



Makale&Yorum

Konularının uzmanları her gün bu sayfada sizlerle...

Veri, gözümün önünde



YENİLEŞİM

Edip Emil Öymen

@EdipEmil

Google Gözlüğü henüz resmen satılmıyor. Halen ABD'de ve İngiltere'de deniyor. Ancak, çözülmesi gereken hukuki sorunlar var: Bu gözlük, ses / görüntü kaydı yapma, bunları internet üzerinden iletmeye özellikleri nedeniyle büyük bir mahremiyet tartışmasının odağında. Tartışma, hukukun ince ayar çalıştığı ülkeler için geçerli elbette. Hukuk çözüm bekleyedursun, gözlüğün sunduğu olanaklar, şimdiye kadar sadece bilimkurgu filmlerinde rastlanan türden. Yenilikçi fikir üretmeler için ideal bir konu. Özellikle eğitimle ilgili kullanım alanları da-

ha şimdiden deney konusu. ABD'den üniversite-sanayi işbirliğine düzinelemlerle örnekten birkaçı:

■ California Ü. Annenberg İletişim Okulu hocası Robert Hernandez, gözlüğün habercilik-iletişimde kullanılmasını sağlayacak yazılım geliştirmek amacıyla 15 haftalık bir hakaton düzenliyor. Bu hakaton, üniversite son sınıf öğrencilerine "Gözlük Gazeteciliği" (Glass Journalism) dersi olarak sunuluyor. (Hakaton: Yazılımcılar, bir bilişim uygulamasına kod yazmak için sınırlı bir sürede hız yarışına girer. Böylece ortaya, yenilikçi çözümler çıkar).

■ Syracuse Ü. Newhouse İletişim Okulu hocası William Ward, gözlük kullanılarak sosyal medyanın nasıl daha etkin hale getirileceğini araştırıyor öğrencileriyle.

■ Northeastern Ü. hocaları Rupal Patel ve Stephen Intille, 2013-14 akademik yılında gözlüğe yazılım geliştirmek üzere öğrencileri seferber etti. Hedefleri, tedavi edilemeyen tıbbi sorunların, kişinin yaşam kalitesini bozmadan, hatta daha iyileştirerek yönetilmesini sağlamaktı. İyi göremeyen, iyi duymayanlar için Google Gözlüğü

bugüne kadar sadece hayal edilen yeni kullanımlar sağlayabilecek.

■ Brigham Young Ü. hocası Michael Jones, duyma özürülülerin, kendileriyle işaret diliyle iletişimlerini göremedikleri ortamlarda, bu işi gözlüğe aktarma yazılımıyla meşgul. Örneğin, planetarium gibi, veya geceleyn astronomi gözlemi gibi, ileriye doğru bakmak gereken, bu nedenle iletişimciyle göz teması kurmanın mümkün olmadığı yerlerde Google Gözlüğü'nde açılacak bir ekranda kişi, "anlatılanları" görebilecek.

■ U. Wisconsin-Madison finans hocası Michael Gofman, öğrencilerin yazdıkları ödev-makaleleri, bu gözlüğü takarak okumaya başladı. Hem okuyor, hem konuşuyor. Bu arada öğrenciye, geribildirim videosu hazırlıyor. Zamandan tasarruf, hem de nasıl! Ayrıca, öğrenci, hocanın "gösterdiği" hataları, videoda hopgörüyor. Öğrenci-hocailişkinin bundan daha ala bir geribildirim, ikisinin aynı odada konuşmasıyla mümkün. Oysa şimdi hoca, çok sayıda öğrencisiyle böyle iletişim kuruyor. O da memnun, öğrenci de...

Google Gözlüğü, başka yenilikçi teknoloji şirketlerini benzer ama

farklı ürünler tasarlamaya teşvik etti. Örneğin, Milano şirketi Vidiemme Consulting ve New York'ta İtalyanların kurduğu Rokivo, Google'la ilgisi olmayan ama benzer bir gözlük yarattı.

