleri alınarak Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanacak yönetmelikle belirlenir.

Enerji, su, ulaştırma ve telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren teşebbüs, işletme ve şirketler, özel kanunları yürürlüğe girinceye kadar bu Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendi hükmüne, bu bent kapsamında yer almayan mal ve hizmet alımları ile yapım işlerinde ise Kanunun diğer hükümlerine tâbi olurlar.

**MADDE 41.-** 4734 sayılı Kanuna 68 inci maddesinden sonra gelmek üzere aşağıdaki ek madde eklenmiştir.

**EK MADDE 1.-** Bu Kanunun 13 ve 47 nci maddelerinde geçen Resmî Gazetede yayım zorunluluğuna ilişkin hükümlerden, Kanunun 53 üncü maddesinde öngörülen Kamu İhale Bülteninde yayım zorunluluğu anlaşılır.

**MADDE 42.-** 5.1.2002 tarihli ve 4735 sayılı Kamu İhale Sözleşmeleri Kanununun 5 inci maddesinin ikinci fıkrasının sonuna aşağıdaki cümle eklenmiştir.

Mal ve hizmet alımlarında, Tip Sözleşme esaslarına aykırı olmamak ve Kurumun uygun görüşü alınmak kaydıyla istekliler tarafından matbu olarak hazırlanması mutat olan sözleşmeler kullanılabilir.

**MADDE 43.-** 4735 sayılı Kanunun 7 nci maddesinin birinci fıkrasının (o) bendi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

o) Mücbir sebepler ve süre uzatımı verilebilme şartları, sözleşme kapsamında yaptırılacak iş artışları ile iş eksilişi durumunda karşılıklı yükümlülükler.

**MADDE 44.-** 4735 sayılı Kanunun 12 nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

**Madde 12.-** Fiyat farkı ödenmesi öngörülerek ihale edilen işlerde fiyat farkı olarak ödenecek bedelin, sözleşme bedelinde artış meydana gelmesi halinde bu artış tutarının % 6 'sı oranında teminat olarak kabul edilen değerler üzerinden ek kesin teminat alınır. Fiyat farkı olarak ödenecek bedel üzerinden hesaplanan ek kesin teminat hakedişlerden kesinti yapılmak suretiyle de karşılanabilir.

**MADDE 45.-** 4735 sayılı Kanunun 18 inci maddesindeki "pilot" ibareleri "pilot veya koordinatör" şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 46.-**4735 sayılı Kanunun 24 üncü maddesi başlığıyla birlikte aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.  
Sözleşme kapsamında yaptırılacak ilave işler, iş eksilişi ve işin tasfiyesi

**Madde 24.-** Mal ve hizmet alımlarıyla yapım sözleşmelerinde, öngörülemez durumlar nedeniyle bir iş artışının zorunlu olması halinde, artışa konu olan iş;

a) Sözleşmeye esas proje içinde kalması,

b) İdareyi külfete sokmaksızın asıl işten ayrılmasının teknik veya ekonomik olarak mümkün olmaması,

Şartlarıyla, anahtar teslimi götürü bedel ihale edilen yapım işlerinde sözleşme bedelinin % 10'una, birim fiyat teklif almak suretiyle ihale edilen mal ve hizmet alımlarıyla yapım işleri sözleşmelerinde ise % 20 'sine kadar oran dahilinde, süre hariç sözleşme ve ihale dokümanındaki hükümler çerçevesinde aynı yükleniciye yaptırılabilir.

Birim fiyat sözleşme ile yürütülen yapım işlerinde, Bakanlar Kurulu bu oranı sözleşme bazında % 40 'a kadar artırmaya yetkilidir.

İşin bu şartlar dahilinde tamamlanamayacağı anlaşılması durumunda ise artış yapılmaksızın hesabı genel hükümlere göre tasfiye edilir. Ancak bu durumda, işin tamamının ihale dokümanı ve sözleşme hükümlerine uygun olarak yerine getirilmesi zorunludur.

Sözleşme bedelinin % 80'inden daha düşük bedelle tamamlanacağı anlaşılan işlerde, yüklenici işi bitirmek zorundadır. Bu durumda yükleniciye, yapmış olduğu gerçek giderleri ve yüklenici kârına karşılık olarak, sözleşme bedelinin % 80'i ile sözleşme fiyatlarıyla yaptığı işin tutarı arasındaki bedel farkının % 5'i geçici kabul tarihindeki fiyatlar üzerinden ödenir.

**MADDE 47.-** 4735 sayılı Kanunun 26 ncı maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde, dördüncü fıkrasındaki "en geç otuz gün" ibaresi ise "en geç kırkbeş gün" şeklinde değiştirilmiştir.

25 inci maddede belirtilen fiil veya davranışlarda buldukları tespit edilenler hakkında fiil veya davranışlarının özelliğine göre, bir yıldan az olmamak üzere iki yıla kadar, 4734 sayılı Kanunun 2 nci ve 3 üncü maddeleri ile istisna edilenler dahil bütün kamu kurum ve kuruluşlarının ihalelerine katılmaktan yasaklama kararı verilir. Katılma



yasakları, sözleşmeyi uygulayan bakanlık veya ilgili veya bağlı bulunulan bakanlık, herhangi bir bakanlığın ilgili veya bağlı kuruluşu sayılmayan idarelerde bu idarelerin ihale yetkilileri, il özel idareleri ve belediyeler ile bunlara bağlı birlik, müessese ve işletmelerde ise İçişleri Bakanlığı tarafından verilir.

**MADDE 48.-** 4735 sayılı Kanunun 28 inci maddesinin birinci fıkrasının son cümlesi "Bu Kanuna aykırı fiil veya davranışlardan dolayı hüküm giyen idare görevlileri, bu Kanun kapsamına giren işlerde görevlendirilemezler." şeklinde değiştirilmiştir.

