

**T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÖRGÜTLERDE İNOVASYON VE DEĞİŞİM YÖNETİMİ
HAKKINDA NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

Mustafa AKYÜZ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**DANIŞMAN
Yrd.Doç. Dr. Bahattin TAYLAN**

İSTANBUL, HAZİRAN 2014

T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÖRGÜTLERDE İNOVASYON VE DEĞİŞİM YÖNETİMİ
HAKKINDA NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Mustafa AKYÜZ

(Enstitü no.102087093)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih :22/07/2014

Tezin Savunulduğu Tarih :19/06/2014

İSTANBUL, Haziran 2014

T.C
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Y Ü K S E K L İ S A N S

TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı

: Mustafa Ahyüz

Öğrenci No

: 102087093

Anabilim/Bilim Dalı

: İşletme / İşletme

Tez Savunma Tarihi

: 19.06.2014

Danışman

: Yrd. Doç. Dr. Bahattin

Tez Savunma Saati

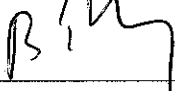
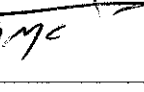
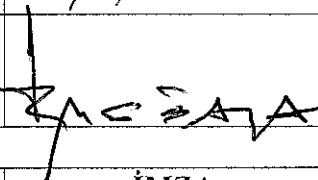
: 15.00

Tez Konusu

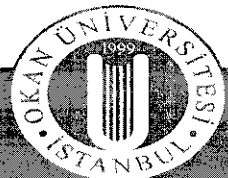
: Örgütlerde İnovasyon ve Değişim Yönetimi

Hakkında Nitel Bir Araştırma

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 33.Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABUL'ne OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
Dr. Bahattin Taylan		KABUL
Dr. İtir Erkan		KABUL
Dr. Lütfi Selva		KABUL
YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)

Barışın
destekçisiyiz!



ÖNSÖZ

İnsanlığın günümüz bilgi, teknik ve teknoloji seviyesine ulaşmasına etki eden en önemli faktörlerden birisi yenilik ve değişimdir. Bulunduğu zamanın şartlarına göre İcat, Keşif, Buluş ve İnovasyon olarak karşımıza çıkan kavramların ortak noktası yenilik ve beraberinde getirdiği değişim ile yapılanan yeni düzenlerdir. Yenilikler İnsanlığın yaşamını sürekli değiştirmiş, bilgi birikimimizi arttırmış, hayatımızı kolaylaştırmış kimi zaman zorlaştırmış, bazen güç ve liderliğe giden yol ve yöntem olmuştur. Hızla değişen ve gelişen dünyamızın gerek milletlerin gerekse bireylerin refah ve zenginliğinin temel kaynağı güçlü ekonomileri olup bu kaynağı besleyen ana unsur örgütleri olmuştur. İnovasyon örgütler ve bağlı oldukları sektörler için önemini arttırmış, ticari ve ekonomik gelişmede örgütlere ve sektörler güç kaynağı olmuştur. Günümüz örgütlerinin içinde bulunduğu rekabet ortamında inovasyon; Örgütsel stratejik planlamada, pazarlama da, örgütsel vizyon ve hedeflerinin belirlenmesinde, örgütsel yapıların değişimin de etkisini arttırmıştır. Örgütlerin Ar-Ge aracılığı ile inovatif ürün ve hizmetler üretmesi değişimin örgütler tarafından planlı olarak kontrol altına alınmasını ve değişime katılımını sağlamıştır.

Çalışmalarına bilgi ve güveni ile katkıda bulunan danışman hocam Dr. Bahattin TAYLAN'a, kurumsal araştırmalarımnda bilgi kaynağı olan yöneticilerime ve çalışmalarımnda beni yalnız bırakmayan küçük oğlum Arda'ya .

İstanbul, Haziran, 2014

Mustafa AKYÜZ

İÇİNDEKİLER

	<u>SAYFA NO</u>
ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
KISALTMALAR & EK LİSTESİ	viii
ŞEKİL LİSTESİ	ix
BÖLÜM 1. ÖRGÜT KAVRAMI	1
1.1.Örgüt Tanımı	1
1.2.Örgüt Kültürü	1
1.3.Örgüt Kültürü ve İletişim	3
1.4.Örgüt Kültürü ve İnovasyon İlişkisi.....	4
BÖLÜM 2. İNOVASYON KAVRAMI ve ÖZELLİKLERİ	5
2.1.İnovasyon Tanımı.....	5
2.2.İnovasyon Amacı.....	7
2.3.İnovasyon ve Önemi.....	8
2.3.1.İşletmeye Yönelik Olumlu Sonuçları	9
2.3.2.Toplum ve Ekonomilere Yönelik Olumlu Sonuçları	10
2.4.İnovasyon Türleri	11
2.4.1.Ürün İnovasyonu	11
2.4.2.Süreç İnovasyonu	11
2.4.3.Pazarlama İnovasyonu.....	11
2.4.4.Organizasyonel İnovasyon	11
2.4.5.Stratejik İnovasyon.....	12
2.4.6.Deneyim İnovasyonu.....	12
2.4.7.Uygulama İnovasyonu.....	12
2.4.8.Alt Pazar İnovasyonu	12
2.4.9.Açık İnovasyon	12
2.4.10.Kesişimci İnovasyon	12
2.5.İnovasyon Kültürü.....	12

2.6.İnovasyonun Sosyol Rolü.....	14
2.7.İnovasyon Süreci	15
2.8.İnovasyon Stratejileri	16
2.8.1.Saldırgan İnovasyon Stratejileri	17
2.8.2.Savunmacı İnovasyon Stratejileri.....	18
2.8.3.Taklitçi İnovasyon Stratejileri	18
2.9.İnovasyon ve Değişim Yönetimi İlişkisi	18
BÖLÜM 3. DEĞİŞİM YÖNETİMİ	20
3.1.Değişim Tanımı.....	20
3.2.Örgütlerde Değişim ve Önemi	20
3.3.Örgütlerde Değişimin Amacı	21
3.4.Örgütlerde Değişimin Nedenleri	22
3.5.Örgütsel Değişim Yönetimi	23
3.6.Örgütsel Değişim Süreci	23
3.7.Örgütlerde İnovasyon ve Değişim Yönetimi	24
BÖLÜM 4. POSTA TELGRAF TEŞKİLATI	26
4.1. PTT (Posta Telgraf Teşkilatı) Tarihçesi.....	26
4.2.PTT (Posta Telgraf Teşkilatı) Hukuki Dayanağı	27
4.3.PTT Hizmetleri.....	28
4.3.1.Mektup Postası Gönderileri Hizmeti.....	28
4.3.2.Otomatik Ayrım Sistemleri	29
4.3.3.Telgraf Hizmetleri	29
4.3.4.Kayıtlı Posta Maddeleri Otomasyonu Hizmeti	30
4.3.5.Hızlı Tebligat Hizmeti.....	30
4.3.6.Birleşik Posta (Hybrid Mail) Hizmeti	30
4.3.7.Mektup Sepeti Hizmeti.....	31
4.3.8.Pul ve Pulculuk Hizmetleri	31
4.3.9.Kargo ve Kurye Alanında Gerçekleştirilen Hizmetler	31
4.3.10.Adres Standartları Oluşturulması Hizmeti	32
4.3.11.Kayıtlı Elektronik Posta Hizmeti	32
4.3.12.E-Tebligat	33
4.3.13.E-Ticaret.....	33
4.3.14.E-Pttavm.....	34

4.3.15.Bankacılık Faaliyetleri	34
4.3.16.PTT Kuryematik.....	34
4.3.17.PTT Çağrı Merkezi	35
4.4. Ekonomik Göstergeler.....	35
BÖLÜM 5. ÖNERMELİ İNOVASYON PROJESİ KARGED.....	37
5.1.Kargo ve Lojistik Hizmetleri.....	37
5.2.Karged Nedir	37
5.3.Karged Çalışma Sistemi	39
5.3.1.Karged Pazarlama Bölümü.....	39
5.3.1.1.Karged ve e-pttavm.com	40
5.3.1.2.Satış Mağazaları	41
5.3.1.3.Karged Sisteminde Müşteri	42
5.4.Karged Sisteminde Taşıma ve Lojistik Bölümü	42
5.4.1.Kargo (Ptt Kargo).....	42
5.4.2.Özel E-Ticaret Firmaları ve İşletmeler.....	43
5.4.3.Geri Dönüşüm Toplama Merkezi (GDTM.....	43
5.4.3.1.Yenileme Bölümü	44
5.4.3.2.Tamir ve Bakım Bölümü	44
5.4.3.3.Elektronik ve Bilgisayar Bölümü	44
5.4.3.4.Restorasyon Bölümü	45
5.4.3.5.Mekanik Bakım Bölümü	45
5.4.3.6.Boya- Bakım Bölümü.....	45
5.4.3.7.Hurda Bölümü	45
5.5.KARGED Projesinin Günümüz E-Ticaret ve Lojistik Hizmetle- rinden Farkı	46
5.6.KARGED Projesinden Beklenen Faydalar	46
5.6.1.Ekonomik Faydaları	46
5.6.2.Toplumsal Faydaları.....	47
5.6.3.Ekolojik Faydaları	47
5.7.Karged ile Değişim ve Yönetimi.....	47
5.7.1.Pazarlama Bölümü ve Değişim	47
5.7.2.Kargo ve Lojistik Bölümü.....	48

5.7.2.1.Kargo Araçlarının Özellikleri.....	48
5.7.2.2.Kargo Personelinin Özellikleri.....	49
5.7.3.Geri Dönüşüm Bölümü	49
5.7.3.1. Tamir ve Bakım Birimi	50
5.7.3.2.Bilgisayar ve Elektronik Birimi	50
5.7.3.3.Restorasyon Birimi.....	50
5.7.3.4.Mekanik Birimi	50
5.7.3.5.Boya – Bakım Birimi	50
5.7.3.6.Hurda Birimi	51
5.7.4.Geri Dönüşüm Takımı (GDT).....	51
5.7.5. Karged Projesinin Tanıtımı	51
BÖLÜM 6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	52
KAYNAKLAR.....	55
EKLER.....	64
Ek 1.Posta Hizmetleri Kanunu	64
Ek 2.Ptt Kargo ve Kurye Gönderileri Hakkında Yönetmelik	73
ÖZGEÇMİŞ.....	105

ÖZET

İNOVASYON VE DEĞİŞİM YÖNETİMİ HAKKINDA NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Tezimizin birinci bölümünde örgüt ve örgüt kültürünün tanımı, inovasyon ve değişim ile ilişkisi yönünden incelenmiştir.

İkinci bölümde inovasyon tanımı ve inovasyonun önemi, örgüt ve değişim yönetimi dikkate alınarak incelenmiştir.

Üçüncü bölümde değişim ve yönetimi kavramları örgüt ve inovasyon açısından incelenmiştir. Tezimizin konusu ve yapılan araştırmalar doğrultusunda posta, lojistik ve bankacılık alanlarında faaliyet gösteren PTT kurumu örnek olarak alınmıştır. Örgütün kuruluş ve tarihçesi incelenmiş ve ürettiği hizmetler bağlı olduğu mevzuat ve kanunlar çerçevesinde açıklanmıştır. Üretilen hizmetler arasından inovasyon ve değişimin gerekli görüldüğü ve rekabetin yoğunlaştığı e-ticaret, kargo ve lojistik alanlarını kapsayan bir inovasyon projesi olan KARGED (Kargo ile Geri Dönüşüm) önerilmiştir. Bu çalışma kapsamında değişimin nasıl sağlanacağı anlatılmıştır. Tezimizde örnek olarak sunulan örgüt (PTT), inovasyon projesi (KARGED) olmuştur. Önerilen inovasyon projesinin getireceği değişim ve değişim yönetiminin tezimizin konusuna uygun olarak anlatıldığı bir çalışma olmuştur.

Anahtar Kelimeler : Örgüt, İnovasyon, Değişim.

ABSTRACT

AN QUALITATIVE RESEARCH ABOUT INNOVATION AND CHANGE MANAGEMENT

The first chapter in our thesis the definition of organization and the organizational culture is examined towards the relationship of definition innovation and change management.

In the second chapter the definition and importance of innovation is examined with take care of the organization and change management definitions.

In the third chapter the change and change management concepts are examined in terms of the organization and innovation concepts. According to the subject of our thesis and the direction of the researches, The PTT organization which operating in the area of mail, logistics and banking is taken as an example. Organization's foundation and history is examined and explained with produce services which are attached its legislation and the laws within the framework .

An innovation project KARGED (Shipping and Recycle) covering the areas of e-commerce , shipping and logistics that the competition has intensified and innovation and change is necessary has been proposed. Also in this study How to achieve the change is described. Our thesis as an example organization (PTT) , innovation project (KARGED) has been presented. It is a study described that the proposed innovation project would bring change and change management according to our thesis issues.

Key Words : Organization, Innovation, Change.

KISALTMALAR

Karged : Kargo ile geri dönüşüm

a.e. : Aynı eser

GDTM: Geri dönüşüm toplama merkezi

GDT : Geri Dönüşüm Takımı

PTT : Posta Telgraf Teşkilatı

A.Ş. : Anonim Şirketi

Ar-Ge :Araştırma Geliştirme

CNC :Computer Numerical Control

EK LİSTESİ

Ek 1.Posta Hizmetleri Kanunu

Ek 2.Ptt Kargo ve Kurye Gönderileri Hakkında Yönetmelik

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 1. İnovasyon Süreci.....	15
Şekil 2. Değişim Süreci.....	24
Şekil 3. Yeni fikir-İnovasyon-Değişim Sıralaması.....	24
Şekil 4. Günümüz Ürün Tesliminde Kargo işleyişi.....	38
Şekil 5. Karged Döngüsü.....	39
Şekil 6. Karged Ürün Teslim Şeması.....	41
Şekil 7. Karged Satış Firmaları İşleyişi.....	42
Şekil 8. Karged Müşteri Şeması.....	42
Şekil 9. Karged ile Kargo İşleyişi Şeması.....	43
Şekil 10. Karged Geri Dönüşüm Toplama İşleyişi.....	44
Şekil 11. Boya-Bakım İşleyiş Şeması.....	45
Şekil 12. Hurda Bölümü İşleyişi Şeması.....	45

BÖLÜM 1 ÖRGÜT KAVRAMI

1.1.ÖRGÜT TANIMI

Örgüt kavramı insanların doğada hayatta kalmaları için yaptıkları işbirliklerinden başlayarak günümüze kadar insanoğlunun yaşadığı gelişim ve değişime bağlı olarak şekillenmiş bilinçli ortaklıklardır. Örgüt bireyleri arasında resmi ve resmi olmayan işbirlikleri ile amaçları vardır. Örgütler belirli amaçları gerçekleştirmek için kurulur ve çalışırlar.

Örgüt kavramını araştırmacılar farklı şekillerde tanımlanmıştır. Barnard (1994), “örgütü, iki veya daha fazla bireyin bilinçli olarak koordine edilmiş etkinliklerinin veya güçlerinin bir sistemi” olarak tanımlamış ve bir örgütün, ortak bir amacı başarmak için aksiyona katkıda bulunmaya gönüllü, birbirleriyle iletişime girebilen bireyler olduğunda ortaya çıktığını öne sürmüştür. Schein (1970) örgütü; “iş ve iş bölümü yapılarak, bir otorite ve sorumluluk hiyerarşisi içinde, ortak amaç ya da amacın gerçekleştirilmesi için bir araya gelen insanların, gerçekleştirdikleri faaliyetlerinin ussal eşgüdümü”, Etzioni (1964) “belirli amaçlara ulaşmak için kurulmuş toplumsal birimler”, Marc ve Simon (1958), “üyeleri arasında ilişkiden oluşan toplumsal bir yapı” olarak tanımlamışlardır(Güçlü,2003).

Geniş anlamıyla örgüt; belirli amaçlar doğrultusunda kişilerin çabalarının eş güdümlendiği bir yönetim işlevi; amaç, insan, teknoloji boyutlarının etkileştiği bir sistem; kişiliğini belirleyen ve kendine özgü bir kültürü olan; işleri, mevkileri, çalışanları ve aralarındaki yetki ve iletişim ilişkilerini gösteren bir yapıdır(Güçlü,2003).

1.2.ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Kültür kavramı belirli bir süreç sonucunda meydana gelen bilgi, davranış, anlayış ve tutumların birikiminin nesilden nesile aktarımı ifade ederken, örgütlerde kültür farklı manaları ve bakış açılarını ifade etmektedir. Örgüt kültürü bir örgütün çalışma amaç ve prensiplerinin, personel arası ilişkilerinin, iş yapış yöntemleri ile örgütün çalışma sisteminin ve örgütü oluşturan tüm faktörlerin meydana getirdiği birikim ve geleneksel iş yapış yöntemleridir.

Örgütlerin farklı yapı ve amaçlarının olması, örgütlerin kendilerine has örgüt kültürlerinin olması, örgüt kültürü ile ilgili net bir tanımlamayı yapmayı oldukça zorlaştırmaktadır. Örgüt kültürünün sürekli gelişen ve değişen bir yapısının olması ve farklı bilimsel disiplinler tarafından çalışılması farklı tanımların yapılmasına yol açmıştır.

Morgan (1998) örgüt kültürünü, "insanların yaşadıkları dünyayı birlikte yaratmasını ve yeniden kurmasını sağlayan aktif, yaşayan bir olgu" olarak ele almıştır (Durğun,2006).

Örgüt kültürü, "bir örgütün içindeki insanların davranışlarını yönlendiren normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar sistemidir" (Dinçer, 1992). Kültür, insanlara yapmak zorunda oldukları şeylerin neler olduğu ve nasıl davranmaları gerektiği konusunda duygu ve sezgi kazandırır. Başka bir ifade ile örgüt kültürü, örgüt üyelerinin düşünce ve davranışlarını şekillendiren hakim değer ve inançlardır(Güçlü,2003).

Örgüt kültürü, bir örgütün kuruluşundan itibaren başlayan ve örgüt devam ettiği sürece gelişen ve değişen yönetsel, yapısal, davranışsal ve stratejik olguların bir bütünüdür. Örgütün yönetimdeki tavır ve davranışları, örgütün ürün ve hizmet üretme şekli, organizasyon yapısı, çalışanlara bakış açısı, çalışma sistemi, örgütün piyasa hedefleri, yeniliklere ve değişimlere karşı tutumları örgüt kültürünün etkileyen önemli unsurlardır. Örgüt kültürü bir örgütün çalışanlarına bıraktığı manevi mirasıdır. Bu miras örgütün karakterini ve çalışma biçimini ve deneyimlerini simgeler. Örgütün dış çevre olan ilişkilerini ve iç çevresindeki çalışanların nasıl çalıştıklarını etkiler.

"Örgüt kültürünün oluşumunda değişik faktörlerin etkisi olduğu söylenebilir. Bu oluşum sürecinde örgüt kurucularının önemli bir rolü vardır. Çünkü kurucular daha önceki felsefeler ve ideolojilerle kısıtlanmadığından sahip oldukları değerler ve inançlarını yansıttıkları örgüt üzerinde etkilerinin olması doğaldır(Terzi, 2000)."

"Örgüt kültürünün oluşumu sadece kurucuların rolü ile sınırlı değildir. Çalışanlar da, örgütsel ortamda kendilerine özgü değer ve normlardan oluşan bir kültür oluştururlar. Örgüt kültürünün gelişmesi çalışanların toplu yaşamasının sonucudur(Başaran, 1991)."

''Örgüt kültürü, örgütsel davranışı ve performansı güçlü bir şekilde etkilemektedir (Ott, 1989; Scholl, 2003). Örgüt kültürü sosyal normlar, paylaşılmış değerler, paylaşılan zihinsel modeller ve sosyal kimlikler aracılığıyla örgüt üyelerinin davranışlarını örgütleyip denetlemekte, böylece örgüt üyelerinin ortak amaçlar etrafında toplanarak benzer şekilde davranıp düşünmelerine yol açmaktadır (Scholl, 2003).'' Bu yüzden örgüt çalışanlarının davranış biçimlerinin ve çalışma prensiplerinin oluşmasında örgüt kültürü etkileyici niteliği ile örgüt için avantajları olduğu gibi dezavantajları olabilir. Örgüte getirdiği en büyük avantaj örgütsel deneyimin örgüt çalışanlarına aktarılması iken, dezavantajı ise statik nitelikte olmasıdır. Yani kaynağını geçmiş deneyimlerden almaktadır.

Örgütlerin sahip oldukları kültür ve yapı örgütlerin inovasyon kapasiteleri ve inovasyon için yapmaları gereken değişiklikler açısından yol gösterici niteliktedir. Örgütsel kültürlerinde yeniliğe açıklık, yeni fikirlere üretilmesine önem veren, örgütlerinde inovasyon gerçekleştirmek için gerekli değişim ortamını sağlayabilen örgütlerin inovasyon kapasitesi, yapısal ve kültürel olarak klasik, yeniliklere ve değişimlere kapalı yada taklitçi örgütlere nazaran daha yüksektir. Sonuç olarak örgütlerin piyasada lider olmaları, kar paylarını arttırmaları, sosyo-ekonomik açıdan daha verimli ürün ve hizmet üretmeleri sahip oldukları örgütsel yapı ve kültürlerine bağlıdır.

1.3. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ve İLETİŞİM

''Örgütsel iletişim, örgüte yeni katılan üyelerin örgüt kültürü ile bütünleşmelerinde önemli bir kanaldır. Örgüt kültürü, yeni üyelerin formal ve informal iletişimini sağlar. Formal iletişim, iş tanımları ve işe yöneltme toplantıları, informal iletişim ise hikaye ve dedikoduları kapsar. Örgüt kültürü yeni üyelerin sosyalizasyonu için son derece önemlidir (Kreps, 1986).'' İnovasyonun yapısı gereği yeni fikirlerin ortaya çıkmasına bağlı olması, örgüt içerisindeki informal iletişimin, üretkenlik ve inovatif fikirlere yönelik yoğunlaştırılarak, çalışma gruplarında karşılıklı iletişimde bulunulması, yeni inovatif projelere zemin hazırlayabilir. Bu durum inovatif örgüt kültürünün gelişimini sağlar.

''Örgüt kültürünün anlamlı kılınması ise ancak iletişim sağlanmasıyla gerçekleşir. Bu nedenle örgüt kültürü ile iletişim arasında çok yakın bir ilişki vardır. İletişim yoluyla örgüt kültürünün temel öğeleri olan değerler, normlar, hikayeler, tarih, gelenekler diğer bir deyişle örgütün sembolik dünyası yorumlanabilir (Çelik, 2000).''

Bütün örgütler iyi veya kötü, güçlü veya zayıf bir kültüre sahiptir. Ancak, görülen odur ki, varlıklarını sürdürebilen, rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilen örgütlerin, paylaşılmış özgün bir kültüre sahip olduklarıdır (Güçlü,2003).

1.4.ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ve İNOVASYON İLİŞKİSİ

Örgüt kültürü örgütün yaşamsal süreci içinde oluşturduğu değerler toplamı olduğuna göre inovasyon örgütün kültürünü geliştirmesine ve piyasadaki değişimlere uyum sağlamasına, örgütün yeni değişim süreçlerini ve yeni pazar imkanları oluşturmasına olanak sağlar. Örgüt kültürü örgütün inovasyon kapasitesini ve inovasyon anlayışını belirleyebilmektedir. Örgütün inovasyona yatkınlığı ve yeteneği onun kültürel bileşenlerindedir.

Kültür bileşenleri dikkate alınarak, insan ilişkilerine önem veren, açık ve anlaşılır bir yöneticiye sahip olan, eleştiriye açık olan ve özeleştiri de yapabilen, geçmişten ders çıkararak geleceğe odaklanan, risk almaktan korkmayan, eşitlikçi bir yapı gösteren, bireysel gelişime önem veren ve ekip çalışmasını da geliştiren bir örgütün inovasyonu bir kültür haline getirdiği ya da inovasyonu bir kültür olarak yaşadığı söylenebilir (Güven,Göktaş Kulualp ,2010).

''Bir örgütte yenilik faaliyetlerini engelleyen unsurlar; üst yönetimin riskten korkması, homojenlik yaratma ve statükoyu sorgulamaktan rahatsız olma, bütünden çok parçalara odaklanma, kısa zaman bakış açısı, aşırı rasyonel düşünerek yaratıcılığı sistematik bir süreç yapmaya çalışma, uygun olmayan motivasyon faktörleri ve aşırı bürokrasi olarak sayılabilir. Buna karşın yeniliği destekleyen örgütlerde yenilik bir yaşam yolu olarak kurumsallaştırılır, yaratıcı ve işbirlikçi bir örgüt çevresi oluşturulur, yaratıcılık ve yenilik ödüllendirilir, sürekli olarak yenilikçi hedef ve sonuçlara odaklanılır(Barney, 2002; Schermerhon,1996).''

BÖLÜM 2 İNOVASYON KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

2.1.İNOVASYON TANIMI

”İnovasyon, Latince bir sözcük olan “innovatus”tan türemiş; “toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” anlamına gelmektedir. İnovasyon “yeni ve farklı bir sonuç” olarak tanımlanmaktadır. Türkçe’de ‘yenilik’ ve ‘yenilikçilik’ gibi sözcüklerle karşılanmaya çalışılsa da, bu sözcükler inovasyonun gerçek anlamını taşımamaktadır(Elçi,2006).”

Basitçe anlatmak gerekirse inovasyon, işinizde yeni, farklı, pozitif fark oluşturan akıllı ve daha iyi olan şeyleri yapmaktır. İnovasyon işinizi her yönüyle kapsayabilir.Ürün,hizmet veya iş süreçleri yenilikçi olabilir (encompass-scotland.co.uk,2014).

İnovasyon, ”Bir fikir veya buluşun, değer yaratan ve müşterilerin satın alacağı ürün ve süreçlere çevrilmesi ”olarak tanımlanmaktadır. İnovasyon dan bahsedebilmek için bir fikrin ekonomik maliyetinin ve özel bir ihtiyacı karşılaya bilirliliğinin tekrarlanması gerekmektedir(Businessdictionary.com,2014).”İnovasyon, kavram olarak hem “yenilenme” sürecini hem de bu süreç sonunda ortaya çıkan katma değer yaratan bir sonucu anlatmaktadır (Atik, 2005).

İnovasyon, kavram olarak, yeni fikirlerin gerçekleştirilerek, fayda sağlama sürecini ifade eder.Avrupa komisyonu tarafından 1995 yılında yayınlanan”Green Paper on Innovation” bildirisinde inovasyon ekonomik ve sosyal manada sorunlara yeni çözümlerin üretildiği süreçleri ifade etmektedir. İnovasyon rutinleşmiş olguların ve artık kullanılmayan ürün, hizmet ve değerlerin zıttı olarak belirtilmiştir. Bu durum inovasyonun kaynağını sadece ekonomik sıkıntı ve rekabet ortamından almadığını sosyal ve bireysel sıkıntılara yeni çözümler üretilmesinden aldığını göstermektedir.

Aynı bildiride inovasyonun, endüstriyel yapıların yenilenmesinde ve yeni ekonomik sektörlerin ortaya çıkmasında çeşitli rolleri olduğu belirtilmiştir.

Bu roller;

-Ürün ve hizmetlerin yenilenmesini ve çeşitliğinin genişlemesi

-Yeni üretim, stok ve dağıtım metodlarının kurulması

-Yönetimde, çalışma organizasyon ve yapısında, çalışma şartlarında ve işgücünün(çalışanların) yeteneklerinde yenilikçi değişimdir(GreenPaper on Innovation,1995).

İnovasyon, sosyo-ekonomik ve ekolojik sıkıntılara yeni çözüm ve olanaklar sunan,kalıplaşmış ve rutinleşmiş piyasaları yenileyen ve yeni ürün ve hizmetler sunarak,bu sürecin örgütlerde yapısal,çalışma şartları ve işgücü yeteneklerinin değişimi ile sağlanacağını ifade etmiştir.

”İnovasyon, yeni ve yararlı bir ürünün yaratılması ve pazara sunulması ile ilgili bilginin kullanımını kapsayan bir süreç olarak tanımlanabilir. Daha basit bir tanımlama ile inovasyon, bir fikrin buluş aşamasından uygulamaya kadar götürülmesi sürecidir. Genellikle araştırma, geliştirme ve üretim aşamalarını da içine alır(Barutçugil, 1981).”

”İnovasyonun tanımı ile ilgili iki temel farklı yaklaşım literatürde yer edinmiştir. Kimi zaman bir “şey” (bir ürünün bir piyasada veya bölgede ilk defa tanınması) kimi zamanda bir “süreç” (ilk defa yeni bir ürün ortaya çıkarma ve keşif süreci) olarak tanımlanmaktadır(Oğuztürk, 2003: 254).”İnovasyon, yeni düşünme biçimleri, “şeyleri” yapmanın yeni yollarını yaratma, onları deneme, insanla ilgili ekonomik ve sosyal aktivitelerde kullanma ve benimseme eylemlerinin biri ya da tümü olarak tanımlanabilir” (Fisher, 2001:210).”

”İnovasyon, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin, ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır(Oslo Klavuzu,2005).”

Kırım (2006) inovasyonu şöyle tarif eder.”İnovasyon, anlam olarak, daha önce hiç düşünülmemiş olan yeni fikirleri ticari olarak uygulamaya koyup bu sayede rekabet gücünü arttırmayı ifade eden yabancı kökenli bir kelimedir.

Daha önce olmayan bir şeyi bulmak yapılmayanı yapmak ve bu yenilikler sayesinde ciro ve kar artışı sağlamak anlamına gelir. Türkçe sözlük karşılığı ‘yenilik’ veya icat ama her yenilik ya da icat ticari amaçlı olmayabilmektedir. Bu yüzden inovasyon için bir mevcut Türkçe tanımlardan daha iyisi bulunana kadar innovasyon kelimesi kullanılması en doğrusu olacaktır’’(Çelikleş ,H.,2008,).

’’Genel anlamda inovasyon sözcüğü, yeni hizmetler veya ürünler tasarlamak, yeni üretim ve sunum yöntemleri kullanmak anlamına gelmektedir. Daha önce hiç yapılmamış bir şeyin ortaya çıkarılması durumunda yenilikten söz edilebilir. Ya da daha önceden başka bir yerde zaten yapılmış olan bir şeyin ilk defa bir endüstri kolu veya işletmede kullanılması da inovasyon olarak kabul edilebilir(Dinçer, 1999).’’

2.2.İNOVASYONUN AMACI

Örgütlerin faaliyet göstermekte oldukları ekonomik piyasalar; günümüz serbest piyasa-sının rekabetçi koşulları, teknolojik gelişmeler, örgütlerin sosyo-ekonomik amaç ve hedeflerine bağlı olarak sürekli olarak değişmektedir. Çevresel koşullardaki hızlı değişim ve artan belirsizlik, sürekliliklerini sağlama ve hedeflerine ulaşma çabasındaki işletme ve organizasyonları inovasyon kavramına götürmektedir.

İşletmeler, serbest rekabet piyasalarında ayakta kalabilmek için sürekli olarak kendilerini yenilemek zorundadırlar. İnovasyon çalışmalarının başarısını arttırabilmek için işletmelerin inovasyon yönetimi sürecinin etkinliğini arttırmaları gerekmektedir. Hızlı teknolojik değişim işletmeleri daha hızlı bir şekilde kendilerini yenilemeye zorlamaktadır. İnovasyon, ekonomik büyümenin, artan istihdamın ve yaşam kalitesinin anahtarıdır. Tüm sektörlerde faaliyet gösteren her türlü firmanın tüm iş alanlarında inovasyona gereksinimi vardır (Z.Ecevit Satı,Z.&Işık,Ö.,2011).

