

## USB'DEN HABERLER

### KÜRESEL KRİZİN ETKİLERİNE KARŞI İNOVASYON

ABD'nin finans sektöründen başlayarak dünyaya yayılan ve diğer sektörleri de etkisi altına almaya başlayan küresel kriz karşısında, kuruluşların, yenilikçi hizmetlere odaklanarak gelir düzeylerini artırmaları ve finansal durumlarını güçlendirmeleri gerekiyor. Türkiye de bu gelişmeleri dikkate almak zorunda. Kuruluşlarımız yol haritalarını küresel gelişmelere göre belirlemeli, daha çok değer yaratan yenilikçi hizmetlere ve üst segmentlere odaklanmalı, maliyetlerini azaltmalıdır. Bunu yapabilen şirketlerin rekabet gücü artacak ve yeni fırsatlar yakalayacaklardır.

Türkiye'de işler kötüye gittiği zaman iş sahipleri mutlaka şu iki çözümden birini düşünmeye başlarlar. (devamı 2. sayfada)

### ASR TÜRKİYE OFİSİ DENETLENDİ

ASR Türkiye temsilcisi olan **USB**, 07 – 09 Temmuz 2008 tarihlerinde ASR Merkez Ofisi Baş Denetçisi Brad BUKOWSKI tarafından denetlendi. (devamı 4. sayfada)

### BRC ve IFS EĞİTİMİ

CMi Türkiye temsilcisi olan **USB'** de, İngiltere CMi Teknik Müdürü ve BRC-IFS uluslar arası onaylı eğitmeni Clive MANVELL tarafından 14-18 Temmuz 2008 tarihleri arasında BRC- IFS eğitimi düzenlenmiştir. (devamı 4. sayfada)

### USB KASIM VE ARALIK AYLARINDA DA EĞİTİMLERİNE DEVAM EDİYOR

Kasım ve Aralık aylarında gerçekleştirilecek eğitimlerimiz (devamı 4. sayfada)

### ASR LOGO KULLANIMI HAKKINDA BİLGİLENDİRME

Logo kullanımı ile ilgili bazı detaylar. (devamı 5. sayfada)

### AVRUPA BİRLİĞİ YAŞ MEYVE SEBZEDE PESTİSİT KALINTI LİMİTLERİ (MKS-Maksimum Kalıntı Seviyesi) DEĞİŞİYOR VE UYUMLULAŞTIRILYOR

Buna göre 01.09.2009 itibarı ile Avrupa Birliğine üye tüm ülkeler aynı MKS değerlerini kullanacak. Böylece ürün ihraç edilen her ülke için talep edilen MKS değerlerini takip etme zorunluluğu sona erecek.

Yeni MKS değerleri, etken madde ve ürün bilgileri

[http://ec.europa.eu/sanco\\_pesticides/public/index.cfm](http://ec.europa.eu/sanco_pesticides/public/index.cfm) web sitesinde mevcuttur.

Ancak lütfen dikkat! Çünkü CMi belgelendirme firması uzmanları 01.09.2009 tarihinden önce tescil edilmiş pestisitlerin hala üretildikleri ülkelerin yerel limitlerine tabi olduğunu belirtiyorlar. Yaş Meyve Sebze Avrupa Birliği Pestisit Kalıntı Limitleri (MKS-Maksimum Kalıntı Seviyesi) Değişiyor ve Uyumlaştırılıyor

Yani MKS değerleri, ancak 01.09.2009 yılından sonra üretilen pestisitler için geçerli olacak.

Konu ile ilgili gelişmeler oldukça bültenlerimizde bilgi vermeye devam edeceğiz.

## KÜRESEL KRİZİN ETKİLERİNE KARŞI İNOVASYON

ABD'nin finans sektöründen başlayarak dünyaya yayılan ve diğer sektörleri de etkisi altına almaya başlayan küresel kriz karşısında, kuruluşların, yenilikçi hizmetlere odaklanarak gelir düzeylerini artırmaları ve finansal durumlarını güçlendirmeleri gerekiyor. Türkiye de bu gelişmeleri dikkate almak zorunda. Kuruluşlarımız yol haritalarını küresel gelişmelere göre belirlemeli, daha çok değer yaratan yenilikçi hizmetlere ve üst segmentlere odaklanmalı, maliyetlerini azaltmalıdır. Bunu yapabilen şirketlerin rekabet gücü artacak ve yeni fırsatlar yakalayacaklardır. (1)