La Stampa'nın projesi

Başarılarını İtalyan Başbakanı Matteo Renzi'ye göstermek için İtalya'nın önemli gazetesi La Stampa'nın yönetmeni Mario Calabresi'yle bir proje yaptılar. Calabresi, bu gözlüğüyle başbakanlığa gitti. Gidişi, binaya girişi, başbakanla (onun önceden izniyle) yaptığı mülakat La Stampa TV'de yayımlandı. Yarım saatlik programda soruları soran Mario'yu görmüyoruz, sesi duyuyoruz. Ama yanıtlayan Matteo'yu görüyoruz.

Hatta bir ara başbakan, balkon kapısını açıyor, birlikte balkona çıkıp şehre bakıyorlar. Biz de Mario'yu görüyorsun, onu görüyoruz... Bu yayın, TV yayıncılığında yepyeni bir tarz, üslup, teknik ve içeriğin doğuşunun ilk örneklerinden sayılacak. Ortada tv ekibi yok. Sadece bir gözlük var, ses ve görüntü kaydeden, stüdyoya, ekrana ileten...

Azerbaycan, Türkiye ve Demir İpek Yolu



KÜRESEL BAKIŞ

Murat Yülek

myulek@aya.yale.edu

Azerbaycan ile Türkiye arasındaki ilişkiler Avrupa bölgesindeki en önemli etkilerden birisini oluşturuyor. İran'daki 40-50 milyonluk Azeri nüfusu da düşündürsek Türkiye-İran ilişkilerinin de bu eksenin önemli bir tümlayici olduğu düşünülebilir. Azerbaycan ve İran, Asya kitlesi ile Türkiye arasındaki en önemli bağlantı noktası; Türkiye de bu iki ülkenin Avrupa'ya açılma kapısı durumunda. Bunlara ek olarak, Kafkas ekonomik coğrafyasında lojistik açıdan Gürcistan da Türkiye-Azerbaycan-İran'la birlikte anahtar bir tümlayici. Azerbaycan topraklarının yüzde 30'unu işgal eden Ermenistan'ı öntümüzdeki aylarda ve 2015'de zorlu bir yıl bekliyor. Ermenistan, işgalden dolayı bölgedeki BTK ve boru hattı projelerinden dışlanıyor. Kendi ekonomik geleceğine bu kadar kayıtsız kalan bir yönetimin mantığını anlamak çok zor.

Rusya'nın isteği...

Türkiye açısından bölgenin son derece önemli bir oyuncusu olan Rusya, Ermenistan'ı kendi yürüncesinde tutmak için büyük meblağlı mali yardımlar yapmak ve Beyaz Rusya'dan sonra en ucuz doğalgazı sattığı Ermenistan'ın bu ayrıcalığını devam ettirmek istiyor. Rusya açısından bu öncelikler Kırım ve Ukrayna hadiselerinden sonra daha da kritik hale geldi. Ancak, Rusya'nın ambargolardan ve petrol fiyatlarının düşüşünden sonra ekonomisinin zayıflaması ve devaletler Rusya'nın desteğiyle daha zor veya en azından kısıtlı ve maliyetli hale getirecek. Öte yandan, Rus ekonomisindeki zayıflama, bu ülkede yaşayan Ermenilerin Ermenistan'a yolladıkları para miktarlarını da şimdiden azaltmaya başladı. Türkiye ile Azerbaycan arasında çok boyutlu ekonomik ilişkiler bulunuyor. Bunlar arasında ticaret ve karşılıklı yatırımlarla birlikte Şahdeniz ortaklığı ve mevcut ve TANAP gibi yeni boru hattı projeleri bulunuyor. Ancak bu ilişki ve ekonomik/ticari işbirliğinin en önemli ayaklarından bir tanesi de Bakü Tiflis Kars tren yolu bağlantısı projesi.

Tamamlanması geciken projenin 2015'de açılması planlanıyor.