’’Firmalar için inovasyon verimliliği ve karlılığı arttırdığından, yeni pazarlara girilmesini ve mevcut pazarın büyütülmesini sağladığından çok önemli bir rekabet aracıdır. Verimli, karlı ve rekabet gücü yüksek firmaların faaliyet gösterdiği ekonomiler kalkınır, gelişir ve küresel ölçekte rekabet avantajı kazanır(Arıkan v.d., 2003).’’

”İnovasyon, işletme problemlerine çözüm getirmeyi amaçlar. Kongar (1995)’a göre inovasyonun 3 temel amacı vardır.

1. İşletmenin varlığını sürdürebilmesi: İşletmeler genelde birden fazla ürün veya hizmet üretirler. Ürün ve hizmetlerin çeşitliliği birden fazla pazarda rekabet etme zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir.

Özellikle yüksek teknolojiye sahip işletmelerin bulunduğu piyasalarda mamul-hayat eğrisinin kısalığı yüzünden yenilik ve değişim kaçınılmaz hale gelmektedir. Bir işletme rekabetçi ortamda ayakta kalabilmek için sürekli olarak kendini yenilemek zorundadır.

2. İşletmenin pazarda lider konuma gelmesi: Tüketicinin ne istediğini, neye ihtiyaç duyduğunu tam olarak bilen ve piyasaya bu gereksinimi karşılayacak yenilikler sunan firma, liderlik koltuğuna oturur. Lider olabilmek için teknolojiadaki pazardaki büyük yenilikleri bizzat gerçekleştirmek gerekmektedir. İşletme bu sayede piyasayı kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirip rekabet koşullarını tek başına belirleme imkanı bulabilmektedir. “Oyunu en iyi oynayan kişi, oyunun kurallarını koyandır.”

3. Kârın artırılması: Kârlılık, işletmenin başarısını gösteren önemli unsurlardan biridir. Yenilik projelerinin belirli bir mali külfeti vardır. Bu projeler başta kârlılığı azaltır gibi gözükmesine rağmen, zamanla kârlılığı arttırıcı bir etkisi olmaktadır. Yenilikler başarıya ulaşırsa maliyetleri düşürür, üretim sürecini kısaltır, performansı ve verimliliği yükseltir. Bütün bu olumlu gelişmeler işletmenin kârlılığını arttıracaktır. Bu konularda önemli olan sabırlı davranmaktır çünkü yenilik çalışmalarında hemen sonuç almak neredeyse imkânsızdır. Uzun vadede işletmeye büyük faydalar sağlayacak olan yenilikler, hem dolaylı hem de doğrudan olarak kârın artmasına ciddi katkılarda bulunacaktır (Taylan, 1996: 5-6).”

2.3.İNOVASYON VE ÖNEMİ

İnovasyon, hem günümüz ulusal ekonomileri hem de işletmeler için vazgeçilmez bir dinamizm ve kalkınma kaynağıdır. Bu yönüyle inovasyonun önemini ekonomi, toplum ve İşletmeler için önemini üç başlık altında toplamak mümkündür.

İnovasyon;

1-Ulusal ve bölgesel ekonomiler için sürdürülebilir ekonomik büyümenin,

2-Toplumlar için sosyal kalkınma ve refah düzeyinin,

3-Hem işletmeler hem de ulusal ekonomiler için rekabet gücünün temel dinamiği haline gelmiştir (Uzkurt,C.,2010,a).

”Yukarıdaki temel dinamikler çerçevesinde inovasyonun gerek ülke ekonomileri gerekse toplum ve işletmeler için ortaya çıkaracağı olumlu sonuçları daha ayrıntılı bir şekilde aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Uzkurt,C. 2008).

2.3.1.İşletmeye Yönelik Olumlu sonuçları

İnovasyonun işletme ve örgütlere olumlu sonuçları olduğu gibi bazı olumsuz faktörleri beraberinde getirebilir. İşletmeye yönelik olumlu sonuçlarını maddeler halinde sıralamak gerekirse;

1.Rekabet üstünlüğü sağlama,

2.Yeni Pazar oluşturma,

3.Maliyetlerde düşüş sağlama,

4.Ürün hattının ve karmasının genişlemesi,

5.Verimlilik artışı,

6.Pazar payının artması,

7.Karlılık artışı,

8.Hammadde kullanımında etkinliğin sağlanması,

9.Kalite artışı,

10.Müşteri tatmininin maksimize edilmesi,

11.Yeni pazarlara girişlerde kolaylık sağlama,

12.Üretimde, tedarik ve pazarlamada esneklik sağlama,

13.Ürün ve hizmetlerin üretim sürelerinin kısalması ve firelerin minimizasyon'nun sağlanması,

14.Çalışma şartlarının iyileştirilmesi,

15.Bilginin ekonomik bir değere dönüşmesi,

16.Müşteri tedarikçi ve aracılarla iletişimin geliştirilerek bilgi paylaşımının sağlanması.”(Uzkurt,C.,2010,b).

İnovasyonun başarıya ulaşmaması durumunda örgüt ve işletmelere yönelik olumsuz sonuçları doğurabilir. Bu olumsuz sonuçlar, inovasyon için harcanan zaman, hammadde, işgücü, finansal kaynakların azalması şeklinde olabilir. İnovasyon değişimi getiren yenilikler olduğundan beraberinde çeşitli riskleri de getirir.

2.3.2.Toplum ve Ekonomilere Yönelik Olumlu Sonuçları

”İnovasyonun örgüt ve işletmelere yönelik olumlu sonuçları olduğu gibi toplumlar ve ekonomileri üzerinde olumlu sonuçları vardır. Bu sonuçları maddeler halinde sıralamak gerekirse;

1.Toplumsal refah artışı,

2. Yaşam standartlarının artması,

3. Patent sayılarında artma,

4.Bölgesel kalkınmaya katkı sağlama,

5.Sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın sağlanması,

6.İstihdam artışı,

7.Enerji kaynaklarının etkin kullanımı,

8.Girişimciliğin artması,

9.Kaynakların etkin ve verimli kullanılması,

10.Dışa bağımlılığın azalması,

11.Yeni hammadde kaynaklarının ortaya çıkarılması,

12.İhracat artışı sağlanması.”(Uzkurt,C.,2010,c).

İnovasyonları başarılı bir şekilde ticarileştiremeyip; ondan yeterli sosyal ve ekonomik katma değeri elde edemeyen örgütlerin hem rekabetçilik açısından hem de kullanılan kaynakların etkinliği ve verimliliği açısından dezavantajlı olacağı açıktır.

Avrupa Komisyonu'nun 1995 sonunda yayımlanan politika dökümanının da inovasyonun yaşamsal önemi su cümlelerle vurgulanmaktadır: "İnovasyon bireysel ve toplumsal ihtiyaçların (sağlık, dinlenme, çalışma, ulaşım v.b.) daha iyi bir düzeyde karşılanmasını sağlar. İnovasyon girişimcilik ruhu için de esastır: Her yeni girişim ne de olsa belli bir yenilik getirmeye yönelik bir süreç sonunda doğar. Dahası, bütün girişimlerin rekabet güçlerini sürdürebilmek için sürekli yenilenmeye gereksinimleri vardır. Bu söylenenler ülkeler için de doğrudur. Ekonomik büyümelerini, rekabet güçlerini ve istihdam olanaklarını sürdürebilmek için ülkeler de yeni fikirleri, süratle teknik ve ticari başarıya dönüştürmek zorundadırlar(Kuzu,S.,2008).

2.4.İNOVASYON TÜRLERİ

İnavosyon çok farklı şekillerde uygulanmakta ve farklı isimler almaktadır. Oslo kılavuzunda dört tür inavosyon ayrımı yapılmıştır. Bunlar; Ürün, Süreç, Pazarlama ve Organizasyonel inavosyonlarıdır(Soylu,A.&Öztürk Göl,M.,2010-1).

”Oslo klavuzunda belirtilen inavosyon türlerinin temel özellikleri şu şekildedir (Gök,2006):

2.4.1.Ürün İnovasyonu

Bir ürün yeniliği mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır. Bu, teknik özelliklerde, bileşenlerde ve malzemelerde, birleştirilmiş yazılımda, kullanıcı kolaylığında ve diğer işlevsel özelliklerinde önemli derecede iyileştirmeleri içermektedir.

2.4.2.Süreç İnovasyonu

Bir süreç yeniliği yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesidir. Bu yenilik, teknikler, teçhizat ve/veya yazılımlarda önemli değişiklikleri içermektedir.

2.4.3.Pazarlama İnovasyonu

Bir pazarlama inovasyonu ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün tanıtımı(promosyonu)veya fiyatlandırılmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir.

2.4.4.Organizasyonel İnovasyon

Bir organizasyonel yenilik, firmanın ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntem uygulanmasıdır.

Organizasyonel inovasyona örnek olarak firma faaliyetleri için entegre bir izleme sisteminin ilk kez gerçekleştirilmesi, farklı departmanların bilgiye ilişim ve bilgi paylaşımının iyileştirilmesi amacıyla resmi ve gayri resmi çalışma ekiplerinin ilk kez oluşturulması vb. sayılabilir.”

Diğer inovasyon türlerini de kısaca sıraladığımızda;

2.4.5.Stratejik İnovasyon

”Yepyeni, sıfırdan Pazar yaratan inovasyon anlamına gelmektedir. Bu inovasyonlar sektörlerde yerleşik ürün, rekabet ve pazarlama düzenlerini bozduğundan dolayı bu ismi almaktadırlar(Kırım, 2007).”

2.4.6. Deneyim İnovasyonu

”Müşterilerin ”mevcut” ürün ve hizmetleri kullanma ”deneyimlerini” çok keyifli, hoş veya güvenilir hale getirecek buluşlardır (Kırım,2007).”

2.4.7.Uygulama İnovasyonu

”Mevcut teknolojilerin yepyeni pazarlar(kategoriler) geliştirmek amacıyla kullanılmasıdır (Kırım,2007).”

2.4.8. Alt Pazar İnovasyonu

”Mevcut pazardaki haliyle bir ürün veya hizmeti tüketemeyen kitlelere, ödeyebilecekleri fiyat ve basitlik düzeyinde yeni ürün ve hizmetler geliştirip, karlı büyüme alanı yaratılmasıdır (Kırım,2007).”

2.4.9.Açık İnovasyon

”İnovasyonun sadece işletmenin kendi bünyesinde yapmış olduğu çalışmalarla değil, dünyanın her yerine yenilikçi fikirler üreten bilim insanı ve mühendislerin çalışmalarını bir havuzda toplanarak gerçekleştirilmesidir (Aydın,2008).”

2.4.10.Kesişimci İnovasyon

”Birbirinden tamamen farklı alanların bir arada kullanılarak şaşırtıcı, çarpıcı ve yepyeni ürünlerin, farklı bir konseptte sunulmasıdır (Johansson,2007).”

2.5.İNOVASYON KÜLTÜRÜ

Örgütler faaliyet gösterdikleri pazarlara ve sosyal çevrelere göre yapılarını belirledikleri hedefleri doğrultusunda oluşur ve gelişirler.Bu süreç sonucunda örgütlerin kültürleri oluşur. Her örgütün bir başlangıcı ve sonu vardır.Önemli olan bu sürenin uzun olması ve bu sürede en fazla faydanın sağlanmasıdır.Örgüt ömürlerinin uzun olması onların yapı ve kültürleri ile yakından ilişkilidir.

Örgütsel yapılar,örgütlerin son derece süratli değişen küresel dünyasında,rekabet ortamının yoğunlaştığı dünya pazarlarında var olmanın ve pazar lideri olmayı etkileyen temel faktörlerdendir.

Yenilik yapmanın örgütsel başarı üzerine olan olumlu etkileri araştırmacıları, yenilik faaliyetlerini teşvik eden veya engelleyen örgütsel faktörleri incelemeye yöneltmiştir. Çünkü bir örgütün yenilik yapabilmesi için örgütsel faktörlerin yenilikçi düşüncüyü desteklemesi gerekir.

Başka bir ifade ile yenilikçi olmayan örgütlerde, yeniliği engelleyen örgütsel unsurlar varken,yenilikçi örgütlerde, yeniliği destekleyen örgütsel unsurlar vardır (Naktiyok,A.,2010).

''İşletmelerde inovatif kültürün tesis edilmesi ve işletmelerin yenilikçi bir yapıya kavuşturulması için sahip olunması gereken özellikleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.(Oden, 1997: 5):

- İleri görüşlü, stratejik ve kültürel liderlik,
- Yenilik ve başarı üzerine vurgu yapmak,
- Güçlü bir müşteri odaklılık,
- Toplam kalite yönetimine önem vermek,
- Esnek ve uyumlu bir örgüt yapısı,
- Yüksek düzeyli işbirlikleri, takım çalışması ve güven,
- Katılımcı yönetim tarzı ve işgücünün yetkilendirilmesi,
- İnsan kaynaklarına önem vermek,
- Sürekli öğrenme, değişim ve ilerleme,
- Etkili enformasyon, iletişim, karar alma sistemleri,
- Süreç yönetimine önem vermek,
- Ürün, süreç ve pazar geliştirmeye önem vermek.''(Uzkurt,C.,2010,d).

''İşletmelerin yukarıda sayılan inovatif özelliklere sahip olabilmesi bazı kültürel değişim ve dönüşümlerin yaşanmasıyla mümkün olabilecektir. Bu değişim ve dönüşümün yaşanabilmesi de aşağıda sayılanların yürürlüğe konmasıyla mümkün olabilecektir.

Bu faaliyetleri (O'Reilly, 1991:301);

- Çalışanların sürece katılımının sağlanması,
- Değişimi destekleyen ve motive eden bir yönetim anlayışının geliştirilmesi,
- İşletme içinden ve dışından gelen bilgilerin değerlendirilmesi
- Değişime ilişkin yapılan faaliyetlere yönelik kapsamlı bir ödüllendirme sisteminin kurulması'' şeklinde sıralamak mümkündür(Uzkurt,C.,2010,e).

İşletmeler için rekabet düzeyi yüksek yenilikler üretebilmenin yolu öncelikle inovatif bir örgüt kültürüne sahip olmaktan geçmektedir. İşletmelerin kültürel yapılarını çok kısa sürede ve kolayca değiştirebilmek ve yenilikçi bir yapıya kavuşturmak çok kolay bir iş değildir.

Nitekim, yıllarca aynı teknikle ve aynı teknolojiyle iş yapan bir çalışanın yıllar sonra yeni bir tekniğe adapte olması ve sürekli yenilikler üreten yaratıcı bir yapıya kavuşması kolay olmayacaktır. Unutulmamalıdır ki yenilik belirli bir sosyal sistem içerisinde benimsenir ve yaygınlaşır,(Uzkurt,C.,2010,f).

İnovasyon stratejik bir kavram olması itibari ile her örgütün bilinçli yada bilinçsiz kendi kültürü içinde geliştirdiği bir strateji ögesidir. Rekabetin, gelişimin ve ürün çeşitliğinin arttığı günümüz piyasalarında ayakta kalabilmek, yeni pazarlar oluşturmak, örgütlerin rekabet ortamında lider olması bakımından inovasyon vazgeçilmez bir anahtardır. Örgütlerin inovasyon kültürleri örgütün stratejik yapısı,hedef ve amaçları ile rekabet ortamındaki direncine bağlı olarak şekillenmektedir. Bir örgütün pazardaki başarısı onun inovasyon stratejisine ve gelişen inovasyon kültürüne bağlıdır.

2.6.İNOVASYONUN SOSYAL ROLÜ

İnovasyonun temel dinamiğini “yeni olan her şey değil, ekonomik ve sosyal bir katma değere dönüşen ya da dönüştürülen yenilikler” oluşturmaktadır.Dolayısıyla ekonomik ve sosyal bir katma değeri olmayan bir şeyin ne kadar yeni, farklı, orijinal ya da yaratıcı olursa olsun inovasyon olarak değerlendirilemeyeceği açıktır. İnovasyonun sosyal değer boyutu ise onu kullanan taraflara bir fayda sağlamasını ifade etmektedir. (Uzkurt,C.,2010,g).

İnovasyonun en önemli amaçlarından birisi, topluma yeni ve farklı ürün ve hizmetlerin sunulması ve fayda sağlanmasıdır. Örgütlerin faaliyet gösterdikleri sosyal yapının ve hedef kitlelerinin yaşamsal ve kültürel değerleri ile sosyolojik ve ekolojik düzenlerde görülen aksaklıklar yeni inovasyon fikirlerinin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Sosyal sıkıntılara akılcı ve yenilikçi çözümler üreten örgütler klasik kar amaçlı örgütlerin ürettiği ürün ve hizmetlerden daha başarılı olacaktır. Sosyal ihtiyaç ve sıkıntılar yeni ürünlerin ve çözümlerin üretilmesini sağlayacaktır. Bu yüzden toplum inovasyona ilham ve yeni fikirler yönünden kaynak olacaktır.

2.7. İNOVASYON SÜRECİ

Süreç anlam olarak Türk Dil Kurumunda "Aralarında birlik olan veya belli bir düzen veya zaman içinde tekrarlanan, ilerleyen, gelişen olay ve hareketler dizisi, veyre, proses" olarak tanımlanmaktadır. İnovasyon açısından baktığımızda "süreç" birbirinden bağımsız faktörlerin birleşerek ortak işlemesi sonucunda meydana gelen yeniliklerdir. İnovasyon süreci sonucunda ortaya yeni ürün, hizmet ve değerlerin meydana geldiğini ve bu süreçten fayda sağlandığı açıktır. İnovasyonu icat, buluş ve yeni keşfedilen ürün ve hizmetlerden ayıran en önemli özelliklerinden birisi yeni olan ürün ve hizmetlerin gerçekleştirilmesi ile birlikte fayda sağlanması süreci olmasıdır.

"İnovasyon, süreç olarak birbirini izleyen farklı aşamalardan meydana gelmektedir. Bu sürecin başlaması için öncelikle yapılan araştırmalar sonucunda yeni düşüncelerin geliştirilmesi gerekmektedir. İnovasyonda yeni düşüncelerin ortaya çıkmasında ilham ve hayal gücü önemlidir. İnovasyon sürecinde ilham ve hayal gücü ile birlikte ortaya konan çaba ve uğraş da son derece önemlidir (Ahmed ve Abdalla, 1999)."

İşletmelerde Ar-Ge departmanlarının çalışmaları sonucu olsun ya da olmasın inovasyon süreci üç temel aşamada gerçekleşir. Bunlar, fikir üretimi, fikirlerin gerçekleştirilmesi ve fikirlerin ticarileşmesi aşamalarıdır (Aksay, A., Orhan, F., 2013).

FİKİR ÜRETİMİ → **FİKİRLERİN** → **FİKİRLERİN**
GERÇEKLEŞTİRİLMESİ **TİCARİLEŞTİRİLMESİ**

Şekil 1. İnovasyon Süreci

"Kaynak: Sattler, 2011: 12."

“İnovasyon sürecinin birinci aşamasını fikir üretimi ve uygun fikirlerin seçilmesi oluşturmaktadır. Bu aşamada örgüt, iç ve dış çevre faktörleri üzerinde gerçekleştirilecek araştırmalarda inovasyon için yeni fikirler toplar ve seçer. Bu fikirler, mevcut teknolojik imkânların itmesi ya da pazarda oluşan talebin çekmesi ile de şekillenebilmektedir (Sattler, 2011,a).”

”Fikirlerin teknoloji ve pazar odaklı fizibilitesinin ardından ikinci aşamada fikirlerin teknolojik gerçekleştirilmesi (geliştirilmesi) ve hedef pazardaki potansiyel ekonomik başarının değerlendirilmesi yapılmaktadır (Sattler, 2011,b).”

”Bu aşamada farklı bilgi parçalarının bir araya getirilmesi söz konusudur. Teknolojik fizibilite, talep, rekabetçilerin davranışı ve yasal yükümlülüklerden kaynaklanan belirsizlik yerini elde edilen bilgiye bırakmaktadır. Teknolojik ve pazar araştırması inovasyonun teknolojik olarak mümkün olup olmadığı, mümkünse özelliklerinin neler olduğu fikrin gerçekleştirilmesi aşamasında netleştirilir (Tidd ve diğ., 2005).”

”Ticarileştirme kavramı yeni bir ürün, hizmet ya da üretim/hizmet metodunun müşteriye sunulması olarak tanımlanır.

İnovasyon sürecinin bu son aşaması, yeniliğin üretimi, hedef pazara tanıtımı ve sunumu ile ilgilidir. Bu aşamada inovasyon çalışmasının ticari bir forma kavuşturulması söz konusudur (Sattler, 2011,c).”Yukarıdaki inovasyon süreci sektörlere göre kimi küçük farklılıklar göstermekle birlikte literatürde genellikle yukarıdaki üç aşama ile özetlenmektedir(Aksay, A.,Orhan,F.,2013).

İnovasyon oluşmasında ilham ve hayal gücü ile birlikte, sosyal ihtiyaç ve düzensizlikler, örgütler arası rekabet, örgüt yapısı ve stratejileri, bilgi ve teknik bilginin ilerlemesi, insanlığın yenilik ve değişim ihtiyacı gibi faktörler etkili olmaktadır.

2.8. İNOVASYON STRATEJİLERİ

”Bir firma için inovasyon, artan satışlarla ve pazar payıyla, geliştirilmiş ve iyileştirilmiş dağıtım performansı ve yükselen satış gelirleriyle portföyündeki yeni ürünlerin artan sayısı ile kazancın artması; yeni ürünlerin pazara çıkma sürelerindeki kısalma, artan üretkenlik/üretim, dağıtımdaki süre azalması, kaynakların ve zamanın daha iyi kullanılmasıyla maliyetlerin azalması anlamına gelmektedir(Esim, 2009:133).”Bu nedenle inovasyona kurumsal stratejinin en önemli parçasını oluşturan ve sürekliliği olan bir faaliyet olarak yaklaşılmalıdır(Güven,M.,Göktaş,K.H.,2010,a).

”İnovasyona yönelme esasında sürekli değişen kurallara uyum sağlayabilmek ve rakipleri saf dışı bırakarak rekabet edebilmektir. Müşteri memnuniyet ve sadakatini sağlayan başarılı inovasyon sonuçları yerini tekrar satın alma, satın alınan ürünle ilgili yan hizmetleri de alma ve diğer müşterilere de tavsiye etme şekline dönüşmektedir (International Trade Forum, 2000: 23).”İnovasyonun değişen şartlara uyum zorunluluğu getirmesi ise inovasyonun güçlü bir stratejik yönetim aracı olduğunun kanıtı olarak gösterilebilir (Güven,M.,Göktaş,K.H., 2010,b).

Bir şirkette inovasyon faaliyetlerinin başarısı, inovasyon stratejisinin şirketin kurumsal stratejisi ile bütünleşmiş olmasına bağlıdır. Doğru İnovasyon stratejileri geliştirebilmek için şirkette çalışanların ihtiyaç ve beklentilerini anlamak, iş yapılan pazarı tanımak, paydaşların kimler olduğunu ve beklentilerinin neler olduğunu bilmek, pazarın, paydaşların ve çalışanların ihtiyaçlarını bir vizyon etrafında birleştirmek, bu vizyonun, herkes tarafından paylaşılan bir vizyon olmasını sağlamak, şirketin hedeflerini, misyonunu ve stratejik planını hazırlamak gerekmektedir (eforpatent.com/inovasyon-yonetimi,11.05.2014).

Örgütlerin inovasyon stratejileri incelendiğinde üç ana stratejinin öne çıktığı görülmektedir. Bu stratejileri kısaca incelediğimizde;

2.8.1.Saldırgan inovasyon stratejileri

Bu strateji mevcut pazara yeni bir ürün ve üretim süreci ile yeni pazarların oluşmasını sağlayan inovasyon stratejisidir. Piyasaya yeni ürün sürülmesi beraberinde yeni üretim süreçleri ve ekipmanların geliştirilmesini,örgütün mevcut üretim yapısının değişmesine neden olur.Bu strateji örgüte piyasa lideri olma, yenilikte öne çıkma ve yeni oluşan pazarın ilk aktörü olma fırsatını verir.Örgüt ürettiği yeni ürün ile birlikte pazarda oluşan ilk riski de üstlenir.Bu risk yeni ürünün piyasada tutunmasıdır. Ürün piyasada ne kadar tutunursa o kadar fazla ekonomik getirisi olacaktır. Bu inovasyon stratejisi gerçekleştirilmeden önce piyasanın iyi analiz edilmesi, yeni ürün ve hizmetin getirdiği kolaylık ve yeniliklerin sosyo-ekonomik ihtiyaçları karşılaması açısından iyi araştırılmalıdır.

2.8.2.Savunmacı İnovasyon Stratejileri

Yeni ürün ve hizmetlerin piyasaya sunulmasından sonra tutunma sürecinde oluşan riske girmek istemeyen veya yeni piyasalar oluşturacak ürün ve hizmet üretemeyen örgütlerin takip ettiği riski daha düşük inovasyon stratejisidir. Örgüt piyasaya sunulan yeni ürün ve hizmetlere benzer ürün ve hizmetleri farklı marka ve dizaynlarla piyasaya sunar. Örgütün piyasa riski daha düşük olup, rekabet riski daha fazladır. Örgüt piyasaya hakim ilk ürünü üreten firma ile sürekli bir rekabetin içine girer. Bu durum piyasanın olgunlaşmasına ve ürünlerin daha ucuza satın alınmasına olanak sağlar.

2.8.3.Taklitçi İnovasyon Stratejileri

Aynı ürün piyasalarında pek çok örgüt üretim yaparak faaliyet göstermektedir. Taklitçi inovasyon stratejilerini benimseyen örgütler, marka değeri oluşmamış, piyasadaki ürün payından daha ucuz fakat kalite olarak düşük alternatif ürünleri piyasaya sunarak farklı ekonomik güce sahip müşterilerden alt gruba yada daha ucuza ürün almak isteyen müşterilere hitap ederler. Ürün geliştirme ve ar-ge faaliyetlerine girmezler. Amaçları piyasada lider ve markalı pahalı ürünleri daha ucuza üreterek daha ucuza satıp pazarda pay edinmektir. Yeni ürünlerin yüksek fiyatından dolayı satın alamayan müşterilere düşük kaliteli ürünler satarak pazarın genişlemesine katkıda bulunurlar.

Ana hatlarıyla incelediğimizde incelediğimiz üç inovasyon stratejisinin piyasalarda bulunan üç ana örgüt yapısını vurguladığını görebiliriz.

Bu örgüt yapıları yeni ürün üreten markalaşmış ve Ar-Ge faaliyetlerine önem veren riskten korkmayan örgütler, Riskten çekinen yada inovasyon yapamayan ancak kalite ve Ar-Ge 'ye önem veren marka örgütleri ve piyasaya kalitesi düşük, taklit ve ucuz ürün sağlayan örgüt ve işletmelerdir.

2.9.İNOVASYON ve DEĞİŞİM YÖNETİMİ İLİŞKİSİ

İnovasyon sürecinde değişim kavramı kaçınılmaz bir sonuçtur. Yeniliklerin gerçekleşmesi ve başarıya ulaşması yapılacak değişim ve değişimin yönetiminden geçmektedir. Değişim yönetimi inovasyon sürecinde bir ürün ve hizmetin üretim ve pazarlama stratejisidir.Bu strateji eğer doğru planlanıp yönetilirse ürün ve hizmetler daha başarılı olur. İnovasyon sürecine baktığımız zaman yeniliklerin gerçekleştirilmesi örgütlerin yapı, yönetim, teknoloji, üretim ve pazarlama tekniklerinde yeniliğin türüne göre değişikliklerin yapılmasına bağlıdır.

Bu değişim yapılmasa inovasyon süreci tamamlanmaz. Değişim yapısı gereği örgütlere yenilik getirir. Bu yüzden değişim ve inovasyon birbirine bağlı kavramlardır. İnovasyonun başarılı olması için sürecin iyi planlanması ve yönetilmesi gerekir. Bu yönetim değişim yönetimidir.

BÖLÜM 3 DEĞİŞİM YÖNETİMİ KAVRAMI

3.1. DEĞİŞİM ve ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM TANIMI

Değişim kavramı mevcut durumdan belirli bir süreç veya zaman zarfında farklı bir duruma dönüşmeyi ifade eder. Bu dönüşüm örgütler açısından planlı veya plansız bir dönüşüm olabilir. ”Değişim planlanmış olsun veya olmasın, yönetici bu olgu ile her an karşı karşıya kalabilir. Hatta bazen yöneticinin kendisi değişimi ortaya çıkarır ve fiilen gerçekleştirir. Bu anlamda planlı değişim son derece önemli bir değişim olayıdır” (Şimşek, 2001).

Değişime ilişkin bir diğer sınıflandırma ise, kişisel ve örgütsel değişimdir. Yönetim literatüründe değişim dendiğinde çoğunlukla anlaşılan kavram, örgütsel değişim kavramıdır. Kişisel değişim, kişinin bilgisi, deneyimi, değer yargıları, tutum ve davranışları itibariyle bir düzeyden başka bir düzeye gelmesini ifade eder. Örgütsel değişim ise, bir organizasyonun yapısı, kullandığı teknoloji, iş yapma yöntem ve teknikleri ile örgütün tümü itibariyle belirli bir düzeydeki değişimi ifade eder (İraz,R.,Şimşek,G.,2004,a).

Değişim planlı değişim ve planlı olmayan değişim şeklinde iki grupta ele alınabilir. Planlı değişim, neyin, neden, ne zaman ve nasıl değişeceğinin önceden planlandığı ve uygulandığı değişim türüdür ve örgütsel değişimi amaçlamaktadır. Planlı olmayan değişim ise, önceden planlanmayan ve içinde bulunulan koşulların zorlamasıyla kendiliğinden ortaya çıkan, örgütün uymaktan başka çaresinin olmadığı değişim türüdür (İraz,R.,Şimşek,G.,2004,b).

”Değişim planlanmış olsun veya olmasın, yönetici bu olgu ile her an karşı karşıya kalabilir. Hatta bazen yöneticinin kendisi değişimi ortaya çıkarır ve fiilen gerçekleştirir. Bu anlamda planlı değişim son derece önemli bir değişim olayıdır” (Şimşek, 2001).

3.2. ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM ve ÖNEMİ

”Günümüzde örgütsel değişimin sosyal bir olgu olduğu yönündeki düşüncenin gittikçe güçlendiği göz önünde bulundurulduğunda örgütsel değişim “teşebbüsün beşeri yönünü meydana getiren başta yöneticiler olmak üzere bütün örgüt üyelerinin davranış ve eylem kalıplarında ortaya çıkan olumlu değişimler” olarak da tanımlanabilir.” (Şimşek ve Akın, 2003).

”Birinci sanayi devriminden(hatta öncesinden) bugüne kadar değişimin olmadığı hiç bir dönem bulunmadığı gibi bundan etkilenmemiş ve örgütsel değişime uğramamış hiç bir örgüt olmamıştır ” (Hussey, 1997).

Ancak içinde bulunduğumuz çağda yaşanan değişimi eskisinden ayıran en önemli özelliği ulaşmış olduğu hızdır. Bu hızlı etmek, yapı ve süreçlerini buna uyarlamak günümüz örgütlerinin en önemli sorunu haline gelmiştir(İraz,R.,Şimşek,G.,2004,c).

Owens (1987), örgütsel açıdan değişmeyi, "var olan amaçları daha etkili bir şekilde başarma veya yeni amaçlar başarmada örgüte katkıda bulunan planlı, alışılmışın dışında, önceden düşünülmüş özgün çaba" olarak ifade etmiştir (Töremen,F.,2002,a).

''Örgütsel değişim ne şekilde tanımlanırsa tanımlansın, bu değişimin konusunu çevre şartlarına uygun yeni stratejilerin belirlenmesi, uygulanması ve yürütülmesi kapsar''(Massie, 1983).