**MADDE 49.-** 4735 sayılı Kanunun 39 uncu maddesine aşağıdaki bent eklenmiştir.  
c) 2985 sayılı Toplu Konut Kanunu kapsamında yapılacak sözleşmelerde, cezaî yaptırımlar ve katılma yasakları bu Kanuna tâbi olmak kaydıyla, özel sözleşme usul ve esasları belirlemeye Bakanlar Kurulu yetkilidir.

**GEÇİCİ MADDE 1.-** 4734 ve 4735 sayılı kanunlarda bu Kanunla yapılan değişikliklerden dolayı yeniden düzenlenmesi gereken standart ihale dokümanı, Tip Sözleşme ve yönetmelikler, bu Kanunun yayımlandığı tarihten itibaren altmış gün içinde Kurum tarafından hazırlanarak yürürlüğe konulur. 4734 sayılı Kanundaki parasal limitlerde bu Kanunla yapılan değişiklikler ve yeni eklenen parasal limitler, 22.1.2002 tarihinde geçerli kabul edilerek 1.1.2003 tarihine göre 4734 sayılı Kanunun 67 nci maddesindeki esaslar dahilinde Kurum tarafından güncellenir. Bu düzenlemelerin yürürlüğe konulmasına kadar, idareler, mevcut usul, esas ve yönetmelik hükümlerini uygulamaya devam ederler.

4734 sayılı Kanunun 3 üncü ve geçici 4 üncü maddelerinde bu Kanunla yapılan değişikliklerden dolayı hazırlanması ve yürürlüğe konulması gereken esas ve usuller, bu Kanunun yayımlandığı tarihten itibaren otuz gün içinde hazırlanır ve yürürlüğe konulur. Bu düzenlemelerin yayımlanmasına kadar idareler, 4734 sayılı Kanunun bu Kanunla değiştirilmeden önce yürürlükte bulunan 3 üncü ve geçici 4 üncü maddeleri gereği hazırlanan ve yürürlüğe konulan esas ve usulleri uygulamaya devam ederler.

4734 sayılı Kanunun 3 üncü maddesinin (g) bendindeki istisna hükmünden yararlanan kuruluşların sözleşme altında yüklenici oldukları yapım işi alımları da on yıl süreyle aynı bentte öngörülen istisna hükümlerine tâbidir.

**MADDE 50.-** Bu Kanunun 41 inci maddesi 1.1.2004 tarihinde, diğer maddeleri yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

**MADDE 51. -** Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

# **Ek B- PROTOKOLLER**



## PROTOKOL

### TARAFLAR:

Bir tarafta T.C.KÜLTÜR BAKANLIĞI Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü (aşağıda kısaca MÜZE olarak anılacaktır) ile diğer tarafta Merkezi Büyükdere Cad. 145/1 Aygaz Han Zincirlikuyu'da bulunan AYGAZ A.Ş. (kısaca ŞİRKET olarak anılacaktır) arasında aşağıdaki şartlar dairesinde bir protokol akdedilmiştir.

1- İşbu protokol konusu; İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi'nin sahip olduğu Osmanlı Çadırları ve bunlarla ilgili aksesuarların sağlıklı bir şekilde, çağdaş müzecilik kurallarına uygun depolanması, konservasyonunun sağlanması ve bunun tamamlanması sonucunda Has Ahırlarda altı- yedi çadırdan oluşan bir serginin açılması; konu ile ilgili olarak ŞİRKET tarafından sponsorluk desteği verilmesi ve tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin belirlenmesidir.

2- ŞİRKET, depolama, tozdan arındırma (konservasyonu) ve sergileme mekanlarının programını ve tasarımını, depo ile ilgili aydınlatma tasarımını, elektrik ve mekanik tesisat projelerini Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü ve Rölöve ve Anıtlar Müdürlüğü ile işbirliği içerisinde ve bu kurumların onaylaması kaydıyla gerçekleştirerek, tüm çalışmalar 2000 yılı Kasım ayı içinde tamamlanacaktır.

3-Serginin etiket ve grafik çalışmalarını, sergileme işaret, yazı ve çizimlerini, çelik deponun yapımı, eserlerin konservasyonu için çalıştırılacak elemanın teminini, depo için gerekli ekipmanın, çadırların kurulması ile ilgili çalışmaların giderleri ŞİRKET tarafından karşılanacaktır. Müze, söz konusu faaliyetlere ilişkin giderlere iştirak etmeyecektir. Eserlerin ve mekanların sorumluluğu Müze Müdürlüğüne aittir.

4- ŞİRKET, Topkapı Sarayı Müzesi'nin elemanları ve İstanbul Restorasyon ve Konservasyon Merkez Laboratuvarı uzmanlarının denetiminde çadırların temizlenmesi (konservasyon) işlemi uygulanırken uzman bir konservatörün danışmanlığını da temin edecektir.

5- Müze sergi ve depolama mekanı olarak kullanılacak Has Ahır binasını boya, badana, kapılarında gerekli onarımlar ve güvenlikle ilgili (hırsız- yangın alarmları gibi) donanımı kendi programı çerçevesinde yapacaktır.

6- Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü bu çalışma için projelendirme ve uygulama sırasında gereken kolaylığı gösterecektir. Sergi mekanı ve çelik deponun üzerine uygun görülecek büyüklükte sponsorun katkılarını belirten birer plaket konacaktır.

7- ŞİRKET, işbu protokola konu çalışmaların medyaya aktarılması, çeşitli ilanlar, sektörel yayınlar ve aylık basın bültenlerinde duyurulmasını Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü'nün onayını almak kaydıyla gerçekleştirecektir.

8- İşbu sözleşme taraflarca imzalandığı tarihte yürürlüğe girer ve tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin tamamlanması ile kendiliğinden sona erer. Bu sözleşmenin uygulanması ile ilgili damga vergisi dahil tüm vergi, resim, harç ve sair masraflar ŞİRKET tarafından karşılanacaktır.