Türkiye'de işler kötüye gittiği zaman iş sahipleri mutlaka şu iki çözümden birini düşünmeye başlarlar:

- ✓ Ne yapalım da farklı bir ürün bulalım ve bunu piyasaya sürelim?
- ✓ Bu sektörde ekmek bitti, acaba hangi sektörde kârlılık iyi bunu öğrenelim de oraya yatırım yapalım.(2)

### **Şimdi harekete geçme zamanı**

Sektörde doğru adımları atan ve rekabet gücünü yüksek tutabilen kuruluşlar, durgunluktan çıkma dönemi geldiğinde doğacak fırsatlardan da daha iyi yararlanabileceklerdir.

### **Yeni İş Modelleri Geliştirmek**

Yeni bir ürün bulma konusu artık ne yazık ki pek çok sektör için eski cazibesini yitirmiş olan bir konudur. Her şeyden önce küreselleşen bir dünyanın ayrılmaz bir parçası olan Türkiye gibi orta gelir düzeyindeki bir ülkede bile hemen her sektörde piyasada bulunan ürün çeşidi ihtiyacımız olandan çok fazladır. İnsanların yeni bir çikolata markasına ya da yeni çamaşır makinesi çeşidine ihtiyaçları var mı?

Bu kadar yoğun bir ürün dünyasında mevcut ürünlerin sesini tüketiciye yeteri kadar duyuramazken kalkıp bir yeni ürün daha icat ederek bunu nasıl duyuracak, insanlara nasıl kabul ettireceksiniz? Kaldı ki ortalama düzeyde bir Türkiye şirketinin dünya yüzeyine "Radikal" ölçüde yenilikçi ve daha önce hiçbir yerde olmayan bir ürün sunma şansı nedir ki?

Oysa, bunun yerine yepyeni, bugüne kadar kimsenin aklına gelmeyen ama bir kez tasarlandığında piyasadaki tüketicilerin hayran olabileceği "İş modelleri" icat ederek kötü giden işlerinizi iyileştirebilirsiniz.

İş insanları birer mucit midir? Evet, çoğu zaman öyledir. Ama buluşlarını bilimin gelişmesi için yapmazlar. Onları icat etmeye teşvik eden şey kar etme amacıdır. Zaten inovasyonu icattan ayıran tek şey de budur. İnovasyon kar getiren yenilik demektir. O halde inovasyonun en önemli unsuru da kar etmektir.

Türkiye'de de Ar-Ge harcamalarına büyük bütçeler ayıran şirketlerin yanında mütevazı bütçelerle büyük işler çıkaran örnekler de var. İnovasyon çalışmalarından tatminkar geri dönüşümler alabilmek için sadece çok para harcamak yeterli olmuyor. Çok para harcanması durumunda inovasyonla ilgili aşırı beklentiler de ortaya çıkıyor.

İnovasyon yatırdığınız para ile doğru orantılı bir iş modeli değil. En iyi 10 iş kitabından biri olarak değerlendirilen The Strategy Paradox kitabının yazarı Michael Raynor, büyük bütçelerle hazırlanan projelerin aynı oranda kar getirmesini beklemenin genel bir trend olduğunu söylüyor. Halbuki Raynor, birçok karlı projenin mütevazı başlangıçlarla yola çıktığını anlatıyor. Ona göre asıl önemli olan piyasaları dikkatle değerlendirecek, gözlemleyecek akla sahip küçük bir bünye yaratmak. (2)

Rowan Gibson ise, inovasyondan kar etmek için tek bir anahtar sözcüğün olduğunu söylüyor, o da "heyecan". Gibson kullanıcıda heyecan yaratmak için aşamalı inovasyonun yeterli olmadığı görüşünde. Coca Cola'nın yeni lezzette bir kola yaratması, Gillette'in ek bir jilet çıkarması ya da BMW 3 serisinin yeni bir versiyonu, aşamalı inovasyona örnek olarak gösterilebilir. Bu tip inovasyonun geri dönüş sağlama konusunda ciddi bir potansiyel taşımadığını belirten Gibson, asıl inovasyonun kullanıcıda heyecan yaratan değer odaklı olması gerektiğine vurgu yapıyor. One göre Apple'ın iPhone'u tam da bu modele işaret ediyor. İnovasyon doğru algılandığında ve kurum kültürüyle özdeşleştiğinde kazandırıyor. (2)

### **İşinizi Yeni Baştan Yarattın**

Karsızlık bugün olduğu gibi gelecekte de iş dünyasının derdi olmaya devam edecek. Mesele piyasaya doğru gözle bakabilmekte, gelişmeleri doğru okuyabilmekte, değişimler karşısında kendini ve şirketini değiştirmeye gönüllü olmakta.