''Bu anlamda ortaya çıkan sonuç; örgütsel değişimin, kapsamı iyice belirlenmemiş, anlaşılması güç ve henüz tam anlamıyla açıklığa kavuşturulamamış bir süreç olduğu şeklindedir. Bu kanının ortaya çıkmasına yol açan örgütsel değişime ilişkin bazı özellikler şu şekildedir (Şimşek ve Akın, 2003).

i. Konusu insan olması nedeniyle örgütsel değişim son derece karmaşık bir nitelik gösterir.

ii. Örgütün içinden veya çevresinden gelen bir takım güçlerin etkisiyle meydana gelen örgütsel değişim; bir defada olup biten bir olay değil, tersine örgütlerin hayatı boyunca devam eden fakat aynı kararlılığı göstermeyen bir olaydır.

iii. Örgütsel değişim, mahiyeti itibariyle yöneticileri çelişkili durumda bırakır. Zira, mevcut ilişkiler düzenini bozmadan değişim sağlama olanağı olmayan yöneticinin bu yöndeki davranışı örgütte kararlı bir durum yaratma yönündeki davranışıyla çelişkili bir durum yaratır.''

3.3.ÖRGÜTSEL DEĞİŞİMİN AMACI

Örgütsel değişimin, inovasyon perspektifinde incelendiğinde en önemli amaçları; İnovatif ve yenilikçi fikirlerin üretildiği ve değerlendirildiği ortamı oluşturmak, yenilikleri ve inovasyon sürecini gerçekleştirmek için gerekli değişiklikleri yapmak, piyasalardaki değişimi örgüt açısından ilerleme ivmesi yapmak, örgütün inovasyon stratejisine uygun olarak devamlılığını sağlamak, etkin, üretken ve verimli çalışma grupları oluşturmaktır. Örgütsel değişim ayrıca, etkinliği ve verimliliği artırmak, örgütsel başarı düzeyini, çalışanların iş tatminini ve işçi yeterliliklerini geliştirmeyi amaçlar.

Örgütsel açıdan değişimin, geleceğe hazır duruma gelme, örgüt üyeleri arasında güven ve karşılıklı desteği ve olumlu iletişimi sağlama, sorunlara ve tartışmalara çözüm getirme, sinerji yaratma gibi genel amaçları vardır (Töremen,F.,2002,b).

3.4.ÖRGÜTLERDE DEĞİŞİM NEDENLERİ

Örgütler de bireyler gibi günlük etkinlikleri sırasında büyüklü küçüklü birçok değişim örneğini yaşarlar. Hiçbir zaman statik(durağan)kalamazlar, işletme büyüdükçe ve çalışma koşulları değiştikçe, örgütsel yapısı belirli aralıklarla yapılacak araştırmalar sonucunda günün gereklerine uygun duruma getirilmelidir. İşletmelerin yaşama ve gelişme gücüne sahip olabilmeleri, ancak içinde buldukları doğal, toplumsal, ekonomik, tüzel ve teknolojik çevreye uymaları ile mümkündür (Tokat,B.:2012,a).

Örgüt iç ve dış çevrenin çeşitli öğelerinin etkisi altında bulunduğundan , bunlardaki değişimin işletmenin örgütsel yapısını etkileyeceği de bir gerçektir.(Tokat,B.:2012,b).Örgütleri değişime iten Dış güçleri sıralamak gerekirse;

- 1-Gelişen Teknoloji,
- 2-Toplumsal Değerler,
- 3-Ekonomik, Yasal ve Sosyal Baskılar,
- 4-Örgütsel Çevre,
- 5-Toplumsal ve Ekolojik Düzen

Örgütleri değişime iten iç güçleri sıralamak gerekirse;

- 1-Örgütsel Amaç ve Hedefler
- 2-Örgütsel Yenilikler
- 3-Örgütsel Verim ve Etkinliği Arttırmak
- 4-Örgütsel Çatışma ve Gerilimler

Örgütsel değişim gerek içsel gerekse dışsal etkenlerden olsun inovasyon örgütlerde değişimi sağlayan önemli faktörlerdendir. İnovasyon örgütlerce planlanmış yenilikler olduğundan piyasalara ve örgütlere getireceği değişim zorunlu ve yapısal değişikliklerdir. Bu değişim örgütler açısından rekabeti arttırıp, yeni piyasaların oluşmasına neden olurken, eski piyasaları ve değişime ayak uyduramayan örgütleri olumsuz etkiler.

3.5.ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM YÖNETİMİ

Örgütsel değişim yönetimi; işletmelerde, bir takım düzenlemeler yapılması veya süreç, yöntem, usul metotların tamamen değiştirilip yerine yenilerinin konulması suretiyle, değişen koşullara uyum sağlama, etkinliliği ve verimliliği artırma yönündeki çabaların bütünüdür ifade eder.

Genel olarak örgütsel değişim yönetiminin amaçlarını iki grupta toplayabiliriz;

- 1-Örgüt çevresindeki değişimlere uyum sağlama kabiliyetini ve kapasitesini arttırmak,
- 2-Çalışanların davranışlarını değiştirmek.

(Barutçu,E.,2000,a).

Değişim yönetimi dört aşamada gerçekleştirilebilir;

- 1.Değişme ihtiyacının belirlenmesi,
- 2.Değişme ile ilgili uyum kararlarının belirlenmesi,
- 3.Seçilen kararların uygulanması,
- 4.Uygulama kararlarının gözden geçirilmesi,

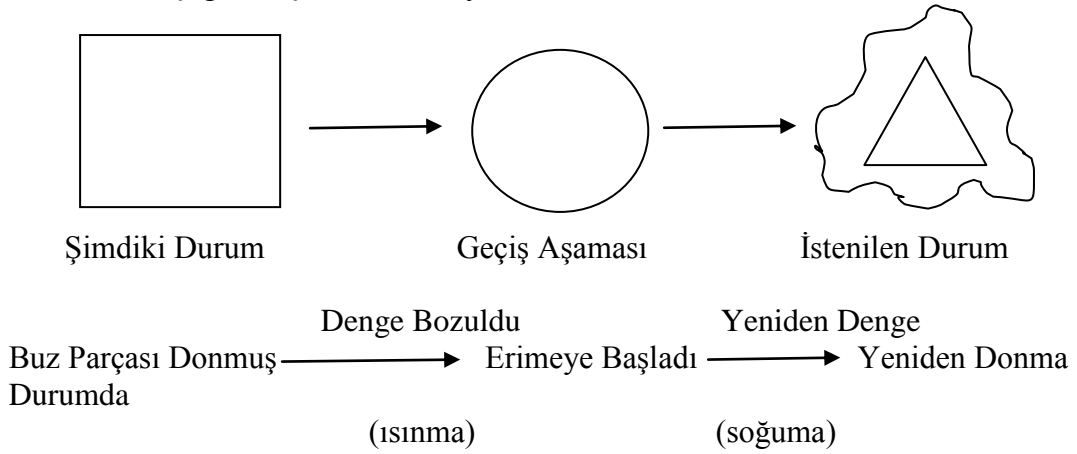
(Barutçu,E.,2000,b).

İnovasyon sürecinde yeni ürünlerin üretilmeye karar verilmesinden sonra gelen ürün ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli değişikliklerin yapılması ve çalışanların yeni ürünler ile hizmetleri üretebilmesi için gerekli eğitim ve uyum programlarının hazırlanması, yeni ürün, hizmetler için gerekli yeni üretim olanakların hazırlanması planlı bir değişim yönetimini gerektirir. Örgütün sahip olduğu kaynaklara uygun değişim stratejisi belirlenmeden baskı uygulanması, inovasyonu ve örgüt amaçlarını başarısızlıkla sonuçlandırabilir.

3.6.ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM SÜRECİ

Değişim olgusunu bireysel düzeyde inceleyen psikologlar değişimin üç aşamalı olacağı konusunda görüş birliğine varmışlar ve yönetim bilimcileri bu aşamaları, örgütler içinde geçerli olabileceğini düşünerek, örgütlere uyarlamışlardır. Değişim sürecini ilk inceleyenlerden biri Kurt Lewin olmuştur. Lewin'in üç aşamalı değişim süreci bunların en önemlisidir. Temel değişim, bir akışkan kavramında incelenebilir. Değişim süreci olarak tanımlanan bu üç aşama, sırasıyla buzların çözülmesi, değiştirme ve yeniden dondurma aşamalarından oluşur (Tokat.B,2012,s.123-124).

Bu durumu aşağıdaki şekilde inceleyebiliriz.



Şekil 2. Değişim Süreci

(Kaynak:Tokat,2012)

Bu değişim sürecine inovasyon açısından bakarsak;

1.Aşama: Örgütsel hedef ve amaçlar doğrultusunda bir inovasyon projesinin belirlenmesidir. Mevcut piyasa koşulları, ürün ve hizmete ilişkin piyasa araştırması, inovasyonun gerçekleştirilmesi için örgüt içi yapılması gereken değişiklikler, örgütsel kaynakların(hammadde, yer, finans, ulaşım...)değerlendirilmesi ve planlanmasını kapsar.

2.Aşama: Geçiş aşaması olan süreçte inovasyon için yapılan değerlendirmeler ve planlar uygulanır. Bu durum örgütsel iç dirence neden olabilir. Bu direnci azaltmanın en önemli faktörleri; personel eğitimi, personelin sürece katkı sağlamaları ve personel motivasyonunun güçlü olmasıdır. İnovasyon için gerekli teknik üretim ve hizmet altyapısının oluşturulması, finansal kaynakların etkin kullanımı ve tanıtım faaliyetleri önemlidir.

3.Aşama: Örgütün amaçladığı hedefe ulaşması için istenilen duruma gelmesidir. Yeni ürün ve hizmetler örgüt çalışanları ve piyasa tarafından benimsenmiştir. İnovasyon ne kadar başarılı olursa, örgütsel başarıda o kadar artacaktır.

3.7.ÖRGÜTLERDE İNOVASYON ve DEĞİŞİM YÖNETİMİ

Bir örgütte inovasyon sürecine başlanırken inovasyon planının yapılması ve beraberinde getireceği değişime örgütün hazırlanması önemlidir. Çalışanların değişime gösterecekleri uyum yada direnç inovasyonun başarısını etkiler.

YENİ FİKİRLER → İNOVASYON → DEĞİŞİM

Şekil 3. Yeni Fikir-İnovasyon-Değişim Sıralaması

Yeni fikirlerin inovasyonun başlangıcı olmasından dolayı örgüt kültüründe yeni fikirleri üreten ve değerlendirebilen bir işleyiş önemlidir.

Dinamik örgüt yapısına sahip örgütlerin, statik yapıya sahip ve aşırı gelenekçi örgütlerden inovasyon ve yenilikçilik kapasiteleri daha fazladır.

Statik yapıya sahip örgütlerin daha yenilikçi olmaları yapacakları değişimlere bağlıdır. Çünkü değişimin amaçlarından biriside yeniliği sağlamaktır. Değişim inovasyonun kaçınılmaz bir sonucu olduğu gibi değişimde örgüte yenilikler getirebilir. İnovasyon planlı bir yenileşim ve değişim sürecidir. İnovasyona ve yeniliklere açık örgütler, klasik, geleneklere bağlı, aşırı kuralcı yapıya sahip örgütlerden daha fazla değişim yeteneğine sahiptirler.

BÖLÜM 4 POSTA TELGRAF TEŞKİLATI (PTT)

4.1.PTT TARİHÇESİ

İlk Posta Teşkilatı Tanzimat Fermanı ile yaşanan gelişmelerin sonucu olarak Osmanlı Devletinin tüm halkının ve yabancıların posta ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla Nezaret olarak 23 Ekim 1840 tarihinde kurulmuştur. İlk Postahane ise İstanbul'da Yeni Camii avlusunda Postahane-i Amire adı ile açılmış İlk memurlar Süleyman Ağa, tahsil-dar Sofyalı Ağ yazar Türkçe dışında yazılmış gönderilerin adreslerini tercüme etmek üzere mütercim olarak atanmışlardır.

1843 yılında telgrafın icadını müteakip 11 yıl sonra ülkemizde de telgraf hizmeti başlamış, bu hizmeti disipline etmek üzere 1855 yılında ayrı bir Telgraf Müdürlüğü kurulmuştur.

1871 yılında ise Posta Nazırlığı ile Telgraf Müdürlüğü birleştirilerek Posta ve Telgraf Nezaretine dönüştürülmüştür.

1876 yılında milletlerarası posta nakli şebekesi kurulmuş, 1901 yılında ise koli ve havale işleminin kabulüne başlanmıştır.

23 Mayıs 1909 tarihinde ilk manuel telefon santralının İstanbul'da hizmete verilmesinden sonra Posta ve Telgraf Nezareti, 1909 yılında Posta, Telgraf ve Telefon Nezareti haline dönüştürülmüş, 1913 yılında da Posta, Telgraf ve Telefon Umum Müdürlüğü adını almıştır.

Cumhuriyetimizin ilk yıllarında İçişleri Bakanlığına bağlı olarak görev yapan PTT Genel Müdürlüğü 1933 yılında katma bütçeli bir idare olarak Bayındırlık Bakanlığına, 1939'da ise Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığına bağlanmış olup halen hizmetine devam etmektedir.

1954 Yılında Kamu İktisadi Teşebbüsü (KİT) olan PTT Genel Müdürlüğü, 1984 yılında Kamu İktisadi Devlet Teşebbüslerinin yeniden düzenlenmesi ile ilgili olarak çıkarılan 233 sayılı KHK ile Kamu İktisadi Kuruluşu (KİK) statüsüne geçirilmiştir.

18.06.1994 tarih ve 4000 sayılı Kanun ile PTT İşletmesi Genel Müdürlüğünün, T.C. Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü ve Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi şeklinde yeniden yapılanması öngörülmüş olup, 24.04.1995 tarihinden itibaren T.C. Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü müstakilen çalışmaya başlamıştır.

29.01.2000 tarih ve 23948 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 4502 sayılı kanununun 24. maddesi ile "T.C. Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü" olan Kuruluşumuzun adı "T.C. Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü" (PTT) olarak değiştirilmiştir.

23/05/2013 tarihli ve 28655 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 09/05/2013 tarihli ve 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanununun 21 inci maddesi gereğince Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi (PTT) kurulmuş ve 02/09/2013 tarihinde Ticaret Siciline kayıtlı faaliyete başlamış-

tır(Ek1.,www.ptt.gov.tr/index.snet?wapp=history_tr&open=1,15.06.2012).

4.2.PTT HUKUKİ DAYANAĞI

17.07.1953 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 6145 sayılı Kanunla kurulan, Türkiye Cumhuriyeti Posta, Telgraf ve Telefon İşletmesi, 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanununun Bir Maddesinin Değiştirilmesi ve Bu Kanuna Bazı Ek ve Geçici Maddeler Eklenmesine Dair 4000 sayılı Kanun ile Türk Telekomünikasyon A.Ş. ve Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü şeklinde yeniden yapılandırılmış olup, 4000 sayılı Kanun ile Posta ve Telgraf Tesis ve İşletmesine ilişkin hizmetlerin T.C. Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü (P.İ) tarafından yürütüleceği hükme bağlanmış bulunmaktadır.406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu ile değişikliklerinde geçen T.C. Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü (P.İ.) ibareleri 4502 sayılı Kanunla "T.C.Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü" (PTT) olarak değiştirilmiştir.23/05/2013 tarihli ve 28655 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 09/05/2013 tarihli ve 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanununun 21 inci maddesi (Ek.1)gereğince Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi (PTT) kurulmuş ve 02/09/2013 tarihinde Ticaret Siciline kayıtlı faaliyete başlamıştır. Aynı tarih itibariyle T.C. Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü faaliyetlerine son vermiştir.

Aynı Kanununun 31 inci maddesinin 3 üncü fıkrası (Ek 1.)gereğince 8/6/1984 tarihli ve 233 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnameye ekli listenin “B - Kamu İktisadi Kuruluşları (KİK)” bölümünde yer alan “Türkiye Cumhuriyeti Posta İşletmesi Genel Müdürlüğü (P.İ.)” ibaresi listeden çıkarılmıştır. Diğer mevzuatta mülga T.C. Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğüne yapılan atflar PTT’ye yapılmış sayılır.PTT’nin sermayesinin tamamı Hazineye aittir. Hazine Müsteşarlığının mülkiyet hakkı ile kar payı hakkı saklı kalmak üzere ve kamunun pay sahipliğinden kaynaklanan bütün mali hakları Hazine Müsteşarlığında kalmak kaydıyla Hazine Müsteşarlığının PTT’deki pay sahipliğine dayanan oy, yönetim, temsil, denetim gibi hak ve yetkileri Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından kullanılır. PTT, 2/4/1987 tarihli ve 3346 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri ile Fonların Türkiye Büyük Millet Meclisince Denetlenmesinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümlerine tabidir (www.ptt.gov.tr/index.snet?wapp=legalBasis_tr&open=1 ,15.06.2012).

4.3.PTT HİZMETLERİ

Kuruluş halkın sürekli yükselen beklentilerine cevap verebilmek amacıyla hizmetlerini yurdun en ücra köşesine kadar yayılmış olan 4 bin 501 işyeri ile yürütülmektedir. 2011 yılsonu itibariyle 1.073 merkez, 2.281 şube ve 914 acentelik olmak üzere toplam 4.268, 2012 yılında ise 1.090 merkez, 2.314 şube ve 1.097 acentelik olmak üzere toplam 4.501 işyerinde hizmet vermektedir. Dağıtım Hizmetleri Posta İşleme Merkezleri ve PTT Merkezlerince gerçekleştirilmekte iken, gönderilerin yerinden dağıtımının sağlanarak gönderilerin alıcılara kısa süre de ulaştırılması amacıyla Posta Dağıtım Merkezleri oluşturulması çalışmalarına başlanmış ve 55 adede ulaştırılmış olup, yaygınlaştırılması hususundaki çalışmalar devam etmektedir (Ptt Faaliyet -Raporu,2012).

4.3.1.Mektup Postası Gönderileri Hizmeti

Mektup postası gönderileri; kayıtlı ve kayıtsız mektuplar, posta kartları, tebrik kartları, basılmış kağıtlar, gazeteler, küçük paketler, ücretsiz posta gönderileri, körlere özgü yazılar, tebliğ kağıtları, değer konulmuş mektupları kapsamakta olup Posta Kanununun 2.maddesine göre bu gönderilerden mektuplar ve posta kartları tekel kapsamında bulunmaktadır. Buna ilaveten Yargıtay’ın 2001-721 sayılı kararı gereğince kredi kartları, hesap ekstreleri de tekel kapsamında değerlendirilmektedir(Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.2. Otomatik Ayrım Sistemleri

Kurumun tekelinde olan mektup postasının (gönderi) kabulünden teslimine kadar geçen süreçte, en çok zaman ve iş gücü ayırım işlemleri sırasında harcanmaktadır. Ayrımda geçen sürenin kısaltılması ve iş gücünden tasarruf edilerek gönderilerin daha kısa sürede alıcılara ulaştırılmasını teminen; işlem trafiği yüksek olan İstanbul Hadımköy’de tesis edilmiş olan Avrupa Yakası Posta İşleme Merkezine Otomatik Mektup Ayrım Sistemleri alınarak 15.09.2011 tarihi itibarı ile hizmete verilmiştir. İleri teknolojinin kullanıldığı bu sistemler, gönderi üzerindeki adres veya posta kodunu okuyarak Grup (İl, İlçe, Semt gibi) veya Cihet (dağıtıcı dağıtım sorumluluk alanı; cadde, sokak, bina gibi) düzeyinde hızlı ayırım yapabilecek kapasitede olup saatte 160.000 gönderinin 920 göze ayırımını yapabilmektedir (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.3.Telgraf Hizmetleri

Haberleşmenin gelişiminde önemli bir nokta olan ve yıllar öncesinde alternatifi sadece mektup olan telgraf hizmeti, gelişen internet ve iletişim teknolojilerinin karşısında yıllar itibarıyla adetsel olarak azalma göstermiştir.Telgraf hizmetinde yenilikler sürdürülmekte olup,bu çerçevede İnternet kullanan müşterilerimize yeni olarak <http://www.ptt.gov.tr> kurumsal sayfasından gerekli bölümler doldurularak telgraf gönderme imkanı sunulmaktadır, ücreti ise kredi kartından tahsil edilmektedir.

PTT işyerlerinden, il ve ilçelerdeki 141 Fonotelgraf Servisinden, 28 adet Fakstel Servisinden ve internet üzerinden Ankara Telgraf merkezindeki “Telgraf Kontrol” birimi aracılığı ile telgraflar kabul edilmekte, kelime sayım ve ücretlendirilmesi otomatik olarak yapılarak varış yerine sistem vasıtasıyla iletilmektedir. Bu telgrafların teslimine kadar her aşaması bilgisayar ortamında takip edilerek kayıt altına alınmakta, müşteriler tarafından sistemden sorgulanarak, teslim bilgileri edinilmektedir. Ayrıca, müşterilere internet üzerinden telgraf göndermede daha da kolaylık sağlamak amacıyla e-Telgraf Abonelik hizmeti verilmesine başlanmıştır. Herhangi bir PTT İşyerinde “e-Telgraf Abonelik Sözleşmesi” imzalayarak abone olunması halinde gerekli belgelerdeki abonelik bilgileri ile gerçek veya tüzel kişiler olarak sistemimize internet üzerinden telgraf kabul edilmekte ücreti de kredi kartından ödemenin yanı sıra posta çeki hesabından tahsil edilmesi alternatifi de sunulmaktadır(Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.4. Kayıtlı Posta Maddeleri Otomasyonu Hizmeti

Kayıtlı Posta Maddelerinin Otomasyonu ile yurtiçi ve yurtdışı kayıtlı gönderiler; kabullerinden teslimine kadar geçen sürede kurumun internet adresinden izlenebilmektedir. Yurtdışı gönderilerde 86 ülke posta idaresi ile acele posta, 115 ülke posta idaresi ile Koli ve 74 ülke posta idaresi ile mektup postası gönderileri için IPS (Uluslararası Posta Sistemi) vasıtasıyla bilgi transferi gerçekleştirilmektedir. Bu ülkelere yollanan veya bu ülkelerden gelen kayıtlı gönderileri PTT'nin internet sayfasının "Yurtdışı gönderi takibi" menüsünden takip etmek mümkündür.

Uluslararası Posta Sistemi (IPS); Kuruluşun üyesi bulunduğu yurtdışı tüm kayıtlı gönderilerin bilgisayar ortamında takibini sağlayan Uluslararası Posta Sistemi (IPS) aracılığı ile yurtdışı çıkış ve varışlı tüm kayıtlı gönderiler alınıp verilmekte ve hesaplaşma işlemleri bu sistemden alınan verilere göre yürütülmektedir.

- 86 Ülke Posta İdaresi ile APG,
- 115 Posta İdaresi ile Koli,
- 74 Posta İdaresi ile Mektup Postası

Gönderileri için bilgi transferi yapılmaktadır (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.5. Hızlı Tebligat Hizmeti

Birbirine benzer özelliği olan ve farklı ücretler uygulanan APG ve KKTG ek hizmetli tebliğ evrakının bir çatı altında toplanarak kaynakların etkin kullanılması ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi amaçlanmış olup tüm Türkiye'de aynı hizmet süreleri ve ücret uygulanmak suretiyle bu hizmette standardizasyon sağlanmış olup 04.07.2011 tarihinden itibaren "Hızlı Tebligat" adı altında uygulanmaya başlanmıştır. Hızlı Tebligata ait mazbatanın, çıkarılan mercie iadesi ise tebligatın tesliminden itibaren en geç 2 gün içerisinde yapılmaktadır (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.6. Birleşik Posta (Hybrid Mail) Hizmeti

Birleşik Posta Sistemi, dijital ortamda hazırlanarak alıcılara ulaştırılmak istenilen hesap ekstreleri, faturalar, bildirimler, broşürler, reklam dokümanı gibi bilgilerin; dijital ortamda verileri alınarak, baskı dizaynlarının dijital ortamda yapılıp, alıcı adresinin bulunduğu en yakın baskı merkezine dijital ortamda iletilmesi, baskı merkezlerince de önceden belirlenmiş olan format ve düzende baskısının yapılarak, katlanıp, zarflanarak posta gönderisi haline dönüştürülmesi suretiyle,dağıtıcılar kanalıyla alıcısına teslim edilmesinin sağlandığı sistemdir(Ptt Faaliyet Raporu, 2012).

4.3.7. Mektup Sepeti Hizmeti

Gönderi sayısı az olan bireysel müşterilere kişiselleştirilmiş baskı ve zarflama hizmetinin sunulması amacıyla Ankara, İstanbul ve İzmir Baskı Merkezlerine 1'er adet Kompakt Zarflama Makinesi satın alınmış, bireysel müşterilerin web ortamında gönderiyi dizayn etmesi, alıcı adreslerinin ve içerik bilgilerinin girilmesi, ücret hesaplama ve web üzerinden ödeme yapılması için bir ara yüz yazılımı ile ilgili çalışmalar tamamlanmıştır. Ayrıca, bu sayede yüksek kapasiteli makinelerde düşük adetli olan üretimler sırasında ortaya çıkan zayi kağıt miktarının da azaltılması hedeflenmiştir(Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.8. Pul ve Pulculuk Hizmetleri

Kuruluşun yapmış olduğu araştırmalar ile Bakanlıklar, tüm Kamu Kurum Kuruluşları, Valilikler, Vakıflar, Dernekler, Üniversiteler ve PTT Başmüdürlüklerinden alınan görüş, teklif ve öneriler dikkate alınarak Pul Emisyon Programları büyük bir titizlikle hazırlanmaktadır.

Emisyon programı için gelen teklif ve öneriler değerlendirilirken; dünya pulculuğundaki gelişmeler, filateli gelenekleri, ülkemizi ilgilendiren önemli spor, sanat ve kültür faaliyetleri, Anadolu'ya özgü endemik bitki ve hayvan türleri, Türk meşhurları, tarihi olaylar, sosyal ve kültür varlıkları, turizm varlıkları ile filatelistlerce aranan konuların seçilmesine özen gösterilmektedir. Ayrıca ülkemizi de ilgilendiren önemli iç ve dış olaylardan uygun görülenlerin 50, 100, 250, 500 ve 1000. yıldönümlerinde pul çıkarılabilmektedir. 1990 yılından itibaren tedavüle çıkarılan pulların tanıtımı Genel Müdürlüğümüze ait internet adresinde yapılmaktadır (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.10.Kargo ve Kurye Alanında Gerçekleştirilen Hizmetler

PTT ülke kalkınmasında üzerine düşen görevi daha etkin ve verimli bir şekilde yerine getirmek için 02.06.2008 tarihinde PTTKargo hizmetini hayata geçirmiştir.(Ek 2.)Ancak, mevcut hizmetlerimizin iyileştirilerek kargo alanında piyasa koşullarında hizmet verilebilmesi, daha kaliteli, etkin ve çağdaş hizmet sunularak memnuniyetin artırılması amacıyla Kargo, APS ve KKTS gönderileri olarak adlandırılan posta gönderilerinde yeni sınıflandırmaya gidilerek kalitenin artırılması ve müşteri beklentilerinin karşılanması amacıyla 09.06.2011 tarihinde yapılan yeni düzenleme ile bu hizmet; Kargo, Kurye, VIP Kargo, Şehiriçi Ekspres Kurye ve Nitelikli Kurye olarak 5 şekilde verilmeye başlanmıştır.

0 – 2 kg arası gönderiler ''Kurye'', 2kg/desi üzerindeki gönderiler ise''Kargo'', sürat açısından''VIP Kargo'' ve ''Şehiriçi Ekspres Kurye'', kapsamında kimlik belgesi veya kimlik belgesi yerine geçecek belgeler ile banka kartları bulunan gönderiler de nitelikli kurye olarak adlandırılmıştır (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.10. Adres Standartlarının Oluşturulması Hizmeti

Kuruluş tarafından verilen hizmetlerden elde edilen adreslerin mevcut durumu ile tüm bu adreslerin uygun bir yapıda tek bir çatı altında toplanması ve pazarlanabilir hale getirilmesi gerekmektedir. Söz konusu proje ile ilgili oluşturulan komisyon çalışmalarını tamamlayarak, hazırlanan sonuç raporunda yazılım ihtiyacı olduğu tespit edilmiş olup, konuyla ilgili Teknik Şartname Hazırlama Komisyonu oluşturulmuş ve çalışmalarına başlanmıştır.

Bu kapsamda NVİ (Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü)'nin Ulusal Adres Veritabanı ile Kurumsal Adres Veritabanı arasında entegrasyonun sağlanması amacıyla yapılan web servis çalışmaları tamamlanmış olup entegrasyon işlemine başlanmıştır(Ptt Faaliyet Raporu ,2012).

4.3.11. Kayıtlı Elektronik Posta Hizmeti

Kayıtlı Elektronik Posta Projesi (KEP) posta hizmetlerinde PTT'nin mevcut teknoloji düzeyini ileri götüren bir proje olup geleneksel posta pulunun elektronik ortamda eşdeğeridir. Tarih, saat, dijital tanımlama logosu, içerik doğrulama ve kriptolama özelliklerinin yanı sıra en önemli özelliği yapısının değiştirilemez olmasıdır. Bu proje kapsamında kullanılan zaman damgası, gönderilerin elektronik olarak "orijinalliğinin bozulmadığı ve dokümanın değiştirilmediğinin" hukuki kanıtı ve Kuruluşun KEP hizmeti sağlayıcısı olarak elektronik postanın hukuki geçerliliğini sağlayacak tek yetkili mercii olacaktır.

01.05.2012 tarihinde Kurumumuzun Kayıtlı Elektronik Posta Hizmet Sağlayıcısı (KEPHS) olarak yetkilendirilmesi için Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna başvuruda bulunulmuştur.10.09.2012 tarihi itibarıyla KEPHS olarak yetkilendirilmiştir(Ptt Faaliyet Raporu,s.35-36,2012).

4.3.12. E-Tebligat

7201 sayılı Tebligat Kanunu'nda değişiklik yapan 6099 sayılı Tebligat Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun 19.01.2011 tarih ve 27820 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda, tebligata elverişli bir elektronik adres vererek bu adrese tebligat yapılmasını isteyen kişiye, elektronik yolla tebligat yapılabilecek, Anonim, Limited ve sermayesi paylara bölünmüş Komandit şirketlere elektronik yolla tebligat yapılması zorunlu hale getirilecektir. Elektronik yolla tebligat, muhatabın elektronik adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda yapılmış sayılacaktır. Kuruluşumuzca e-Tebligat sistemine ilişkin yazılım alt yapı çalışmaları tamamlanmış olup, elektronik tebligatı düzenleyecek olan yönetmelik 2013 yılının başında yayınlanmıştır(Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.13. E-Ticaret

E-Ticaret Projesi kapsamında Türkiye'nin ilk 3 boyutlu alışveriş sitesi epttavm.com 17.05.2012 tarihinde fiilen hizmete açılmıştır.

Bir alışveriş merkezinde bulunan bütün ürün yelpazesini kapsayacak şekilde tasarımı yapılan epttavm.com; internet üzerinden çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlere ait ürünlerin satıldığı, müşterilerin internet üzerinden kolayca erişim sağlayarak çok sayıda ve farklı sektörlerdeki markaları 2 boyutlu ve 3 boyutlu platform üzerinden tercih edebildiği bir e-ticaret projesidir. epttavm.com ile internet kanalıyla alışveriş yapan tüketiciye "kamu güvencesi" sunularak güvenilir bir platform sağlanmıştır. Epttavm.com, gerçek bir alışveriş merkezinin görselliğini bilgisayar üzerinden animasyon şeklinde sağlayan sanal bir ortam olan 3 boyutlu kısmı ve içerisinde KOBİ'lere ait ürünlerin satış ve sunumunun gerçekleştirildiği 2 boyutlu kısmı ile büyük bir e-ticaret platformu olarak kurulmuştur.

Proje kapsamında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)ile işbirliği protokolü imzalanmış olup, söz konusu protokol ile TOBB çatısı altındaki firmalara indirim imkanı sağlanarak, e-ticaret portalının firmalara tanıtımı ve firmaların epttavm.com sitesine entegrasyonu sağlanmıştır.