9- İşbu sözleşme, taraflar arasında Saray Çadırlarının konservasyon, depolama ve sergilemesi ile ilgili yapılmış tek anlaşmadır. Taraflar bu sözleşme hükümleri dışında başka hiçbir beyanda bulunmamış ve taahhüt altına girmemiş olup, ancak karşılıklı yazılı anlaşmalar ile bu sözleşmede gerekli değişiklik ve ilaveleri yapmaya yetkilidir.

10- Taraflardan biri işbu sözleşmede belirtilen yükümlülüklerinden herhangi birini yerine getiremediği takdirde, diğer taraf belirli bir süre ile bağlı olmaksızın sözleşmeyi derhal tek taraflı feshetmeye yetkilidir ve fesih kararı iadeli noter marifetiyle diğer tarafa tebliğ edilir. Taraflardan herhangi biri bu şekilde fesih hakkını kullandığı takdirde, fesh-i ihbar diğer tarafa tebliğ edildiği tarihten geçerli olarak hüküm ifade eder. Bu takdirde diğer taraf herhangi bir sebep ileri sürerek diğerinden her ne nam altında olursa olsun bir hak, alacak veya tazminat talep etmeyecektir. Kusuru ile sözleşmenin feshine sebep olan taraf diğer tarafın zararını ödeyecektir.

11- Taraflar, işbu sözleşmenin yorum ve uygulamasından doğacak ihtilafların halinde İstanbul Adliyesi Mahkemeleri ve İcra Müdürlükleri'nin yetkili olduğunu beyan ve kabul ederler.

Toplam 11 (onbir) maddeden ibaret olan işbu sözleşme, taraflar arasında bütün hükümleri kabul edilerek 11 Ağustos 2000 tarihinde Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü'nde 3 nüsha halinde tanzim ve imza edilmiş, bir nüshası ŞİRKET'e, bir nüshası T.C Kültür Bakanlığı'na bir nüshası da Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü'ne verilmiştir.

T.C KÜLTÜR BAKANLIĞI  
Topkapı Sarayı Müzesi  
Müdürlüğü

AYGAZ A.Ş

## PROTOKOL

### TARAFLAR:

Bir tarafta T.C.KÜLTÜR BAKANLIĞI (aşağıda kısaca BAKANLIK olarak anılacaktır) ile diğer tarafta şirket merkezi Nuruosmaniye Caddesi No:85 Cağaloğlu adresinde bulunan GİLAN MÜCEVHER TİCARET A.Ş. (aşağıda kısaca ŞİRKET olarak anılacaktır) arasında aşağıdaki şartlar dairesinde bir protokol akdedilmiştir.

- 1- İşbu protokol konusu; İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi'nin dört ayrı odadan oluşan Hazine teşhir salonlarının (aşağıda kısaca HAZİNE olarak anılacaktır) çağdaş müzecilik anlayışına göre teşhirinin yenilenmesi için, ŞİRKET tarafından detayları belirlenen ve Müze Müdürlüğüne uygun görülen konularda sponsorluk desteği verilmesi ve tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin belirlenmesidir.
- 2- ŞİRKET, sergileme mekanlarının mimari tasarım, aydınlatma tasarım, elektrik ve mekanik tesisat projelerini Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü ve Rölöve ve Anıtlar Müdürlüğü ile işbirliği içerisinde ve bu kurumların onaylaması kaydıyla 2000 yılı Mart ayına kadar yaptıracaktır.
- 3- ŞİRKET, hazırlanan proje doğrultusunda 2000-2003 yılları arasında her yıl bir odanın tamamlanması kaydıyla teşhir salonlarının hazırlanmasını gerçekleştirecektir. Sergileme vitrinleri ve aydınlatma, iklimlendirme ve güvenlik sistemleri, etiket ve grafik çalışmaları, sergileme işaret, yazı ve çizimleri, pleksi ve benzeri maddelerden yapılacak sergileme elemanları ile ilgili çalışmaların giderleri ŞİRKET tarafından karşılanacaktır. Bakanlık söz konusu faaliyetlere ilişkin giderlere iştirak etmeyecektir.
- 4- Topkapı Sarayı Müdürlüğü'nün uygun göreceği şekilde Topkapı Sarayı Hazine teşhirinde yer alacak olan eserlerin temizliği konusunda Müze'ye yardımcı olacaktır.
- 5- Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü bu çalışma için projelendirme sırasında gereken kolaylığı gösterecek, bilgi panosu ve etiketlerin metinlerini hazırlayacaktır. Ayrıca eserlerin teşhir düzeni konusunda yetkili olacaktır.
- 6- Bu çalışmalar sırasında Topkapı Sarayı uzmanlarınca hazırlanacak olan Hazine teşhir kitabının basımı ŞİRKET'in katkısıyla yapılacaktır ve sözkonusu kitabın içine ŞİRKET'in adı konulacaktır. Basılacak kitapların bir kısmı, hediye edilmek amacıyla ŞİRKET tarafından alınacaktır. Ayrıca Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü'nce uygun görülecek büyüklükte bir plaket sergi mekanlarına konacaktır.

7- ŞİRKET, işbu protokola konu çalışmaların medyaya aktarılması, çeşitli ilanlar, sektörel yayınlar ve aylık basın bültenlerinde duyurulmasını Bakanlığın (Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü'nün) onayını almak kaydıyla gerçekleştirecektir.

8- Bakanlık, bu çalışmalar süresince ŞİRKET'e yılda bir kez olmak üzere Müze kapısının girişindeki sergi salonunda bedelsiz olarak, 2 ay süreli sergi açılmasını sağlayacaktır. Sergi tarihi ŞİRKET tarafından Bakanlığa ve Müze Müdürlüğüne 3 ay önceden bildirilecektir.