Bu projeyi Azerbaycan-Türkiye ve Gürcistan'ı birbirine bağlayan basit bir proje olarak görmüyoruz. Rusya ve Kafkasya'yı Türkiye'ye ve üçüncü ülkelere bağlayan bir bağlantı projesi değil BTK.

BTK, Çin'i Avrupa'ya bağlayan 'Demir İpek Yolu'nun eksik halkası. Hem Türkiye hem de Azerbaycan liderlerinin stratejik olarak üzerinde durduğu bir nokta bu. Ancak asıl üzerinde durulması gereken şey demir ipek yolunun nasıl canlandırılacağı. 16. yüzyılda kapanan İpek Yolu hem Mısır'ı da topraklarına katan Osmanlı İmparatorluğu hem de Azerbaycan başta olmak üzere Orta Asya ülkeleri açısından önemli bir ekonomik kayıptı. Coğrafi keşiflere ortaya çıkan 'yeni dünya düzeninin' kaybedenleri bu ülkeler olmuştu. Trilyon dolar seviyesindeki Çin / Asya-Avrupa ticaret hacminin neredeyse tamamını deniz yolu üzerinden gerçekleştiriyor bugün. Ancak deniz yolu ile demiryolu mesafeleri arasındaki fark çok büyük. Eğer gümrük geçişleri, ray farklılıkları olmasa ve demiryolu altyapıları canlandırılrsa bu ticaret tekrar karaya dönecek ve Asya ülkeleri için yeni bir canlanma vesilesi olacak.

Çin ve Kore Başkanlarını Avrasya yakınlaşması / İpek Yolu projelerine dayalı söylemlerinin önemli bir boyutu da demiryolu ticaretine olabilir. Çin, diğer taraftan 21. yüzyıl Demir İpek Yolu projesi üzerinde çalışıyor. Yunanistan, Portekiz de dahil Avrupa ülkelerindeki yatırımlarına ilave olarak Çin, Asya ülkelerinde de yatırımlar yapıyor. Bunların içinde, Çin'in en çok önem verdiği Güney Asya ülkelerinden olan, Sri Lanka'daki büyük çaplı liman yatırımları da bulunuyor. Yani, 'Demir İpek Yolu'nun' rakipleri az değil. İyi haber; BTK'yı tümleyecek ve güçlendirecek ve demir ipek yolunun önemli bir unsuru haline getirebilecek projeler yavaş yavaş kararlaştırılıyor veya gerçekleştiriliyor. Türk Keneşi (Türk Konseyi) Devlet Başkanları Zirvesi'nde desteklenen, Aktau ve Türkmenbaşı limanlarının geliştirilmesi ve Azerbaycan'da yeni bir limanın kurulması projeleri BTK projesini güçlendirecek. Ancak BTK projesinin rakipleri de var. Haklı olarak Rusya da Asya-Avrupa kara ticareti güzergahını kendi ülkesine, Trans-Sibirya Hattına almak istiyor. Hatta, Rus Demiryolları İdaresi ile Deutsche Bahn'ın ortaklığıyla 2008 yılında kurulan Trans-Eurasia Logistics şirketi, Rusya-Avrupa hatlarına ilave olarak açtığı Duisburg ve Hamburg ile Çin (Chonging) arasındaki hatlarda, Kazakistan ve Rusya üzerinden haftada 7 tren işletiyor.

En yenilikçi şehrimiz hangisi?



VERİDEN BİLGİYE

PROF. DR. ALI ARGUN
KARACABEY
akaracabey@ankara.edu.tr

1957 yılında kurulan Küresel Yenilikçilik Yönetim Enstitüsü (EADA) yaratıcılığın kârlı bir biçimde hayata geçirilmesi olarak tanımladığı yenilikçiliği bir şirketin performansına doğrudan etki yapan ürün, süreç ve örgüt modellerinin yaratılmasına dair olduğunu belirtmektedir. Bu Enstitünün internet sayfalarında enstitünün üyelerinden Xavier Ferras Hernandez tarafından yazılan ilgi çekici bir yazı var: "Altıncı Dalga: Yaratıcı Şehirlerin Yükselişi."