İçinde bulunduğumuz yıllar pek çok sektörde rekabetin şiddetlenerek arttığı, bazılarının da karlarında neredeyse tamamen yok olduğu ve o nedenle de iş sahipleriyle yöneticilerini kara kara düşündüren yıllar olmaya başladı. Hangi sektörde iş yapıyorsanız yapın rekabet ortamı daha da sertleşecek ama piyasaları koklayabilen ve bu tehlikenin farkında olanlar için kârsızlık dalgası bir gün mutlaka her sektörü vuracak olsa bile, bu sektörlerin içinde yeni karlılık alanları bulabilmek her zaman mümkün olacaktır.

Gelişmiş bir Türkiye ve güçlü şirketler için;

## **İNNOVASYON**

İnnovasyon, ülkelerin sürdürülebilir ekonomik büyümeyi yakalaması ve toplumsal refah ve yaşam kalitesini artırması için en önemli araçtır.

Türkiye dünyanın 16. büyük ekonomisi iken innovasyon endeksinde 53. sırada, patent sıralamasında ise 37. sıradadır.

Gelişmiş ülkelerle ve ticari rakiplerimizle aramızdaki farkı kapatmak ve öne geçmek için innovasyonun öneminin herkes tarafından anlaşılması gereklidir.

### **İnnovasyonla Başarıyı Yakalayan Türkler(3)**

Ufocu işadımı olarak bilinen Denizli' li Funika Holding'in patronu Osman Nuri Sözkese, tekstil sektörünün içinde bulunduğu zor durumu aşmak için farklı projeler geliştiren önemli bir girişimci. Örnek vermek gerekirse, hava şartlarına göre vücut ısısını koruyan kumaştan uzay pijamasına, dünyanın en serin kumaşından çift kişilik bornoza kadar ne ararsanız, onun icatları arasında.

Kurukahveci Mehmet Efendi ise tam anlamıyla inovatif düşüncesine örnek gösterilecek bir yapıda herkesten farklı olarak kahveyi öğütterek satması onu diğer satıcılardan farklı kılıyor.

İlk defa Türk insanının vücut yapısına göre blue jeans tasarlayarak farklılığını ortaya koyan Mavi, aynı uygulamayı diğer pazarlarda da gerçekleştirerek "perfect fit" kavramını yarattı.

İşte bize ait bir innovasyon daha... Özellikle İstanbul'un simgesi olan dolmuşlar nasıl trafikte boy göstermişti? Tarih sayfalarını karıştırdığımızda dolmuş fikrinin 1929 Dünya Ekonomik Buhranı'nın bir sonucu olarak ortaya çıktığını görüyoruz. Şöyle ki 1929 ekonomik krizi patladığında tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kepenkler bir bir kapanıyor, bütün esnaf gibi taksicilerde kara kara düşünüyordu. Cağaloğlu' nda lokanta işleten Aşçı Halit ise turistlerle ahbaplık kurdukça taksiciliğe de başlamıştı bu sıralarda. Fakat kriz döneminde kontak açmadan evinin yolunu tutuyordu. Daimi müşterisi Musevi bir işadımı işlerin bozulduğunu ve artık taksiye binemeyeceğini söyleyince Aşçı Halit, aynı yöne giden dört müşteriye saatin yazdığı ücreti paylaşmayı önerdi. Bu önerinin kabul edilmesiyle Nişantaşı – Eminönü dolmuş seferleri de başlamış oldu. Üstelik Aşçı Halit günlük servisini yaptıktan sonra boş yatmak yerine, Karaköy İskelesi'nin önüne gelip "5 kuruşa Taksim" diye bağırarak müşteri avına çıkıyordu. Aşçı Halit, Türkiye'de dolmuşçuluğun resmi başlangıcına imza atmıştı. Onu diğer şoförler ve hatlar arasında gidip gelen yüzlerce dolmuş izledi. Basit ama yenilikçi ve parlak bir fikir... Dolmuş doğdu, dolmuşlar doldu.(3)