9- İşbu sözleşme taraflarca imzalandığı tarihte yürürlüğe girer ve tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin tamamlanması ile kendiliğinden sona erer. Bu sözleşmenin uygulanması ile ilgili damga vergisi dahil tüm vergi, resim, harç ve sair masraflar ŞİRKET tarafından karşılanacaktır.

10- İşbu sözleşme, taraflar arasında HAZİNE teşhir düzenlemesi için bu konuda yapılmış tek anlaşmadır. Taraflar bu sözleşme hükümleri dışında başka hiçbir beyanda bulunmamış ve taahhüt altına girmemiş olup, ancak karşılıklı yazılı anlaşmalar ile bu sözleşmede gerekli değişiklik ve ilaveleri yapmaya yetkilidir.

11- Taraflardan biri işbu sözleşmede belirtilen yükümlülüklerinden herhangi birini yerine getiremediği takdirde, diğer taraf herhangi bir süre ile bağlı olmaksızın sözleşmeyi derhal tek taraflı feshetmeye yetkilidir ve fesih kararı iadeli taahhütlü mektupla veya noter marifetiyle diğer tarafa tebliğ edilir. Taraflardan herhangi biri bu şekilde fesih hakkını kullandığı takdirde, fesh-i ihbar diğer tarafa tebliğ edildiği tarihten geçerli olarak hüküm ifade eder. Bu takdirde diğer taraf herhangi bir sebep ileri sürerek diğerinden her ne nam altında olursa olsun bir hak, alacak veya tazminat talep etmeyecektir.

12- Taraflar, işbu sözleşmenin yorum ve uygulamasından doğacak ihtilafların halinde Ankara Adliyesi Mahkemeleri ve İcra Müdürlükleri'nin yetkili olduğunu beyan ve kabul ederler.

Toplam 12 (oniki) maddeden ibaret olan işbu sözleşme, taraflar arasında bütün hükümleri kabul edilerek 23 Mart 1999 tarihinde Topkapı Sarayı Müzesinde 3 nüsha halinde tanzim ve imza edilmiş, bir nüshası ŞİRKET'e, bir nüshası T.C Kültür Bakanlığı'na bir nüshası da Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü'ne verilmiştir.

T.C KÜLTÜR BAKANLIĞI

GILAN MÜCEVHER TİCARET A.Ş.

## PROTOKOL

### TARAFLAR:

Bir tarafta TOPKAPI SARAYI MÜZESİ MÜDÜRLÜĞÜ (aşağıda kısaca MÜZE olarak anılacaktır.) ile diğer tarafta şirket merkezi

.....  
adresinde bulunan TÜRKİYE İŞ BANKASI A.Ş. (aşağıda kısaca BANKA olarak anılacaktır) arasında aşağıdaki şartlar dairesinde bir protokol akdedilmiştir.

1- İşbu protokol konusu; İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi'nde 1999 yılında açılması planlanan OSMANLI PADİŞAH PORTRELERİ konulu serginin (aşağıda kısaca SERGİ olarak anılacaktır) hazırlanmasında Banka tarafından detayları aşağıda belirtilen konularda sponsorluk desteği verilmesi ve buna mukabil Banka'nın ünvan ve logosunun sergi mekanlarında, sergi ile ilgili medya yayınlarında, her türlü basılı ve görsel malzemede kullanılmasıyla tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin belirlenmesidir.

2- Sergi Yürütme Komitesi T.C. Kültür Bakanlığı tarafından görevlendirilecektir.

3- Sergi öncelikle Müze'de açılacak, bilahare Sergi Yürütme Komitesi'nin önereceği ve Banka ile T.C. Kültür Bakanlığı tarafından uygun görülecek yurtdışındaki üç müzede de düzenlenebilecektir.

4- Sergi Yürütme Komitesi, Müze ile diğer Türk müze, kütüphane ve özel koleksiyonlarından seçilen eserlerin listesini hazırlayarak Bakanlık makamına ve Banka yetkililerine sunarak kesinleştirecektir. Komite, yurtdışından seçim yapacağı eserlerle ilgili temasları da yürüterek oluşturduğu listeyi Banka'ya ve T.C. Kültür Bakanlığı'na sunacaktır.

5- Sergi Yürütme Komitesi, Müze'de düzenlenecek olan S erginin yazışma, görüşme ve çalışmalarını (hazırlık, uygulama, sergileme, sergi toplanması ve kapanması süresince) yürütmekle yükümlü ve yetkilidir. Bu amaçla bir Sergi Bürosu oluşturulacak ve İngilizce bilen bir eleman istihdam edilecektir. Bu elemanın maaşı ve Sergi Bürosu'nun giderleri Banka tarafından karşılanacaktır.



6- Yurtiçi ve yurtdışından getirilecek ve geri götürülecek eserlerin ambalaj, ulaşım ve gümrük masrafları Banka tarafından karşılanacaktır. İşlemler Bakanlığın desteği ile yürütülecektir. Eserleri getirecek ve sergi kapanışında geri götürecek kuryelerin yurtiçi ve yurtdışı seyahatları ile Türkiye'deki konaklama masrafları Banka tarafından karşılanacaktır. T.C. Kültür Bakanlığı yurtdışından getirilecek eserlerin ve eserlere refakat eden kuryelerin ulaşım masrafları hususunda Türk Hava Yolları'ndan indirim sağlanması için Banka'ya destek olacaktır.

7- Yurtiçi ve yurtdışından getirilecek eserlerin sigorta ve devlet garantisi T.C. Kültür Bakanlığı tarafından yapılacaktır.

8- Topkapı Sarayı koleksiyonlarından sergiye alınması planlanan 75 yağlıboya tablonun ve çerçevelerinin restorasyon ve konservasyonu Müze'nin denetiminde Banka tarafından yaptırılacaktır. Restorasyonun her aşamasında bu eserlerin dıplarının çekilmesi sağlanacaktır.

