

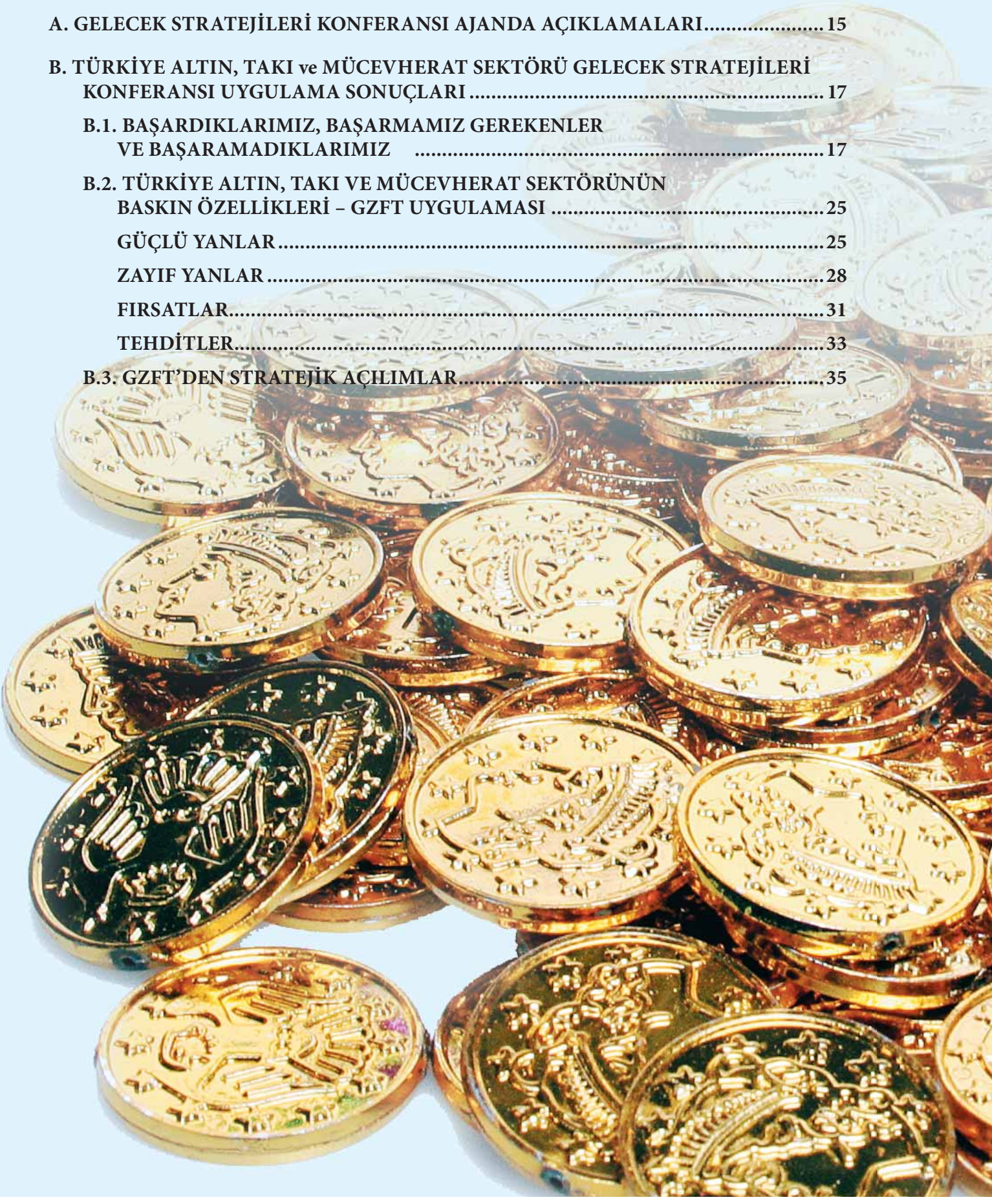


Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı

Sonuç Raporu

İçindekiler

TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ YÖNETİCİ ÖZETİ.....	9
A. GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI AJANDA AÇIKLAMALARI.....	15
B. TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI UYGULAMA SONUÇLARI	17
B.1. BAŞARDIKLARIMIZ, BAŞARMAMIZ GEREKENLER VE BAŞARAMADIKLARIMIZ	17
B.2. TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNÜN BASKIN ÖZELLİKLERİ - GZFT UYGULAMASI	25
GÜÇLÜ YANLAR.....	25
ZAYIF YANLAR	28
FIRSATLAR.....	31
TEHDİTLER.....	33
B.3. GZFT'DEN STRATEJİK AÇILIMLAR.....	35



B.4. TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNİ ETKİLEYEN EĞİLİMLER	38
FIRSATLAR HARİTASI	38
TEHDİTLER HARİTASI	45
B.5. ÖNEM - ACİLİYET UYGULAMASI	50
B.6. SONUÇ VE TESPİTLER	54
C. TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI GRUP ÇIKTILARI	57
C.1. BAŞARDIKLARIMIZ, BAŞARAMADIKLARIMIZ VE BAŞARMAMIZ GEREKENLER	57
C.2. GZFT UYGULAMASI	60
C.3. EĞİLİMLER HARİTASI	64
C.4. GZFT'DEN STRATEJİK AÇILIMLAR	69
D. TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI KATILIMCI BİLGİLERİ	75





YAYINA HAZIRLIK - BASKI



Paragraf Basım Sanayi A.Ş.
Yüzyıl Mahallesi Matbaacılar Sitesi 2. Cadde No: 202/A Bağcılar 34560 İstanbul
t: 0 212 629 06 07 • f: 0 212 629 03 85

Türkiye'nin lokomotif sektörlerini ele alıyoruz

Türk Ekonomi Bankası olarak, Türkiye ekonomisinin dinamosu olan KOBİ'lerimizin gücüne inanarak başlattığımız ve artan rekabet ortamında KOBİ'lerimize değer katmayı misyon edindiğimiz çalışmalarımızı geliştirerek sürdürüyoruz.

Bu misyonun verdiği sorumlulukla hazırladığımız TEB KOBİ Akademi Eğitim Programları, 2005 yılından bu yana artan bir ilgi ile Anadolu'nun çeşitli illerinde gerçekleştiriliyor.

TEB KOBİ Akademi ile KOBİ'lerimize yurt içi ve uluslararası pazarlarda rekabet güçlerini artırmalarını sağlayacak eğitimleri uygulamalı olarak veriyoruz, firmalar ile birebir görüşerek potansiyellerini ortaya çıkarıyoruz. KOBİ'lerimizin güçlerini artırmaları için onlara eğitim desteği sağlarken, üretim yaptıkları şehirlerin potansiyelini ortaya çıkarmak için de çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

TEB KOBİ Akademi çatısı altında gerçekleştirdiğimiz "İller İçin Gelecek Stratejileri" konferans dizimizde kısa sürede önemli yol katettik. Erzincan, Aksaray, Kastamonu, Afyon, Adana, Eskişehir, Hatay, Kayseri, Samsun, Trabzon, Sivas, Malatya ve KKTC'de düzenlenen konferansların raporlarını tamamlayıp, kamuoyu ile paylaştık.

KOBİ'lerin ve şehirlerin geleceğinin tartışılması ve geleceklerine dair bir rota çizilmesi için oluşturduğumuz platformu, Türkiye'nin öncü sektörlerine taşıma kararı aldık. İlkini otomotiv sektörü için düzenlediğimiz konferansımızın ikincisini ise Türkiye'nin en önemli sektörleri arasında yer alan altın, takı ve mücevherat sektöründe gerçekleştirdik.

40 bin kuyumcunun 250 bin çalışanla faaliyetini sürdürdüğü Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörü, yıllık 1 milyar USD'nin üzerinde ihracatı ile İtalya'dan sonra dünyada ikinci sırada yer almaktadır. 5 yıl içinde hedefi dünya birinciliği olan sektörün bu hedefini gerçekleştirmesine katkı sağlamak için Türkiye altın, takı ve mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı'nı düzenledik. Oluşturduğumuz bu platform sayesinde sektör temsilcilerine kendi fikirlerini ortaya koyma fırsatı sunduk.