Innovasyon hakkında A'dan Z'ye bilmek isteyeceğiniz her şey için aylık iş ve ekonomi dergisi olan Platin' in Ağustos sayısında yayınlanan "**50 Soruda İnnovasyon**" tam metni için [www.usb-tr.com](http://www.usb-tr.com) tıklayınız.(4)

Kaynak: (1)Deloitte Değerlendirme Raporu  
(2)Turkistime Dergisi  
(3)Şafak Altun, İnnovasyonla Başarıyı Yakalayan Türkler,  
(4)Platin Dergisi

## ASR MERKEZ OFİSİ DENETÇİSİ TARAFINDAN DENETİM

ASR Merkez Ofisi Denetçisi Brad BUKOWSKI 07 – 09 Temmuz 2008 tarihlerinde şirketimizde ASR prosedürleri doğrultusunda bir iç denetim gerçekleştirmiştir. Denetimde herhangi bir uygunsuzluk bulunmamıştır. USB' nin tüm denetçileri ISO 17021 standardının getirdiği yeni uygulamalar hakkında eğitim almıştır.

Denetim ve eğitim süresince belgelendirme sektöründeki gelişmeler ve yeni yayınlanan standartlar değerlendirilmiştir.



## USB de BRC ve IFS EĞİTİMİ

CMI Türkiye temsilcisi olan **USB'** de İngiltere CMI Teknik Müdürü ve BRC-IFS uluslar arası onaylı eğitimci Clive MANVELL tarafından düzenlenmiştir.

Türkiye'deki müşterilerimize daha etkin denetim hizmeti sunabilmek amacıyla BRC-IFS denetçi onaylama sürecimizin bir aşaması olan eğitim, 14-18 Temmuz 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.



## USB KASIM VE ARALIK AYLARINDA DA EĞİTİMLERİNE DEVAM EDİYOR

Kasım ve Aralık aylarında gerçekleştirilecek eğitimlerimiz:

### BAŞ DENETÇİ EĞİTİMLERİMİZ

05 – 09 Kasım 2008	OHSAS 18001:2007 Baş Denetçi Eğitimi
19 – 23 Kasım 2008	ISO 14001:2004 Baş Denetçi Eğitimi
26 – 30 Kasım 2008	ISO 22000:2005 Baş Denetçi Eğitimi
24 – 28 Aralık 2008	ISO 9001:2000 Baş Denetçi Eğitimi

**YER: İstanbul, İzmir, Ankara ve İzmit**

### HİJYEN DENETİMİ EĞİTİMLERİMİZ

01 Kasım 2008 / **İzmir**  
 11 Kasım 2008 / **İstanbul**  
 19 Aralık 2008 / **Bursa**

**Daha detaylı bilgi için lütfen bizi arayınız veya web sitemizi ziyaret ediniz.**

## LOGO KULLANIMI HAKKINDA BİLGİLENDİRME

ASR belgelendirme sürecinin başarıyla tamamlanmasına bağlı olarak kuruluşlar, Kalite/Çevre/İSG Yönetim Sistemi Belgelendirme Sertifikasını ve/veya logosunu; ürünlerinin tanıtım materyallerinde, yazışmalarında ve reklamlarında, ancak aşağıda belirtilmiş koşullarda kullanabilmek üzere yetkilendirilmiştir.

Belgelendirme kapsamının değiştiği durumlarda reklam materyalleri değiştirilmek zorundadır.

1) Herhangi bir tanıtım materyali (antetli kâğıt, fatura, kartvizit, pazarlama ve reklam amaçlı materyaller gibi) üzerinde ASR ve ANAB logosu kullanımı söz konusu olduğunda logonun yakınına veya kuruluşun uygun bulacağı bir alana hangi standarda göre belgelendirildiği belirtilmelidir. Örneğin;

**“ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgelidir”** içerikli bir ifade kullanılmalıdır.

2) ASR ve ANAB logosu kullanılan materyalde kuruluşun ürünlerini, süreçlerini veya hizmetlerini belgelendirdiğini veya onayladığı şeklindeki bir yanlış anlamaya yönelik ifade beyan etmemeli. Örneğin;

**“ISO 9001 Belgeli”** yanlış ifadedir. **“ ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgelidir”** içerikli bir ifade kullanılmalıdır.

3) Eğer kuruluş ürünlerini büyük ambalaj malzemeleri ile satış yapıyor ise bu malzemelerin üstüne logoyu tesisin belgeli olduğunu belirterek kullanabilir. Örneğin;

**“Bu ürün ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgesine sahip üretim tesislerinde üretilmiştir.”** içerikli bir ifade kullanılmalıdır.