9- Sergi salonunun sergilemeye hazır hale getirilebilmesi için gerekli olan boya ve badana çalışmaları Banka tarafından yaptırılacaktır. Sergi'nin güvenliği Müze tarafından sağlanacaktır.

10- Sergileme projesi, sergi salonunun hazırlanması, klima, rutubet kontrolü, ışıklandırma, vitrin, etiket, grafik çalışmaları, sergi amblemi, sergileme işaret, yazı ve çizimleri, pleksi ve benzeri maddelerden yapılacak sergileme elemanları ile ilgili çalışmaların giderleri Banka tarafından karşılanacaktır.

11- Sergi'nin tanıtım, açılış ve yan faaliyetleriyle ilgili çalışmalar (davetiye, basın dosyası, fotoğraflama, broşür, kartpostal, poster, sergi kitabı vb) Bankaca yapılacaktır. Sergiyle ilgili olarak yapılacak yayınların bilimsel sorumluluğu Sergi Yürütme Komitesi'ne aittir. Banka'nın yapacağı yayınlar, bu yayın hakları ve Sergi Yürütme Komitesi'nin bu sorumluluğu altında gerçekleştirilir. Bu sergiyle ilgili yapılacak yayınlar İş Bankası yayını olarak gerçekleştirilecek ve her türlü giderleri Banka tarafından karşılanacaktır.

12- Bakanlık, Banka unvan ve logosunun sergi mekanlarında, sergi ile ilgili medya yayınları ve her türlü basılı malzemede kullanılmasına muvafakat eder.



13- İşbu sözleşme taraflarca imzalandığı tarihte yürürlüğe girer ve tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin tamamlanması ile kendiliğinden sona erer. Bu sözleşmenin uygulanması ile ilgili damga vergisi dahil tüm vergi, resim, harç ve sair masraflar Banka tarafından karşılanacaktır.

14- İşbu sözleşme, taraflar arasında bu konuda yapılmış tek anlaşmadır. Taraflar bu sözleşme hükümleri dışında başka hiçbir beyanda bulunmamış ve taahhüt altına girmemiş olup, ancak karşılıklı yazılı anlaşmalar ile bu sözleşmede gerekli değişiklik ve ilaveleri yapmaya yetkilidir.

15- Taraflardan biri işbu sözleşmede belirtilen yükümlülüklerinden herhangi birini yerine getiremediği takdirde, diğer taraf herhangi bir süre ile bağlı olmaksızın sözleşmeyi derhal tek taraflı feshetmeye yetkilidir ve fesih kararı iadeli taahhütlü mektupla veya noter marifetiyle diğer tarafa tebliğ edilir. Taraflardan herhangi biri bu şekilde fesih hakkını kullandığı takdirde, fesh-i ihbar diğer tarafa tebliğ edildiği tarihten geçerli olarak hüküm ifade eder. Bu takdirde diğer taraf herhangi bir sebep ileri sürerek diğerinden her ne nam altında olursa olsun bir hak, alacak veya tazminat talep etmeyecektir.

16- Taraflar, işbu sözleşmenin yorum ve uygulamasından doğacak ihtilafların halinde İstanbul (Sultanahmet) Merkez Adliyesi Mahkemeleri ve İcra Müdürlükleri'nin yetkili olduğunu beyan ve kabul ederler.

17- Toplam 17 (on yedi) maddeden ibaret olan işbu sözleşme, taraflar arasında bütün hükümleri kabul edilerek .....tarihinde .....da 3 nüsha halinde tanzim ve imza edilmiş, bir nüshası Banka'ya, bir nüshası T.C. Kültür Bakanlığı'na, bir nüshası da Müze'ye verilmiştir.

**TÜRKİYE İŞ BANKASI**

**TOPKAPI SARAYI MÜZESİ  
MÜDÜRLÜĞÜ**

**SCHINDLER TÜRKELİ ASANSÖR SAN.A.Ş.  
ASANSÖR PERİYODİK BAKIM VE ARIZA  
HİZMETİ SÖZLEŞMESİ**

**İŞİN ADI** : MİLLİ SARAYLAR DAİRE BAŞKANLIĞI  
**KAPSAM** : 01/01/2004-31/12/2004 BAKIM SÖZLEŞMESİ  
**ŞİRKET** : SCHINDLER TÜRKELİ ASANSÖR SAN. A. Ş.  
**MÜŞTERİ** : MİLLİ SARAYLAR DAİRE BAŞKANLIĞI  
**MÜŞTERİ KODU** : *(Banka ödemelerinde Lütfen Bu Kodu Belirtiniz.)*

Tüm dünyada olduğu gibi, şimdi ülkemizde de  
periyodik bakım kapsamındaki  
SCHINDLER TÜRKELİ asansör, yürüten merdiven  
ve yürüten bantlarına binen her şahıs  
"Ürün Sorumluluk" kapsamında Sigortalıdır."

## 1. TARAFLAR

**ŞİRKET** : SCHINDLER TÜRKELİ ASANSÖR SAN.A.Ş.  
BÜYÜKDERE CAD. MASLAK İŞ MERKEZİ  
NO:41 KAT 7 80670 MASLAK/İSTANBUL  
TEL:0212 276 86 00 FAX: 0212 276 50 24  
E-mail : info\_turkey@schindler.com

**MÜŞTERİ** : MİLLİ SARAYLAR DAİRE BAŞKANLIĞI

DOLMABAĞÇE - İSTANBUL

**İŞYERİ** : DOLMABAĞÇE SARAYI

**Bu Sözleşmede :**

1.1. SCHINDLER TÜRKELİ ASANSÖR SAN. A.Ş.	ŞİRKET
1.2. MİLLİ SARAYLAR DAİRE BAŞKANLIĞI	MÜŞTERİ
1.3. Sözleşme Konusu İşin Yapıldığı Yer olarak isimlendirilmiştir.	İŞYERİ

2. **İŞİN TANIMI** : Yukarıda adresi belirtilen İŞYERİ'ndeki ;  
1 ADET SCHINDLER MARKA ŞAHİS ASANSÖRÜ

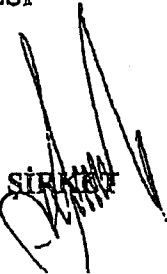
bakım ve arıza hizmetinin, bu sözleşme şartları çerçevesinde  
verilmesidir.