Konferansta ortaya konan fikirlerin derlenmesiyle oluşturulan, Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün geleceğine yön vereceğine inandığımız bu rapor, sizlerle paylaşmanın gururunu yaşıyoruz.

Elinizde tuttuğunuz bu rapor; Türkiye'de kuyumculuk sektörünün güçlü ve zayıf yönleriyle incelendiği ve sektörün boşluk olacak arada gerçek potansiyelini ortaya çıkarmayı hedefleyen toplantının sonuçlarını ortaya koymaktadır.

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün gelecek stratejisini ve bu stratejiyi oluşturan kısa ve orta vadeli hedeflerinin belirlendiği toplantının sonuçlarını



içeren bu değerli raporun sizlere önemli açılımlar sağlayacağına yürekten inanıyoruz.

Bizler için bu projenin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinde yanımızda olan İstanbul Kuyumcular Odası Başkanı Alaaddin Kameronlu, İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği (İMMİB) Başkanı İsmet Koçak, İstanbul Altın Borsası Başkanı Osman Saraç ve konferansımıza katılan tüm işadamlarına teşekkürlerimi sunuyorum.

Saygılarımla,

Varol Civil

Türk Ekonomi Bankası Genel Müdürü



Ekonomimizin gururu kuyumculuk sektörü...

O dağına KOBİ'leri koyan hizmet stratejimizin bir parçası olarak KOBİ Bankacılığı alanında büyük ve yenilikçi projelere imza attık, ilkleri gerçekleştirdik.

TEB KOBİ Bankacılığı olarak, KOBİ'lere değer katmak üzere yola çıktık. Üstlendiğimiz misyon ile kente, sektörüne, işine ve geleceğine sahip çıkacak küçük ve orta boy işletmelerin yarattıkları ekonomik değer ile Türkiye ekonomisinin gelişimine katkı sağlamalarına yardımcı olmayı hedefliyoruz.

Bu hedef doğrultusunda "TEB KOBİ Akademi"yi hayata geçirdik. 2005 yılından bu yana Anadolu'daki 30'dan fazla ilimizde, KOBİ'lere ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlayacak bilgilerin aktarıldığı TEB KOBİ Akademi eğitimleri düzenledik ve bununla yetinmeyerek illerin gerçek potansiyellerini ortaya çıkarmayı hedefleyen "İller İçin Gelecek Stratejileri" konferansını başlattık. "İller İçin Gelecek Stratejileri" konferanslarını Erzincan, Aksaray, Kastamonu, Afyon, Adana, Eskişehir, Hatay, Kayseri, Samsun, Trabzon, Sivas, Malatya ve KKTC'de düzenleyerek, raporlarını tamamlayıp, kamuoyuna sunduk. "İller İçin Gelecek Stratejileri" kendi başına bir marka haline geldi ve Türkiye Halkla İlişkiler Derneği tarafından "Gündem Yönetimi" dalında 2007 yılının en önemli projesi seçilerek "Altın Pusula" ödülünü kazandı.

"İller İçin Gelecek Stratejileri Konferansı" ile oluşturduğumuz bu platformun ve ortaya çıkan raporun etkisini ve yararlarını bu kez Türkiye'nin yükünü sırtlayan KOBİ'lerin de yoğun olarak faaliyet gösterdiği sektörlerle taşımaya karar verdik. Otomobil sektöründen sonra ikinci konferansımızı da altın, takı ve mücevherat sektörü için gerçekleştirdik.

Yüzyıllar boyunca Anadolu coğrafyasında yaşayan toplumların kültürleri ve yaşam tarzlarına etkisi olan altın, ülkemiz ekonomisinde de oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle 80'li yılların başında ekonomideki liberalleşme çabaları ile birlikte gerekli düzenlemeler yapılarak ülkemizde altın piyasalarının gelişmesinin önü açılmıştır. Bugün baktığımızda; yıllık 1,5 milyar dolara yaklaşan ihracatı ile Türkiye, dünya mücevher ihracatında İtalya'dan sonra ikinciliğe oturmuştur. Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün bundan sonraki hedefi ise gelecek 5 yılda dünya birinciliğidir.

Türkiye ekonomisi için bu kadar önem taşıyan altın, takı ve mücevherat sektörünün önde gelen temsilcilerin katılımı ile gerçekleştirilen "Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı"nda Türk altın ve mücevherat sektörünün geçmişini, bugünü ve geleceğini tartıştık.

Konferansta; Altın, Takı ve Mücevherat sektörünün gelişiminde etkili olan, vizyon sahibi temsilcilerinin katılımıyla sektörün sorunları ve çözüm yolları masaya yatırıldı ve sektör adına fayda sağlayacak farklı açılımlar elde edildi.



Konferansın ilk aşamasında altın, takı ve mücevherat sektörünün kilometre taşları ve bu noktalara yön veren eğilimler belirlendi. Verimli bir tartışmanın sonucunda oluşturulan bu geçmiş muhasebesinin ardından sektörün güçlü ve zayıf yanları ortaya koyulmaya çalışıldı. Çalışmanın son aşamasında ise sektörün gelişmesine fırsat sunan alanlar, kısa ve orta vadede ulaşılması gereken hedefler belirlendi ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesinde mevcut işletmelere, sivil toplum kuruluşlarına ve kamu kurumlarına düşen görevler tanımlandı.

Gerçekleştirdiğimiz konferansın çıktılarından oluşan bu değerli raporu sunmaktan büyük bir gurur ve heyecan duyuyoruz.

Sektörel Gelecek Stratejileri konferanslarını önümüzdeki dönemde ülkemizin öncü diğer sektörleri için de düzenlemeye ve sektörlerin geleceğine ışık tutmaya devam edeceğiz.

Saygılarımla,

Turgut Boz

TEB Ticari ve KOBİ Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı



TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ YÖNETİCİ ÖZETİ

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün hedeflediği ekonomik gelişimi başarması ve sahip olduğu potansiyeli gelecekte daha etkin bir şekilde hayata geçirmesi için gerekli stratejilerin belirlenebilmesi amacıyla, **TEB KOBİ AKADEMİ** programının bir aşaması olan “**TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİSİ KONFERANSI**” **16 HAZİRAN 2010** ve **20 TEMMUZ 2010** tarihlerinde İstanbul’da gerçekleştirilmiştir.

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektöründe yer alan; işletmeler ve sektörle ilişkili diğer kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşan 60 kişilik bir katılımcı grupta gerçekleştirilen **Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejisi Konferansı**’nda, Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün geçmişi ve bugünü değerlendirilmiş; sektörün ekonomik gelişimini etkileyen faktörler ve bunlarla bağlantılı orta ve uzun vadeli hedefler belirlenmiştir.

“**Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejisi Konferansı**” uygulama çalışması 5 aşamadan oluşmuştur:

Birinci aşama, Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat sektöründe bugüne kadar başarılı bulunan ya da yeterince başarılı bulunamayan, bugünden sonra başarılı olunması gereken karar ve uygulamaların tespit edildiği, tartışıldığı çalışma aşamasıdır.

İkinci aşama, sektörün sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile sektörün karşı karşıya bulunduğu fırsat ve tehditlerin belirlenmesi çalışmalarıdır.