Ayrıca T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Geleneksel El Sanatları ve Mağazalar İşletme Müdürlüğü ile protokol imzalanmış olup; kültürel ürünlerimizin sunum ve tanıtım görevinin yerine getirilmesi amacıyla hizmet eden söz konusu Kuruma ait geleneksel el sanatları ve kültürel ürünlerin epttavm.com üzerinden satışına başlanılmıştır(Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.14. E-Pttavm

171 yıllık, bir kuruluş olan PTT ülkemizde internet alışverişi konusunda güven eksikliği olduğunu tespit etmiş,ve bu boşluğu gidermek adına e-ticarete adım atmıştır. E-PttAVM alışveriş sitesi, alıcı ile satıcıyı buluşturan ve alışveriş sürecinin PTT güvencesi ile yapılmasını sağlayan bir e-ticaret platformudur.

Giyim, elektronik, kültür, sanat, eğlence, sosyal yaşam gibi birçok kategori bünyesinde barındıran e-PttAVM, dünyaca ünlü seçkin markaları ve sıradışı indirimleri internet kullanıcıları ile buluşturmaktadır. Ayrıca uygun ödeme koşulları ve geniş ürün yelpazesi ile internet kullanıcılarına sınırsız hizmet getirmektedir. E-PttAVM, Türkiye'nin ilk 3 boyutlu alışveriş sitesi olma özelliğine sahiptir(www.epttavm.com/tr/sayfa/hakkimizda.html ,15.06.2012).

4.3.15. Bankacılık Faaliyetleri

Bankacılık hizmetlerinin daha etkin ve süratli bir şekilde çağın gereklerine uygun olarak sunulmasını teminen uygulamaya koymuş olduğumuz en önemli Proje PTT Bank projesidir. Söz konusu projemiz 3 bölümden oluşmaktadır.

- İşyerlerinin Otomasyonu
- Kurum/Kuruluşlarla İşbirliği
- İşyerlerinin PTT Bank konseptine uygun hale getirilmesidir. (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.16. Ptt Kuryematik

PTT Kuryematiklerin kuruluş amacı, kabul esnasında alıcının cep telefonu ve/veya e-mail bilgilerinin alınması şartıyla adreste teslimi sağlanamayan ihbarlı gönderiler veya PTT işyerinde teslim işaretli gönderilerin 7/24 hizmet veren, adreslerine en yakın makinelere bırakılması ve müşterilerimizin bu makinelerden gönderilerini mesai saatleri dışında da kolayca alabilmelerini sağlamaktır.

Hizmet alıcıları SMS veya e-mail ile kendilerine gönderilecek olan barkod numarası ve şifre ile belirtilen “PTT Kuryematik” cihazından gönderilerini almaktadırlar (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.3.17. Ptt Çağrı Merkezi

Müşterileriyle olan iletişimin her alanda 7/24 daha etkin bir şekilde yürütülmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla hizmet veren PTT Çağrı Merkezi(444 1 788) 10 Temmuz 2007 tarihinden günümüze hizmet sunmaktadır.

Ptt Çağrı Merkezinde;

- PTTKart işlemlerinin takip edilmesi,
- Kayıtlı gönderi takibinin yapılması,
- İnteraktif Posta Çeki (İPÇ) hizmetine destek verilmesi,
- Müşteri ile birebir iletişimin daha etkin bir şekilde sağlanması,
- Şikâyet, öneri ve temennilerin alınarak iş ve işlemlere yansıtılabilmesi,
- PTT hizmetlerinin tanıtımının sağlanması işlemleri yapılabilmektedir(Ptt Faaliyet Raporu,2012).

4.4. EKONOMİK GÖSTERGELER

2009 yılında 157 milyon TL, 2010 yılında 118 milyon917 bin TL, 2011 yılında 35 milyon TL, 2012 yılında ise 50 milyon 957 bin TL olmak üzere 2009 yılından bugüne kadar toplam 361 milyon 874 bin TL Hazine Müsteşarlığına temettü olarak ödenmiştir (PTT Faaliyet Raporu,2012).

2012 yıl sonu posta gelirleri 1 Milyar 250 Milyon 529 Bin 364 TL, Telgraf gelirleri 7 Milyon 306 Bin 534 TL, Lojistik hizmet gelirleri 157 Milyon 148 Bin 893 TL, Parasal posta gelirleri ise 394 Milyon 784 Bin 757 TL olarak gerçekleşmiş ve gelirler toplamı 1 Milyar 980 Milyon 984 Bin 496 TL olmuştur.

Posta giderleri 1 Milyar 6 Milyon 370 Bin 871 TL. Telgraf giderleri 8 Milyon 921 Bin 279 TL, Lojistik giderleri 322 Milyon 257 Bin 908TL, Parasal posta giderleri ise 412 Milyon 672 Bin 989 TL. olarak gerçekleşmiş ve giderler toplamı 1 Milyar 809 Milyon 539 Bin 23 TL olmuştur (Ptt Faaliyet Raporu,2012).

2013 yıl sonu posta gelirleri 1 Milyar 380 Milyon 675 Bin 240 TL, Telgraf gelirleri 6 Milyon 786 Bin 991 TL, Lojistik hizmet gelirleri 173 Milyon 871 Bin 462 TL, Parasal posta gelirleri ise 415 Milyon 890 Bin 109 TL olarak gerçekleşmiş ve Gelirler Toplamı 2 Milyar 217 Milyon 639 Bin 537 TL olmuştur.

Posta giderleri 1 Milyar 167 Milyon 814 Bin 218 TL. Telgraf giderleri 7 Milyon 574 Bin 873 TL, Lojistik giderleri 354 Milyon 839 Bin 368 TL, Parasal posta giderleri ise 565 Milyon 506 Bin 759 TL. olarak gerçekleşmiş ve giderler toplamı 2 Milyar 153 Milyon 96 Bin 152 TL olmuştur (Ptt İşletme yılığı, 2013).

BÖLÜM 5 ÖNERMELİ İNOVASYON PROJESİ KARGED

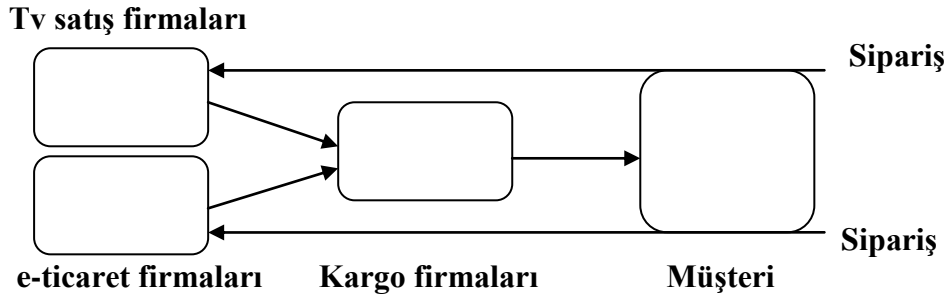
5.1. KARGO ve LOJİSTİK

Bir ürün veya malın stoklanarak bir yerden başka bir yere taşınması hizmetlerini kapsayan lojistik hizmeti, insanoğlunun ilk günlerinden itibaren var olmuş ve zaman içinde işlevini geliştirerek ticari bir sektör olmuştur. 1960'lı yıllardan başlayarak ticari nitelikli yapıya dönüşen sektör zamanla örgüt ve işletmelerin stok maliyetlerini ve taşıma giderlerini düşürülmesi amacıyla hizmet üretmiştir. İletişim ve teknoloji alanlarındaki gelişmelerin ardından internet üzerinden alışveriş yani e-ticaret piyasası kargo sektörünü meydana getirmiş ve güçlendirmiştir. Kargo sektörü e-ticaretin taşıma, ürün ve mal teslimini sağlayarak koli ve paket servislerine farklı boyutlar kazandırmış ve e-ticaretin bel kemiği olmuştur. Kargo sektöründe gelişen teknoloji ile birlikte yeni teknolojik ürünlerde kullanılmaya başlanmıştır. Barkodlama sistemi, Gps takip sistemleri, internet ve mobil aracılığı ile gönderi takibi, araç ile dağıtım ve adresten kargo teslimi gibi hizmetin kalitesini arttıran yenilikçi çözümler üretilmiştir. Bu yeniliklere rağmen üretilen hizmetlerin niteliğinde ve farklı alternatifler bulunamamıştır. Çünkü kargo ve lojistik hizmetleri halen bir ürün veya gönderinin tesliminden başka farklı bir hizmet üretmemektedir. Kargo ile geri dönüşüm sistemi kargo ve lojistik hizmetlerine yeni bir alternatif sunmaktadır.

5.2.KARGED (Kargo ile Geri Dönüşüm) NEDİR?

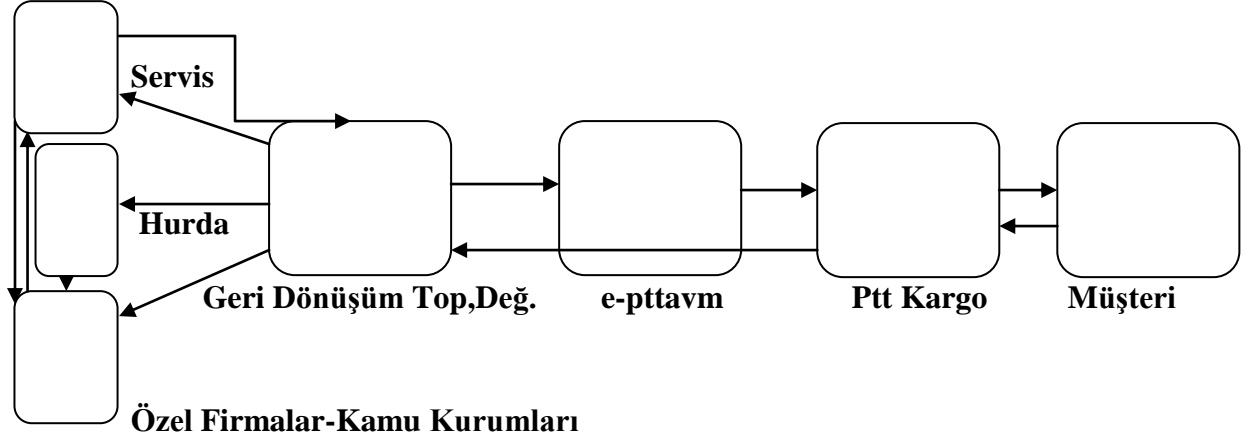
Karged günümüz kargo ve e-ticaret hizmet sektörlerine yeni bir boyut kazandıracak olan yeni ürün satış ve teslimi ile birlikte eski ürünlerinde yeniden değerlendirilmesini ve geri dönüşümünü sağlayan inovasyon projesidir. Karged sistemi mal ve ürünlerden maksimum faydayı sağlamanın yanında sosyal ve ekolojik düzeni korumayı amaçlayan kargo ve e-ticaret ile geri dönüşüm sistemidir. Karged lojistik hizmetlerinden sadece kargo taşımacılığını kapsamayıp sırasıyla e-ticareti, taşıma(kargo)hizmetini, geri dönüşüm merkezi ile ürünlerin tekrar yenilenerek değerlendirilmesini sağlayan ekonomik, toplumsal, ekolojik faydalar sağlamayı amaçlayan projenin kısa adıdır. Özellikle, e-ticaretin yaygınlaşması ve insanların daha kolay erişilebilir ve ekonomik ürünleri bulmalarından dolayı internet üzerinden satışlar artmış bununla birlikte kargo firmalarına olan ihtiyaç arttırmıştır.

Günümüz internet ortamında e-ticaret firmaları tarafından satılan mal ve ürünlerin müşterinin talebi üzerine adresine tesliminin sağlanması gerekmektedir. E-ticaret firmaların sattığı ürünlerin müşteriye ulaştırılması kargo, kurye ve lojistik firmaları aracılığı ile gerçekleşmektedir. Ayrıca televizyon vasıtası ile satış yapan firmaların ürünlerini müşteriye ulaştıran kargo firmalarıdır. Ürünlerin müşteriye ulaştırılması geniş dağıtım ağı ve yüksek maliyetli yatırımlar gerektirdiğinden ürünlerin kargo firmaları aracılığı ile taşınması kargo firmalarının iş hacmini ve iş potansiyellerini arttırmıştır.



Şekil 4. Günümüz Ürün Tesliminde Kargo İşleyişi

Günümüz kargo şirketlerinin ana faaliyetleri satıcı veya göndericiden müşteri ve alıcılara doğru tek yönlü hizmeti içermektedir. Karged projesinde sadece kargo taşımacılığı olmayıp projenin tam olarak işlenmesi için internet üzerinden mağaza aracılığı ile yeni ürünlerin satılması ve eski ürünlerin indirim karşılığı alınması ve yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Günümüz lojistik ve kargo firmaları içerisinde bu koşulları sağlamaya en uygun kuruluş sahip olduğu alt yapı ile PTT kuruluşudur. Ptt kuruluşu e-pttavm.com aracılığı ile e-ticaret ortamı oluşturmuştur. Serbest piyasa koşullarında çalışan diğer kargo ve lojistik firmaları sadece kargo ve ürün taşımacılığı yapmaktadır. 2008 yılında faaliyete başlayan Ptt kargo serbest piyasa koşullarına geç girmesinden dolayı kargo pastasından aldığı dilimi genişletmek için kendi e-ticaret platformunu kurmuştur. Özellikle internet üzerinden satış yapan büyük firmaların sabit birkaç firma ile çalışması ve tercihlerin sınırlı olmasından dolayı Ptt kuruluşu e-pttavm.com sitesini kurarak bu siteden ürün satılmasını hedeflemiş ve taşımacılığını ptt kargo aracılığı ile yaparak kendi kargo pazarını oluşturmayı ve genişletmeyi amaçlamıştır.



Şekil 5.Karged Döngüsü

5.3.KARGED ÇALIŞMA SİSTEMİ

Karged sistemi yeni ürün alan müşterilerin aldıkları ürün karşılığında (varsa)eski ürünlerini kargo aracılığı ile geri vermeleri ile başlar.Toplanan eski ürünler değerlerine göre tasnif edilerek yeniden değerlendirilir.Dünyamızdaki kaynakların sınırlı olması ve sürekli kirlenen ve bozulan ekolojik düzenin korunması için geri dönüşüm en uygun çözümlerden birisidir.Bunun yanında daralan ekonomilerin ve rekabetin yoğunlaştığı piyasaların neden olduğu ekonomik durgunluktan oluşan zararların azalmasını sağlayabilir. Yeniden değerlendirilebilen eski mal ve ürünler ilgili bölümlerde yenilenir, kullanılmayacak ve bakım yapılamayacak olan mal ve ürünler geri dönüşüm firmalarına hurda olarak verilir. Bu süreç eski ürünlerin doğayı ve ekolojik düzene zarar vermeden değerlendirilmesini sağlar. Karged üç ana bölüm aracılığı ile işler;

1-Pazarlama Bölümü : (e-pttavm veya alternatif e-ticaret firmaları ve satış mağazaları, Müşteriler)

2-Taşıma ve lojistik Bölümü : (Ptt kargo veya kargo firmaları)

3-Geri dönüşüm Bölümü : (Geri dönüşüm toplama ve değerlendirme merkezi)

Bu birimleri ve işlevlerini anlatarak Karged projesinin işleyişini daha iyi anlayabiliriz.

5.3.1.KARGED PAZARLAMA BÖLÜMÜ

Pazarlama bölümünün en önemli elemanı e-ticaret firmalarıdır.Sistemin bütünlüğü açısından buna en iyi örnek e-pttavm.com olarak anlatılacaktır. E-ticaret firmalarından sonra satış mağazaları bu bölümün ikinci elemanıdır.

5.3.1.1.KARGED ve E-PTTAVM.COM

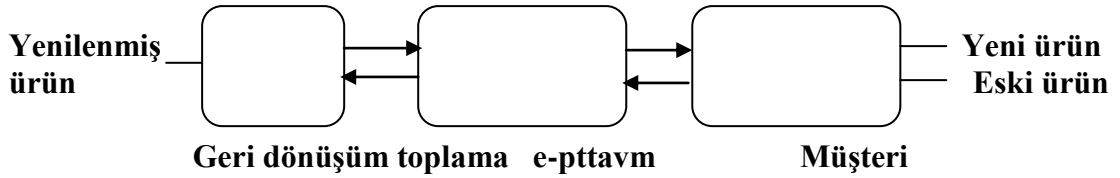
E-pttavm internet ortamında çeşitli marka ve firmalarla anlaşmalar sağlayarak bu firmaların satış yapmalarını sağlayan ve satılan ürünleri kargo aracılığı ile alıcı müşterilere ulaştıran e-ticaret alışveriş merkezidir.e-pttavm.com ptt hizmetleri dışında kendi adına satış yapan bir firma değildir.e-pttavm.com 'da isteyen her firma satış reyonu açabilir.

Karged sisteminde e-pttavm.com aracılığı ile yeni ürünlerin satılması yanında eski ürünlerinde değişimi ile geri dönüşümünü sağlayan ve tekrar satarak toplumsal,ekonomik ve ekolojik fayda sağlayan, sistemin pazarlama elemanıdır. Karged sisteminde e-pttavm.com. yeni ürünlerin satışını sağlar fakat geri dönüşüm ve değerlendirme merkezinden gelen yenilenmiş ürünleri kendi açacağı satış bölümünde satar.Kazanılan geliri eski ürünü temin eden firma ve müşteri ile belirli oranda paylaşır.e-pttavm.com aracılığı ile yeni ürünler müşterilere internet ve app-android tabanlı programları aracılığı ile mobil internet ortamında satılır. Yeni ürün alan müşterilerden eski ürünlerini vermek isteyenlere ürünün belirlenen değerine göre indirim veya hediye çeki verilerek eski ürünlerini vermeleri teşvik edilir. Müşteriden gelen eski ürünlerden tekrar fayda sağlamak için geri dönüşüm birimine gönderilir. Yenileme biriminde değerlendirilen ve tekrar kullanılabilir ürünler farklı bir kategoride epttavm.com aracılığı ile tekrar satılır.e-pttavm.com 'un şuanda(2014) mobil internet ortamında satış programı olmayıp satış ortamının mobil internete taşınması gerekmektedir. E-pttavm.com'un şimdiki çalışma sistemi ile karged çalışma sistemi şekil 6'da tablo olarak verilmiştir.

e-pttavm.com işlevleriKarged sistemindeki işlevleri

e-pttamv.com aracılığı ile satış yapmaları için yeni firmalar bulmak	e-pttamv.com aracılığı ile satış yapmaları için yeni firmalar bulmak
e-pttavm.com sitesi aracılığı ile yeni ürünlerin internet üzerinden güvenli biçimde satılmasını sağlamak	e-pttavm.com sitesi aracılığı ile yeni ürünlerin internet üzerinden güvenli biçimde satılmasını sağlamak,eski ürünlerini iade etmek isteyen müşterilerin taleplerini almak ve karşılığında satıcı firma ile gerekli indirimini sağlamak.
e-pttavm.com aracılığı ile firmaların satılan ürünlerinin kargo aracılığı ile müşterilere ulaşmasını sağlamak	e-pttavm.com aracılığı ile firmaların satılan ürünlerinin kargo aracılığı ile müşterilere ulaşmasını sağlamak,eski ürün iadesi olan müşterilerin eski ürünlerin geri dönüşüm ve değerlendirme merkezine teslimini takip etmek.
e-pttavm.com'da satılan ürünlerin ve satışı yapan firmalarının reklam ve tanıtımını yapmak	Geri dönüşüm ve değerlendirme merkezinden gelen yenilenmiş ürünleri farklı bir kategori veya site aracılığı ile tekrar satmak.
	e-pttavm.com'da satılan ürünlerin ve satışı yapan firmalarının reklam ve tanıtımını yapmak

e-pttavm.com'un karged sisteminde çalışma sistemi şekil olarak göstermek gerekirse;

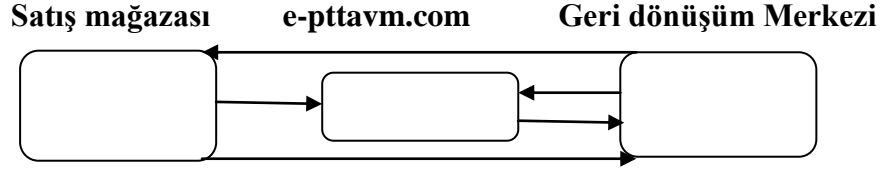


Şekil 6.Karged Ürün Teslim Şeması

5.3.1.2.SATIŞ MAĞAZALARI

Satış mağazalarından yeni ürün satan ve indirim karşılığı eski ürünleri müşterilerden alan işletmelerden talep doğrultusunda eski ürünleri alınarak yenilenme,bakım ve onarım işlemlerinden geçirilir.Yenilenen ürün firmaya yenileme bedeli alınarak teslim edilebilir veya yenilenen ürün işletme adına tekrar e-pttavm.com yenilenmiş ürün bölümünde satılabilir. Ürün satılırsa alınan ücretten ürünü yenileme hizmet bedeli alınır, 6 ay satılmayan ürün işletmeye yenilenmiş olarak hizmet bedeli tahsil edildikten sonra teslim edilir.

Satış mağazalarının karged sistemindeki yerini şema ile göstermek gerekirse;

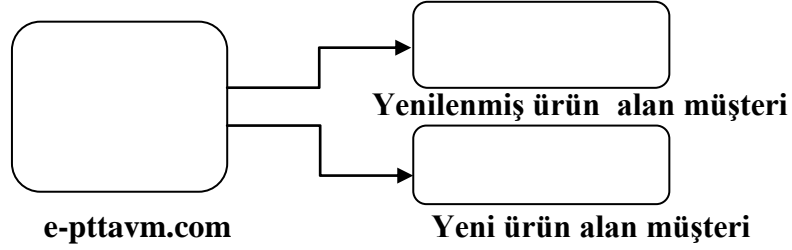


Şekil 7.Karged Satış Firmaları İşleyişi

5.3.1.3.KARGED SİSTEMİNDE MÜŞTERİ

Karged projesinde müşteri kavramı sadece yeni ürün satın alan kullanıcılar olmayıp, e-pttavm.com'da eski ürünlerini verenlere müşteri olur.Bu sayede üçüncü bir müşteri kitlesi oluşturur. Karged projesinde e-pttavm.com portalinde müşteri yönü üç boyutludur. Karged projesinde müşterileri yönlerini sıralamak gerekirse;

- 1-İnternet aracılığı ile yeni ürün sipariş veren kurum ve bireyler,
- 2-Eski ürünleri indirim veya hediye çeki karşılığında firmalar adına alan e-pttavm.com,
- 3-Yenilenmiş ve servis işlemi görmüş ürünleri alan kurum ve bireyler.



Şekil 8.Karged Müşteri Şeması

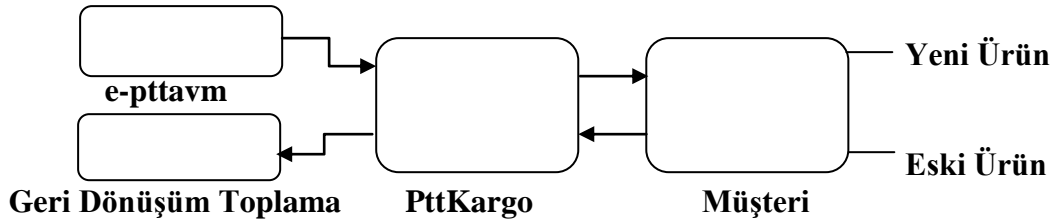
5.4.KARGED SİSTEMİNDE TAŞIMA ve LOJİSTİK BÖLÜMÜ

Taşıma ve lojistik bölümünün en önemli elemanı Ptt kargo dur. Çünkü Ptt A.Ş. bünyesinde hizmet üreten kargo taşıma birimidir. Bu bölümün ikinci elemanı karged sistemine dahil olmak isteyen diğer özel işletmelerdir.

5.4.1 KARGO (Ptt Kargo)

Ptt kargonun şu anki e-pttavm.com ile olan hizmet üretme süreci e-pttavm'de satılan yeni ürünün müşteriye (alıcı)teslimini, gönderi ödeme şartlı ise ürün teslimi ve ücretin alınması ile son bulmaktadır. Karged projesinde Ptt kargonun işlevlerini sıralamak gerekirse;

- 1.Yeni ürünü e-pttavm.com'dan alarak müşteriye teslimini sağlamak
- 2.Yeni ürünü alan müşteri eski ürününü verecekse ürünün ön kontrolünü sağlamak, kabulünü yapmak,geri dönüşüm toplama merkezine eski ürünü teslim etmektir. Karged projesinde ürün teslimatı sadece tek yönlü olmayıp, aynı zamanda çift yönlüde olmaktadır. Yeni ürün teslim edildikten sonra eski ürün gerekli teknik bilgiye sahip kargo görevlisi tarafından incelenerek kabulü yapılır.Geri Dönüşüm Toplama Merkezine teslim edilir.



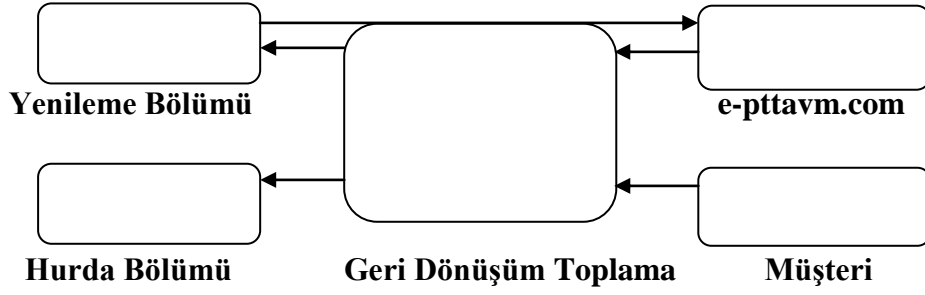
Şekil 9.Karged ile Kargo İşleyiş Şeması

5.4.2. ÖZEL E-TİCARET FİRMALARI ve İŞLETMELER

Geri Dönüşüm ve Toplama Merkezinin hizmetlerinden faydalanmak isteyen e-ticaret firmaları ve özel işletmelerde bu sisteme dahil olabilir. Özel işletmeler ellerinde buldukları yada topladıkları eski ürünlerin yenilenmesini isteyebilirler. Bu ürünlerin taşımacılığı ptt kargo aracılığı ile kontrollü kabulü ile sağlanır.

5.4.3. GERİ DÖNÜŞÜM TOPLAMA MERKEZİ(GDTM)

Karged projesinde müşterilerden alınan eski ve kullanılmış mal ve ürünlerin teslim edildiği ve gelen ürünlerin toplandığı niteliklerine göre ilgili birimlere sevk edildiği toplama merkezidir.Toplama merkezine gelen ürünler, teknik bilgiye sahip personel ile geri toplama merkezi adına teslim alınarak ürünlerin cinsine ve kullanılabilirliğine göre ayrılıp değerleri belirlenir. Ürünlere belirlenen değer ürünü yollayan müşterilerin kazanacağı indirim yada hediye çekinin fiyatıdır. Ürün e-pttavm.com aracılığı ile geliyorsa e-pttavm.com'a direk müşteriden geliyorsa, müşteriye belirlenen yenileme yada hurda bedeli bildirilir.Geri dönüşüm toplama merkezine gelen ürün yenilenebilecek durumda ise yenileme bölümüne sevk edilir,eğer hurda niteliğinde ise hurda bölümüne değeri hesaplanarak sevk edilir.



Şekil 10. Karged Geri Dönüşüm Toplama İşleyişi

Geri dönüşüm toplama merkezine gelen ürün ve eşyaların yenilenmesi yenileme bölümüne ait çeşitli birimler aracılığı ile gerçekleştirilir. Bu bölümler;

5.4.3.1.YENİLEME BÖLÜMÜ

Yenileme bölümünde yenilenmiş ürünlerin satış işlemleri bu bölümde yapılmaz. Yenileme bölümünün işlevlerini sıralamak gerekirse;

- 1.Geri dönüşüm toplama merkezinden gelen eski ürünlerin bakım, onarım ve yenilenme işlemlerini yapmak,
- 2.Ptt kurumuna ait envantere kayıtlı hasarlı demirbaşlarını yenilemek,
- 3.Talep eden özel işletmeler ve kamu kurum ve kuruluşlarının ihtiyaç duyduğu bakım onarım ve yenileme işlerini yapmak,
- 4.Yenilenemeyen ürünleri hurda bölümüne sevk etmek,
- 5.Antika değerindeki ürün ve eşyaları restore etmektir.

5.4.3.2.TAMİR ve BAKIM BÖLÜMÜ

Karged projesinde geri dönüşüm toplama merkezinden gönderilen tekrar kullanılabilir, revize edilebilecek az hasarlı ürünlerin tamir, bakım ve onarımının ilk yapıldığı ve tekrar satılmak üzere e-pttavm'ye tamir edilen ürünün sevkini sağlayan bölümdür.

5.4.3.3.ELEKTRONİK VE BİLGİSAYAR BÖLÜMÜ

Gerek e-pttavm.com gerekse kurum ve kuruluşlar aracılığı ile gelen elektronik kapsamlı ürünlerin tamir, bakım ve onarımını yapan bölümdür.Elektronik ve bilişim ürünlerinin süratle değişmesi yeni ürünlerin süratle geliştirilmesi bu yeni ürünlerin ve teknolojilerin yakından takibini gerektirmektedir. Bu ürünlerin kurulum ,bakım ve onarımını yapan bölümdür.

5.4.3.4.RESTORASYON BÖLÜMÜ

Restorasyon bölümüne gelen tarihi niteliği olan taşınabilir eşya, belge ve materyallerin aslına uygun restore edildiği bölümdür.

Bu bölümde restore edilen ürünler taşınabilir nitelikli olmalıdır.Talep gelmesi halinde restorasyon birimi farklı restorasyonları da uzmanlık alanı içerisinde gerçekleştirebilir.

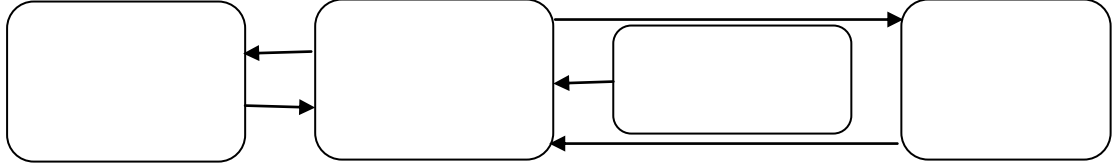
5.4.3.5.MEKANİK BAKIM BÖLÜMÜ

Yenileme bölümüne gelen ürünlerin mekanik aksamların tamir, bakım ve parça değişimi ile yenilenmesini sağlayan bölümdür.

5.4.3.6.BOYA-BAKIM BÖLÜMÜ

Yenilenecek ürün ve eşyaların her türlü boyama, aslına uygun yazı, serigrafi ve ahşap bakım işlemlerinin yapıldığı bölümdür.