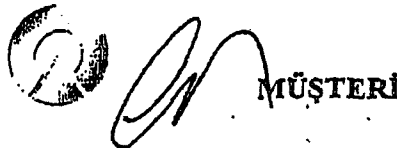
3. **BAKIM PERİYODU** : Ayda 1 Defa Bakımı ve Sonsuz Arıza Hizmeti

4. **İŞİN FİYATI** : BEDELSİZ

Fiyatlara yasal oranda KDV ilave edilecektir.

5. **İŞİN SÜRESİ** : 01/01/2004 ile 31/12/2004 tarihleri arasında 12 ay süre ile hizmet  
verilecektir.

  
ŞİRKET

  
MÜŞTERİ

## BAKIM VE ARIZA HİZMETİ SÖZLEŞMESİ

## 6. ÖDEME ŞARTLARI

Fatura 2 (iki) aylık dönemlerde ve dönem başında tanzim edilecektir. Fatura tutarı, faturada belirtilen son ödeme tarihine kadar ekte tarafınıza sunulan banka hesap numaralarından herhangi birine havale edilecektir.

6.1. Ödeme vadesi azami 15. gündür. Ödeme vadesinin aşılması durumunda, geçen her gün için fatura tarihinden başlamak üzere aşağıda tarif edilen oranlarda gecikme faizi hesaplanarak ayrıca fatura edilecektir.

\* Türk Lirası yapılan anlaşmalarda ve KDV ödemelerindeki gecikmelerde aylık %10

\* Döviz cinsinden yapılan anlaşmalarda aylık %1 - Fatura tarihindeki kur ile ödemenin yapıldığı günkü kur arasında oluşacak kur farkı için de ayrıca fatura hazırlanacaktır.

6.2. Ödeme süresinin 30 günü geçmesi veya Müşterinin konkordato/ iflası halinde, Şirket bu anlaşmanın yükümlülüklerini durdurmak, alacakları ödenene kadar bakım ve arıza hizmetlerini yapmamak veya Sözleşmeyi tek taraflı olarak feshetmek hakkına sahiptir. Bu zaman içinde mala ve şahsa gelecek hasarlardan Şirket sorumlu değildir.

6.3. Şirketin banka hesabına havale yoluyla yapılan ödemelerde, havale, pul vb. Masraflar tamamen Müşteriye aittir.

6.4. Döviz bazındaki anlaşmalarda, fatura tarihindeki T.C. Merkez Bankası döviz satış kuru karşılığı Türk Lirası dükkate alınır.

## 7. ŞİRKETİN SORUMLULUKLARI

7.1. Periyodik olarak T.S.E. Standartlarına göre tesisin bakımının yapılması (TS12361, TS12255)

7.2. Emniyet kontrollerinin ve ayar işlerinin yapılması, tesisin işlemesi ve emniyeti bakımından önemli olan aksamın temizlenmesi.

7.3. Bakım Hizmeti Şirketin mesai gün ve saatleri içinde (8.30 - 18.00 saatleri arasında, Pazar ve Bayramın 1. günleri hariç) verilecektir. Mesai gün ve saatleri dışında bakım yapılması istenirse .....TL /Saat fazla mesai ücreti talep olunacaktır.

7.4. Ortaya çıkabilecek muhtemel bir arıza durumunda, tarafınızdan bildirilen arızaya mesai gün ve saatlerinde (8.30 - 18.00 saatleri içinde, Pazar ve Bayramın 1. günleri hariç), 3 (üç) saat içinde müdahale edilecektir. Bildirilen arızalar azami süratle giderilecektir. Mesai gün ve saatleri dışında arıza servisi istenirse .....TL fazla mesai ücreti talep olunacaktır.

7.5. Tesisin işlemesi için gerekli olan yedek parçalar, montajı, yağ değişimi ve tamirat işleri ayrıca fatura edilecektir. Asansörünüzde yeniden yapılması veya değiştirilmesi icap edecek parçalar hakkında aşağıda yazılı şekil uygulanacaktır. Parça değiştirilmesinin zorunlu olduğu hallerde bedeli..... yıl geçmeyecek parçaların

değiştirilmesi işi, yazışmadan kaynaklanan sürede asansörünüzün arızalı kalmaması için onayınız alınmaksızın yapılacaktır.

## 8. MÜŞTERİNİN SORUMLULUKLARI

8.1. Asansör kuyu duvarlarının temizlenmesi, kabinin temiz tutulması, kabin, kuyu ve makina dairesinin aydınlatma malzemelerinin temini.

8.2. Periyodik bakım için gerekli üstübu, bez, ve yağlar Müşteri tarafından temin edilir.

8.3. Verilecek hizmet, Şirketin görevlendireceği şahıslar tarafından yapılacaktır. Müşteri tarafından dışardan hiçbir suretle başkalarına bakım ve tamir işi yaptırılmayacaktır. Buna riayet edilmediği takdirde Şirket dilerse hiçbir ihbara lüzum kalmaksızın anlaşmayı derhal feshedebilir. Ancak her hâltükarda, tesis, Şirket tarafından yaptırılan Ürün Mali Mesuliyet Sigortası kapsamından çıkar.