Üçüncü aşama, Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı çalışmasında, sahip olunan güçlü ve zayıf yanlar ile karşı karşıya bulunulan fırsat ve tehditlerin 6 farklı açıdan analiz edilerek stratejik açılım potansiyellerinin araştırılmasıdır. Bu yönetime göre stratejik açılım araştırması yapılan farklı analiz açıları şunlardır:

1. **Güçlü-Zayıf Açısı:** Güçlü yanlardan yararlanarak zayıf iç faktörleri ya da özellikleri ortadan kaldırmaya dayalı stratejik açılımlar ve görevler
2. **Güçlü-Tehdit Açısı:** Güçlü yanlardan yararlanarak karşı karşıya bulunulan dış tehditleri bertaraf etmeye dayalı stratejik açılımlar ve görevler
3. **Güçlü-Fırsat Açısı:** Güçlü yanlardan yararlanarak karşı karşıya bulunulan dış fırsatları elde etmeye dayalı stratejik açılımlar ve görevler
4. **Fırsat-Zayıf Açısı:** Zayıf yanları geliştirerek karşı karşıya bulunulan dış fırsatları elde etmeye dayalı stratejik açılımlar ve görevler
5. **Tehdit-Zayıf Açısı:** Zayıf yanları geliştirerek karşı karşıya bulunulan dış tehditlerden kaçınmaya dayalı stratejik açılımlar ve görevler

6. **Fırsat-Tehdit Açısı:** Fırsatlardan yararlanarak karşı karşıya bulunulan dış tehditlerden kaçınmaya dayalı stratejik açılımlar ve görevler

Dördüncü aşama, sektördeki işletmeleri doğrudan ya da dolaylı yollardan etkileyen fırsat ve tehdit eğilimlerini ortaya çıkaran nedenler ile bu gelişmelerin gelecekte gündeme getireceği yeni eğilimlerin tespit edilmesi çalışmalarıdır. Fırsat ve tehditlerin nedenleri ve sonuçları üzerinde yapılan analiz çalışmalarının ardından sektördeki işletmelerin gelişimi için gerekli görevler belirlenmiştir.

Beşinci aşama, üç ve dördüncü aşamalarda ortaya çıkan görevler içerisinde, sektör açısından önemli ve acil olarak yerine getirilmesi gerekenlerin belirlenmesi çalışmasıdır.

Yukarıda ifade edilen ve sektör temsilcilerinin yoğun katkıları ile gerçekleştirilen uygulamalı aşamalar sonucunda, Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün mevcut durumuna ve gelişimine yönelik görüşler ile sektörün orta ve uzun vadeli stratejik hedefleri oluşturulmuştur. İki günlük yoğun çalışma sonucunda ortaya çıkan bu rapor sektörde stratejik yönetimin geliştirilmesine temel olacaktır. Bu kapsamda sektör işletmeleri, sektörle ilişkili sivil toplum örgütleri ve kamu kurumlarının, rapor bünyesinde ortaya çıkartılan konuların detaylı analiz çalışmalarını yapmak üzere çalışma takımlarını oluşturmasında fayda görülmektedir. İki günlük çalışma sonucunda tespit edilen ve üzerinde yoğunlaşılan konular şu şekildedir;

“ÖTV oranları sektörün büyüme ve gelişmesine zarar vermektedir.”

Avrupa Birliği uyum sürecinde tekrar gündeme getirilen ve uygulamaya konulan özel tüketim vergisi, sosyal fayda elde etmeyi sağlayan bir harcama vergisidir. Verginin yapısal durumu sektörün mevcut potansiyelini etkin bir biçimde kullanamamasına neden olmaktadır. Bu ise sektöre farklı boyutlarda zarar vermektedir. Bunlardan en önemlisi ise Taş Borsasının fiilen hayata geçirilememesidir. Bu kapsamda özellikle sektör işletmeleri ve STÖ'lerinin ilgili başlığa ilişkin zararın somut verilerle desteklenmesine ilişkin çalışmayı yapması gerekmektedir. Sonrasında ise bu verilerin kamu otoritesine ve kamuoyuna doğru yöntemlerle anlatımı sağlanmalıdır.

“Kıymetli taş alanında dağılan Belçika Borsasının yerini almak”

Belçika Taş Borsasının dağılması sonucunda Avrupa'da ortaya çıkan boşluğu Türkiye'nin doldurması gündeme gelmektedir. Söz konusu başlık ise sadece işletmelerin çabası ile gerçekleşmeyecek düzeyde stratejik bir öneme sahiptir. Bu kapsamda özellikle kamu otoritesinin ilgili başlığı gündemine alması gerekmektedir. Sektörün önde gelen işletmeleri, İstanbul'un söz konusu boşluğu doldurmada gerek sektör, gerekse coğrafik açıdan birçok artısının olduğunu dile getirmektedir.

Ancak söz konusu borsasının İstanbul'a taşınmasının önünde bir takım engeller de bulunmaktadır. Bunların en önemlisi ise yukarıda da belirtilen yüksek ÖTV'dir. Ayrıca söz konusu verginin yüksekliğinin yanı sıra yapısı gereği mücevherat sektöründe bir takım bürokratik engellere sebebiyet vermektedir. Bu kapsamda öncelikle verginin yapısının sektörün yapısına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Söz konusu sorunların ise ivedilikle çözülmesi elbette ki kaçınılmazdır. Ancak sorunun çözümünün gerçekleştirilebilmesi sadece sektör kamu görüşmeleri düzeyinde değildir. Bu nedenle sektörün gelişimine yönelik bir 'Stratejik Plan' hazırlanmalıdır.

Stratejik Plan kapsamında amaçlara yönelik tespit edilecek, gerçekleştirilecek ve belirlenecek bu hedeflerin, ÖTV oranında hükümet tarafından yapılabilecek değişimler neticesinde ne denli güncellenebileceği bilimsel bir biçimde vurgulanmalıdır. Bu yaklaşım şekli ile hazırlanabilecek hedefler kümesinin, vergilendirme politikasının da değişimi ile, ne derece büyütülebileceği ve/veya ülke ekonomisine katkıda bulunabileceği sayısal veriler ile ortaya konulmalıdır. Bu yaklaşım modeli Stratejik Plan'ın anlam ve önem derecesini arttıracaktır.

"Kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi"

Altın, takı ve mücevherat sektöründe kayıt dışılığın yüksek olması, giderilmesi gereken en önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Konferansa katılan sektör temsilcilerinin ortak görüşü sonucunda ortaya çıkan bu başlık, özellikle marka olmuş işletmelerin pazarda büyümesine engel olmaktadır. Söz konusu sorunun bir diğer tarafı ise kamu gelirlerini net olarak tahsil edememesidir.

Ekonomik göstergelerin alt kalemleri baz olarak alındığında; istihdam, genel fiyatlar düzeyi, büyüme verileri, gelir dağılımı oranları ve dış ticaret verilerinin farklı oranlarda sapmalara maruz kalması kayıt dışı olmanın getirdiği sorunlardan bazıları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda ortaya çıkan çözüm önerileri şu şekildedir;

- Kayıt dışılığın sektöre verdiği zararların reel veriler ışığında raporlanması.
- Kayıt dışı olmanın ülke ekonomisine verdiği zararların sayısal veriler ile tespit edilmesi.
- Yukarıdaki iki maddeye yönelik tespit ve sonuçların sektörel konferanslarda irdelenmesi sonrasında kamu kuruluşları ile ortak toplantılar düzenlenmesi.
- Kamunun söz konusu toplantılarda etkin yer alarak sektörün sorunlarına yönelik çözüm önerilerini masaya yatırması.
- Bu çalışmalar sonucunda özellikle kayıt dışılığın yoğun olduğu küçük ölçekli firmaların sektör temsilcileri tarafından bilinçlendirilerek teşvik edilmesi.

“Marka yönetimi ve markalaşmanın sağlanması”

Sektörde yer alan firmaların en önemli eksiklerinden biri ise marka yönetiminin etkin gerçekleştirilememesidir. Sektörde yurt dışına kıyasla yurt içinde markalaşma sağlanmış durumdadır. Ancak söz konusu markalaşma, reklam ve/veya çeşitli programlara sponsor olma şeklinde algılanması nedeniyle doğru yönetilememektedir. Oysaki marka yönetimi sektörde bulunan mevcut geleneksel işletme yönetimi modeli ile gerçekleştirilemeyecek bir kapsamdadır. Bu nedenle öncelikle işletmelerde markalaşma ve marka yönetim bilinci oluşturulmalıdır. Sonrasında ise işletmeler bünyelerinde, marka yönetiminin yapılabilmesine yönelik profesyonel destek alarak, kurumsal iletişim departmanlarını kurmaları gerekmektedir.