Özel-Kamu Kurumları Yenileme Bölümü Geri dönüşüm toplama e-pttavm



Şekil 11.Boya-Bakım İşleyiş Şeması

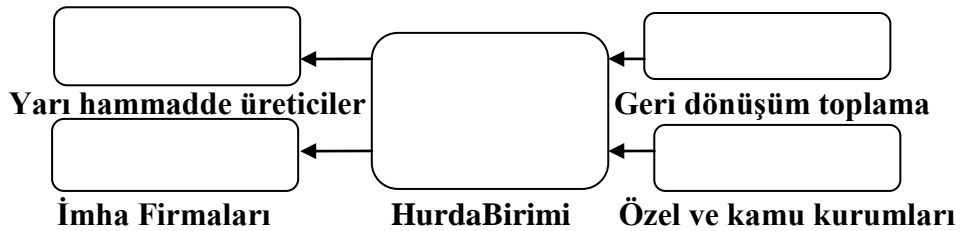
5.4.3.7.HURDA BÖLÜMÜ

Karged sisteminde hurda bölümü Geri dönüşüm toplama Merkezi ve Yenileme Bölümünden gelen hurda ürünlerin ayırımı ve ilgili fabrika ve hurda ürün alıcılara satılmasını sağlar.Hurda bölümünün görev ve işlevlerini sıralamak gerekirse;

1-Hurda bölümüne gelen hurdaların parçalanması ve doğaya atılmadan yarı hammadde üreticilere satılması yada imhasının sağlanması,

2-Kamu ve özel sektörden gelen talepler doğrultusunda hurda ürünlerin toplanması ve yarı hammadde üreticilere satılması yada imha edilmesi,

3-Geri dönüştürülebilir ürünlerin (şişe, kapağı,pet şişe,vs.) ptt aracılığı ile kampanya düzenleyerek toplanması ve dönüştürülmesidir.



Şekil 12.Hurda Bölümü İşleyiş Şeması

5.5. KARGED PROJESİNİN GÜNÜMÜZ KARGO VE LOJİSTİK HİZMETLERİNDEN FARKLARI

Günümüz Kargo Firmaları

1. e-ticaret firmaları yeni ürünlerini müşterilerine satarak özel kargo firmaları aracılığı ile teslimini sağlamaktadır.
2. kargo firmaları tek yönlü ürün teslimi yapmaktadır.
3. kargo firmalarının teslim personeli teknik bilgiye sahip değildir.
4. kargo firmalarında yakıtlı araçlar kullanılmaktadır.
5. e-ticaret ve kargo firmalarının amacı kar amaçlı olup çevre duyarlılığı azdır.
6. e- ticaret firmaları ve kargo firmaları kazanç elde eder.
7. e-ticaret firmaları ve taşıma şirketleri birbirinden bağımsız firmalardır. Bütünsel değişim ve denetim zordur.

Karged Projesi ile Kargo

1. e-ticaret aracılığı ile yeni ürünler müşterilere satılır. Yeni ürün alan müşterilerden varsa eski ürünü alınır. Bunun karşılığında indirim yada hediye çeki verilir. Yeni ürün Pttkargo aracılığı ile teslim edilir, varsa eski ürün müşteriden alınarak geri dönüşüm merkezine teslim edilir.
2. Ptt kargo çift yönlü ürün teslim işlemi yapabilmektedir.
3. Ptt kargo teslim personelinin eski ürünleri teslim alabilmesi için teknik bilgiye sahip olması gerekmektedir.
4. Ptt kargo taşıma araçları şehir içinde elektrikli araçlardır.
5. amaç çok yönlü kar olup çevreci bir yapıya sahiptir.
6. e-pttavm.com ve satış yapan aracı mağazalar, Ptt kargo, Ptt kurumu, müşteriler ve geri dönüşüm firmaları kazanç sağlar.
7. e-ticaret firmaları ,Ptt kargo ve Geri dönüşüm merkezi yarı bağımsız yapıları ile bir bütün teşkil eder.Bu yüzden denetlenmeleri ve değişimlere uyum sağlamaları daha kolaydır.

5.6.KARGED PROJESİNDEN BEKLENEN FAYDALAR

Karged projesinin beklenen faydalarını üç kategoride inceleyebiliriz.

5.6.1.EKONOMİK FAYDALARI

Günümüz ekonomik düzenlerinin ayakta kalması ve büyüebilmesi tüketim ve buna bağlı üretimden geçmektedir. Dünyamızdaki kaynakların sınırlı olması ise bu kaynakların tasarruflu kullanımını ve yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Yenilenen ürünlerin tekrar kullanıma sunulması ekonomik açıdan tasarruf sağlayacağı gibi geri dönüşüm sistemi kıt kaynakların daha iyi değerlendirilmesini sağlayacaktır. Eski ürünlerin yenilenmesi için yeni bir pazar kurulacak ve yeni istihdam alanları oluşacaktır.

5.6.2.TOPLUMSAL FAYDALARI

Yenilenen ürünlerin tekrar kullanıma sunulması, insanların hatıra ve değerlerinin anımsanmasını sağlayacaktır.

Ayrıca insanlar daha uygun fiyatlara yenilenmiş ürünler alabileceklerdir. Yeni iş sahalarının oluşması işsizliği azaltacak ve toplumsal refahı arttıracaktır.

5.6.3.EKOLOJİK FAYDALARI

Günümüz büyüyen ekonomilerinin ekolojik düzene ve tabiata verdiği en büyük zararlardan biriside üretim ile gelen kirlilikten sonra tüketilen ürünlerin doğaya atılması sonucu oluşan eski ürün ve hurda kirliliğidir. Karged sisteminde geri dönüşüm ve yenilenme ile bu kirliliğin minimum düzeyde olması hedeflenmektedir.

5.7. KARGED İLE DEĞİŞİM ve YÖNETİMİ

Karged sisteminin günümüz lojistik, kargo ve e-ticaret sistemlerinde uygulanabilmesi için çeşitli değişim ve alt yapıların hazırlanması gereklidir. Sistemden beklenen faydayı tam olarak sağlanması için bu değişimin iyi planlanması ve uygulanması gerekir. Karged sistemi üç ana bölümden oluşmaktadır.Bu üç ana bölüm altında yapılması gereken değişiklikleri görelim.

5.7.1. PAZARLAMA BÖLÜMÜ ve DEĞİŞİM

Pazarlama bölümünün en önemli birimi e-pttavm.com olan e-ticaret sitesidir. Bu sitenin ana işlevi ptt kurumunun güvencesi altında çeşitli marka ,firma ve bu firmalara ait ürünlerin satışına aracılık ederek piyasaya güvenli ürünler satışını sağlamak ve bu satılan ürünlerin ptt kargo ile tüketicilere güvenli ve sağlam bir şekilde ulaşmasını sağlamaktır. e-pttavm.com hem firmalardan aldığı site ücretleri hem taşıdığı ürünlerden aldığı taşıma bedeli ile ekonomik fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Ptt kurumu e-pttavm.com aracılığı ile satış yapan firmalara e-ticaret alanında aracılık yapmaktadır. Ayrıca satılan ürünlerin ulaşım ve taşınmasını yapmakta bununla birlikte kendi ürettiği hizmetlerin bir kısmının da satışını yapmaktadır.e-pttavm.com sitesinde karged yenilenmiş ürün satış reyonu açılarak Karged menüsünün eklenmesi ürün görsellerinin ve fiyatlarının bulunduğu satış bölümünün oluşturulması ve yenilenen ürünlerin niteliğine göre ;

1-Elektronik ürünler(Bilgisayar ve malzemeleri, Beyaz eşya, Telefon, Tv...),

2-Mekanik ürünler,(Her türlü taşınabilir mekanik ürünler),

3-Antika ürünler(Antika niteliği olan her türlü eşya ve ürünler),

4-Basılı matbua ürünler(Çok eski yazma eserler ve kitap ,dergi,gazete ,harita ve resimler,para ve pul koleksiyonları...),

5-Diğer ürünler (Taşınabilir ev eşyası, mobilya, ofis malzemeleri...).

Ayrıca yenilenen ürünlerin eski ve yeni durumları ile yenilenme aşamaları görsel olarak desteklenebilir. Karged sisteminin yeni bir sistem olması, bu projenin ilgili hizmetlerle birlikte entegre olarak tanıtılmasını gerektirmektedir. Ayrıca karged sistemine göre düzenlenmiş mobil internet tabanlı app programının hazırlanması ve ücretsiz yüklenebilmesi ürünlerin daha fazla insana mekan sınırı olmadan ulaşmasını sağlayacaktır. Eski ürünlerin görsel olarak e-pttavm.com sistemine yollanması için mobil akıllı telefonlar çok daha elverişlidir. Mobil internet tabanlı app programından yeni ürünler satış yapılırken yeni ürün satışı yapılmadan isteyen kişiler ellerinde bulunan eski ürünlerinin yenilenmesini talep edebilirler. Ürünün görsellerini akıllı telefon ile resimlerini çekerek Karged sistemine ait birimlerden hizmet talep edebilirler.

5.7.2. KARGO ve LOJİSTİK BÖLÜMÜ

Karged projesinde kargo ve lojistik hizmetlerinin epttavm.com aracılığı ile satılan yeni ürünlerin hasarsız ve tam olarak teslimini sağlaması gerekmektedir. Karged sisteminde kargo ve taşıma hizmetleri müşterilerin verdiği eski ürünleri ön kontrol sağlayarak geri dönüşüm merkezine teslimini sağlar. Müşteriler e-pttavm.com 'dan yeni ürün alırken eski ürün vermeyi istiyorsa, bu isteğini eski ürünün özelliklerini ile e-pttavm.com'a bildirir. Yeni ürün müşteriye teslim edildikten sonra müşteriden eski ürün bildirilen özellikleri dikkate alınarak kontrol edilip kabul edilir.Ürünün türüne göre kargo aracına yerleştirilir. Kabul edilen ürün barkodlandırılarak bir nüshası müşteriye teslim edilir. Müşteri aldığı barkod ile ürünü hakkındaki işlemleri ve süreçleri epttavm.com'dan takip edebilir. Müşteri teslim aldığı yeni ürüne karşılık aynı nitelik ve hacimde eski ürün verir.Eğer daha fazla ürün yollamak isterse, ürün aracın durumuna göre gidiş ve dönüş ücreti müşteriden peşin alınarak kabul edilebilir.

5.7.2.1.KARGO ARAÇLARININ ÖZELLİKLERİ

Kargo araçlarının ürünleri tam ve hasarsız olarak teslimi için dizayn edilmesi ve eski ürün vermeyi isteyen müşterilerden kargonun teslim alınabilmesi için kargo kabulü ve barkodlama işlemini yapabilecek donanımda olması gerekmektedir.

Kargo taşınması yapan araçlar ürünlerin hasarsız taşınması ve eski ürünlerin kabul esnasında ayrımı açısından taşıma bölümlerine ayrılmıştır.

Bu bölümler;

- 1.Kolay kırılacak eşya ve elektronik ürünler bölümü,
- 2.Kurye bölümü,
- 3.Büyük hacimli eşyalar(beyaz eşya,mobilya vs.) bölümü,
- 4.Hurda ürünler bölümü olarak dört bölümden oluşturulur.

Her ürün mümkün olduğu kadar taşıma öncesi sabitlenir. Kargo araçlarında ürünlerin teslim aşamasında araçtan müşterinin kapısına sağlıklı götürülmesi için çeşitli taşıma araç ve gereçleri ile donatılmıştır. Kargo araçlarında müşteriden alınan eski ürünler kabul edilerek barkodlandırılır. Müşteri aldığı barkod ile ürün hakkındaki süreçleri takip edebilir.

Karged projesi çevreci bir proje olup kısa mesafeli ve elektrikli araçların şarj mesafelerinin yeterli olduğu dağıtım alanlarında elektrikli ticari araçlar kullanılabilir.

5.7.2.2.KARGO PERSONELİNİN ÖZELLİKLERİ

Karged sisteminde görevli taşıma personelinin müşteri memnuniyetini sağlayacak bilgi, beceri ve hoşgörüyü sahip olması gerekmektedir. Personelin özelliklerini sıralamak gerekirse;

- 1.Araç sürebilmesi için gerekli ehliyet ve gerekli sertifikalarının olması
- 2.Müşteri ile iletişim becerilerinin gelişmiş olması
3. Kargo kabulünü yapabilecek bilgiye sahip olması
- 4.Karged sisteminde eski ürün kabulünü yaparken gerekli kontrolleri ve ürün sınıflandırmasını yapabilecek teknik bilgiye sahip olması gerekmektedir.

Kargo taşıma personeli her araç için bir şoför ve bir taşıma ve teslim görevlisi olmak üzere iki kişidir.Bu sayı ürünlerin taşıma gereklerine göre üç kişiye çıkarılabilir. Karged projesi dahilinde görevli taşıma personeli ürünleri sağlıklı taşınması, ürünlerin değerlendirerek kontrolünden sonra kabul edilebilmesi ve müşteri memnuniyeti açısından bazı eğitimlerden ve sağlık kontrollerinden periyodik olarak geçirilirler.

5.7.3. GERİ DÖNÜŞÜM BÖLÜMÜ

Karged sisteminin işlemesi için kurulması gereken en önemli bölümdür.Geri dönüşüm bölümünün ana işlevi gelen eski ürünlerin yenilenmesini sağlayarak tekrar satışa hazır hale getirmek veya kullanılmayan ürünleri çevreye zarar vermeden geri dönüşümünü sağlamak üzere hurdaya ayırmaktır. Geri dönüşüm bölümünde bu işlem çeşitli birimler aracılığı ile yapılır.

Bu bölümler;

5.7.3.1.TAMİR VE BAKIM BİRİMİ

Tamir ve Bakım biriminin amacı bölüme gelen az hasarlı, küçük tamir ve onarım isteyen ürünlerin, eşyaların tamir ve bakımını yaparak tekrar kullanılabilir yada satılabilir duruma getirmektir. Bu bölümdeki çalışma ekibinde ihtiyaca göre bir elektrik-elektronik teknikeri, bir mekanik tamir ve bakım uzmanı bulunur. Ürünler yenilenme gereksinimine göre diğer bölümlere gönderilebilir.

5.7.3.2.BİLGİSAYAR VE ELEKTRONİK BİRİMİ

Bu bölüme gelen elektronik ürünlerin donanım ve yazılımdan kaynaklanan arızalarından yenilenmesi gereken ürünler, bu bölümde yenilenir. Bu bölümdeki çalışma grubunda ihtiyaca göre bir bilgisayar teknikeri, bir yazılım ve programlama uzmanı hazır bulunur. Bu uzmanların sayısı iş hacmine göre arttırılabilir. Bölüme gelen ürünlerin elektronik ve yazılım hataları ile elektronik parça değişimleri bu bölümde yapılır.

5.7.3.3.RESTORASYON BİRİMİ

Geri Dönüşüm Toplama bölümüne gelen her türlü tarihi nitelikli ürünün yenilenme aşamasından önce araştırıldığı ve yenilenme ve restorasyonun yapıldığı birimdir. Gelen her türlü eşya, belge, taşınabilir ürünlerin aslına uygun olarak yada müşteri isteğine göre yeniden restore edilebilir. Bu bölümün çalışma ekibinde ihtiyaca göre bir ürün uzmanı ve araştırmacısı, bir restorasyon uzmanı, bir yazı ve belge uzmanı bulunur. Bu bölümde çalışanlar özel talep olması durumunda tarihi eşya ve eserlerin yenilenmesi ve restorasyonu ile ilgili çalışmalarına katılabilirler.

5.7.3.4.MEKANİK BİRİMİ

Bu birimin amacı gelen ürünlerden mekanik arızası olan ürünlerin yenilenmesi için gerekli parçaların üretimini ve değişimini sağlamaktır. Bu bölümdeki çalışma ekibinde ihtiyaca göre bir torna uzmanı veya CNC operatörü ve bir tamir teknikeri hazır bulunması gerekmektedir.

5.7.3.5.BOYA-BAKIM BİRİMİ

Bu birimin amacı dış görünümü yıpranmış ve boya ihtiyacı duyan ürün ve parçaların her türlü boyama ve işlemlerinin yapılarak yenilenmesinin sağlandığı bölümdür. Bu bölümün çalışma ekibinde ihtiyaca göre bir adet desinatör boyacı ve bir marangoz olması gereklidir. Boya-Bakım bölümünde gelen ürünlerin her türlü ihtiyacı olan boyama, cilalama, orijinal yazı ve yapıştırılmaları, mobilya ve benzeri ürünlerin kesim, onarım ve yenilenme işlemleri yapılır. İş yoğunluğuna göre çalışan sayısı arttırılabilir.

5.7.3.6.HURDA BİRİMİ

Gelen ürünlerden hurda değeri daha fazla eden yada yenilenmesi beklenen ekonomik getiriyi sağlamayacak ürünlerin toplandığı ve ilgili hammadde dönüştürücülerle anlaşarak teslim edildiği bölümdür. Hurda bölümünde plastik pet ve şişe kapakları, pil, geri dönüştürülebilir eşyaların toplanması çeşitli hayır kurumları aracılığı ile kampanyalar halinde düzenlenebilir. Ayrıca Ptt merkez ve şubelerinde geri dönüştürülebilir ürünlerin(Kağıt, plastik pet kapağı vb.) toplandığı özel toplama kutuları yerleştirilebilir.

Bu kutularda biriken materyaller belirli aralıklarla toplanır. Hurda bölümünde ihtiyaca göre personel ve araç bulundurulur.

5.7.4.GERİ DÖNÜŞÜM TAKIMI (GDT)

Karged sistemine dahil birimleri temsilen birer uzmanın hazır bulunmasıyla oluşan eski ürünleri değerlendiren ve yenileme projesini hazırlayan farklı tasarımlar üretebilecek, sorunlara en uygun çözümleri araştıran ve gerçekleştiren ekiptir.Bu ekip çalışanları gelen eski ürünleri sınıflandırarak, gerekli bölümlere yollanmasına karar verebilir.Çalışma grubunda bir ürün uzmanı olup ürünün niteliğine göre ilgili karged birimlerinden uzmanların ürün hakkında toplanmasını ve değerlendirilmesini sağlar.Değerlendirme sonucunu müşteri ve e-pttavm.com 'a iletir. Gelen talebe göre eski ürün işleme alınır.

5.7.5.KARGED PROJESİNİN TANITIMI

Karged sisteminin yeni bir proje olması ve kargo, e-ticaret pazarlarına yeni bir hizmet boyutu kazandırmasından dolayı sistemin pazarlanması ve müşteri kitlesinin oluşturulması için ilgili tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir. Bunun için Karged sitesini simgeleyen bir logo çalışmasının yapılması ve ayrıca sistemin nasıl işlediğini tanıtan kısa bir filmin hazırlanması pazarlama ve tanıtım açısından gereklidir.Hazırlanan logo ve tanıtım çalışmalarının karged çalışma yerleri başta olmak üzere sisteme dahil kargo araçlarında ve Ptt işyerlerinde kargo kabul gişelerinde uygulanması gerekmektedir. Karged sistemini temsil eden logo ve tanıtım amaçlı basılı öğeler ile hazırlanan tanıtım filmleri başta e-pttavm.com, çeşitli internet siteleri, kuruma ait Ptt işyerleri, basılı kağıtların posta aracılığı ile dağıtımı ile çeşitli basın ve yayın kuruluşları aracılığı ile hizmet alıcılarına tanıtılması gerekmektedir.

BÖLÜM 6 SONUÇ ve ÖNERİLER

PTT kuruluşu başta posta, banka ve lojistik alanlarında olmak üzere kamu ve özel sektör alanlarında sahip olduğu köklü geçmişi ile faaliyet göstermektedir. 170 yılı geçen hizmet sürecinde kurumda özellikle son 20 yıllık periyodunda kurumsal ve hizmetsel anlamda köklü değişimler yaşamıştır. 1995 yılında telefon hizmetinin PTT kurumundan ayrılması ve Türk Telekom A.Ş. olarak özelleştirilmesi kurumda yaşanacak olan köklü değişimin başlangıcı olmuştur. PTT kurumu kamu iktisadi teşebbüsü olması ve telefon iletişim hizmetinin bünyesinden ayrılmasından sonra oluşan boşluğu doldurmak ve kar marjını artırmak için 2000'li yılların başında banka hizmetlerine ağırlık vermiş daha sonra 2008 yılında kargo sektörüne giriş yapmıştır. Rekabetçi ve değişen piyasa koşullarına ayak uydurmak için PTT kurumu e-pttavm.com ile e-ticaret alanına girmiştir. E-ticaret firmalarının ve iş hacimlerinin sürekli artması, satılan ürünlerin kargo firmaları aracılığı ile taşınması bu pazarın çeşitli özel firmalar tarafından paylaşılmasına ve kargo sektörüne geç giren PTT kurumunun beklenen pazar payı ile karı getirmesine engel olmuştur. e-pttavm.com aracılığı ile satılan ürünlerin hepsi, PTT kurumuna ait olan Ptt kargo aracılığı ile taşınmaktadır. Ayrıca e-ticaret firmaları ile televizyon ve radyo aracılığı ile satılan ürünler müşteri tarafından görülmeden alındığından satılan ürünlerin güvenilirliği ve doğruluğu bu ürünleri taşıyan kargo firmaları ile PTT kurumunu da dolaylı olarak etkilemektedir. Ürün satıcısı olmayan kargo firmaları teslim edilen ürünlerin eksik yada yanlış olması durumunda müşteriden gelen ilk tepkiyle muhatap olmak zorunda kalmaktadır. PTT kurumu piyasada oluşan bu güven eksikliğini gidermek ve kurum imajının olumsuz etkilenmesini önlemek için e-pttavm.com aracılığı ile satıcıları bir çatı altında toplayarak güvenli satıcılar ve güvenli ürünler pazarlanmasını ve müşterilere teslimini sağlayarak e-ticaret ve kargo piyasalarında kendi pazarını oluşturmayı hedeflemiştir. PTT kurumunun 2012 ve 2013 faaliyet raporundaki hizmetlerin yıllık gelirleri ve giderleri incelendiğinde ;

2012 Yıl Sonu Posta Gelirleri 1 Milyar 250 Milyon 529 Bin 364 TL, Telgraf Gelirleri 7 Milyon 306 Bin 534 TL, Lojistik Hizmet Gelirleri 157 Milyon 148 Bin 893 TL, Parasal Posta Gelirleri ise 394 Milyon 784 Bin 757 TL olarak gerçekleşmiş ve Gelirler Toplamı 1 Milyar 980 Milyon 984 Bin 496 TL olmuştur.

Posta Giderleri 1 Milyar 6 Milyon 370 Bin 871 TL. Telgraf Giderleri 8 Milyon 921 Bin 279 TL, Lojistik Giderleri 322 Milyon 257 Bin 908 TL, Parasal Posta Giderleri ise 412 Milyon 672 Bin 989 TL. olarak gerçekleşmiş ve Giderler Toplamı 1 Milyar 809 Milyon 539 Bin 23 TL olduğu görülmektedir.(Ptt Faaliyet Raporu,s.193,2012).

2012 yılı raporuna göre hizmetler dalında kar ve zararını incelediğimizde ;

1-Posta hizmetlerinden :244 Milyon 158 Bin 493 TL kar elde ettiği,

2-Telgraf hizmetlerinden : 1 Milyon 614 Bin 745 TL zarar ettiği,

3-Lojistik ve kargo hizmetlerinden : 165 Milyon 10 Bin 015 TL zarar ettiği,

4-Parasal posta hizmetlerinden : 17 Milyon 888 Bin 232 TL zarar ettiğini

görülmektedir.

2013 yıl sonu posta gelirleri 1 Milyar 380 Milyon 675 Bin 240 TL, Telgraf gelirleri 6 Milyon 786 Bin 991 TL, Lojistik hizmet gelirleri 173 Milyon 871 Bin 462 TL, Parasal posta gelirleri ise 415 Milyon 890 Bin 109 TL olarak gerçekleşmiş ve Gelirler Toplamı 2 Milyar 217 Milyon 639 Bin 537 TL olmuştur .

Posta giderleri 1 Milyar 167 Milyon 814 Bin 218 TL. Telgraf giderleri 7 Milyon 574 Bin 873 TL, Lojistik giderleri 354 Milyon 839 Bin 368 TL, Parasal posta giderleri ise 565 Milyon 506 Bin 759 TL. olarak gerçekleşmiş ve giderler toplamı 2 Milyar 153 Milyon 96 Bin 152 TL olmuştur. (Ptt İşletme Yıllığı, 2013).

2013 yılı hizmetler dalında kar ve Zararlar incelendiğinde;

1-Posta hizmetinden : 212 Milyon 861 Bin 022 TL kar elde ettiği,

2-Telgraf hizmetlerinden: 787 Bin882 TL zarar ettiği,

3-Lojistik ve kargo hizmetlerinden :180 Milyon 967 Bin 906 TL zarar ettiği,

4-Parasal posta hizmetlerinden : 149 Milyon 616 Bin 650 TL zarar ettiği,

görülmektedir.

PTT kurumu uzun yıllar boyunca posta sektöründeki tek ve tekel kurum olmasından ve sahip olduğu kurumsal tecrübeden dolayı posta gelirlerinden PTT kurumu kar sağlamaktadır. Gelişen teknoloji ve olanaklara rağmen telgraf hizmetleri ile parasal posta hizmetleri günümüzde halen geçerliliğini ve etkinliğini sürdürmektedir. Ancak PTT kurumunun ürettiği hizmetler içinde olan kargo ve lojistik hizmetleri getirdikleri gelir ile gider arasındaki fark dikkati çekmektedir.

Bu hizmet dalının kuruma yük olmaması ve kar eden hizmet dalı olabilmesi için ciddi bir sistematik değişime gidilmesi ve zarar eden bu hizmet dalında inovasyon yapılması uygun görülebilir. Tezimizde önerilen KARGED projesi süreç ve ürün(hizmet) inovasyonu eğilimli bir projedir. Karged sistemi ilgili olduğu hizmet alanlarına inovatif bir sistematik değişim getirmektedir. Karged sistemi kısa vadeli bir süreç olmayıp, belirli ürünleri yenilemekle kalmamaktadır. Yenilenemeyen ürünleri doğaya atılmadan tekrar yarı hammadde olarak kazanımını sağladığından yeni hammaddeler ve ekonomik faydalar sağlayan bir sistemdir. Bu ekonomik faydalar çok yönlü olup karged müşterileri karged hizmetini sunanlar ile karged sistemine dahil çalışan firmalar bu ekonomik döngüden faydalanacaktır. Karged sistemi uygulama alanı bulursa kargo taşımacılığına ürün yenileme hizmetini kazandırarak, eski ürünlerin kargo firmaları tarafından yenilenmesi ve gelir elde edilmesini sağlayacaktır. Kargo hizmeti sadece taşımacılığı değil ürünlerin yenilenecek satılmasını da kapsayacaktır. Kargo sistemi bacasız fabrikalara dönüşebileceklerdir.

KAYNAKLAR

Aksay, K. ,Orhan, F. (2013).Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C:2 S:3 Yaz, “Hastanelerde İnovasyon Sürecinin Risk Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi : Bir Model Önerisi” ,10-23.

Aksay, K. ,Orhan, F. (2013).Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C:2 S:3 Yaz, “Hastanelerde İnovasyon Sürecinin Risk Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi : Bir Model Önerisi” içinde Sattler, Markus.; “Excellence in Innovation Management: A Meta-Analytic Review on the Predictors of Innovation Performance”, Gabler Verlag Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2011.

Aksay, K. ,Orhan, F. (2013).Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C:2 S:3 Yaz, “Hastanelerde İnovasyon Sürecinin Risk Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi : Bir Model Önerisi” içinde Tidd, Joe.;Bessant, John.; Pavitt, Keith.; “Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change”, John Wiley&Sons Ltd., Üçüncü Baskı, İngiltere, 2005.

Barutçu, E.(2000).Selçuk Üniversitesi Doktora Tezi“Örgütsel Değişim Yönetimi ve Denizli Tekstil İşletmelerinde Bir Uygulama” ,s,56-57,Konya.

Çalınar, H.,Baç,U. (2007).“Kobi’lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler ve Bir Alan Araştırması ”Ege Akademik Bakış ,7(2), İçinde Oslo Klavuzu (2005): Yenilik Verilerinin Toplanması ve Uygulanması İçin İlkeler, 3. Baskı, OECD ve Eurostat Ortak Yayımı, Tübitak, Ankara.

Çelikleş, H. (2008). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi “İnovasyon Yönetimi: Çukurova Bölgesinde Faaliyet Gösteren Şirketlerde İnovasyon Uygulamalarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma”.

Çelikleş, H. (2008). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi “İnovasyon Yönetimi: Çukurova Bölgesinde Faaliyet Gösteren Şirketlerde İnovasyon Uygulamalarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma” içinde KIRIM, A. (2006), *İş Modeli İnnovasyonu*, Ankara: Sistem Yayıncılık.

Durgun, S. : (2006), “Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi ,12, 112-132.<http://efdergi.yyu.edu.tr> (Erişim Tarihi: 15.06.2012).

Durgun, S. : (2006), “Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi ,12 içinde Gizir, S. (2003). Örgüt Kültürü Çalışmalarında Yöntemsel Yaklaşımlar, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 35,374,397.

Durgun, S. : (2006), “Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi ,12 içinde Morgan, G. (1998). *Yönetim ve Örgüt teorilerinde Metafor* (Çev.Bulut, G.), İstanbul BZD Yayıncılık.

Durgun, S. : (2006), “Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,12 içinde Ott, J.S.(1989). *The Organizational Culture Perspective* .Chicago:DorseyPress.(Chapter 3. Organizational Culture : Concepts, Definitions and a Typology).

Durgun, S. : (2006), “Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi ,12 içinde Scholl, R.W. (2003). Organizational Culture-The Inducement System.<http://www.cba.uri.edu/scholl/notes/culture.html>. kaynaktan 28/12/2005 tarihinde alınmıştır.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6,147-159 <http://politikadergisi.com> (Erişim Tarihi:15.06.2013).

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6. İçinde Barnard, C. :(1994) “ *The Functions of Executive*”, Cambridge, Harvard University Press.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6. İçinde Schein, E.H. (1970), “*Organizational Psychology*”, New Jersey, Prentice Hall Inc.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6. İçinde Etzioni, A. (1964), “*Modern Organizations*”, New York, Prentice-Hall.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6. İçinde March, J.G. &Simon, H.A. (1958), “*Oganizations*”, New York :John Wiley.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6, 147-159 içinde DİNCER, Ö. : (1992). “*Stratejik Yönetim Ve İşletme Politikası*”, İstanbul:1992.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6, 147-159 içinde TERZİ, A.R. (2000). Örgüt Kültürü. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Güçlü, N. : (2003), “Örgüt Kültürü”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6, 147-159 içinde BAŞARAN, İ. E. (1991). Örgütsel Davranış. (İkinci baskı). Ankara:Gül Yayınevi.

Güçlü, N. : (2003), “*Örgüt Kültürü*”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6, 147-159 içinde Kreps,G.F.(1986) Organizational communication.New York :Longman Inc.

Güçlü, N. : (2003), “*Örgüt Kültürü*”, Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,6, 147-159 içinde ÇELİK, V. (1993). “Eğitim yönetiminde örgütsel kültür ve önemi”, Verimlilik Dergisi,1, 15-27.

Güven, M. ,Göktaş Kulualp, H. (2010). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, “*Yöneticilerin Yeniden Yapılanma Sürecinde İnovasyona Bakış Açısı: Kardemir Örneği*”, 49 - 64.

Güven,M.,Göktaş Kulualp,H. (2010). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, “*Yöneticilerin Yeniden Yapılanma Sürecinde İnovasyona Bakış Açısı: Kardemir Örneği*”, içinde ESİM, S. (2009). “Uyuyan Dev Yazılım Sektöründe İnovasyon, Rekabet ve Kümelenme”. Çerçeve Dergisi Rekabet ve Kümelenme Dosyası. MÜSİAD Yayınları, ss. 132-137.

Güven,M.,Göktaş Kulualp,H. (2010). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, “*Yöneticilerin Yeniden Yapılanma Sürecinde İnovasyona Bakış Açısı: Kardemir Örneği*”, içinde InternationalTrade Forum (2000). “*Competitive Strategies Set the Stage for Successful Innovation*”, Issue 3, www.tradeforum.org.

Güven,M.,Göktaş Kulualp,H. (2010). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, “*Yöneticilerin Yeniden Yapılanma Sürecinde İnovasyona Bakış Açısı: Kardemir Örneği*”, Sayfa,52. içinde Elçin,Ş.(2006). İnovasyon –Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı.Nova Yayınları.