Altıncı dalga...

Altıncı dalga ya da yenilikçiliğin bugün ulaştığı son dalga da diyebiliriz buna, yenilikçiliği küçük ülke, küme veya yerleşim merkezlerinde yoğunlaştığı ifade ediyor. Altıncı dalga üzerinde daha fazla durmadan önce ilk beş dalganın neler olduğuna bir bakalım.

Yenilikçiliğin kamu Ar-Ge harcamalarına, özellikle de askeri harcamalara dayanan ve soğuk savaşın bitişine kadar devam eden ilk dalga, piyasa güçleri tarafından tetiklenen yenilikçiliğin yer aldığı ikinci dalga izliyor. Bu dalgada yenilikçilik şirketlerin Ar-Ge ve/veya pazarlama birimlerinin sorumluluğu altında. Üçüncü dalga ise şirketlerin bir iki biriminin yenilikçiliğe kaynak ve zaman ayırmasının yetmediği, şirketin bir bütün olarak yenilikçiliğe yöneldiği veya yazarın ifade ettiği "bütün örgütün bir yenilikçilik sistemine dönüştüğü" dalgayı ifade ediyor. Bu dalgayı, yenilikçiliğin şirket bünyesinden tedarik zincirinin bütününe yerleştiğinden dördüncü dalga takip ediyor. Bu dalgaya göre nihai tüketici açısından şirketin yenilikçilik kapasitesi zincirdeki en zayıf halkanın yenilikçilik kapasitesi tarafından belirleniyor. Küreselleşme ve internet teknolojilerinin gelişimi yenilikçiliğin beşinci dalgasını şekillendiriyor. Artık bu dalgada dünyanın herhangi bir köşesinde herhangi bir sektörde meydana gelen gelişme veya yenilikçiliği her-

hangi bir şirketi etkiler ve onun tarafından kullanılabilir hale gelmiştir. Bu aşamada yenilikçiliğin alanı küresel ekonomi olmuştur. Uluslararası krizlerden sonra ise yeni bir fenomenin ortaya çıktığı, yenilikçiliğin sanki bazı lokasyonlara bağlı olduğu belirtiliyor. İşte bu durum yenilikçiliğin son dalgasını, altıncı dalgayı meydana getiriyor. Yazıda yenilikçiliğin yerleştiği yerel ekosistemlere örnek olarak da Boston, Tel Aviv, Helsinki, Seul, Singapur ve Barselona verilmiş.

Daha fazla yenilikçilik...

Yenilikçiliğin yerel ekosistemlere ihtiyaç duymasının nedenleri arasında, yenilikçiliğin daha fazla yenilikçiliği doğurması (yerçekimi etkisi), bu yerleşimlerde var olan girişimcilik kültürü, kamu tarafından bu bölgelerde sağlanan güvenilir, uzun vadeli istikrara sahip bir ortam sayılır.

Kısaca özetlemeye çalıştığım 6 dalga bu şekilde. Fikir bence rahat-sız edici olmakla birlikte ne yazık ki doğru. Yenilikçiliği, ülke, şirket veya departman bazlı düşünmenin

artık olası olmadığına bende katılıyorum. Aynı ülke içinde yaşamının da yenilikçiliğin gerektirdiği kültürü ve yapıyı, homojen bir biçimde ülkenin her yanına yaymaya yetmediğini de açıkça görebiliyoruz. Yerel boyutta düşünürsek, ülkemizde bunun temel nedeninin coğrafi lokasyonlara bağlı olarak farklı düşünebilme yeteneğinin artması yada azalması olduğunu düşünüyorum. Kuşkusuz bizim ülkemizde de başta sanayileşme ve ticaretin yoğunlaşmasına bağlı olarak yeteneklerin belirli bölgelerde toplandığı da bir diğer gerçek. Bu iki somut durum, şehir ve bölge bazında yenilikçilik kapasitesinin farklılaşmasına yol açıyor ve bu durumda bölgesel kalkınma açısından aslında önemli bir tehlike olarak karşımızda. Benzetmek gerekirse para parayı çeker özdeyişimiz yenilikçilik konusunda da geçerli. Bu durum karşısında yapılması gereken ilk iş yenilikçilik haritalarımızın çizilmesi, çok sevdiğimiz destek ve teşviklerin belirlenmesi ve uygulanmasında bu haritaların sağladığı verilerin de artık dikkate alınmasıdır.