Ülkemizde ve dünyada değişen kültürel yapılar, altın takı ve mücevheratın talebini de değiştirmektedir. Bu kapsamda sektörün ürünleri, geçmiş dönemdeki gibi sadece yatırım aracı olmaktan çıkmakta ve artık gündelik aksesuar kullanımına dönüşmektedir. Bu nedenle katma değerli ürünlerin üretimi ve bunların tüketici ile buluşturulması daha fazla önem arz etmektedir. Tüketicinin tercih edilebilirliği ise marka ile sağlanabilmektedir. Bu nedenle gelecek dönem içerisinde sektör işletmelerinin, tasarımın yanında geliştirmesi gereken en önemli özelliklerden birisi de markalaşma olarak ortaya çıkmaktadır.

“Uzun vadeli Ar-Ge projelerinin bilincinin artırılması ve hayata geçirilmesi”

Bir önceki başlık altında da değerlendirildiği gibi kültürel değişimler tüketicilerin sektör ürünlerinin kullanım alanını da değiştirmiş bulunmaktadır. Özellikle dünya bayan nüfusu içerisinde sektör ürünlerinin gündelik takı olarak kullanımı artmaktadır. Bu ise işletmelerin tüketici tercihlerini ölçmesi ve bu doğrultuda ürün ortaya çıkarmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu kapsamda firmaların Ar-Ge ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Sektörde ise Ar-Ge yurt içinde markalaşmış firmalarda yeni tasarım olarak algılanmaktadır. Markalaşamayan firmalarda ise sektörün lider kuruluşlarını kopyalama ön plandadır. Bu tür bir yapı ise sektörün uzun dönemde potansiyelini ortaya koymasına ve dünyadaki hedeflerini gerçekleştirmesine engel olacaktır. Bu nedenle Ar-Ge'nin geliştirilmesi yönünde uzun dönemli projelerin oluşturulması gerekmektedir. Bu kapsamda Ar-Ge çalışmalarının belirli adımlar dâhilinde hayata geçirilmesi önem taşımaktadır. Sahip olunan tasarım yeteneği, gemoloji bilgisinin yanında nitelikli insan kaynağının da yaratılması ile Ar-Ge çalışmalarına katkı sağlanması, sektörün geleceğine yön verilmesi açısından kaçınılmazdır. Nitelikli insan kaynağı ise üç türlü ele alınmalıdır. Bunlardan ilki tüketici tercihlerini ölçebilecek ve tasarım ekiplerine veri sağlayabilecek kişilerin yetiştirilmesidir. İkincisi dünya modasını takip edecek ve gelecek takı trendlerinin tasarımını yapabilecek insan kaynağının yetiştirilmesidir. Üçüncüsü ise her iki kaynaktan gelen veriler ışığında ürünü ortaya çıkartacak insan kaynağının yetiştirilmesidir.

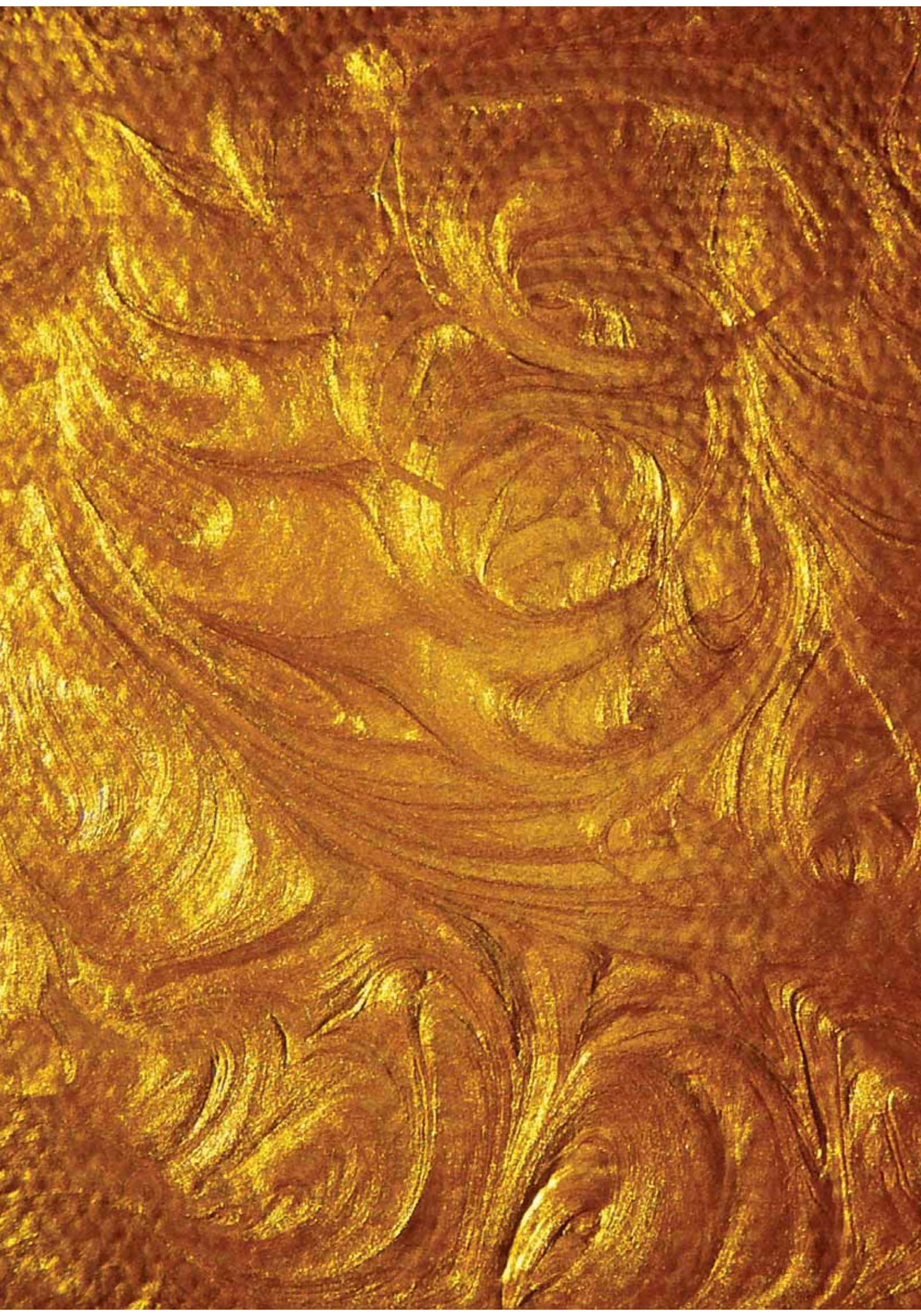
Ar-Ge konusunda özellikle ülke içerisinde geliştirilmesi gereken bir diğer nokta ise ürün üretiminde kullanılan makine ve ekipmanlarda yurt dışına bağımlılığın azaltılmasıdır. Bu kapsamda ülke içerisinde yurt dışında da marka olmaya başlayan Türkiye makine sektörü ile işbirliğinin artırılması ihtiyacı bulunmaktadır. Söz konusu bağımlılığın azaltılmasına yönelik makine gelişimi ise firmaların tekil olarak işbirliği ile sağlanamayacaktır. Bu nedenle sektör temsilcisi kuruluşların Türkiye makine sektörü kuruluşları ile ortak çalışmalar yürütmesi gerekmektedir.

Söz konusu başlık altında kamuya atanan görev ise Ar-Ge projesi geliştiren firmalara uygun kaynaklı kredi temin edilmesinin sağlanmasıdır.

“Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin etkinliğinin artırılması”

Sektörde kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı firmaların belirli projelere sponsor olması ile sınırlıdır. Bu anlayışla yapılan faaliyetlerin firmaya geri dönüşü kısa vadede olmakta ve uzun vadede firma beklenen çıktıları elde edememektedir. Unutmamak gerekir ki ürünlerin ve/veya markanın tercih edilirliliği ve tanınırlılığı özellikle gelir seviyesi yükselen ülkelerde firmanın yaptığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri çerçevesinde artmaktadır. Bu çerçevede sektörde faaliyet gösteren işletmelerin öncelikli olarak daha küçük bütçe seçimleri ile sosyal, ekonomik ve kültürel projeler yürütmeleri ve Sivil Toplum Kuruluşları ile eşgüdümlü bir çalışma hayata geçirmelerinde fayda bulunmaktadır. Sonrasında ise işletme ana stratejilerine uygun sürdürülebilir kurumsal sosyal sorumluluk projelerini bünyelerinde hayata geçirmeleri gerekmektedir.





A. GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI

AJANDA AÇIKLAMALARI

“Gelecek Stratejileri Konferansı”, sektörün geçmiş deneyimlerine, günümüzü şekillendiren faktörlerine ve eğilimlerine bakarak; gelecek stratejilerini oluşturma çalışmasıdır.

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı, değerli çalışanlarının katkıları ile ilki **16 Haziran 2010** tarihinde **İstanbul The Ritz-Carlton Otel’de** ve ikincisi **20 Temmuz 2010** tarihinde **İstanbul Kuyumcular Odası’nda** olmak üzere iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı, öncesinde yapılan çok taraflı hazırlıklar, katılımcıların bilgi ve deneyimlerini ortaya koydukları detaylı oturum uygulamaları ve konferans sonrasında ortaya çıkan analiz, görev ve hedeflerin titizlikle incelenerek raporlanması aşamaları ile önemli bir çabayı içermektedir.

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı 16 Haziran 2010 ve 20 Temmuz 2010 tarihlerinde aşağıdaki ajandalar ile gerçekleştirilmiştir:

TÜRK EKONOMİ BANKASI	
“TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ”	
“GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI”	
16 HAZİRAN AJANDA BİLGİLERİ*	
09.00 – 09.30	Kayıt ve Karşılama
09.30 – 10.45	“Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı” Açılış Töreni
10.45 – 11.00	Kahve Arası
11.00 – 11.15	“Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı” Açılış Sunumu ve Ajanda Aktarımı
11.15 – 12.00	“Başarılarımız, Başarmamız Gerekenler & Başaramadıklarımız” Uygulaması
12.00 – 13.00	Öğle Yemeği
13.00 – 14.30	“Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörünün Güçlü – Zayıf Yönleri ve Çevresindeki Fırsatlar – Tehditler” Uygulaması
14.30 – 14.45	Kahve Arası
14.45 – 16.15	“Fırsatlar Akıl Haritası” Uygulaması
16.15 – 16.30	Kahve Arası
16.30 – 18.00	“Tehditler Akıl Haritası” Uygulaması
18.00 – 18.30	“Eğilimlerin İşaret Ettiği Görevler” Uygulaması
18.30 – 18.45	“Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı” Kapanış Oturumu

TÜRK EKONOMİ BANKASI “TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ” “GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI” 20 TEMMUZ AJANDA BİLGİLERİ*	
17.00 – 17.45	“GZFT'den Stratejik Açılımlara” Uygulaması 1
17.45 – 18.00	Kahve Arası
18.00 – 19.00	“GZFT'den Stratejik Açılımlara” Uygulaması 2
19.00 – 19.15	Kahve Arası
19.15 – 20.15	“Eğilimler Haritası” Uygulaması 1
20.15 – 20.30	Kahve Arası
20.30 – 21.15	“Eğilimler Haritası” Uygulaması 2
21.15 – 21.30	Kahve Arası
21.30 – 21.45	“Görev Seçimi” Uygulaması
21.45 – 22.00	“Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı” Kapanış Oturumu



B. TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI UYGULAMA SONUÇLARI

B.1. BAŞARDIKLARIMIZ, BAŞARMAMIZ GEREKENLER VE BAŞARAMADIKLARIMIZ

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı'nda katılımcılar, ilk uygulamada sektörde geçmişte atılım yapılan kalkınma konuları ile gelecekte ilerleme sağlanması gereken gelişim alanlarını tespit etmişlerdir.

“Başardıklarımız” uygulaması, Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün yakın geçmişte sosyal, ekonomik ve kültürel hayatında atılım yapılan noktaları ifade etmektedir. Başarı gösterilen alanlarda doğacak fırsatlar, bu alanlarda yapılan atılımların verdiği güç ile kazançlara dönüştürülebilir. Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün önemli bir güce ulaşması, başarılı olunan alanlarda çalışmalarını yoğunlaştırması sayesinde gerçekleşecektir.

“Başarmamız Gerekenler ve Başaramadıklarımız” uygulaması, Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün potansiyelinin sağlayabileceği imkânlar ile şu anda sahip olduğu imkânlar karşılaştırıldığında çeşitli konularda gelişim gösterebileceği alanları ifade etmektedir. Gelişim gösterilecek alanlar, konferansın diğer uygulamalarda belirtilen güçlü yanlar ve Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünü etkileyen eğilimler ile yakın ilişki içerisinde olup; atılım gösterildiği takdirde Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünü ileriye taşıyacak olan konulardır.

Masalardan farklı konularda örnek gösterilen başarılar kaydedilmiş; bu başarılar farklı başlıklar altında incelenmiştir.



Altın, Takı ve Mücevherat Sektöründe Başarılarımız

- 1- Markalaşmak (5)
- 2- Ürün ve tasarım çeşitliliğinin yakalanması (5)
- 3- Altın borsasının kurulması (4)
- 4- İhracatta 2. büyük ülke olmak (4)

Markalaşmak

Konferans katılımcıları tarafından en fazla tekrar alan markalaşma; 5 grup tarafından ortaya konulmuştur. Global rekabet koşulları altında tüketicinin tercih noktasında var olabilmek için bir kimlik yaratma çabası olan markalaşma, altın, takı ve mücevherat sektörüne de önemli katkılar sağlayacaktır. Markalaşma, küresel rekabette tanınmanın beraberinde, sektörde uzmanlaşma ve segmentasyonun daha belirgin biçime dönüştürülmesine, aynı zamanda firmaların daha kurumsal bir kimlik kazanmaları noktasında önemli faydalar sağlamaktadır. Markalaşma sürecinde, kurumsal olmayan bir yapıdan kurumsallaşmaya geçiş yolunda; sektörde ürün standardizasyonunun ve kalite kontrol proseslerinin gelişimi de beraberinde gelmektedir.

Markalaşmanın gelişimi sürecinde, gerek yurt içi gerekse yurt dışı pazarlarda temsilcilikler verme fırsatını yakalayan sektör firmaları, ihracatta daha fazla söz sahibi haline gelmişlerdir. Söz sahibi olmanın meydana getirdiği bu güçlü yön şüphesiz sektördeki bu marka firmaların dünya pazarlarında da önemli bir konuma gelmesine neden olmaktadır. Ancak söz konusu bu markaların sayısı ve küresel çaptaki etkileri, konferans katılımcıları tarafından sektör adına yeterli görülmemiş, sektörün başarması gerekenler arasında yurt dışındaki marka bilinirliğinin yakalanması noktası üzerinde özellikle durulmuştur.

Bu noktada sektörün mevcut yapısı gereği yaşanan zorluklar bulunmaktadır. Özellikle sektör işletmelerinde profesyonel yönetim yapısının kurulamamış olmasından kaynaklı güvene dayalı çalışan istihdam etme anlayışı yüksek bulunmaktadır. Söz konusu yapı sonucunda ise firma sahipleri işletmelerindeki bu noktaların kontrolüne odaklanmakta dolayısıyla diğer işletme yönetimi faaliyetlerine yeterli zamanı ayıramamaktadır. Bu, işletmelerin yurt dışı marka olma yolunda ilerlemesini engellemektedir. Bu kapsamda sektör firmalarının öncelikle içsel süreçlerini iyileştirerek kontrol edilebilir yönetim yapısını kurmaları gerekmektedir. Sonrasında ise firmalarda nitelikli profesyonel yönetici istihdamı sağlanarak, gerekli marka yatırımlarının söz konusu profesyonellerce yapılmasına yönelik yapının hazırlanması gerekmektedir.