Güven,M.,GöktaşKulualp,H. (2010). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, “*Yöneticilerin Yeniden Yapılanma Sürecinde İnovasyona Bakış Açısı: Kardemir Örneği*”,49-64. içinde OĞUZTÜRK, B. S. (2003). “*Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri*”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8: 253-273.

Güven,M.,Göktaş Kulualp,H. (2010). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,“*Yöneticilerin Yeniden Yapılanma Sürecinde İnovasyona Bakış Açısı: Kardemir Örneği*”,49-64. İçinde FISHER, M. (2001). “*Innovation, Knowledge Creation and System of Innovation*”, TheAnnals of Regional Science,35: 210.

Green Paper on İnnovation http://europa.eu/documents/comm/green_papers (Erişim Tarihi:06.06.2014).

İraz, R.,Şimşek, G.(2004).Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, “*Örgütsel Değişimin Gerçekleştirilmesinde Liderliğin Rolü:Transformasyonel Liderlik İncelenmesi*”, s.99-117.

İraz, R.,Şimşek, G.(2004).Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, “*Örgütsel Değişimin Gerçekleştirilmesinde Liderliğin Rolü:Transformasyonel Liderlik İncelenmesi*”, s.99-117 ,içinde Şimşek, M. Şerif, (2001); Yönetim ve Organizasyon, Konya, Günay Ofset.

İraz, R.,Şimşek, G.(2004).Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, “*Örgütsel Değişimin Gerçekleştirilmesinde Liderliğin Rolü:Transformasyonel Liderlik İncelenmesi*”, s.99-117 ,içinde Şimşek M. Şerif ve Bahadır Akın, (2003); Teknoloji Yönetimi ve Örgütsel Değişim, Konya, Çizgi Kitapevi.

İraz, R.,Şimşek, G.(2004).Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, “*Örgütsel Değişimin Gerçekleştirilmesinde Liderliğin Rolü:Transformasyonel Liderlik İncelenmesi*”, s.99-117 ,içinde Hussey, David E. (1997); Kurumsal Değişimi Başarmak, Çev:TülaySavaşer, İstanbul, Rota Yayınları.

İraz, R.,Şimşek, G.(2004).Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,“*Örgütsel Değişimin Gerçekleştirilmesinde Liderliğin Rolü: Transformasyonel Liderlik İncelenmesi*”, s.99-117 ,içindeMassie, J.L.(1983); İşletme Yönetimi, Çev:Şan Öz-Alp, Eskişehir,Bayteş Yayınları.

Kılıç, R.,Keklik,B. (2012). Erciyes Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi,sayı:39 içinde Atık,H. (2005). “*Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü*”,Ankara :Detay Yayıncılık.

Kılıç, R., Keklik, B. (2012).Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 39, 93-118. İçinde DİNÇER, Ömer; (1999), İşletme Yönetimine Giriş, Dördüncü Baskı, İstanbul: Beta Basım.

Kuzu, S.(2008).Marmara Üniversitesi “İnovasyon ve Sigortacılık Sektöründe İnovasyon Faaliyetleri” Yüksek Lisans Tezi s.12.

Naktiyok, A.(2007). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, “*Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler*” sayfa,215 [.http://e-dergi.atauni.edu.tr](http://e-dergi.atauni.edu.tr). (Erişim Tarihi:02.06.2014).

Naktiyok, A.(2007). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, “*Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler*” sayfa,215 içinde Barney,Joy,B.(2002). Gaining and sustaining Competitive Advantage ;Pearson Education,New Jersey. &Schermerhon, John R.(1996),Management Today,JohnWiley Sons,İnc.,Canada. (<http://edergi.atauni.edu.tr>.,03.06.2013).

Örücü, E., Kılıç, R.,Savaş,A. : (2011). *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, “Kobi’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler : Bir Uygulama ”12 (1), 58-73 içinde BARUTÇUGİL, İ.S. (1981). *Teknolojik yenilik ve araştırma–geliştirme yönetimi*, Bursa:Bursa Üniversitesi Basımevi.

Örücü, E.,Kılıç, R.,Savaş A. (2011).Doğuş Üniversitesi Dergisi 12 (1), 58-73 “Kobi’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama” İçinde KONGAR, E.N. (1995). *İnovasyon: yenilik*, Bitirme tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Fakültesi, Endüstri Mühendisliği.

Örücü, E.,Kılıç, R.,Savaş A. (2011).Doğuş Üniversitesi Dergisi 12 (1), 58-73 “Kobi’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygula-

ma’’ İçinde TAYLAN, K. (1996). *Yüksek teknoloji endüstriyel işletmelerde yenilik çalışmaları*,Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Örücü, E.,Kılıç, R.,Savaş A. (2011).Doğuş Üniversitesi Dergisi 12 (1), 58-73 “Ko-bi’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama’’ İçinde AHMED, A.M , ABDALLA, H.S. (1999). The role of innovation process in crafting the vision of the future, *Computers&IndustrialEngineering*, Vol. 37, Iss.1-2, October.

PTT Faaliyet Raporu, : (2012),s.28-29-30-31-33-34-35-36-37-38-39-44-74-75-76-77-78-79-80-94-96-97-160-166-193.

PTT İşletme Yıllığı, : (2013),s.206.

Soylu, A., Öztürk Göl, M.(2010). Hacettepe Üniversitesi,Sosyo Ekonomi Dergisi,Issn: 1305-5577,“Yönetim İnovasyonu”,113-130.

Soylu, A., Öztürk Göl, M.(2010). Hacettepe Üniversitesi,Sosyo Ekonomi Dergisi,Issn: 1305-5577,“Yönetim İnovasyonu”, içinde Gök,A.(2007) Oslo Klavuzu ışığında ‘Yenilik’<www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/.../Oslo_presentation.pdf>, 05.11.2007.

Soylu, A., Öztürk Göl, M.(2010). Hacettepe Üniversitesi,Sosyo Ekonomi Dergisi,Issn: 1305-5577,“Yönetim İnovasyonu”, içinde Kırım,A.(2007). “*Farklılaşmanın En Etkin Yolu Deneyim İnovasyonu*”,Sistem Yayıncılık,İstanbul,4–30.

Soylu, A., Öztürk Göl, M.(2010). Hacettepe Üniversitesi,Sosyo Ekonomi Dergisi,Issn: 1305-5577,“Yönetim İnovasyonu”, içinde Kırım, A. (2007).“*Sıra Dışı Bir Büyüme ve Karlılık Stratejisi:Alt Pazar İnovasyonu*, Sistem Yayıncılık, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 4–30.

Soylu, A., Öztürk Göl, M.(2010). Hacettepe Üniversitesi,Sosyo Ekonomi Dergisi,Issn: 1305-5577,“Yönetim İnovasyonu”, içinde Aydın, Ö.(2008).“Dünya P&G,B&G ile büyüyor”,*Capital*,Şubat,114-118.

Soylu, A., Öztürk Göl, M.(2010). Hacettepe Üniversitesi,Sosyo Ekonomi Dergisi,Issn: 1305-5577,“Yönetim İnovasyonu”, içinde Johansson,F.(2007).*Yaratıcılık ve İnovasyon*, Çev. Dinç Tayanç, Madiacat Kitapları, İstanbul, 15-98.

Töremen, F. (2002).Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi “Eğitim ÖrgütlerindeDeğişimin Engel ve Nedenleri”,sayı: 1,185-202,Elazığ.

Töremen, F. (2002).Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi “Eğitim ÖrgütlerindeDeğişimin Engel ve Nedenleri”,sayı: 1,185-202,Elazığ, içinde Owens, R.G.,*Organizational Behavior in Education*. 2.nd. Edition. Prentice-Hall International Inc. New Jersey:1987.

Tokat, B.(2012).Örgütlerde Değişim ve Değişimin Yönetimi s,91-124 Seçkin Yayıncılık,Ankara.

Uzkurt, C.,(2010).“Dosya:İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?” Ankara Sanayi Odası Yayın Organı,s.37-51.

Uzkurt, C.,(2010).“Dosya:İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?” Ankara Sanayi Odası Yayın Organı,s.37-51. içinde

Uzkurt,C.(2008).“Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü,Beta Basım Yayın,İstanbul.

Uzkurt, C.,(2010).“Dosya: İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?” Ankara Sanayi Odası Yayın Organı,s.37-51. içinde Oden, W.H. (1997). *Managing Corporate Culture, Innovationand Intrapreneurship*. USA: Library of Log-ress Cataloging in Publication Data.

Uzkurt, C.,(2010).“Dosya: İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?” Ankara Sanayi Odası Yayın Organı,s.37-51.içinde O’Reilly, C. (1991). *Socialization and Organizational Culture*. (Der. Barry M. Staw) Psychological Dimension of Organizational Behaviour. New York: Mc Millan Publishing Company.

Zümrüt Ecevit S., Işık, Ö.(2011).Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,2 (9),538-559.

Zümrüt Ecevit S., Işık, Ö.(2011).Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi ,2 (9), içinde ARIKAN, C., AKSOY, Müfit, DURGUT, M., GÖKER, A. (2003);*Ulusal İnovasyon Sistemi Kavramsal Çerçeve, Türkiye İncelemesi ve Ülke Örnekleri*, Yayın No: TÜSİAD-T/2003/10/362, İstanbul.

<http://www.encompass-scotland.co.uk> “What is İnnovation ?” (Erişim Tarihi:15.03.2014).

<http://www.businessdictionary.com> “Definition of İnnovation” (Erişim Tarihi:16.03.2014).

<http://www.tdk.gov.tr>. “Süreç” (Erişim Tarihi:06.02.2014).

<http://www.eforpatent.com>. “İnovasyon Yönetimi”(Erişim Tarihi:11.05.2014).

http://ptt.gov.tr/index.snet?wapp=history_tr&open=1(Erişim Tarihi:15.06.2013).

<https://epttavm.com/tr/sayfa/hakkimizda.html>(Erişim Tarihi:15.06.2013).

<http://resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/05/20130523.pdf>(Erişim Tarihi:15.06.2013).

http://ptt.gov.tr/index.snet?wapp=legalBasis_tr&open=1 (Erişim Tarihi:15.06.2013).

EKLER

Ek 1. POSTA HİZMETLERİ KANUNU

Kanun No. 6475

Kabul Tarihi: 9/5/2013

BİRİNCİ KISIM

Genel Hükümler

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç

MADDE 1 – (1) Bu Kanunun amacı; ülke genelinde posta hizmetlerinin kaliteli, sürekli, tüm kullanıcılar için karşılanabilir bir ücretle, etkin, rekabete dayalı esaslar çerçevesinde sunulmasını sağlamak üzere posta sektörünün serbestleştirilerek mali açıdan güçlü, istikrarlı ve şeffaflığı sağlanmış bir sektör oluşturulması ve bu sektörde düzenleme ve denetimin gerçekleştirilmesi ile Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketinin kuruluşu, yapılanması, faaliyet konuları ve hizmetlerinin yürütülmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Kapsam

MADDE 2 – (1) Bu Kanun; posta gönderilerinin kabulü, toplanması, işlenmesi, sevki, dağıtımı ve teslimine ilişkin işlem ve hizmetlerin sunulması, yetkilendirme, tarife ilkeleri ve hizmet şartlarının tespit edilmesi, sektörde düzenleme ve denetimin gerçekleştirilmesi, bunlara ilişkin yaptırımların belirlenmesi ile Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketinin kuruluşu, yapılanması, faaliyet konuları ve hizmetlerinin yürütülmesine ilişkin usul ve esasları kapsar.

Tanımlar

MADDE 3 – (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

a) Adres bilgi kayıt sistemi: 25/4/2006 tarihli ve 5490 sayılı Nüfus Hizmetleri Kanunu ve ilgili mevzuatı saklı kalmak kaydıyla, gerçek kişilerin rızası alınarak gerçek ve tüzel kişiler ile kamu kurum ve kuruluşlarına ait fiziki ve elektronik adreslerin, reklam ve tanıtım amacıyla PTT hizmetlerinden yararlananlara ücret karşılığı kullandırılmasına yönelik olarak oluşturulan PTT'ye ait veri tabanını,

b) Bakan: Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanını,

c) Bakanlık: Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığını,

ç) Basılmış kâğıt: Herhangi bir kâğıt, karton veya başka bir madde üzerine el, makine veya fotoğraf gibi baskı tekniği kullanılarak hazırlanan her türlü gazete, dergi, kitap, süreli veya süresiz birbirinin aynı olan yayın, broşür, katalog, fotoğraf, fotoğraf kapsayan albüm, gravür, plan, harita gibi yazı, resim veya şekil taşıyan adresli veya adresiz, kişisel haberleşme niteliği bulunmayan gönderiyi,

d) Değer konulmuş veya sigortalı gönderi: Kaybı, çalınması veya hasara uğraması hâlinde gönderici tarafından kabulde beyan edilen değere kadar tazminat istenebilen gönderiyi,

e) Değerli kâğıt: PTT'ce kullanılan ve bir değer ifade eden her türlü pul ve filatelik malzemeyi,

f) Etkin piyasa gücü: Hizmet sağlayıcısının, ilgili pazarda, tek başına ya da diğer hizmet sağlayıcılarla birlikte, rakiplerinden ve kullanıcılarından fark edilir bir şekilde bağımsız olarak hareket edebilmesine imkân sağlayan ekonomik gücü,

g) Evrensel posta hizmeti: Belirlenmiş ilke ve kurallar çerçevesinde, bir posta hizmetinin coğrafi alan farkı gözetilmeksizin ülke sınırları içerisinde tüm kullanıcılar için karşılanabilir ücretlerle kesintisiz olarak sağlanmasını,

ğ) Evrensel posta hizmet sağlayıcısı: Evrensel posta hizmetini yetki belgesi uyarınca yürütmekle yetkili kılınan hizmet sağlayıcısını,

h) Evrensel posta hizmet yükümlüsü: Evrensel posta hizmetini görev sözleşmesi uyarınca sağlamakla yükümlü kılınan hizmet sağlayıcısını,

1) Görev sözleşmesi: PTT'nin posta hizmetlerini sunmak üzere hak ve yükümlülüklerini belirleyen sözleşmeyi,

i) Görme engellilere özgü yazı: İster kişisel haberleşme, ister genel nitelikte yazılar şeklinde olsun, görme engellilere özgü işaretleri taşıyan maddeler veya seslendirilmiş kayıtları ihtiva eden gönderiyi,

j) Haberleşme gönderisi: Kitap, katalog, gazete ve süreli yayınlar hariç herhangi bir fiziksel araç üzerine yazılan veya elektronik ileti şeklinde hazırlanan, gönderici tarafından gönderi üzerinde belirtilen adrese sevk ve teslim edilmesi gereken telgraf da dâhil her türlü gönderiyi,

k) Havale: Göndericinin PTT iş yerlerine veya cihazlarına yatırdığı ya da yurt dışından gönderdiği paranın alıcı olarak gösterdiği kişiye ödenmesi, bir posta çeki hesabına işlenmesi veya posta çeki hesap sahibinin hesabındaki paradan belirttiği kadarının alıcı olarak gösterdiği bir üçüncü kişiye veya kendisine ödenmesi yönünde PTT'yi muhatap olarak verdiği emri,

l) Hizmet sağlayıcısı: PTT'yi ve bu Kanun hükümlerine göre posta sektöründe faaliyet göstermek üzere yetkilendirilmiş 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 124 üncü maddesinin ikinci fıkrasında sayılan sermaye şirketlerini,

m) İlgili pazar: Ülkenin tümünde veya bir bölümünde sunulmakta olan belirli bir posta hizmeti ve onunla yüksek derecede ikame edilebilen diğer posta hizmetlerinden oluşan pazarı,

n) Kayıtlı gönderi: Kabulünden teslimine kadar kayda tabi tutulan gönderiyi,

o) Kullanıcı: Hizmet sağlayıcıları tarafından verilen hizmetlerden gönderici veya alıcı olarak faydalanan gerçek veya tüzel kişiyi,

ö) Kurul: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulunu,

p) Kurum: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunu,

r) Net satış: Hizmet sağlayıcısının belirli bir dönemde posta hizmetlerinden elde ettiği gelirlerden, yapılan indirimler ve iadeler düşüldükten sonra mali müşavir veya vergi dairesi onaylı gelir tablosundaki satışlar başlığında ayrıntılı olarak belirtilen, hesap ayırtması yapılamadığı durumda gelir tablosundaki net satışlar başlığı altında belirtilen tutarı,

s) Özel hizmet: Müşteri talepleri doğrultusunda ek olarak verilen hizmetleri,

ş) Parasal posta hizmeti: Yurt dışı ve yurt içi havale, posta çeki, yapılacak anlaşmalar kapsamında vergi dâhil her türlü tahsilat ve ödeme, bilet ve her türlü ticari ürünün fiziki ve elektronik ortamda satışı, döviz alım ve satım işlemleri yapmayı ve Hazine bonusu, tahvil, hisse senedi ve değerli kâğıtların alım satımlarına, sigortacılık işlemlerine ve her türlü şans oyunlarına aracılık etmeyi,

t) Posta çeki işlemleri: PTT iş yerlerinde veya elektronik ileti şeklinde çek hesabı açtıran kişilerce bir miktar paranın hesabına borç kaydı suretiyle kendisine veya üçüncü bir kişiye ödenmesi ya da üçüncü kişinin hesabına alacak kaydedilmesi hususunda PTT tarafından belirlenen yöntemlerle gerçekleştirilen işlemleri,

u) Posta gönderisi: Göndericinin bizzat kendisi veya talimatıyla, üzerinde belirtilen yer ve adrese, gönderi türüne ve özel hizmetine göre teslim edilen haberleşme gönderileri ile kitap, katalog, gazete ve süreli yayınları, görme engellilere özgü yazıları, ticari değeri olsun veya olmasın eşya içeren en fazla beş kilogram ağırlığa veya elli desimetreküp hacme sahip posta maddesi ile posta kolisi veya kargosunu,

ü) Posta kolisi veya kargosu: Hizmet sağlayıcısı aracılığıyla yollanan ve kapsamında haberleşme niteliği taşıyan yazılar bulunmayan en fazla otuz kilogram ağırlığa veya üç yüz desimetreküp hacme sahip her türlü maddeyi,

v) Posta sektörü: Hizmet sağlayıcılarından oluşan sektörü,

y) PTT: Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketini,

z) PTT acenteliği: PTT tarafından faaliyet konuları ile ilgili, sınırları özel hukuk hükümlerine göre belirlenen sözleşmelere dayanılarak gerçek ya da tüzel kişilere hizmet gördürülen PTT iş yerlerini,

aa) PTT iş yeri: Acentelikler de dâhil PTT tarafından faaliyetlerini yürütmek amacıyla kurulan birimi,

bb) Tarife: Hizmet sağlayıcılarının, posta hizmetinin sunulması karşılığında kullanıcılardan veya diğer hizmet sağlayıcılarından farklı adlar altında alabilecekleri ücretleri gösteren listeyi,

cc) Tebligat: 11/2/1959 tarihli ve 7201 sayılı Tebligat Kanunu ile diğer kanunlara göre tebliğ için posta veya elektronik posta yoluyla iletilen gönderiyi,

çç) Telgraf: Elektronik haberleşme şebekeleri üzerinden cihazlar aracılığıyla iletilen yazılı metni,

dd) Temel ücret: Kurul tarafından belirlenen yurt içi en düşük ağırlıktaki haberleşme gönderisinin ücretini,

ee) Yetki belgesi: Posta hizmetlerinin tamamının veya bir kısmının sunulması veya yürütülmesi için gerekli olan altyapının sağlanması ve işletilmesine yetki tanıyan, posta hizmetlerine özel, belirli hak ve yükümlülükleri içeren ve Kurul tarafından belirlenen bedel karşılığında verilen belgeyi,

ff) Yönetim Kurulu: PTT Yönetim Kurulunu,
ifade eder.

İKİNCİ KISIM

POSTA ve TELGRAF TEŞKİLATI ANONİM ŞİRKETİ

BİRİNCİ BÖLÜM

Kuruluş, Faaliyet Konuları ve Nitelikleri

Kuruluş

MADDE 21 – (1) Bu Kanun ile kuruluş ve tescile ilişkin hükümleri hariç olmak üzere 6102 sayılı Kanun ve özel hukuk hükümlerine tabi Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi unvanı altında bir anonim şirket kurulmuştur.

(2) PTT'nin sermayesinin tamamı Hazineye aittir. Hazine Müsteşarlığının mülkiyet hakkı ile kâr payı hakkı saklı kalmak üzere ve kamunun pay sahipliğinden kaynaklanan bütün mali hakları Hazine Müsteşarlığında kalmak kaydıyla Hazine Müsteşarlığının PTT'deki pay sahipliğine dayanan oy, yönetim, temsil, denetim gibi hak ve yetkileri Bakanlık tarafından kullanılır. Bu hak ve yetkilerin kullanımına ilişkin her türlü mali ve hukuki sorumluluk Bakanlığa aittir.

(3) PTT, bu Kanun ve 6102 sayılı Kanunun bu Kanuna aykırı olmayan hükümlerine göre Kalkınma Bakanlığının görüşü ve Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakanın uygun görüşü alınarak hazırlanan esas sözleşmesinin Genel Kurul tarafından onaylanmasını müteakip yapılacak tescil ve ilan ile faaliyete geçer. Esas sözleşmede yapılacak değişikliklerde Kalkınma Bakanlığının görüşü ve Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakanın uygun görüşü aranır. 6102 sayılı Kanunun aynı ve nakdî sermayesinin vaz'ına müteallik hükümleri ile 414 üncü madde hükmü PTT hakkında uygulanmaz.

(4) 16/7/1965 tarihli ve 697 sayılı Ulaştırma ve Haberleşme Hizmetlerinin Olağanüstü Hâllerde ve Savaşta Ne Suretle Yürütüleceğine Dair Kanun ile millî güvenlik ve kamu düzeni gerekleri ve sıkıyönetim ve seferberlik hâllerinde posta hizmetlerinin yürütülmesine ilişkin özel kanunların hükümleri saklıdır.

Faaliyet konuları ve nitelikleri

MADDE 22 – (1) PTT; yurt içinde ve yurt dışında her türlü taşımacılık hizmetlerini de içerecek şekilde posta, koli, kargo ve lojistik hizmetleri, pul basımı ve satımı, denetlemeye ilişkin hükümleri saklı kalmak kaydıyla, 19/10/2005 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanununa tabi olmaksızın, anılan Kanun kapsamında belirtilen faaliyet konuları ile ilgili olarak bankalarla yapacağı sözleşmeler doğrultusunda bankalara destek hizmeti, parasal posta hizmeti, ödeme hizmeti sunma, adres bilgi kayıt sistemi ve elektronik sertifika hizmet sağlayıcılığı, elektronik ortam dâhil her türlü tebligat ve telgraf hizmetine ilişkin faaliyetler ile esas sözleşmesinde belirlenen diğer faaliyetleri yürütür.

(2) PTT, 2/4/1987 tarihli ve 3346 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri ile Fonların Türkiye Büyük Millet Meclisince Denetlenmesinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümlerine tabidir.

(3) PTT'nin teşkilatı, sermaye miktarı, hisseleri, hesapları ve kârın dağıtımına ilişkin esaslar esas sözleşmesinde gösterilir.

(4) PTT'nin yurt içinde ve yurt dışında şirket kurma veya kurulu bulunan şirketlere ortak olmasına ilişkin usul ve esaslar Bakanlar Kurulu tarafından belirlenir.

(5) PTT, uluslararası birlik ve kuruluşların çalışmalarında, işletmeci olarak posta sektörünü temsil etmeye ve protokol yapmaya yetkilidir.

İKİNCİ BÖLÜM

TEŞKİLATLANMA

Teşkilat

MADDE 23 – (1) PTT'nin organları şunlardır:

- a) Genel Kurul
- b) Yönetim Kurulu
- c) Genel Müdürlük

Genel Kurul

MADDE 24 – (1) Genel Kurul; yıllık faaliyet raporu ile bilanço ve kâr zarar hesaplarını inceleyerek Yönetim Kurulunun ibrasını karara bağlar. Genel Kurul ayrıca, bu Kanun hükümleri saklı kalmak kaydıyla, 6102 sayılı Kanun ve ilgili kanunlarda belirtilen görevleri yapar ve yetkileri kullanır.

Yönetim Kurulu

MADDE 25 – (1) Yönetim Kurulu, Genel Müdür dâhil beş üyeden oluşur. Dört üye Bakanın, bir üye Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakanın teklif ettiği adaylar arasından Genel Kurul tarafından atanır.

(2) Yönetim Kurulu üyeliklerine atanacakların 14/7/1965 tarihli ve 657 sayılı Devlet Memurları Kanununda yer alan memur olarak atanacaklarda aranan nitelikleri haiz olması şarttır. Görev süresi sona eren üyeler tekrar atanabilir.

(3) Yönetim Kurulu karar organı olup, PTT'yi idare, ilzam ve idari ve adli merciler nezdinde temsil eder ve PTT'nin temsil ve idaresinden Genel Kurula karşı sorumludur. Yönetim Kurulu 6102 sayılı Kanun, esas sözleşme ve Genel Kurulca verilen yetkilerin yanı sıra aşağıdaki yetkileri kullanır ve görevleri yerine getirir:

a) İş yerlerinde kabul edilen gönderilerin kabul ve teslim şartları ile türünü ve sınıfını belirlemek

b) Sunulan tüm hizmetlerin ücretlerini ve ödeme esaslarını belirlemek

c) Yurt içinde ve yurt dışında lüzum göreceği yerlerde iş yeri açılmasına, kapatılmasına ve faaliyet alanıyla ilgili uluslararası oluşumlara katılmaya karar vermek

ç) Pul satıcılıkları ve acentelik hizmetlerinin karşılığında alınacak komisyon veya diğer ödemeleri belirlemek

d) Posta pulları, posta kartları ile ilk ve özel gün zarfları bastırmaya ve satışa çıkarmaya karar vermek

e) Faaliyet ve hizmet alanlarına ilişkin olarak gerçek ve tüzel kişilerle sözleşmeler imzalanması veya ortaklıklar kurulmasına, postaların ayırım ve dağıtım işleri için hizmet satın alınmasına karar vermek

f) PTT'nin daha etkin ve verimli çalışması için personel ücreti ve diğer hususlarla ilgili performans kriterlerini belirlemek

g) Genel Kurulun onayına sunulmak üzere, PTT'nin stratejik planına uygun olarak Kalkınma Bakanlığı ve Hazine Müsteşarlığının görüşünü alarak, PTT'nin mali ve mali olmayan performans hedeflerini hazırlamak ve Genel Kurul tarafından onaylanan işletme bütçesini Kalkınma Bakanlığı ve Hazine Müsteşarlığına iletmek

ğ) Yurt içinde ve yurt dışında şirket kurulması veya kurulu bulunan şirketlere ortak olunması ve bu şirketlerin devrine ilişkin usul ve esasların belirlenmesi hakkında Bakanlığa görüş bildirmek

h) Faaliyetlerin etkin bir şekilde yürütülebilmesi için gerekli organizasyonu ve çalışma usullerini tespit etmek ve Genel Müdürlükçe hazırlanan yönetmelik ve yönergeleri onaylamak

(4) PTT Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerine, her yıl Yüksek Planlama Kurulu tarafından PTT için belirlenen miktarı aşmayacak şekilde Genel Kurul tarafından tespit edilen miktarlarda aylık ücret ve diğer ödemeler yapılabilir. Genel Kurul, Yönetim Kurulu üyelerinin mali haklarını belirlerken performans hedefleri gerçekleştirmelerini de dikkate alır. Yönetim Kurulu üyesi görevi 31/5/2006 tarihli ve 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununa göre zorunlu olarak sigortalı olmayı gerektirmez ve Yönetim Kurulu Başkan ve üyelerine bu fıkra gereğince ödenen ücretler sigorta primine esas kazanca dâhil edilmez.

(5) Yönetim Kurulu sınırlarını açıkça belirlemek şartıyla yetkilerinden bir kısmını Genel Müdüre devredebilir. Ancak, yetki devri Yönetim Kurulunun sorumluluğunu kaldırmaz.

(6) PTT Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu üyelerinin görevleri sebebiyle işledikleri suçlardan dolayı yargılanmaları, ilgili Bakanın iznine bağlı olup, bu konuda 2/12/1999 tarihli ve 4483 sayılı Memurlar ve Diğer Kamu Görevlilerinin Yargılanması Hakkında Kanun hükümleri uygulanır.

Genel Müdürlük

MADDE 26 – (1) Genel Müdürlük; Genel Müdür, genel müdür yardımcıları ve hizmet birimlerinden oluşur.

(2) Genel Müdürlüğün teşkilat yapısı ve hizmet birimleri esas sözleşmeyle düzenlenir.

(3) Genel Müdür, Genel Kurulca atanır.

(4) Genel Müdür, Yönetim Kurulunun devredilemeyeceğini belirterek verdiği yetkiler hariç, sınırlarını açıkça belirlemek şartıyla, yetkilerinden bir kısmını astlarına devredebilir. Ancak, yetki devri Genel Müdürün sorumluluğunu kaldırmaz.

Ek 2.

PTT KARGO VE KURYE GÖNDERİLERİ HAKKINDA YÖNETMELİK

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç

MADDE 1 – (1) Bu Yönetmeliğin amacı, kargo ve kurye gönderileri ile yurt dışı koli ve acele posta gönderilerinin Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü tarafından kabul, işleme, sevk, dağıtım, teslim ve sorumluluğa ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Kapsam

MADDE 2 – (1) Bu Yönetmelik, Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü tarafından kargo ve kurye gönderileri ile yurt dışı koli ve acele posta gönderilerinin kabul edilmesi, ücretlendirilmesi koşul ve nitelikleri ile işletmeye ilişkin esasları kapsar.

Dayanak

MADDE 3 – (1) Bu Yönetmelik, 2/3/1950 tarihli ve 5584 sayılı Posta Kanunu ve 27/3/1973 tarihli ve 7/6156 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla kabul edilen Posta Tüzüğü ile Dünya Posta Birliği Kararları İcra Tüzüğü'ne dayanılarak hazırlanmıştır.