Yüklenici iki ihale arasındaki fiyat farkını ödemek zorunda mıdır?



SERBEST KÜRSÜ

DUYGU KILIÇ CAVLI - Avukat
İLYAS KILIÇ - Kamu Yönetimi Uzmanı

Kamu kurumlarında yapılan ihaleleri kazanmak kadar, sözleşmenin yürütülmesi de önemlidir. Keza 2014 yılının ilk altı ayında kamu ihale sözleşmeleri kapsamında yasaklanan yüklenici firma sayısı toplam 1911 adet olup, bu rakam oldukça yüksektir. (Bkz. Kamu İhale Kurumu 2014 yılı istatistikleri.)

Kamu ihale sözleşmesindeki yükümlülüklerini yerine getiremeyen yüklenicilere şu idari cezalar verilir:

- Yüklenicinin kesin teminatı irat kaydedilir.
- Yüklenici ihalelerden bir ile iki sene arasında yasaklanır.
- Yüklenici beş sene aynı idarenin ihalelerine katılamaz.
- İdare, ihale dokümanında yazılı olması kaydıyla, ikinci bir ihale da-

ha yaparak, iki ihale arasındaki fiyat farkını, uğradığı kamu zararı kapsamında tazmin eder.

Kamu ihalelerine katılan firmalar için en zor durum ise, iki ihale arasındaki fiyat farkının tazmin ettirilmesi. Keza sözleşme fesh edilip, yasaklanarak sözleşme bedelinin yüzde 6 oranındaki teminatı irat kaydedilse dahi, aylar sonra yükleniciler ihaleyi yapan idarelerce tazminat ödemeye zorlanabilmekte-diler. Ödenmesi istenilen tazminat ise, fesh edilen sözleşme tutarı ile yeniden ihale edilerek sözleşmeye bağlanan ihalenin tutarı arasındaki farktır. İhaleyi yapan idareler arasındaki fiyat farkını, uğradıkları zarar olarak değerlendirmek ve bu zararın tazminini yükleniciden talep edebilmektedirler. Kamu ihale sözleşmesi yapan yükleniciler, ihale konusu işlere gereken özen ve ihtimamı göstermeyi, sözleşme konusu tahhüdü, sözleşme ve ihale dokümanlarına göre belirlenen süre, miktar ve

bedel dâhilinde gerçekleştirmedi ve oluşabilecek kusurları sözleşme hükümlerine uygun olarak gidermeyi kabul etmiş sayılırlar. Bu yüzden de sözleşmede belirtilen yükümlülüklerin ihlal edilmesi nedeniyle, Kamu idarelerinin zarar ve ziyanının yüklenici tarafından tazmin ettirilmesine yönelik ihale dokümanlarına hükümler konulmaktadır. Sözleşmenin kusurlu olarak fesh edilmesine neden olan yükleniciler dava açarsa dahi, istikrarlı yargı kararlarıyla tazminat ödemekle sorumlu kılınmaktadırlar.