Ürün ve tasarım çeşitliliğinin yakalanması

Ürün ve tasarım çeşitliliğinin yakalanması, sektörün geçmişten bugüne başarıları arasında en fazla tekrar sayısına sahip bir diğer tespittir. Yurt içi ve yurt dışı pazarın gereksinimlerine göre farklılıklar arz eden tüketici beklentileri ve sunulabilecek farklı ürün ve tasarım çeşitlilikleri, özellikle sektörün ihracattaki başarısına katkı sağlamaktadır. Günümüzde birey ve toplumların görselliğe artan eğiliminin ve farklılık kazanma isteklerinin yakalanmasına da imkân sağlayan ürün/tasarım çeşitlilikleri, tüketicinin birkaç ürünü tercih etmesi yerine çok sayıda ürüne talep göstermesine neden olmakta, böylece sektörün toplam ciro ve karlılık artışı gelişim göstermektedir. Söz konusu gelişimin devamlılığının ve sektör aktörlerinin global piyasalarda daha fazla yer almasının sağlanması için firmaların tasarıma yönelik aktivitelerinin desteklenmesi gerekmektedir. Bu desteğin sadece finansal olması firmaların daha yüksek maliyetli iş gücünün dışarıdan temin edilmesini sağlayacak ve desteğin sektöre olan faydasının sürdürülebilir olmasını engelleyecektir. Bu kapsamda sektöre, finansal desteğin yanı sıra nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi noktasında destek verilmesi gerekmektedir. YÖK ve Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde sektöre yönelik tasarım bölümlerinin kurulması sektörün gelecek dönemlere daha güvenle hazırlanmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca bu konu başlığı altında kamu otoritesine düşen bir diğer görev ise söz konusu tasarımların taklit edilebilirliğinin önüne geçecek yasal imkanların sağlanmasıdır. Tasarımın önemini bilen ve bu nedenle tasarım ekiplerine sahip olan firmalar, yüksek maliyetlere katlanmaktadır. Ancak ortaya çıkartılan tasarımların çok hızlı bir sürede taklidinin yapılabilmesi ve bunun yasal olarak satışının önünde engel olmaması söz konusu firmaların rekabette zarar görmesine neden olmaktadır. Söz konusu bu yapı mevcut tasarım yapan firmaların motivasyonlarını kaybetmelerine neden olmaktadır. Bu ise tüm sektörün ileriye giderek dünyada marka olma hedefine engel olmaktadır.



Altın borsasının kurulması

4 çalışma grubu tarafından ifade edilen altın borsasının kurulması sektörün başarı elde ettiği noktalar arasında yer alan bir diğer maddedir. Altın borsasının kurulması neticesinde altındaki rekabetçi fiyatlar ve maliyetler daha gerçekçi bir yapıya dönüşmüş ve bunun beraberinde sektördeki ürünler uluslararası pazarda da önemli bir konum elde etmiştir. Altının finansal sisteme kazandırılması noktasında da etkin bir konuma sahip olan borsa; altına dayalı yatırım araçlarının gelişimine de ciddi katkılar sağlamaktadır.

Altın borsanın kurulması, uluslararası boyutu ile ele alındığında; ülkemizdeki fiyatlar ile dünya pazarındaki fiyatların paralellik göstermesine neden olmakta ve kayıt altına alınma çabaları ile sistemin daha şeffaf bir yapıya kavuşmasına olanak sağlamaktadır.

Kayıt dışılığının önüne geçilmesinde önemli bir adım olarak kabul edilen altın borsasının varlığı, üye firmalara sağladığı ve sağlayacağı eğitim ve iş imkânları ile firmaların uluslararası pazarda kendilerini kayda değer biçimde göstermelerine destek vermektedir.

İhracatta 2. büyük ülke olmak

Konferans katılımcıları tarafından ifade edilen ihracat başarısı, sektörün yurt içinde olduğu kadar yurt dışında da ne denli başarı elde ettiğini gösterir niteliktedir. Sektör firmaları; markalaşma ile birlikte gelen gelişim ile yurt dışında daha emin adımlarla ilerleme kat etmişler ve yakalanan ürün ve farklı tasarım çeşitliliği ile ürünleri tüm dünya pazarına sunma imkânı bulmuşlardır.

Altın borsasının varlığı, sektördeki firmaların uluslararası pazarda faaliyet göstermesine ve güvenilir bir ticaret sisteminin kurulmasına altyapı oluşturmakla birlikte, ülke toplam ihracat değerinden alınan payın büyümesine katkı vermektedir. Geline bu ortamda sektörün potansiyeli göz önünde bulundurulacak olursa, gelecek dönemde ülkemizin altın, takı ve mücevherat sektörünün dünya pazarında lider bir konuma gelmesi kaçınılmaz olarak görülmektedir. Bu görüş birliğinin hayata geçirilmesi adına sektörün önde gelen kişi, kurum ve kuruluşlarının ortak bir iş yapma biçiminde hareket etmesi ve çalışmalarını yurtdışı pazarlara konsantre şekilde yürütmesi son derece faydalı olacaktır.

Altın, takı ve mücevherat sektöründe başarmamız gerekenler

- 1- İhracatın artırılması (6)
- 2- Kayıt dışılığın kontrol altına alınması adına mücadele edilmesi (5)
- 3- Markalaşmanın sağlanması ve uluslararası platforma taşınması (5)
- 4- Kurumsal yapılaşmanın artırılması ve kurumsallaşmanın tamamlanması (4)

İhracatın artırılması

En fazla üzerinde durulan konulardan biri olan ihracatın artırılması gereği, konferansa katılan 6 grubun tamamı tarafından sektörün başarması gereken bir adım olarak tespit edilmiştir. Sektörün başardıkları kısmında da değinildiği üzere, dünyada en fazla ihracat gerçekleştirilen 2.ülke olma unvanını kazanan Türkiye, gelecek dönemlerde de bu gücünü etkin bir şekilde kullanmalı ve mevcut pazarların yanı sıra yeni pazarlara da girme yollarını aramalıdır. Konferans süresince ihracatın artırılmasına yönelik olarak hayata geçirilmesi gereken gelişim adımları şu şekildedir;

- 1-KOBİ statüsünde olan firmaların KOSGEB, İDMMİB vb. kurum ve kuruluşlara üye olunması sağlanarak özellikle dış ticaret eğitimleri almaları ve yurtdışı fuarlarda daha fazla katılım gerçekleştirmeleri sağlanmalıdır.
- 2-İhracatın artırılması için; Rusya, Avrupa ve diğer ülkelerde Dubai gibi hazırda ürün bulundurabilecek bir merkez oluşturulmalıdır. (Kuyumcukent bu noktada potansiyel olarak görülebilir)
- 3-Güvene dayalı ticaret belgeye dayalı ticaret haline dönüştürülmelidir.
- 4-Alacak sigortasının geliştirilmesine yönelik çalışmalar yürütülmelidir.