8.4. Müşteri veya onun görevlendirdiği kişiler veya 3. şahıslar Şirketin izni olmadan tesise bir müdahalede bulunurlarsa, bundan dolayı mala ve şahsa gelecek direkt-indirekt zarar ve ziyandan Şirket mesul değildir. Bu durumda tesis, Şirket tarafından yaptırılan Ürün Mali Mesuliyet Sigortası kapsamından çıkar.

8.5. Tabii aşınmadan, asansörün fazla yüklenmesinden, yanlış hareketlerden, rutubetten, su basmasından vs. meydana gelen arızalardan dolayı hasara uğrayan asansörlerin tekrar çalışır hale getirilmesi ve bu gibi arızaların giderilmesi sırasında değiştirilmesi gerekli malzemelerin bedeli ve işçiliği Müşteri tarafından ödenir.

8.6. Tesisi korumak, hasarlara mani olmak için Müşteri, asansördeki anormal durumları derhal Şirkete haber vermek ve bu arada tesisi mevcut bir kaza tehlikesine karşı durdurmakla yükümlüdür.

8.7. Müşteri, bu anlaşmanın ayrılmaz ekini teşkil eden "Asansör Emniyet Talimatnamesi" ne aynen uymakla yükümlüdür.

8.8. Bu sözleşmeyi Müşteri sıfatı ile imza eden şahsın, tesisin bulunduğu binayı devretmiş ise binanın yeni sahibi/sahipleri veya yönetici ad-soyad ve adreslerini bir yazı ile Şirkete bildirinceye kadar sorumluluğu devam eder.

## 9. FENNİ MUAYENE

Yapının bağlı bulunduğu Belediyelerce veya Belediye hudutları dışındaki yapılar için Resmi Makamlarca yılda en az bir kere, her asansörün kontrolü yapılacaktır. (20 Aralık 1995-22499 sayılı Asansör Yönetmeliği, madde 25) Bu kontrol için Şirket tüm evrak işlerini tamamlamakla sorumludur. Belediyelere veya Resmi Makamlara ödenecek harçlar ve her türlü masraf Müşteriye aittir. Bu raporun hazırlanmasının takibinde Şirket ve Müşteri ortak sorumluluk taşımaktadır.

## 10. MÜCBİR SEBEPLER

Taraflar mücbir sebepler (Deprem, Doğal Afetler, Grev) dolayısıyla sözleşmenin devamını yerine getiremeyecek durumda kalırlar ise söz konusu durumu birbirlerine yazılı şekilde ihbar ederek, o

ŞİRKET

MÜŞTERİ

Sayfa 3

## BAKIM VE ARIZA HİZMETİ SÖZLEŞMESİ

ana kadar yapılmış işlerin bedeli Şirkete ödenmek koşulu ile, sözleşmeyi durdurabilirler. Taraflar sözleşmenin devamı ve feshi hususunda yeniden biraraya gelerek karar verirler.

**11. TADİLAT**

Sözleşme Şirket ve Müşterinin imzasını taşıyan yazılı belge ile tadil edilir.

**12. FESİH**

Şirketin bu sözleşme kapsamında üstlendiği yükümlülüklerini hiç yerine getirmemesi durumunda ve kendisine yapılan ihtar rağmen yerine getirmemeye devam etmesi halinde Müşteri sözleşmeyi feshetme yetkisine sahiptir.

Müşteri tarafından sözleşmenin ifasına yönelik yükümlülükleri yerine getirilmez veya Şirketin sözleşmeyi ifasına yönelik yükümlülüklerin yerine getirilmemesi durumunda Şirket sözleşmeyi hiçbir ihtar gerek olmaksızın feshedebilir.

**13. İHTİLAFLARIN HAL MERCİİ**

İhtilafların halli için yetkili mercii İstanbul Mahkeme ve İcra Daireleridir.

**14. TEBLİGAT**

Tarafların bu sözleşmede yazılı adresleri yasal tebligat adresleridir. Bu adreslere yapılacak tebligat, taraflara yapılmış sayılacaktır.

SCHINDLER TÜRKELİ ASANSÖR  
SANAYİ A.Ş.

MİLLİ SARAYLAR DAİRE  
BAŞKANLIĞI

ŞİRKET

MÜŞTERİ

Sayfa 4

## **Ek C- ICOM DEFINITIONS**



# ICOM Statutes

---

The ICOM Statutes will be revised during the Triennial period 2001 - 2004

Adopted by the 16th General Assembly of ICOM (*The Hague, The Netherlands, 5 September 1989*) and amended by the 18<sup>th</sup> General Assembly of ICOM (*Stavanger, Norway, 7 July 1995*) and by the 20th General Assembly (*Barcelona, Spain, 6 July 2001*).

Modifications of the ICOM Statutes adopted by the General Assembly in Barcelona on Friday 6 July 2001 are underlined and in bold.

## Table of Contents

1. <u>Name and Legal Status</u>	13. <u>Component Elements of ICOM</u>	25. <u>The ICOM Foundation</u>
2. <u>Definitions</u>	14. <u>National Committees</u>	26. <u>Finance</u>
3. <u>Objectives and Powers of ICOM</u>	15. <u>Regional Organizations</u>	27. <u>Election of Executive Council</u>
4. <u>Languages</u>	16. <u>National Correspondents</u>	28. <u>Rules of Application</u>
5. <u>Relations with other Organizations</u>	17. <u>International Committees</u>	29. <u>Application and Amendment of Statutes</u>
6. <u>Categories of Membership</u>	18. <u>Affiliated Organizations</u>	30. <u>Dissolution</u>
7. <u>Applications for Membership</u>	19. <u>General Assembly</u>	
8. <u>Honorary Membership</u>	20. <u>General Conference</u>	
9. <u>Termination of Membership</u>	21. <u>Advisory Committee</u>	
10. <u>Annual Subscriptions</u>	22. <u>Executive Council</u>	
11. <u>Membership Rights</u>	23. <u>Officers of the Executive Council</u>	
12. <u>Voting Rights</u>	24. <u>Secretariat</u>	