Tanımlar

MADDE 4 – (1) Bu Yönetmelikte geçen;

a) Adresten alma: Belirtilen adresten gönderinin kabul edilmesi hizmetini,

b) Alıcı: Gönderinin, teslimi istenen ve gönderi üzerinde açık adı, soyadı, unvanı ve adresi gösterilen gerçek veya tüzel kişiler ile gönderiyi almaya hakkı ve yetkisi bulunan vekil, mutemet, veli, vasi, kayyum, müdür, hizmetçi ile alıcıyla birlikte oturan,

görünüþüne nazaran on sekiz yaþından aþađı olmayan ve bariz bir surette ehliyet-siz bulunmayan aile efradından birini,

c) Alıcının kendisine verilecek: Alıcısından başkasına teslim edilmemesi istenen hizmeti,

ç) Alma haberi hizmeti: Gönderilerin hangi tarihte kime teslim edildiğinin alma haberi kartı ile göndericisine bildirilmesi hizmeti,

d) Alma haberi kartı: Alma haberli gönderilerin hangi tarihte kime teslim edildiğini gösterir belgeyi,

e) Başmüdürlük: PTT Başmüdürlükleri ile Posta İşleme ve Dağıtım Başmüdürlüklerini,

f) Değer konulmamış gönderi: Kapsamları için bir değer gösterilmeden postaya verilen gönderileri,

g) Değer konulmuş gönderi: Kapsamı için kabulde bir değer beyan edilen, kaybı, çalınması veya kapsam eksikliği halinde gönderici tarafından beyan edilen değere kadar tazminat istenebilen kargo gönderisi ile yurt dışı kolileri,

ğ) Genel Müdürlük: PTT Genel Müdürlüğünü,

h) Gönderi: Kargo ve kurye gönderileri ile yurtdışı koli ve acele posta gönderilerini,

ı) Gönderici: Gönderiyi alıcısına ulaştırmak üzere PTT'ye teslim eden ve gönderi üzerinde adı, soyadı, unvanı ile adresi bulunan gerçek veya tüzel kişileri,

i) Görme Komisyonu: Gönderilerin yollanması ve teslim alınmasında veya gönderilere ait taşıma kaplarının düzenlenmesi ve açılmasında oluşturulan en az iki personelden oluşan komisyonu,

j) İşleme merkezi: Gönderiler ile bunlara ilişkin postaların alınıp işlenmesi, sevki ni ve dağıtımını yapan PTT işyerini,

k) Kabul formu: Gönderici, alıcı ad ve adresleri ile gönderiye ilişkin diğer bilgileri içeren belgeyi,

l) Kargo gönderisi: Kapsamında eşya, dosya, doküman veya evrak bulunan belli bir ağırlık ve hacim üzerinde bulunan ve PTT tarafından kabul edilen yurt içi varışlı gönderiyi,

m) Kontrollü teslim: Gönderici talebine istinaden teslim esnasında gönderi kapsamının alıcı tarafından kontrol edilerek teslim alınmasını,

n) Konutta teslim: PTT işyerinde teslim edilmek üzere postaya verildikten sonra talep üzerine gönderilerin adreste teslim edilmesi hizmetini,

o) Kurye gönderisi: Kapsamında haberleşme maddesi, dosya, doküman, evrak veya eşya bulunan belli bir ağırlık ve hacme kadar PTT tarafından kabul edilen yurt içi varışlı gönderiyi,

ö) Merkez: PTT Merkezi, Posta Dağıtım ve Toplama Merkezi, Kargo İşleme Merkezi ile Posta İşleme Merkezini,

p) Nitelikli kurye gönderisi: Kapsamı Genel Müdürlükçe belirlenen yurt içi varışlı kurye gönderisini,

r) Normal çalışma saatleri dışında kabul: Kabul işyerinin mesai saatleri dışında gönderilerin kabul edilmesi hizmetini,

s) Normal çalışma saatleri dışında teslim: Dağıtım işyerinin mesai saatleri dışında gönderilerin teslim edilmesi hizmetini,

ş) Ödeme şartlı: Gönderici tarafından kapsamı için bir bedel karşılığı gönderinin alıcıya teslim edilmesi ve tahsil edilen bedelin kendisine ulaştırılmasını talep ettiği ek hizmeti,

t) Postrestant: Alıcının adresi gösterilmeyerek, alıcının adından sonra sadece postrestant ifadesi ve varış yeri gösterilen ve alıcıların başvurusu üzerine PTT işyerinde teslim edilen gönderileri,

u) Port Paye (PP) abonesi: Standart bakımından birbirinin aynısı olan ve aynı ücret uygulanan, çok sayıda ve sürekli olarak avans karşılığında postaya gönderi veren gerçek veya tüzel kişilerle bunların vekil veya mutemetlerini,

ü) PTT: Posta ve Telgraf Teşkilatını,

v) PTT işyeri: PTT Merkez, Posta Dağıtım ve Toplama Merkezi, Kargo İşleme Merkezi, Posta İşleme Merkezi ile PTT Şube ve Acenteliklerini,

y) PTT işyerinde teslim: Alıcı adresi olarak herhangi bir PTT işyeri gösterilen gönderilerin PTT işyerinde teslim hizmetini,

z) PTT kargomatik: Gönderilerin kabul ve tesliminde kullanılan personelsiz makineyi,

aa) Sigortalı gönderi: Kapsamı için kabulde bir değer beyan edilen, kaybı, çalınması veya kapsam eksilmesi halinde gönderici tarafından beyan edilen değere kadar tazminat istenebilen kurye gönderisini,

bb) Şehir içi ekspres kurye gönderisi: Kapsamında haberleşme maddesi, dosya, doküman, evrak veya eşya bulunan belli bir ağırlık ve hacime göre kabul edildiği aynı ilin merkez ilçesi veya ilçeleri şehir içi dağıtım alanında ya da aynı ilçenin kendi şehir içi dağıtım alanında alıcılarına teslim edilen gönderiyi,

cc) Tevdi listesi: Gönderinin PTT tarafından kabul edildiğini gösterir alındı yerine kullanılan listeyi,

çç) Uçak: Yurt dışı kolilerin uçakla yollanması hizmetini,

dd) Ücret tarifesi: Yürürlükte bulunan Posta ve Telgraf Ücret Tarifesi ile Yurt Dışı Koli Ücret Tarifesini,

ee) Ücreti alıcıdan tahsil: Yollama ücretinin alıcısından tahsilini,

ff) Üçüncü kişi: Gönderici ile alıcının veya bunların yerine sayılabileceklerin dışında kalan kişileri,

gg) VIP kargo gönderisi: Sevk ve dağıtım öncelikli olarak yapılan kargo gönderisini,

ğğ) Yurt dışı APG: En hızlı posta taşımacılığı ve dağıtım ile alıcısına ulaştırılan yurt dışı acele posta gönderisini,

hh) Yurt dışı koli: Kapsamında eşya bulunan yurt dışı varışlı gönderiyi,

ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

GÖNDERİLERİN TÜRLERİ, KABUL ŞARTLARI ve GÖNDERİCİ TALİMATI

Gönderilerin türleri

MADDE 5 – (1) Kargo ve kurye gönderileri kargo, VIP kargo, kurye, nitelikli kurye, şehir içi ekspres kurye, yurt dışı koli ve yurt dışı APG'den oluşmaktadır.

Gönderilerin kabul şartları

MADDE 6 – (1) Gönderilerin kabul edilebilmeleri için;

a) 5584 sayılı Posta Kanunu ve Posta Tüzüğü ile Dünya Posta Birliği Kararlarında belirtilen yasak olan maddeleri kapsamaması,

b) Yollama şekline ve taşıma araçlarına göre saptanan ağırlık ve boyutlara uygun olması,

c) Türüne ve ek hizmetine uygun olarak ambalaj edilmiş olması,

ç) Kabul formu, alındı ve tevdi listesinin usulüne uygun olarak doldurulmuş olması,

gerekir.

(2) Yurt dışı varışlı gönderinin yollama şekli, istenebilecek ek hizmetleri ve gönderi kapsamının kabul edilebilirliği varış ülkesince belirlenir.

Gönderilerin kabulü

MADDE 7 – (1) Gönderiler, bu Yönetmelikte belirtilen kabul şartlarına göre kabul edilir. Gönderi türleri itibari ile ağırlık, boyut ve hacim hadleri ücret tarifesinde gösterilir.

(2) Gönderilerin ağırlığı, boyutu, hacmi ile tür ve ek hizmetine bağılı olarak hangi PTT işyerlerince kabul ve teslim edileceğı, hangi gönderilerin gönderici adresinden kabul edileceğı hususu Genel Müdürlükçe belirlenir.

(3) Kapsamında haberleşme maddesi, dosya, doküman, evrak veya eşya bulunan maddeler yurt içi varışlı kurye gönderisi olarak kabul edilir. Şehir içi ve şehirlerarası varışlı olmasına göre, bu gönderilere farklı ücret uygulanabilir.

(4) Kapsamında kişiye özel bilgi içeren banka kartları, pasaport, ruhsat, kimlik belgesi gibi üçüncü kişilerin eline geçmesi halinde göndericisi veya alıcısı aleyhine ya da zararına kullanılabilir türden maddeler bulunan ve Genel Müdürlük tarafından uygun görülen gönderiler, yurt içi varışlı nitelikli kurye gönderisi olarak kabul edilir. Bu gönderiler sigortalı gönderiler gibi işleme tabi tutulur.

(5) Kapsamında haberleşme maddesi, dosya, doküman, evrak veya eşya bulunan maddeler aynı ilin merkez ilçesi veya ilçeleri şehir içi dağıtım alanında ya da aynı ilçenin kendi şehir içi dağıtım alanında kabul saatine bağılı olarak kabul edildiğı gün içerisinde alıcılarına teslim edilmek üzere şehir içi ekspres kurye gönderisi olarak kabul edilir. Kabul saatine bağılı olarak aynı gün alıcısına ulaştırılmayacak gönderiler, göndericinin kabul etmesi halinde ihtirazi kayıtla kabul edilir.

(6) Kapsamında eşya, dosya, doküman veya evrak bulunan ve ücret tarifesinde gösterilen ağırlık, boyut ve hacim üzerindeki maddeler, yurt içi varışlı kargo gönderisi olarak kabul edilir. Bu gönderilere şehir içi ve şehirler arasıvarışlı olmasına göre farklı ücret uygulanabilir.

(7) Altıncı fıkrada belirtilen kargo gönderisinin sevk ve dağıtımının öncelikli olarak yapılmasının istenmesi durumunda bu türdeki yurt içi gönderiler VIP kargo olarak kabul edilir.

(8) Yurt dışına en süratli bir şekilde gönderilmek istenen ve kapsamında haberleşme maddesi, dosya, doküman, evrak veya eşya bulunan maddeler yurt dışı APG olarak kabul edilebilir. Bu hizmete açık ülkeler ve ülkeler itibariyle ağırlık ve boyut limitleri ücret tarifesinde gösterilir.

(9) Yurt dışına gönderilmek istenen ve kapsamında eşya bulunan maddeler, yurt dışı koli olarak, acele yollanmak istenen koliler yurt dışı uçak, diğerleri yurt dışı yüzey kolisi olarak kabul edilir. Yollama şekline göre bu hizmete açık ülkeler ve ülkeler itibariyle ağırlık ve boyut limitleri ücret tarifelerinde gösterilir.

(10) PTT kargomatik vasıtasıyla yapılan kabul işlemlerine ilişkin usul ve esaslar Genel Müdürlükçe belirlenir.

Gönderilerin ağırlık, boyut ve hacimleri

MADDE 8 – (1) Gönderilerin ağırlık, boyut ve hacimleri, uygulanan ek hizmete, kabul ve teslim yerine, taşıma araç cinslerine göre tespit edilir ve ücret tarifesinde gösterilir.

(2) Gönderilerin bir yüzü 14x9 cm'den, tomar halinde ise uzun kenarı 10 cm'den az olamaz.

(3) Adli makamların gönderileri ile suç aletlerini kapsayan gönderilerin kabulünde ağırlık, boyut ve hacim şartı aranmaz.

Değer konulmuş ve sigortalı gönderiler

MADDE 9 – (1) Gönderici tarafından kapsamaları için değer gösterilerek postaya teslim edilen kurye gönderileri sigortalı, kargo gönderileri ile yurtdışı koliler, değer konulmuş olarak kabul edilir.

Kolay kırılır ve çabuk bozular gönderiler

MADDE 10 – (1) Kolay kırılır ve çabuk bozular gönderiler, PTT tarafından uygun görülen yerler arasında kabul edilebilir. Bu tür gönderilere kabul memurunca “Dikkat Kırılacak Eşya” veya “Çabuk Bozular Madde” ibareli uyarı etiketi yapıştırılır.

Servis gönderileri

MADDE 11 – (1) PTT'nin kendi işleri ile ilgili olarak yurt içi ve yurt dışına gönderdiği gönderiler, servis işareti ile gönderilir.

Ek hizmet türleri

MADDE 12 – (1) Gönderiler, Adresten Alma, Konutta Teslim, Alma Haberli, Alıcının Kendisine Verilecek, Ödeme Şartlı, Kontrollü Teslim, Postrestant, Ücreti Alıcıdan Tahsil, Uçak, Normal Çalışma Saatleri Dışında Kabul ve Teslim ek hizmetli olarak kabul edilir. Gönderi türü itibariyle istenebilecek ek hizmetler ücret tarifesinde gösterilir. Adreste Teslim ücreti ile kabul edilen gönderilere Postrestant ek hizmeti istenemez.

(2) Konutta Teslim, Postrestant ve Normal Çalışma Saatleri Dışında Teslim ek hizmetlerini alıcı da isteyebilir.

(3) Birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen ek hizmet türlerinden hangilerininin yurtdışı koli ve APG'lere uygulanacağı varış ülkesince belirlenir.

Gönderici talimatı

MADDE 13 – (1) Gönderinin, alıcısına teslim edilememesi durumunda uygulanacak işlemin, gönderici tarafından kabul formunda açıkça belirtilmesi ve imzalanması gerekir. Gönderici; kabul esnasında gönderisinin alıcısına teslim edilememesi halinde, aşağıda belirtilen talimatlardan birini isteyebilir.

- a) Tarafına, bir teslim edilememe haberinin gönderilmesi,
- b) Alıcıya haber verildiği tarihten itibaren belirtilen gün içinde alınmazsa geri yollanması,
- c) İlk alıcıya teslim edilmek üzere alıcının yeni adresine tekrar yollanması,
- ç) Aynı yerdeki başka bir alıcıya teslim edilmesi veya başka bir yerde oturan başka birine yollanması,
- d) Kendi hesabına satılması,
- e) Terk edilmiş sayılması,
- f) Yurt dışı varışlı gönderiler için (b), (ç) ve (e) bentlerinde belirtilen talimatlar yanında, gönderisinin yüzey veya uçakla derhal tarafına iade edilmesi.

(2) Ücreti alıcıdan tahsil ek hizmetli gönderiler için terk edilmiş sayılması talimatı verilemez.

(3) Göndericinin bulunduğu yere geri gelen gönderiler, teslim alınmadan talimat ile bir başka adrese gönderilemez.

(4) Birinci fıkrada belirtilen talimatların hangi gönderi türlerine uygulanacağı ve bu talimatlar dışındaki isteklerin uygulanıp uygulanmayacağı Genel Müdürlükçe belirlenir. Yurt dışı varışlı gönderiler için verilebilecek talimatlar varış ülkesince belirlenir.

(5) Gönderinin teslim edilemediğinin göndericiye bildirilmesi halinde gönderici, herhangi bir PTT işyeri aracılığıyla varış PTT işyerine talimat verebilir.

Göndericinin, teslim edilemeyen gönderisi ile ilgili talimat verebilmesi için gönderisine ait alındıyı göstermesi istenir ve alındının ibrazı halinde talimatı alınır.

Alındının arkasına yazılan talimat gönderici tarafından imzalanır ve tarih damgası basılır. Sözleşmesi bulunan göndericiler, alındı belgesi ibraz etmeden elektronik ortamda da çıkış ya da varış PTT işyerlerine talimat verebilir.

(6) Gönderici, birinci fıkranın (a) bendine göre kendisine bilgi verilmesi halinde, diğer bentlerde belirtilen işlemlerden birini veya gönderisinin aynı alıcıya bir defa daha götürülmesini isteyebilir.

(7) Gönderici, gönderisinin teslim edilememesi halinde haber verilmesini ikinci defa isteyemez. Bu takdirde gönderi geri gönderilir.

(8) Birinci fıkranın (b) bendine göre talep edilecek süre, gönderinin varış yerinde bekleme süresini geçemez.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TERTİP ve AMBALAJ, ADRESLERİN YAZILMASI

Tertip ve ambalaj

MADDE 14 – (1) Gönderilerin kabul edilebilmesi için ambalajının gönderi kapsamının ağırlığına, niteliğine ve taşıma şekline uygun, içindeki maddeyi baskıdan koruyacak, elden ele geçmeler sırasında kapsamını bozmayacak ve içinden herhangi bir şey düşmeyecek, sızmayacak veya çıkarılmayacak, kişileri yaralamayacak, canlı sağlığını tehdit etmeyecek, diğer gönderilere zarar vermeyecek, hasara uğratmayacak ve müdahale edilmiş izlenimi bırakmayacak şekilde kapatılmış ve ambalaj edilmiş olması gerekir.

Ambalajlamada özel kurallar

MADDE 15 – (1) Özel olarak ambalaj edilmesi gereken maddeler ve bunların ambalaj şekilleri aşağıda belirtilmiştir.

a) Cam eşya veya kolay kırılabilir diğer eşyalar; taşıma sırasında birbirine veya kutunun iç kenarlarına sürtünmesini veya çarpmasını önleyecek tarzda, içlerine kağıt, talaş veya benzeri koruyucu maddeler doldurulmuş ve beslenmiş olarak madenden, tahtadan, dayanıklı plastik maddeden veya sağlam karton kutularla ambalaj edilir.

b) Sıvı ve kolayca sıvılaşılabilen maddeler için iki kap kullanılır. Birinci kap sızdırmaz şekilde kapalı şişe, çömlek, kavanoz, teneke veya plastik kutu ve benzeri ile ikinci kap maden, tahta, plastik veya sağlam karton kutudan oluşturularak iki kap arası yeterli miktarda talaş, pamuk veya uygun herhangi bir koruyucu ve emici madde ile beslenir.

c) Taşınması daha az sakıncalı olan merhem, sıvı sabun, reçine ve benzerleri gibi güç sıvılaşılabilen yağlı maddeler ve ipekböceği tohumları için de iki ambalaj kullanılır. Bunlar kutu, bez torba, plastik ve benzeri maddeden yapılmış ilk ambalaja konulur. Bu ambalaj tahta, plastik, madeni veya yeterince dayanıklı bir maddeden yapılmış ikinci bir ambalaj içine yerleştirilir.

ç) Anilin mavisi ve benzeri boyayıcı kuru tozlar; dayanıklı ve sızdırmaz teneke veya plastik kutulara ve bunlar da ayrıca tahtadan, dayanıklı plastik maddeden veya sağlam oluklu kartondan yapılmış ikinci bir kutuya konulur ve bu iki ambalaj arasına emici ve koruyucu başka maddeler yerleştirilir.

d) Boyayıcı olmayan kuru tozlar; maden, tahta, dayanıklı plastik madde veya kartondan kap, kutu, torbaya bunlar da yukarıda sayılan maddelerin birinden yapılmış ikinci sağlam bir ambalaja yerleştirilir.

e) İlgili Bakanlıklarca gönderilmesine izin verilen ve tehlikeleri önlenmiş bulunan arı, ipekböceği ve sülükler ile canlı böcekler, kapsamı korunacak ve kişiler için tehlike oluşturmayacak şekilde ambalaj edilir. Bu tür gönderilerin üzerine canlı hayvan-live animals ibaresini taşıyan etiket yapıştırılır veya bu ibare belirgin bir şekilde elle yazılır.

f) Selüloitten yapılmış her türlü maddelerle, yanabilen filmler ağızları sıkıca kapatılmış teneke veya plastik kutulara ve bu kutular da oynamayacak şekilde bir başka kutuya yerleştirilir. Üzerlerine ve yollama kağıtlarına “Selüloitdir, ateşten ve ışıktan uzak tutulacaktır.” ibaresini taşıyan etiket yapıştırılır veya bu ibare belirgin bir şekilde elle yazılır.

g) Radyoaktif maddeleri gönderebilecek yetkili kurumlar Genel Müdürlükçe bildirilir. Radyoaktif madde kapsayan gönderilerin üzerlerine; radyoaktif madde-radioactive material ibaresini taşıyan ve ambalajın çıkış yerine iadesi halinde üzeri resen çizilecek olan beyaz renkte bir etiket yapıştırılır. Bu gönderiler Uluslararası Atom Enerjisi Ajansının tavsiyelerine uygun olarak ambalajlanır. Göndericinin, iç ambalaj üzerinde kendi ad ve adresi ile birlikte gönderi kapsamını da belirtmesi gerekir.

(2) Kapsamında acil ilaç veya numunelik kimyasal madde bulunan gönderiler, birinci fıkrada belirtildiği gibi ambalajlanmakla beraber, kabul formu ve ambalaj üzerine belirgin şekilde acil ilaç veya numunelik kimyasal madde ibaresi yazılır veya varsa buna ait etiket yapıştırılarak kabul edilir.

Ambalajsız kabul etme

MADDE 16 – (1) Aşağıda yazılı olan hallerde gönderiler ambalajsız olarak kabul edilebilir:

- a) Ayrılıp dağılmayacak şekilde iç içe giren veya bir araya getirilen maddeler,
- b) Ticarete ambalaj edilmeleri mutad olmayan tek bir parçadan ibaret maddeler.

Değer konulmamış gönderilerin tertip ve ambalajı

MADDE 17 – (1) Ambalajı bez torba veya çuval olan gönderilerin ağızları, kapsamına müdahaleye izin vermeyecek şekilde emniyet aparatıyla kapatılır.

(2) Ambalajı bez torba veya çuval olmayan değer konulmamış gönderiler hariç olmak üzere diğer gönderilere Genel Müdürlükçe uygun görüldüğü durumlarda aparat takılır.

Değer konulmuş veya sigortalı gönderilerin tertip ve ambalajı

MADDE 18 – (1) Değer konulmuş veya sigortalı olarak postaya verilmek istenen gönderiler için 14 üncü, 15 inci ve 16 ncı maddelerde belirtilen ambalaj kuralları uygulanmakla beraber, kullanılacak ambalaj, emniyet aparatı veya malzemesi ile kapama usulü Genel Müdürlükçe belirlenir.

Adli tıp gönderilerinin ambalajı

MADDE 19 – (1) Adli makamlar tarafından tahlil ve incelenmek amacıyla adli tıp ve benzeri yerlere gönderilen maddelerin kabul edilebilmeleri için, bu maddelerin 14 üncü ve 15 inci maddelerde öngörülen kurallara uygun olarak ambalajlanması gerekir.

(2) Ayrıca;

a) Gönderilecek örnek maddeler fiziksel özelliklerine uygun naylon, plastik, bez torba, şişe, kavanoz veya madeni kutu gibi ambalaj içine konur.

b) Gönderilecek ambalajın türü fark etmeksizin, örnek maddeler mutlaka naylon torba içerisine konur.

c) Gönderilerin boş kalan yerleri, uygun dolgu malzemesi konulmak suretiyle doldurulur.

ç) Adli tıp gönderileri değer gösterilmeden postaya verilse dahi, değer konulmuş veya sigortalı gibi tertip ve ambalaj edilerek emniyete alınır ve değer konulmuş veya sigortalı gibi işleme tabi tutulur.

Adreslerin yazılması

MADDE 20 – (1) Gönderi üzerine veya bu gönderilere bağlanacak etiketlere, alındı veya tevdi listesine, kabul formuna, yurt içi gönderilerde gönderici ve alıcının adı, soyadı, varış yeri adı, posta kodu ile birlikte kendisini bulmaya yarayacak adres bilgileri tam ve okunaklı bir şekilde; yurt dışı gönderilerde ise varış ülkesinin adı mutlaka latin harfleri ile gönderici tarafından yazılır.

Gönderilerde göndericinin adı, soyadı ve tam adresinin yazılması zorunludur. Gönderilerin adresleri silinti, kazıntı veya ilave yapılmadan ve silinmeyecek veya dağılmayacak şekilde yazılır.

(2) Varış yeri adı ile aynı veya benzeri başka yerler bulunduğunda veya gönderilerin ilçeden daha küçük bir yere gönderilmesi halinde, adreste varış yerinin altına veya yanına bağlı bulunduğu il ve ilçe adı yazılır. Yurt içinde Türkçe'den başka dillerde yazılı adresler taşıyan gönderiler kabul edilmez. Üzerlerinde birden fazla alıcı ad veya adresi bulunan, aynı alıcıya ait birden fazla teslim yeri gösterilen ya da alıcı adresleri rumuzla yahut ad ve soyadlarının baş harfleriyle yazılan gönderiler de kabul edilmez. Özel sözleşmeli müşterilerin gönderileri üzerinde birden fazla alıcı ve adres bulunabilir.

(3) Ambalaj, zarf veya etiket üzerinde servise ait yazı ve işaretlerin yazılması ile etiketlerin yapıştırılması için yeterli alanın bulunması zorunludur.

(4) Yurt içinde herhangi bir adrese gönderilmek üzere postaya verilmek istenen, ancak gönderici adresi olarak yurt dışında bir adres gösterilen gönderiler kabul edilmez.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KABUL İŞLEMİNİN KONTROLÜ

Kabul kontrol işlemleri

MADDE 21 – (1) Kabul formu, alındı veya tevdi listesi üzerinde gönderici ve alıcının ad ya da unvanları ile adres ve telefon, GSM, e-posta gibi iletişim bilgileri ile ek hizmet ve gönderici talimatının bulunup bulunmadığı, gönderi kapsamında bulunan eşyanın türü ve miktarını gösterir ayrıntılı dökümünün kabul formu, alındı veya tevdi listesi üzerine yazılıp yazılmadığı kontrol edilir ve varsa eksiklikleri tamamlattırılır.

(2) Köy dağıtımına tabi veya mutemet vasıtasıyla teslim edilecek ya da içlerine serbestçe girilemeyecek yerlere kargo ve kurye gönderisi yollanmak isteniyorsa, gönderinin gecikmesinde PTT'nin sorumlu olmayacağı kabul sırasında açıklanıp kabul formu, alındı veya tevdi listesi üzerine göndericinin imzası alınarak ihtirazi kayıtlarla kabul edilir.

(3) Kapsamında haberleşme niteliğinde yazı ya da doküman bulunan kurye gönderilerinin kapalı olarak getirilmesi halinde de kabulü yapılır.

(4) Sigortalı veya değer konulmuş, ödeme şartlı ya da yasak madde bulunduğundan kuşku duyulan gönderiler ile Cumhurbaşkanı, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı, Başbakan, Bakanlar, Siyasi Parti Genel Başkanları, Genel Kurmay Başkanı ve Kuvvet Komutanlarına yollanan gönderilerin tamamının kontrol edilmesi zorunludur.

(5) Kapsamında eşya bulunan bütün gönderilerin kapsamaları kontrol edilmekle birlikte, resmi kurumlar ile kapsamında 5584 sayılı Posta Kanununun 41 inci maddesinde belirtilen yasaklara uymayı yazılı olarak taahhüt eden tüzel kişi ve ticaret unvanıyla çalışan gerçek kişiler tarafından yollanan gönderilerin kapsamaları açılmadan kabul edilir. Bu durumda sorumluluk resmi kurum ve tüzel kişiliği birinci dereceden yetkili kişiye ya da gerçek kişiye aittir.

(6) Yurt dışına yollanan gönderiler için göndericiler tarafından gümrük beyannamesi doldurulur.

Kabul işlemleri

MADDE 22 – (1) Kabul edilen gönderiler için göndericiye alındı belgesi verilir. Çok sayıda toplu olarak postaya verilen gönderiler, usulünce iki nüsha olarak düzenlenen toplu gönderiler tevdi listesi veya kabul listesine kaydedilir. Bu gönderiler, tevdi veya kabul listesine tarih damgası tatbik edildikten sonra imzalanarak bir nüshası göndericiye verilir.

Değer konulmuş veya sigortalı gönderilerin kabulü

MADDE 23 – (1) Göndericiler tarafından konulan değer veya sigorta bedeli, ambalajın adres bulunan yüzeyine, ayrıca kabul formu, alındı veya tevdi listesinde değerli veya sigortalı kelimesinin altına veya yanına rakam ve yazı ile Türk Lirası; yurt dışı gönderilerde ise Özel Çekme Hakkı veya konvertibl para cinsinden biriyle silinti, kazıntı ve ilave yapılmadan mürekkeple veya yazı makinesi ile yazılır. Kullanılacak para birimi Genel Müdürlükçe belirlenir.

(2) Gönderiler, zarf veya kutu içerisinde verilecek ise zarf veya kutunun ek yerleri ile kabul formuna, kabul veya tevdi listesinin düşünceler bölümüne gönderici imzası alınarak emniyet bandı yapıştırılır.

(3) Gönderiler, özel emniyet zarfı ya da poşeti içerisinde gönderilecek ise özel emniyet zarfının ya da poşetin seri numarası kabul formu, alındı veya tevdi listesinin ilgili bölümüne yazılır.

(4) Gönderilerin bez torba içerisinde verilmesi halinde, torba ağzına emniyet aparatı takılır. Kabul formu üzerinde gönderici imzası bölümüne, alındı ya da tevdi listesinin ilgili bölümüne emniyet aparatının numarası yazılır. Adli gönderiler, ilgili mevzuatı gereği kapama ya da bağlama şekliyle kabul edilir.

Adresten kabul

MADDE 24 – (1) Genel Müdürlükçe belirlenen ağırlık, boyut ve hacme kadar olan gönderiler, göndericinin isteği üzerine belirtilen adresten tarifesinde belirtilen ücret

alınarak kabul edilir. Kabul formu, alındı ve tevdi listesi üzerinde gönderici adresinden kabul hizmetli olduğu gösterilir.

(2) Özel sözleşmeye dayalı müşteriler ve resmi kurumlar hariç diğer müşteriler tarafından postaya verilecek değer konulmuş veya sigortalı gönderiler ile kapsamında ticari eşya bulunan yurt dışı varışlı gönderilerin kabul işlemi PTT işyerinde yapılır.

Adreste teslim edilecek gönderilerin kabulü

MADDE 25 – (1) Genel Müdürlükçe belirlenen ağırlık, boyut ve hacime kadar adreste teslim edilecek olan gönderilerin kabulünde, tarifesinde gösterilen ücret alınır.

PTT işyerinde teslim edilecek gönderilerin kabulü

MADDE 26 – (1) PTT işyerinde teslim edilecek gönderilerin kabulünde, ücret tarifesinde gösterilen ücret alınır. Kabul formu, alındı veya tevdi listesi üzerinde “PTT İşyerinde Teslim” hizmetli olduğu gösterilir.

(2) Kabul formu, alındı veya tevdi listesi üzerinde ise; alıcının ad ya da unvanı ile birlikte adres yerine “PTT İşyerinde Teslim” hizmetli olduğu ibaresi ve alıcının telefon numarası veya e-posta adresi göndericiye yazdırılır. Ayrıca telefon ücreti alınmaz. Telefon numarası veya e-posta adresi belirtilmeyen “PTT İşyerinde Teslim” hizmetli gönderiler kabul edilmez.

Gidiş dönüş ücretli gönderilerin kabulü

MADDE 27 – (1) Gidiş dönüş ücretleri, kabul işyerince tarifesine göre alınır.

(2) Kabul işyerince “Gidiş Dönüş Ücretlidir” ibaresi; adres etiketi, alındı veya tevdi listesi ile gönderilerin ambalajı üzerine yazılır. Ayrıca gönderi üzerindeki bu ibareye tarih damgası tatbik edilir.

(3) Dönüşte kabul barkodu ile birlikte getirilen gönderilerin kabulü, ücret alınmadan diğer gönderilerde uygulanan usule göre yapılır. Alındı veya tevdi listesinin ilgili bölümüne PTT işyerince tarih ve kabul numarasıyla “Dönüş ücreti peşin alınmıştır.” ibaresi yazılır.

(4) Dönüşte ilk kademe ağırlığı derecesinde bir ağırlık fazlalığı var ise ağırlık farklılığı dikkate alınmaz.

(5) Kabulden sonra ücret tarifesinde değişiklik olması halinde, dönüşte ücret farkı talep edilmez.

Ek hizmetli gönderilerin kabulü

MADDE 28 – (1) Ek hizmetli gönderilerin kabulü aşağıda belirtilmiştir.

a) Alma haberi hizmeti: Alma haberli gönderilerin kabulü esnasında düzenlettirilerek gönderilerin ambalajı üzerine düşmeyecek şekilde iliştirilen alma haberi kartı, gerektiğinde varış merkezince de düzenlenir. Kabul işlemi tamamlanan gönderilerin alma haberi kartı üzerine barkot, varsa ödeme, değer ve sigorta bedeli de yazılarak çıkış merkezi damgası basılır. Gönderinin alma haberli olduğu kabul formu, alındı veya tevdi listesinin ilgili bölümünde gösterilir. Alma haber kartlarının iadesi kayıtlı olarak yapılır.

b) Ödeme şartlı hizmeti: Ödeme şartlı gönderilerin kabulünde ödenmesi şart koşulan bedel, kabul formu ve alındının ilgili bölümüne rakam ve yazıyla, alındı veya tevdi listesinin ilgili bölümüne sadece rakamla ödeme şartlı olduğu belirtilerek yazılır. Ayrıca, tahsil edilecek ödeme şart bedelinin yatırılacağı posta çeki numarası veya havale edilecek PTT işyeri kabul formuna, alındı listesine, tevdi listesine ve ambalaj üzerine yazdırılır.

c) Alıcının kendisine verilecek hizmeti: Alma haberli olmak kaydıyla alıcısının kendisine verileceği üzerinde belirtilen gönderiler, alıcıların bizzat kendisine teslim edilir. Bu hizmet ayrıca, kabul formu, alındı veya tevdi listesi ile alma haber kartı üzerine yazılır.