Kayıt dışılığı kontrol altına alınması adına mücadele edilmesi

5 grup tarafından sektörün başarması gerekenler arasında ifade edilen kayıt dışılığının önüne geçilmesi tespiti sektörün en fazla üzerinde yoğunlaşma gerçekleştirmesi gereken unsurlarından bir diğeridir. Bugüne kadar tam anlamıyla sektör kayıt altına alınmamış olup yürütülen bir takım çalışmalar ile bu durumun önüne geçilmeye çalışılmıştır. Borsanın kurulması ile daha şeffaf bir yapının oluşturulması hedeflenerek bu sorunun çözümü kısmi ölçülerde başarıya ulaşmıştır. Ancak gerekli karar mekanizmalarının ve vergisel düzenlemelerin hali hazırda sektöre uygun şekilde konumlandırılmaması, bu çabaların istenilen seviyelere getirilememesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda, sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek ve sektörü daha fazla belgele çalışmaya itebilecek çeşitli düzenlemeler öncelikle sektör kuruluşları tarafından belirlenmelidir. İkincil olarak, devletin bu düzenlemeleri uygulamaya sokması adına yönlendirici görev üstlenecek bu kuruluşların, öncü çalışma faaliyetleri başlatmaları gerekmektedir. Bu tür bir çalışma modelinin nihai aşamasına gelindiğinde sektörün en önemli sorunlarından bir tanesinin çözüme kavuşacağı ve faaliyet gösteren firmaların bu kapsamdaki beklentilerinin karşılanabileceği açık biçimde ortadadır.

Konferansın en çok konuşulan konularından olan kayıt dışılık kamu tarafından istenmediği kadar firmalar tarafından da istenmemektedir. Konuya muhatap her iki tarafın da aynı sonucu istemeleri çözüm yollarının geliştirilmesi adına çok büyük bir fırsat doğurmaktadır. Bu noktada sorunun çözümünde ilk olarak sorunu tanımlamak gerekiyor. Bu kapsamda kayıt dışıdan çıkmak isteyen altın

sektörü neden kayıt dışı çalışıyor sorusunun sorularak sorunun kök nedenlerinin bulunması gerekiyor. Sonrasında ise söz konusu kök nedenlerin çözümüne ilişkin kamu ve sektör temsilcilerinin ortak çalışacağı bir çalıştayın planlanması sorunun giderilmesi sürecini hızlandıracaktır.

Markalaşmanın Sağlanması ve Uluslararası Platforma Taşınması

Altın takı ve mücevherat sektörünün geçmişten bugüne başarı elde ettiği noktalar arasında yer alan markalaşma bu bölümde de katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Dolayısıyla, markalaşmanın sektörün önde gelenleri tarafından bir bakıma yeterli düzeyde görülmediği fikri açıklık kazanmaktadır.

Bugün itibari ile sektörde markalaşmayı yakalayan firmalar bu marka bilinirliklerini yurt dışına da taşımaya başlamışlardır, öte yandan sektörde daha küçük ölçekli firmaların faaliyet göstermekte ve sektöre katkı sağlamakta olduğu unutulmamalıdır. Söz konusu küçük ölçekli firmaların gelecek dönemde kendi markalarını yaratma çabaları ve mevcut firmalara ek yeni markaların da pazarda yer alma eğilimi, rekabet koşullarının değişmesine, böylece firmalarının daha kaliteli ve farklı tasarımlar ile üretim faaliyetlerini gerçekleştirmelerine neden olacaktır. Bu doğrultuda, kaliteli ve kendilerine özgü ürün portföyü ile birlikte marka bilinirliklerini güçlendirecek küçük ölçekli firmalar yurt içindeki başarılarını yurt dışı pazarlara da taşımakta güçlük çekmeyeceklerdir. Ancak burada unutulmaması gereken nokta, marka olma yolunda ilerleme kaydeden firmaların yurt dışı pazarlara açılma esnasında çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek almaları gerekliliğidir.

Kurumsal Yapılaşmanın Artırılması ve Kurumsallaşmanın Tamamlanması

Kurumsallaşma, konferansa katılan 6 grubun 4'ü tarafından üzerinde durulan önemli konulardan biri olmuştur. Kurumsallaşma kavramı şirketlerin kişiye dayalı bir sistemden, örgüt yönetim sisteminin yapılandırılıp öne çıkarıldığı bir kavram olarak ifade edilmektedir.

Firmaların kurumsallaşma aşamalarında 'stratejik plan' oluşturmaları ve plana yönelik olarak 'süreç yönetimi ve iyileştirme' kavramları üzerinde çalışmalar yürütmeleri ciddi ölçüde faydalı olacaktır. Bu sürecin devamında ihtiyaç duyulan insan kaynağının tespit edilmesi ve söz konusu personele gerekli eğitimlerin verilmesi birer tamamlayıcı unsur olarak düşünülmelidir. Bu bakış açısı ile kurumsallaşma dönemine girecek olan firmalar, hızlı bir değişim trendi karşısında direnç gösterebileceklerdir. Bu nedenle sektör örgütlerinin bu süreçte firmalara yol gösterici olması gerekmektedir. Bu kapsamda sektörde profesyonel yönetim kavramına ilişkin bilinçlendirme toplantılarının organize edilmesi firmaların sürece daha hızlı adapte olmasına fayda sağlayacaktır.

Altın, Takı ve Mücevherat Sektöründe Başaramadıklarımız

- 1-Kayıt altı çalışmanın sağlanamaması (5)
- 2-Kurumsallaşamama (4)
- 3-Sektörün eğitim ve vizyon açısından geliştirilememesi (3)
- 4-Yurt dışı reklam ve tanıtımın gerçekleştirilememesi, fuarlarda etkin yer alınamaması (3)

Kayıt altı çalışmanın sağlanamaması

Sektörde kayıt dışı faaliyet gösteren firmaların artış göstermesi özellikle adil bir rekabet ortamından uzaklaşılmasına sebebiyet vermektedir. Bu doğrultuda sektörde faaliyet gösteren firmaların kayıt dışı alana zaman içerisinde eğilim göstermeleri kaçınılmazdır. Öte yandan ülke ekonomisinin gelişimine de ciddi zararlar veren kayıt dışı işletmeler makro politikaların da güvenilirliğini ciddi ölçüde etkilemektedir. Katılımcılar tarafından ifade edilen söz konusu tespitin öncelikle sektörde faaliyet gösteren kuruluşlar tarafından çeşitli düzenlemeler yoluyla desteklenmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra sorunun devletin denetleyici organlarına taşınması ve bu oluşumun da sektördeki firmalar liderliğinde geniş kitleli katılımcılara yönelik bir biçimde hayata geçirilmesi son derece faydalı olacaktır.

Kurumsallaşamama

En çok tekrar sayısı alan ifadelerden bir diğeri sektördeki kurumsallaşamama sorunudur. Kurumsallaşma kavramı işletmelerin gelecek dönemlerinde sürdürülebilir bir başarı grafiği yakalamaları açısından önem arz etmektedir. İşletmelerin birey merkezli yönetiminden çok sistem bazlı yönetim anlayışına geçmesinde ise danışmanlık hizmetlerinin payı kayda değer derecede önemlidir. Bunun yanı sıra kurum kültürünün oluşması ve çalışanların bu kültürü benimsemesi kurumsallaşma sürecinin önemli adımları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Başarmamız gerekenler bölümünde söz konusu başlık altında irdelenenlerin yanı sıra işletmelerin kurumsallaşma sürecinde kamu kuruluşlarından alacakları destekler göz ardı edilmemesi gereken bir diğer unsurdur. Özellikle destek ve teşvik yapısını yenileyen KOSGEB bu açıdan işletmelere çok çeşitli destekler sunmaktadır. İşletmelerin dış ticaret sisteminden, Ar-Ge gelişimine, personel temininden makine ekipman gelişimine kadar birçok alanına yönelik destekler veren KOSGEB'in kaynakları sektörün gelişimi ve işletmelerin büyümeleri açısından reel bir faydaya dönüştürülmeli ve maksimum getirinin elde edilmesi yolunda çalışmalar kapsamlı biçimde yürütülmelidir.

Sektörün eğitim ve vizyon açısından geliştirilememesi

Firmaların büyüme ve gelişme dönemlerinde ihtiyaç duydukları önemli etmenlerden biri şüphesiz eğitim faaliyetlerinin organize edilmesi ve uygulanmasıdır. Eğitim olanaklarının sektördeki hizmet sağlayıcı kurumlar tarafından karşılanması ve sektörel kuruluşların bu faaliyetlere öncülük etmesi gerekmektedir. Altın, takı ve mücevherat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin vizyonlarını geliştirmesi ve özellikle uluslararası pazarlarda etkinlik göstermesi danışmanlık hizmetlerinin ve kamu desteklerinin birlikte kullanımı ile ivme kazanacaktır.