---

Adopted by the 16th General Assembly of ICOM (*The Hague, The Netherlands, 5 September 1989*) and amended by the 18th General Assembly of ICOM (*Stavanger, Norway, 7 July 1995*)

## Article 1 - Name and Legal Status

1. The International Council of Museums (ICOM) is the international non-governmental organization of museums and professional museum workers established to advance the interests of museology and other disciplines concerned with museum management and operations.
2. ICOM consists of its members acting cooperatively in National and International Committees and Affiliated and Regional Organizations, assisted by its Secretariat.
3. The Registered Office and Secretariat of ICOM shall be at such place as the General Assembly, with the approval of UNESCO, may decide. ICOM shall take such steps as are necessary and appropriate to obtain such privileges and benefits as may be available under the law of the land where the ICOM registered office and Secretariat are located.

## Article 2 - Definitions

1. A museum is a non-profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment.
  - (a) The above definition of a museum shall be applied without any limitation arising from the nature of the governing body, the territorial character, the functional structure or the orientation of the collections of the institution concerned.
  - (b) In addition to institutions designated as "museums" the following qualify as museums for the purposes of

this definition:

- (i) natural, archaeological and ethnographic monuments and sites and historical monuments and sites of a museum nature that acquire, conserve and communicate material evidence of people and their environment;
- (ii) institutions holding collections of and displaying live specimens of plants and animals, such as botanical and zoological gardens, aquaria and vivaria;
- (iii) science centres and planetaria;
- (iv) non profit art exhibition galleries;** conservation institutes and exhibition galleries permanently maintained by libraries and archives centres.
- (v) nature reserves;
- (vi) international or national or regional or local museum organizations, ministries or departments or public agencies responsible for museums as per the definition given under this article;
- (vii) non-profit institutions or organizations undertaking **conservation**, research, education, training, documentation and other activities relating to museums and museology;
- (viii) cultural centres and other entities that facilitate the preservation, continuation and management of tangible or intangible heritage resources (living heritage and digital creative activity)**
- (ix) such other institutions as the Executive Council, after seeking the advice of the Advisory Committee, considers as having some or all of the characteristics of a museum, or as supporting museums and professional museum **personnel** through museological research, education or training.

2. Professional museum workers include all the personnel of museums or institutions qualifying as museums in accordance with the definition in Article 2, para. 1, having received specialized training, or possessing an equivalent practical experience, in any field relevant to the management and operations of a museum, and independent persons respecting the *ICOM Code of Professional Ethics* and working for museums as defined above, either in a professional or advisory capacity, but not promoting or dealing with any commercial products and equipment required for museums and services.

3. A member of ICOM in good standing is a person or institution that has paid the annual subscription (and any arrears owing) by 1 April in the year to which the subscription relates.

4. A State is a self-governing country that is a member of the United Nations or any of its Specialized Agencies or of the International Atomic Energy Agency or a party to the Statutes of the International Court of Justice.

### **Article 3 - Objectives and Powers of ICOM**

1. The objectives of ICOM are:

- (a) to encourage and support the establishment, development and professional management of museums of all kinds;
- (b) to advance knowledge and understanding of the nature, functions and role of museums in the service of society and of its development;
- (c) to organise co-operation and mutual assistance between museums and between professional museum workers in the different countries;
- (d) to represent, support and advance the interests of professional museum workers of all kinds;
- (e) to advance and disseminate knowledge in museology and other disciplines concerned with museum management and operations.

2. In pursuit of these objectives ICOM may do all such things as are legal, convenient and necessary to enable it to carry out its functions.

### **Article 4 - Languages**

1. English and French shall be the official languages of ICOM, each of which has equal status and may be used by a member at any international meeting of ICOM.

2. The General Assembly may adopt further official languages provided the costs of doing so are met by the membership.

### **Article 5 - Relations with other Organizations**

1. ICOM shall take such steps as are necessary to establish and maintain consultative and associate relations with UNESCO. It may also establish working relations with such other international organizations (including the United Nations Economic and Social Council, ICOMOS, ICCROM) as may be deemed appropriate from

## 14. ÖZGEÇMİŞ

### İŞ TECRÜBESİ

1999	American Museum of Natural History, New York Department of Communications & Marketing
1999	Ring Reklam Ajansı , İstanbul Account Executive
Aug 1996- Feb 1998	GFC General Finans Menkul Değerler A.Ş. İstanbul Marketing
July 1993-May 1995	Dako Ticaret A.S., İstanbul Assistant To the General Manager
Apr.1992- May 1993	İzmir Palas Oteli A.S., İzmir İstanbul Representative
Sept.1990-Jan 1992	Demirbank T.A.S., Head Office, İstanbul FX and Money Market Dealer

### EDUCATION

October 2001-2004	Yıldız Teknik University, Faculty of Art MA in Museology
Sept.1982-June 1987	İstanbul University, Faculty of Literature BA in Archeology and History of Art
June 1982	İzmir Çamlaraltı Koleji

### SEMINARS AND TRAINING

New York University SCPS New York – 1999	- Certificate in Arts Administration
Intercon Istanbul – 1991	- Certificate in Public Relations
Demirbank T.A.S. Istanbul – 1991	- Treasury Simulations
Eurocenter Paris, France-1990	- Credit & Marketing, Exports, - Current And Foreign Currency Accounts
Dante Alighieri Siena, Italy-1989	- Certificate in French Language
Boston University CELOP	- Certificate in Italian Language
Boston, Massachusetts-1983	- Certificate in English Language

### PERSONAL DATA

April 23, 1965, İzmir. Fluent in English and Italian, intermediate French. Skilled in computers; Microsoft Word, Excel, PowerPoint

### REFERENCES

Will be furnished upon request