ç) Konutta teslim hizmeti: Gönderi postaya verildikten sonra gönderici veya alıcının talebi halinde uygulanır.

d) Kontrollü teslim hizmeti: Kontrollü teslim hizmetli gönderilerin kabulünde, kabul formu üzerinde özel işaretler bölümü ile alındı veya tevdi listesi ve ambalaj üzerine kontrollü teslim ifadesi yazılır. Gönderiler kapsam kontrolü yapılarak teslim edilir.

e) Ücreti alıcıdan tahsil hizmeti: Ücreti alıcıdan tahsil hizmetli gönderilerin kabulünde, kabul formu üzerinde özel işaretler bölümü ile alındı veya tevdi listesi ve ambalaj üzerine ücreti alıcıdan tahsil edilecektir ifadesi yazılır. Gönderinin alınmaması veya iadesi hallerinde kabul ve iade ücretlerinin gönderici tarafından ödeneceğine dair yazılı ve imzalı beyanı alınır.

(2) Postrestant hizmeti:

a) Postrestant ek hizmetli olduğu kabul formundaki özel işaretler bölümünde, alındı ve tevdi listesinde gösterilir.

b) Yurt dışı gönderilerin postrestant ek hizmet ücreti varış ülkesince alınır.

(3) Birinci ve ikinci fıkrada belirtilen ek hizmet türlerinden hangilerinin yurtdışı varışlı gönderilerde uygulanacağı, yurt dışı anlaşmalara göre belirlenir.

Gönderilerin kabulünde uygulanacak özel işlemler

MADDE 29 – (1) PTT işyeri olmayan yerlerde, değer konulmuş olmamak ve ağırlığı ile boyutları Genel Müdürlükçe belirlenen limitleri aşmamak şartıyla postaya verilmek istenen gönderiler, köy dağıtıcıları tarafından kapsamı görülerek, tartılıp ve ölçülerek kabul edilir. Köy dağıtıcıları, sefer sırasında kabul edecekleri gönderilerde kullanılmak üzere yanlarında gönderi kabul formu bulundurur.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ÜCRETLENDİRME ve ÜCRET ÖDEME YÖNTEMİ

Ücretlendirme işlemi

MADDE 30 – (1) Gönderilerin ücretlendirilmesi, gönderinin türüne, ağırlığına veya hacmine, değer konulmuş veya sigortalı olup olmadığına ve istenilen ek hizmetleri dikkate alınarak, ücret tarifesine göre yapılır.

(2) Gidiş dönüşlü gönderilerde, gönderinin türüne ve tarifesine göre gidiş dönüş ücreti alınır.

(3) Ücretler, genel olarak peşin alınmakla birlikte, sözleşmeye dayalı gönderiler ile ücreti alıcıdan tahsil edilecek ek hizmetli gönderilerin ücretleri, sözleşme şartlarına veya gönderici taahhüdüne istinaden peşin olarak alınmayabilir. Gönderilerden alınacak ücretler, sözleşme hükümleri ile belirlenebilir.

Ücret ödeme yöntemi

MADDE 31 – (1) Gönderilerin, ek hizmet ücretleri dâhil ücret tarifesine göre tahakkuk eden toplam ücreti; nakit, kredi kartı, posta çeki hesabı, posta pulu, resmi pul, PP abonesi olarak veya ücret ödeme makinesinden geçirilerek ve/veya vinyet ya da beyaz kağıda ücret tatbiki alınmak suretiyle tahsil edilir.

(2) PTT'ye ait tüm servis gönderileri ile Cumhurbaşkanının adını veya Cumhurbaşkanlığı başlığını taşıyan yurtiçi kargo ve kurye gönderileri ücretsiz olarak kabul edilir.

(3) Ücreti alıcıdan tahsil edilecek kargo ve kurye gönderilerinin ücretleri, teslim merkezince tahsil edilerek ilgili hesaba aktarılır.

Tekrar yollama ve iade ücreti

MADDE 32 – (1) Herhangi bir şekilde göndericisine iade edilen kurye gönderilerinden iade ücreti alınmaz. Ancak alıcı adresinin il bazlı olarak veya alıcı adının değiştirilmesi suretiyle tekrar yollanan ya da teslim edilen kurye gönderilerinden tarifesinde belirtilen ücret alınır. Sigortalı olarak tekrar yollanan kurye gönderilerinden sigortalama ücreti ayrıca alınır.

(2) Herhangi bir şekilde göndericiye geri verilmek üzere iade edilen, alıcı adresinin il bazlı olarak veya alıcı adının değiştirilmesi suretiyle tekrar yollanan ya da teslim edilen koli ve kargo gönderilerinden tarifesinde belirtilen ücret alınır.

Değer konulmuş olarak tekrar yollanan kargo gönderileri ile yurtdışı kolilerden değerlendirme ücreti ayrıca alınır.

(3) Yanlışlıkla bir yere gelmiş olan ya da zorlayıcı sebeplerle varış yerine götürülmemekle geri çevrilen gönderiler ile onbaşı dâhil onbaşya kadar olan asker ve jandarma eratına gönderilenlerin tekrar yollanması veya iade edilmesi durumunda tekrar yollama ve değerlendirme ücreti alınmaz.

(4) Yurt içinde değer konulmuş veya sigortalı olarak kabul edilmesi gereken maddeler, değer konulmamış veya sigortasız olarak kabul edilmez. Herhangi bir işyerinde bu tür madde kapsadığı ve değer konulmamış veya sigortasız olduğu görülen gönderiler için bir tutanak düzenlenir ve kapsam değeri gönderi üzerine yazılarak imzalanır. Teslim sırasında gönderi üzerine yazılacak değere göre iki kat değerlendirme ücreti alınır. İade edilmesi veya tekrar yollanması halinde iki kat değerlendirme ücreti ile varsa tekrar yollama ücreti ve değerlendirme ücreti göndericiden alınır.

(5) Ücreti alıcıdan tahsil ek hizmeti ile kabul edilen gönderinin alınmaması veya iadesi halinde kabul ve iade ücretleri göndericiden alınır.

(6) Gidiş dönüş ek hizmetli olarak kabulü yapılmış gönderilerin teslim edilememekle iade edilmesi ve göndericinin de talep etmesi halinde dönüş ücreti iade edilir ve varsa iade ücreti tahsil edilir.

(7) Gönderici, alıcısına teslim edilemediğinden veya başka sebeplerle geri gelen gönderilere tahakkuk eden ücretleri ödemekle yükümlüdür. Gönderici tarafından tahakkuk eden ücretlerin bekleme süresi içerisinde ödenmemesi halinde göndericiye içindekilerin satılacağı yönünde yazılı bildirimde bulunulur. Yazılı bildirimde bulunulamaz veya bildirimde bulunulmasına rağmen onbeş gün içerisinde gönderici ücreti ödemez ise gönderi teslim edilmeyerek içindekiler satılır ve alacaklara mahsup edilir. Bakiye alacak kaldığı takdirde genel hükümlere göre tahsil edilir. İdare, alacağından fazla bakiye elde ettiği takdirde 58 inci maddenin ikinci fıkrasına göre işlem yapılır.

(8) Teslim işyerine gelen yurt dışı çıkışlı değer konulmuş ve ödeme şartlı tüm gönderiler ile kapsamında eşya bulunan gümrüklenmiş gönderilerin herhangi bir nedenle alıcılarına teslim edilemeyerek iade işlemine tabi tutulması veya başka bir ülkeye sevkinin istenmesi hallerinde bekleme süreleri dikkate alınır ve varsa ardiye ücretine esas teşkil edecek süre belirtilir. Gönderiler, PTT tarafından sağlanan hizmetlere ilişkin olarak alınan gümrüğe sunma ücreti ile gümrük vergileri belirtilerek gümrükle olan ilişkinin kesilmesi için gümrüklemeyi yapan merkeze veya antrepoya gönderilir.

Gümrükleme merkezlerince, süresi içerisinde alıcıları tarafından alınmayanlar veya diğer sebeplerden dolayı iade edilmesi ya da başka bir ülkeye gönderilmesi gerekenlerin listesi yapılarak bir yazı ile gümrük idaresine verilir. Gümrük idaresinin izni alındıktan sonra yurt dışına gönderilmek üzere alıp-verme merkezine gönderilir.

(9) Yurt dışından gelen değer konulmamış bir gönderiden gümrükleme merkezince yapılan kontrol sırasında kapsamında para, altın, gümüş, platin, işlenmiş veya işlenmemiş değerli taşlar gibi elinde bulunduranın faydalanabileceği maddeler çıktığında değerlendirme ücreti alınarak teslim edilir. Teslim alınmaması veya iadesinin talep edilmesi halinde Gümrük İdaresinden izin alınarak varış ülkesinin kabul şartları doğrultusunda değer konulmuş olarak iade edilir.

Ardiye ücreti

MADDE 33 – (1) PTT tarafından belirtilen süre içinde PTT işyerinden alınmayan kargo gönderileri ile yurt dışı koliler, ardiye ücretine tabi tutulur.

(2) Ardiye ücretinin hesaplanmasında aşağıdaki esaslar dikkate alınır.

a) Haber kâğıdının bırakıldığı veya iletildiği durumlarda ikinci haber kâğıdının bırakıldığı veya iletildiği günden itibaren; postrestant, posta abone kutusu adresliler ve bekletilmeleri yazı ile istenenlerin ise geliş tarihinden başlamak üzere ücret tarifesinde belirtilen sürenin bitiminde teslim alınmadığı takdirde bu gönderilerden ücret tarifesinde yazılı ardiye ücreti alıcı veya göndericiden alınır.

b) Ardiye ücretine esas gün sayısı, kargo gönderisi ile yurt dışı kolinin bekleme süresi ve gönderici veya alıcının yazılı olarak belirttiği süre ile sınırlıdır.

Variş yerinde bekleme süresi sonunda idari personelinin ihmali nedeniyle iade edilmeyen gönderilerin normal bekleme süresinin bitimini takip eden günden itibaren işlemiş ardiye ücreti kusurlu personelden tahsil edilir.

c) Alıcının kusuru olmamak şartıyla, yurt dışından gelen koli ve APG'lerden, gümrükleme veya ithalle ilgili diğer işlemlerin yapılması sebebiyle geçecek günler için ardiye ücreti alınmaz.

ç) Alıcısına teslim edilemeyen gönderilerin ardiye ücreti göndericiden alınır.

d) Onbaşı dahil onbaşıya kadar olan asker ve jandarma eratına gönderilen kargoların belirtilen süre içinde ilgililerce variş ve çıkış yerlerinde teslim alınmamalarından dolayı ardiye ücreti alınmaz.

e) Geliş tarihinden sonra ücret tarifesinin ardiye ücretlerinde yapılacak değişiklikler alıcı veya göndericilere yansıtılmaz.

Kabulden sonra alınacak ücretler

MADDE 34 – (1) Gönderilerin kabulünden sonra alınacak tüm ücretler makbuz veya alındı belgesi yanında talep etmeleri halinde fatura ile tahsil edilir.

ALTINCI BÖLÜM

DAĞTİM, TESLİM İŞLEMLERİ ve BEKLEME SÜRELERİ

Dağıtım ve teslim işlemleri

MADDE 35 – (1) Adreste teslim edilecek gönderiler öncelikle alıcılarına ve varsa vekil ya da mutemetlerine, bunların bulunmaması halinde gönderiyi alma hakkı ve yetkisi bulunan vekil, mutemet, veli, vasi, kayyum, müdür, hizmetçi ile alıcıyla birlikte oturan, görünüşüne nazaran on sekiz yaşından aşağı olmayan ve bariz bir surette ehli-yetsiz bulunmayan aile efradından birine kimlik tespiti yapılarak imza karşılığı teslim edilir.

(2) PTT işyerinde teslim edilecek gönderiler, alıcılarına ya da yasal temsilcilerine kimlikleri tespit edilerek imza karşılığı teslim edilir. Gönderileri teslim alan, alıcının kendisinden başkası ise alıcının yasal temsilcisi olduğuna dair resmi ve geçerli belgeyi ibraz etmek zorundadır.

(3) Kontrollü teslim ek hizmetli hariç, gönderinin tesliminden önce varsa tahakkuk eden ücretler ile ödeme şartlı olanların bedelleri kendilerinden tahsil edilir.

(4)Yurt dışından gelen gümrük kontrolüne tabi gönderiler alıcısına gümrük işlemleri tamamlanmadan teslim edilmez.

(5) Gönderinin teslimi için adrese ilk defa gidildiğinde kimsenin bulunmaması halinde gönderinin adrese tekrar getirileceği hakkında birinci haber kâğıdı bırakılır veya diğer iletişim kanallarıyla haber verilir. Bir sonraki dağıtım günü tekrar dağıtıma çıkarılır ve alıcı yine adreste bulunmaz ise ikinci haber kâğıdı bırakılmak veya diğer iletişim kanallarıyla haber verilmek suretiyle gönderisini almak üzere alıcı, ilgili PTT işyerine davet edilir.

(6) Alıcısına kolayca ulaşılamayan veya içerisine serbestçe girilemeyen yerler adresli gönderiler aşağıdaki şekilde teslim edilir.

a) Resmi daire, dernek, kurum, şirket gibi tüzel kişiler adına gelen gönderiler bu kurumların atadıkları mutemet ya da yetkililerine, bu yerde çalışanlar adına gelenler de kendilerine, o anda bulunmaması halinde müdür ya da amirlerinden birisine,

b) İçlerine serbestçe girilemeyen fabrika, atölye, maden ocakları, otel, hastane, okul, öğrenci yurtları, ceza ve tutukevleri gibi yerlerde bulunanlar adına gelen gönderiler hemen ulaştırılması durumunda alıcıların kendilerine, ulaşılamaması durumunda mutemetlerine,

c) Subay ve erler adına gelen gönderiler, alıcıların kendilerine veya usulü dairesinde tayin edilmiş birlik mutemetlerine,

kimlikleri tespit edilip, sıfatları belirtilerek teslim edilir.

(7) PTT işyerinde teslim veya postrestant ek hizmetli olarak kabul edilen gönderiler ile alıcılarının adreslerinde bulunamaması sebebiyle teslim edilemeyen ve en yakın işyerine ihbarlanan gönderiler, alıcının veya göndericinin yazılı talebi üzerine ücret tarifesinde belirtilen ücretini ödemek kaydıyla adreste teslim edilir.

(8) Ücret tarifesinde belirtilen ek ücret alınmak kaydıyla kabul edilen kolay kırılır ve çabuk bozulur işaretli gönderiler, teslim esnasında alınması gereken ücretleri varsa tahsil edildikten sonra alıcı imzasının alınmasını müteakip kapsamları kontrol edilerek teslim edilir.

Teslimde ihtirazi kayıt

MADDE 36 – (1) Teslim sırasında alıcı, şüpheli bir hal bulunduğunu ileri sürerek gönderi kapsamının tespitini isterse, teslimine ilişkin imza işlemi tamamlandıktan; ödeme şartlı olması halinde ödenmesi şart koşulan bedel tahsil edildikten sonra bu isteği dağıtım sahasında alıcı haricinde bir tanık huzurunda açılarak yerine getirilir. Gönderinin dış görünümü itibari ile açılıp, kapatılmış veya hasar izi taşıyıp taşımadığı belirtilmek suretiyle alıcının ve tanık huzurunda açılan gönderilerden çıkan eşyanın ayrı ayrı cinsi, özelliği, miktarı ve eşyada görülen düzensizlikler tutanakla tespit edilir. Tutanağın bir nüshası gönderi alıcısına verilir ve tahsil edilen ödemeli bedeli iade edilmez.

(2) PTT işyerinde teslim edilecek gönderi, alıcının isteği doğrultusunda açılmak istendiğinde teslimine ilişkin imza işlemi tamamlandıktan, ödeme şartlı olması halinde ödenmesi şart koşulan bedel tahsil edildikten sonra alıcıyla birlikte en az üç kişiden oluşacak komisyon huzurunda açılarak, çıkan eşyanın ayrı ayrı cinsi, özelliği, miktarı ve eşyada görülen düzensizlikler tutanakla tespit edilir. Tutanağın bir nüshası gönderi alıcısına verilir ve tahsil edilen ödemeli bedeli iade edilmez.

(3) Bu maddenin birinci ve ikinci fıkralarında bahsi geçen hallerde PTT'nin sorumluluğunu gerektiren hasar veya eksiklik gibi bir durum ortaya çıktığı veya gönderici ya da alıcı tarafından bu tür bir iddiada bulunulduğu takdirde gönderici ya da alıcı, gönderi ambalajını ve içerisindeki şikayete konu eşyayı PTT'ye vermek zorundadır.

Hasar veya eksiklik saptandığı takdirde, PTT tarafından gerekli inceleme veya soruşturma yapılır.

(4) Taşıma sırasında hasara uğramış olup, tekrar ambalaj edilmiş olan gönderilerin durumu hakkında gönderici veya alıcıya teslimden önce bilgi verilir ve alıcı isterse, ödeme şartlı gönderilerde şart edilen bedel alınmadan önce, komisyon huzurunda açılıp kapsamı kendisine gösterilir. Bu durum bir tutanakla tespit olunur. Alıcı bu tür gönderileri teslim alıp almamakta serbesttir.

(5) Kontrollü teslim ek hizmetli gönderiler, teslimden önce ve alıcının huzurunda açılarak kapsam kontrolü yapıldıktan sonra varsa tahakkuk eden ücretler ile ödeme şartlı olanların bedelleri alıcıdan tahsil edilir.

Gönderilerin varış yerinde bekleme süresi

MADDE 37 – (1) Geldiği alıcıya haber kağıdı veya diğer iletişim kanallarıyla bildirilen kargo gönderileri ile yurt dışı koliler, haber verildiği tarihin ertesi gününden itibaren alınmak üzere PTT işyeri adresliler dâhil otuz gün, kurye gönderileri ile yurt dışı APG'ler yedi gün bekletilir. Gönderici ve alıcının talebi halinde bu süre uzatılabilir ya da kısaltılabilir.

(2) Alıcıya, geldiği haber kağıdı veya diğer iletişim kanalları yoluyla bildirildiği halde alınmayan gönderiler, birinci fıkrada belirtilen süre sonunda gönderici adresinin bulunduğu yere veya gümrük kontrolüne tabi ise ilgili gümrükleme merkezine veya antrepoya geri gönderilir.

(3) Gönderici, kargo gönderilerinin teslim edilemediğini kendisine bildirilmesini isterse bekleme süresi, teslim edilememe haberinin düzenlendiği veya iletildiği tarihten başlayarak kargo gönderileri için otuz gün, kurye gönderileri için onbeş günden fazla olamaz. Gönderici, teslim edilememe bilgisine bekleme süresi içinde karşılık vermez ise bu süre sonunda geri gönderilir.

(4) Alıcının adres bırakmaksızın başka yere gitmiş olduğu tespit edilirse veya alıcının adresi yanlış yahut alıcı gösterilen adreste bilinmiyorsa veya gönderiyi kabul etmiyorsa, gönderici talimatı da bulunmuyorsa gönderi bekletilmeksizin geri gönderilir.

(5) Başka bir yere taşınmış olan ve yeni adresi bilinen kimseler adına gelen gönderilerin, alıcısının yazılı bir isteği yoksa gönderici talimatına göre işlem yapılır. Gönderici talimatı veya alıcının yazılı isteği yoksa gönderi bekletilmeksizin iade edilir.

(6) Postrestant adresiyle gelen gönderiler, geldikleri tarihten başlayarak altmış günün sonunda alınmazsa çıkış yerine geri gönderilir.

(7) Bekletilmesi alıcı tarafından yazı ile istenilen gönderiler, postrestant adresli gönderiler gibi işleme tabi tutulur.

(8) Posta abone kutusu adresiyle gelen kargo gönderileri ile yurt dışı koliler, geldikleri tarihten başlayarak otuz günün sonunda, kurye gönderileri ile yurt dışı APG'ler yedi günün sonunda teslimi sağlanamazsa geri gönderilir.

(9) Ödeme şartlı gönderilerin alıcı adresine bakılmaksızın bekleme süreleri onbeş günden fazla olamaz.

(10) Alıcısı ölmüş olan veya bekleme süresi içinde alıcısı ölen gönderiler mirasçılarına teslim edilmez. Bu tür gönderiler için gönderinin yasal mirasçılara verilmesi ya da iadesi hususunda göndericinin isteği sorularak alınacak cevaba göre işlem yapılır. Cevap verme süresi otuz günü geçtiği takdirde iade işlemi gerçekleştirilir.

YEDİNCİ BÖLÜM

YASAKLAR

Haberleşme niteliğindeki yazılarda yasaklar

MADDE 38 – (1) Kargo gönderileri ile yurt dışı koli içlerine, kapsamına ilişkin satış fişi, fatura, irsaliye, makbuz, alındı, kullanım kılavuzu gibi doküman haricinde açık olsa bile mektup veya haberleşme niteliğinde yazılar konulması yasaktır. Ayrıca, haberleşme niteliğindeki yazılar kargo gönderileri ile yurt dışı kolilerin ambalajlarına yazılamaz. Kabul esnasında kapsamında veya ambalajında haberleşme niteliğinde yazılar veya mektup bulunduğu görülen kargo gönderileri ile yurt dışı koliler kabul edilmez. Bunların kabulden sonra görülmesi halinde açık ve kapalı mektuplardan ve haberleşmeye dair yazılar taşıyan diğer kağıtlardan ağırlıklarına göre iki kat mektup ücreti alınır.

Bu yazıların tahta, kumaş, kitap ve benzeri maddelerin üzerlerinde, sargı veya ambalajlarında bulunması halinde ise bunlardan kayıtsız bir mektubun ilk ağırlık kademesine göre iki kat posta ücreti alınır.

(2) Kurye gönderileri ile yurt dışı APG'ler hakkında birinci fıkrada belirtilen hükümler uygulanmaz.

Yasak maddeler

MADDE 39 – (1) Gönderilerin içinde aşağıdaki maddelerin gönderilmesi yasaktır.

a) Tabiat ve mahiyetleri veya ambalajları dolayısıyla kişileri tehlikeye düşürebilecek, posta gönderilerini kirletebilecek veya bozabilecek, parlayıp alevlenebilecek veya patlayabilecek nitelikte bulunan tehlikeli maddeler,

b) Bozulabilecek biyolojik maddelerle radyoaktif maddeler,

c) Afyon, morfin, kokain ve esrar gibi uyuşturucu maddeler,

ç) Üzerinde hakaret veya tezyif edici adres, yasak lakap, unvan ve deyimlerle genel edep ve töreye uymayan veya güvenliği bozucu ve suçu teşvik edici işaret, resim ve yazılar taşıyan gönderiler,

d) Kanun, tüzük ve kararlarla alınması, satılması, taşınması veya elden ele geçmesi yasak edilen her türlü maddeler,

e) Canlı hayvanlar ve böcekler,

f) Kurutulmuş veya başka suretle muhafazası sağlanmış olanlar dışındaki cansız hayvanlar ve böcekler,

g) Değer konulmuş veya sigortalı gönderiler dışında kalan gönderiler içine kağıt para, elinde bulunduranın faydalanabileceği her türlü değerli kağıtlar, madeni para, altın, platin ve gümüş külçeleriyle değerli taşlar veya bunlardan yapılmış eşya ve mücevher gibi değerli maddeler.

Yasak maddelerde istisnalar

MADDE 40 – (1) Gönderilerin içinde;

a) Tıbbi ve fenni bir amaçla gönderilen ve göndericilerin bu gibi yollamalara izinli buldukları resmi belgelerle belirtilen afyon, morfin ve kokain gibi uyuşturucular,

b) Arı, ipek böceği, sülük gibi ilgili Bakanlıklarca gönderilmesine yazılı izin verilen canlı böcekler,

c) Resmi kurumlarca incelenmek üzere adli tıba gönderilen insan, hayvan organ veya salgıları ile suç aletleri, tehlike ve zararları önlenmiş, canlının veya maddenin özelliğine uygun ambalaj edilmiş gönderilerin, resmi olmayan kurumlar tarafından gönderilmek istenmesi halinde resmi kurumlardan alınan yetki belgesi aslının kabul merkezinde alıkonulmak, kurum adı ile yetki belgesi tarih ve numarasının kabul formu ile ambalajı üzerine de yazılmak üzere,

kabul edilir.

(2) Uçakla taşınan yurt içi ve yurt dışı gönderilerde hava taşımacılığı kuralları ile sevk yoluna bakılmaksızın yurt dışı gönderilerde ayrıca ilgili ülke veya posta idarelerinin belirlemiş oldukları yasak, sınırlandırma ve istisnalar dikkate alınır.

Resmi daire ve kuruluşlar için özellik arz eden maddelerin kabulü

MADDE 41 – (1) Adli Tıp ve sağlık kurumlarına tahlil veya incelenmek amacıyla gönderilmek istenen insan, hayvan organ ve salgıları gibi fena koku ve mikrop yayabilecek maddeler istisna olarak kabul edilir.

(2) Birinci fıkrada belirtilen maddeler, resmi kurum ve kuruluşlar yanında yetkilendirilmiş özel kurum ve kuruluşlarca da gönderilebilir. Resmi kurum ve kuruluşlar dışında birinci fıkrada belirtilen yerlere yollanacak bu tür maddelerin kabulü için resmi dairelerin her defasında yazılı izni istenir.

(3) Birinci fıkrada belirtilen maddelerin gönderiler içinde kabul edilebilmesi için, ambalajda genel ve özel kurallara uyulmakla birlikte aşağıdaki hususlar göz önünde bulundurulur.

a) Gönderilecek örnekler, ilgili kurumca belirlenen özel ambalaj yanında genel ambalajlama kuralları da dikkate alınarak, ambalajın boş kalan yerlerine muhtelif dolgu malzemesi kullanılarak sabitlenir. Dış ambalaj üzerine bozulabilir, kokan maddedir veya açılması tehlikelidir gibi ibareler taşıyan bir etiket yapıştırılır ya da bu ibareler göze çaracak büyüklükte gönderi üzerine yazılır.

b) Değer konulmuş veya sigortalı olmasa bile, değer konulmuş veya sigortalı gönderilere ilişkin ambalaj koşullarına ayrıca uyulur.

(4) Herhangi bir nedenle yolda akan veya fena koku yayan bu gönderiler için tutanak düzenlenerek derhal mahalli mülki idare amirine bilgi verilir ve mülki amirin görevlendireceği ilgili kurum ve kuruluşun temsilcisi ile PTT personeli tarafından oluşturulacak komisyon alınacak karara göre işlem yapılır.

(5) Adli makamlar tarafından Adli Tıp ve benzeri yerlere gönderilen gönderiler herhangi bir nedenle yolda akar veya fena koku yayarsa görüldükleri yerde bir tutanak düzenlenir ve tutanağın bir nüshası ile birlikte en yakın Cumhuriyet savcılığına teslim edilir. Bu tutanağın bir örneği gönderici adli makama verilmek üzere çıkış işyerine yollanır.

Yasak maddelere uygulanacak işlem

MADDE 42 – (1) Kapsamında yasak maddeler bulunan, üzerlerinde hakaret veya tezyif edici adres, yasak lakap, unvan ve deyimlerin yazılı olduğu gönderiler kabul edilmez. Yanlışlıkla kabul edilmiş olanlar hakkında, tespit edildikleri yerde Posta Tüzüğü'nün 123 üncü maddesine göre işlem yapılır.

PTT'nin kabule mecbur olmadığı maddeler

MADDE 43 – (1) PTT kolayca kırılabilir, tabiatları gereğince kolayca bozulabilecek ve hasara uğrayabilecek ve fena kokular yayabilecek maddeleri kabule mecbur değildir. Gerektiğinde bu tür maddeler için özel ambalaj şartları tespit edilerek tebliğ edilir.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Sorumluluk

PTT'nin sorumluluğu

MADDE 44 – (1) PTT, gönderilerin kabulünden teslimine kadar geçecek süreçte Posta Kanunu, Posta Tüzüğü, Dünya Posta Birliği Kararları İcra Tüzüğü, ikili anlaşmalar ve bu Yönetmelikte belirtilen hallerde ve ancak belirlenen hadler içinde sorumludur.

(2) Gönderilere ilişkin yapılan sözleşmelerde belirtilen sorumluluk hükümleri saklıdır.

(3) Tabiat ve mahiyetleri bakımından hasar, kırılma, bozulma, kokma tehlikesi kuvvetli olan maddelerin gönderilmesinde, zararın bu yüzden ileri geldiği kabul olunur. Ancak gönderme sırasında alınacak özel tedbir için ek ücret alınmış ise PTT sorumludur.

(4) Türkiye'den gönderilen bir posta gönderisinin milletlerarası sözleşme ve anlaşmalara göre sorumluluk kabul eden yabancı bir memlekette kaybolması veya hasara uğraması halinde PTT ilgili yabancı memleketin vereceği tazminat derecesinde sorumludur.

Sorumluluktan kurtulma

MADDE 45 – (1) PTT,

a) Zarar veya hasar, zorlayıcı sebeplerden veya göndericinin yetersiz ambalaj kullanması, gönderilerin usulsüz tertip edilmesi gibi göndericinin kusurundan ileri gelirse,

b) Zarar veya hasar, gönderinin içindeki maddenin tabiatından kaynaklanırsa,

c) Gönderinin içinde yasak maddeler varsa,

ç) Zorlayıcı ve mücbir sebeplerle kayıtların ve belgelerin elden çıkması yüzünden gönderinin sahibine verildiğini ispat mümkün olmuyorsa ve sorumluluk da başka suretle tespit edilemiyorsa,

d) Değer konulmuş ve sigortalı gönderilerin içinde değerli bir şey bulunmadığı veya gönderiye hile ile gerçek değerinden fazla değer gösterildiği anlaşılırsa,

e) Gönderici, gönderilerinin postaya verildiği tarihin ertesi gününden başlayarak kanuni süre içinde başvurmamış olursa,

sorumluluk taşımaz.

(2) Hak sahibi tarafından, itirazsız kabul edilen gönderilerden PTT sorumlu değildir. Teslim alındıktan sonra zarar ve hasar hakkında yapılan başvurular kabul edilmez.

(3) PTT, bu Yönetmelik hükümlerine göre yok ettiği veya yetkili makamlara teslim ettiği gönderilerden dolayı sorumlu değildir.

Göndericinin sorumluluğu

MADDE 46 – (1) Taşınması kabul edilmeyen maddelerin yollanması veya kabul şartlarına uyulmaması nedeniyle gönderilerin hizmet sunumundan kaynaklanan bir kusur olmaksızın diğer gönderilere, görevli personele veya üçüncü şahıslara vereceği zararlardan gönderici sorumludur.

ÖZGEÇMİŞ

Mustafa AKYÜZ Kırşehir'in Çiçekdağı ilçesinde 1980 yılında doğmuştur. İlk ve orta öğrenimini Yozgat'ta tamamladıktan sonra Selçuk Üniversitesi Beyşehir MYO Turizm Rehberliği Bölümünü bitirerek 2001 yılında Turist Rehberliği kokartını almıştır. Serbest piyasada reklamcılık alanında çalışmış ve aynı zaman da Anadolu Üniversitesi AÖF işletme bölümüne kaydolmuştur. 2008 yılında Ptt kurumunda İzmir'de posta dağıtıcısı olarak çalışmaya başlamış ve işletme bölümünü tamamlamıştır. Halen Ptt kurumunda çalışmaktadır. Okan Üniversitesi İşletme Bölümünde Yüksek lisans tamamlamıştır. Evli ve bir çocuk babasıdır.