Ancak yüklenicinin tazminat ödemesi için bazı koşulların da oluşması şarttır. İhalenin yapıldığı tarzı, dokümanı ve yöntemi açısından birbirinden farklı iki ihale arasındaki fiyat farkının yükleniciden istenmesi ise hukuken mümkün değildir. Örneğin ilk ihaleyi açık ihale usulü yapan bir idare, ikinci ihaleyi pazarlık ihale usulü ile yaparsa, aradaki fiyat farkını yükleniciden tazmin edemez. Aynı şekilde ilk ihalede düşük

özellikli bilgisayar alımı gerçekleştirilemeyerek sözleşmesi fesh edilirse, ikinci ihalede yüksek özellikli bilgisayar ihalesi gerçekleştirilip, aradaki fiyat farkı yükleniciden istenemez. Bu yüzden de iki ihale arasındaki fiyat farkının, tazminat olarak istenmesinde;

● Fesh edilen sözleşme hükümlerinde, tazminat ile ilgili açık bir ifadenin bulunması,

● Fesh edilen ve sonra yerine yapılan ihalelerin aynı şartlarda yapılması,

● Her iki ihalenin de makul süreler içerisinde gerçekleştirilmiş olması, koşullarının birlikte oluşması gerekmektedir.

İdarelerce tazminat ödemek üzere tebligat alan yüklenici firmaların, öncelikle her iki ihalenin de eşit şartlarda yapıldığı yapılmadığı ve yukarıda sayılan hususların oluşup oluşmadığını araştırması, eğer her iki ihale koşulları farklı ise, yasal yollara başvurusu gerekmektedir.

Dünya'nın haberi

www.dunya.com

Yayın tarihi: Yayın süresi - Sayı: 10503 - 10 Kasım 2014 DÜNYA Online satış: www.dunyastore.com	
Dünya Süper Veb Ofset A.Ş. adına imtiyaz sahibi: Didem DEMİRKENT Başyazar: Osman S. AROLAT Genel Yayın Yönetmeni: Hakan GÜLDAĞ	
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: Genel Yayın Yönetmen Yardımcıları ve Yayın Koordinatörü: Bölgele Yayın Koordinatörü: Haber Koordinatörü: Ömer TÜRKDÖNMEZ Talip AKTAŞ İbrahim EKİNCİ	
Yazı İşleri Müdür Yardımcıları İstihbarat: Yurt Haberleri Ece CEYHUN Özlem ERMİŞ BEYHAN Handan Sema CEYLAN Haber Müdürü: Editör Ebru SUNGUR Özgür TAŞPINAR	
Dış Haberler: Evrin KÜÇÜK Kültür-Sanat: Nermiş SAYIN Uluslararası İlişkiler: Didem Eryar ÜNLÜ	
Genel Müdür: Hülya KOÇ Tel: 0212 440 27 00 • Fax: 0212 355 07 86 Ankara Temsilcisi: Ferit B. PARLAK - 0312 438 55 00 (Pbx) İzmir Temsilcisi: Yaşar KUŞ - 0232 446 88 16 (Pbx) Reklam Müdürü: Meral ÖGAT - Tel: 0212 440 29 67 Reklam Mdr. Yard: Şengül AKYILDIZ - Tel: 0212 440 27 39 - 0212 440 27 40	
Merkez: "Globus" Dünya Basımevi, 100. Yıl Mahallesi 34204 Bağcılar/İstanbul Telefon: (0212) 440 24 24 e-posta: dunya@dunya.com Yazışmaları: (0212) 440 27 01 Fax: (0212) 355 07 86 İstihbarat: (0212) 440 27 09 Araştırma: (0212) 440 29 68 İletişim: (0212) 440 29 86 Diğer ve Baskı: Dünya Süper Veb A.Ş. 100. Yıl Mahallesi 34204 Bağcılar / İstanbul Ankara Baskı Tesisi: Star Medya Yayıncılık A.Ş. Dağıtım: Doğan Dağıtım A.Ş.	
Abonelik ve şikayetleriniz için ücretsiz danışma hattı: 0800 219 20 24 - 25 Adres değişiklikleri için fax: 0212 355 77 46	
DÜNYA Online Web adresi: www.dunya.com İletişim: dunyaonline@dunyagazetesi.com.tr İnternet reklam: webreklam@dunyagazetesi.com.tr Tel: 0212 440 27 24 Fax: 0212 355 07 86	