4) Laboratuvar test kayıtlarına, kalibrasyon veya deney ekipmanlarına veya raporlarına ASR ve ANAB logosu kullanımı söz konusu olduğunda logonun yakınına veya kuruluşun uygun bulacağı bir alana hangi standarda göre belgelendirildiği belirtilmelidir. Örneğin;

**“ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgelidir”** içerikli bir ifade kullanılmalıdır.

5) Kuruluş, ASR ve ASR' nin Akreditasyon kuruluşu olan ANAB logolarını aslına uygun olarak ve tasarımını bozmayacak şekilde kullanılmalıdır.

6) **ANAB LOGOSU, ASR LOGOSU OLMADAN KULLANILAMAZ.** ANAB logosu ile ASR logosunun yerleşimi bitişik olmalıdır.

7) ASR logosu ANAB logosu olmaksızın kullanılabilir.

8) Belgelendirme anlaşmasının sona ermesi durumunda kuruluş Kalite/Çevre/İSG Yönetim Sistemleri Belgelendirme Sertifikasını ve ASR ve ANAB logolarını kullanmaya devam etmemelidir.

9) ASR/ANAB logoları kopyalanarak çoğaltılacak ise bu kopyalama:

a) kuruluşun ismi, adresi ve belgelendirme numarası ile birlikte olmalıdır

b) Logoların hatları net anlaşılabilir, ASR/ANAB logosunun boyutlarında bir bozulma olmamalı ve asıl logosunun boyutunu aşmamalıdır.

10) Akredite olmamış sertifikalarla ilgili ANAB logolu bilgilendirme yapılmamalıdır.

**Ulusal Sistem Belgelendirme Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Merkez Ofis:** Sinanpaşa Mah. Şair Leyla Sok. No: 13/5 34353  
Beşiktaş/İSTANBUL  
Tel: (212) 259 57 14, Faks: (212) 259 83 24  
E-posta: [info@usb-tr.com](mailto:info@usb-tr.com)

**Şube:** Hürriyet Bulvarı No: 4/1 D: 202 Kavala Plaza 35230  
Çankaya/İZMİR  
Tel: (232) 446 44 16, Faks: (232) 446 49 12  
E-posta: [izmir@usb-tr.com](mailto:izmir@usb-tr.com)

[www.usb-tr.com](http://www.usb-tr.com)

*“Ulusal ve Uluslararası pazarlar için,  
USB sizin çözüm ortağınızdır”*

**Nesrin SERİN,**  
Genel Müdür / Baş Denetçi  
[nesrinserin@usb-tr.com](mailto:nesrinserin@usb-tr.com)

**Semira ÖZEREN**  
Sistem Belgelendirme Uzmanı / Denetçi  
[semiraozeren@usb-tr.com](mailto:semiraozeren@usb-tr.com)

**Derya ÇETİŞKOL,**  
Gıda Güvenliği Belgelendirme Uzmanı / Baş  
Denetçi  
[deryacetiskol@usb-tr.com](mailto:deryacetiskol@usb-tr.com)

**Hakan Ozan ERZİNCANLI**  
Tarımsal Belgelendirme Uzmanı / Baş  
Denetçi  
[ozercincanli@usb-tr.com](mailto:ozercincanli@usb-tr.com)

**İsmail CARAN**  
Sağlık Sektörü Belgelendirme Uzmanı /  
Denetçi  
[ismailcaran@usb-tr.com](mailto:ismailcaran@usb-tr.com)

**Hakan BARTIN**  
Baş Denetçi  
[hakanbartin@usb-tr.com](mailto:hakanbartin@usb-tr.com)

**Barış ACAR**  
Gıda Güvenliği Denetçisi  
[barisacar@usb-tr.com](mailto:barisacar@usb-tr.com)

**Levent YILDIRIMER,**  
Teknik Uzman / Baş Denetçi  
[leventyildirimer@usb-tr.com](mailto:leventyildirimer@usb-tr.com)

**Demet BATU,**  
Finans ve İdari İşler Müdürü  
[demetbatu@usb-tr.com](mailto:demetbatu@usb-tr.com)

**Aykut ONKARDEŞLER,**  
Finans ve İdari İşler Uzmanı / Denetçi  
[aykuto@usb-tr.com](mailto:aykuto@usb-tr.com)