Yurt dışı reklam ve tanıtımın gerçekleştirilememesi, fuarlarda etkin yer alınamaması

Günümüz iş dünyasında sürekli artan rekabet ortamı işletmelerin zorunlu bir biçimde gelişim haritalarını oluşturmalarına sebebiyet vermektedir. Ülkemiz işletmelerinin söz konusu gelişim haritalarının uygulanması aşamasında en çok zorlandıkları nokta ise geleneksel yönetim anlayışından kaynaklı pazarlama satış faaliyetleridir. Mevcut pazarda derinleşme ve/veya yeni pazarlara penetrasyon yoğun bir çabanın yanı sıra doğru bir planlamayı gerektirmektedir. Bu kapsamda işletmelerin stratejik pazarlama planlarını oluşturması ve bu planlamanın içerisinde yurt dışı pazarlama planlamasının ayrıca yapılması gerekmektedir. Başlıkta yer alan ve konferans katılımcıları tarafından başaramadıklarımız ifadesi olarak yer alan pazarlama aktiviteleri söz konusu bir planın parçası olarak firmaların karşısına çıkacaktır. Ama gerek sektör karar alıcılarının gerekse firmaların pazarlama ve satış faaliyetlerinde ulaşmak istedikleri nokta doğru tarif edilemez ise yapılacak tüm reklam tanıtım aktiviteleri verimsiz geçecektir. Bu nedenle öncelikle firmalarda reklam tanıtım faaliyetlerinin yapılması değil profesyonel pazarlama satış yönetimi bilincinin artırılması gerekmektedir. Firmalarda bu yapı ancak firma sahiplerinin iradesi ile kurulabilecektir. Aktiviteler bazında ise özellikle uluslararası fuarlara katılım ve reklam faaliyetlerinin desteklenmesi noktasında, KOSGEB'in mevcut destekleri firmalara ciddi ölçüde kolaylık sağlamaktadır.



B.2. TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNÜN BASKIN ÖZELLİKLERİ – GZFT UYGULAMASI

GÜÇLÜ YANLAR

“Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı”nda katılımcılar, ikinci uygulama olarak **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörü**nün güçlü – zayıf yönleri ve sektörün karşısındaki fırsat ve tehditlerin analizini yapmışlardır.

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörü ekonomik hayatının aktörleri, **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörü**nün gelişimine yönelik kısa ve orta vadeli hedefleri oluştururken söz konusu faktörleri göz önünde bulundurmuşlardır.

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün güçlü yönleri kısa ve orta dönemde yerine getirilecek hedefleri kolaylaştıran, zayıf yönler ise bu görevlerin yerine getirilmesini zorlaştıran faktörlerdir. Fırsatlar; görevlerin gerçekleştirilmesi ile elde edilebilecek, tehditler ise görevler yerine getirildiği takdirde bertaraf edilebilecek faktörlerdir.

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün güçlü yanları

- 1-Tasarım, yaratıcılık ve üretimdeki deneyim (6)
- 2-Coğrafi konum (5)
- 3-Güçlü sermaye yapısı (4)
- 4-Sektörün güvenilirliği (2)
- 5-Yüksek girişimcilik potansiyeli (2)
- 6-Müşteri taleplerine esnek ve hızlı cevap verebilme yeteneği (2)
- 7-Üretim kapasitesinin yüksek olması

Tasarım, yaratıcılık ve üretimdeki deneyim

Ülkemizin her türlü takı ve mücevherat sektörü ürünlerinde sunmuş olduğu çeşitlilik henüz birçok ülke tarafından erişilebilir düzeyde değildir. Atölye çalışmalarına katılan grupların büyük bir kısmı da bu konu üzerinde durmuş ve sahip olunan bu tasarım yeteneğinin oldukça önemli olduğunu vurgulamışlardır. Oldukça köklü bir geçmişe sahip olan ülkemiz ve birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Anadolu bu tasarım ve yaratıcılık yeteneğine ilham kaynağı sağlamaktadır. Altın, takı ve mücevherat ürünlerinin tasarımları gerek tarihte yaşanan gerçek hikâyelerden alınarak oluşturulmuş olan motiflerde gerekse de çağımızdaki modern trendlerin sürekli değişimi doğrultusunda oluşturulmaktadır.

Tasarımcılarımız tarafından tasarlanan ürünlerimiz; dünyanın birçok ülkesinde fikrinsel ve görsel akım yaratılması konusunda önemli rol oynayarak bir takım

sanatsal film ve gösterilerde ülkemiz takılarının teşhir edilmesini sağlamıştır.

Tasarımların yanı sıra söz konusu ürünlerin üretim tekniklerinde de ülkemizdeki altın, takı ve mücevherat sektörü ciddi gelişmeler göstermiştir. Gerek ürünlerin oluşturulmasında kullanılan kalıpların imal edilmesi gerekse de ürünlerin işlenmesinde kullanılan işçilik niteliği ülkemizi dünya pazarında üst seviyelere taşımakta ve bilinirlik düzeyini önemli ölçüde artırmaktadır.

Coğrafi konum

Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı çalışmasında yer alan 6 grubun 5'i ülkemizin sahip olduğu coğrafi konumun altın sektörü açısından oldukça büyük bir önem taşıdığını ve bunun ülkemize güçlü bir yön kattığını belirtmiştir. Ülkemizin batı ve doğu kültürlerini barındıran diğer ülkelere yakın olması ve bu ülkeler üzerinde ticari atılımlar gerçekleştiriyor olması altın ürünleri için ciddi bir potansiyele işaret etmektedir. Dünyanın en önemli altın ürünleri üreticileri içerisinde yer alan Türkiye, sahip olduğu bu potansiyeli ekonomik ve sosyo-kültürel gelişmeler doğrultusunda en etkin bir biçimde kullanmaya devam etmekte ve dünya pazarında sürekli gelişme yolunda ilerleme kaydetmektedir. Coğrafi konumun güçlü bir özellik olduğunun göstergelerinden bir diğeri ülkemizden yapılan ihracat miktarıdır. Dış ticaret verileri incelendiğinde, özellikle Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki piyasaya yakın olunması ve büyük oranda bu ülkeye ve diğer Ortadoğu ülkelerine ihracat gerçekleştirilmesi dikkat çekicidir. Bunun yanı sıra, Avrupa pazarına çok yakın olan Türkiye altından yapılmış ürünlerin ihracatı boyutunda gelişim göstermekte ve yıllar itibarıyla ilerleyen bir başarı grafiği ortaya koymaktadır.

Güçlü sermaye yapısı

Sektörde yer alan firmaların güçlü bir sermaye yapısına sahip olduğu atölye çalışmasına katılan grupların 4'ü tarafından güçlü bir yan olarak belirtilmiştir. Firmaların sahip olduğu bu yapı sektörde gerçekleştirilebilecek olan yatırımlar için



finansman kaynağı bulunması problemini ortadan kaldırmaktadır. Bu sayede piyasa gelişmeleri doğrultusunda ve yatırım ihtiyacı doğması durumunda oldukça hızlı bir şekilde hareket edebilme yeteneği sektör içerisinde yer alan firmalar için korunması gereken güçlü bir yan olarak ortaya çıkmaktadır. Bu güçlü sermaye yapısından etkin bir şekilde faydalanılabilmesi için orta ve uzun vadeli planlar üzerinde durulması ise önem kazanmaktadır. Özellikle konjonktürel yapı değişimi içerisinde bulunulan bu dönemde, sektörde uzun vadeli stratejilere dayalı hareketlenmeler başlayacak olup genel olarak sektörün etkinliği artış gösterecek ve ilerleyen dönemde güçlü sermaye yapısının verimliliği sağlanmış olacaktır.

Sektörün güvenilirliği

Altın, takı ve mücevherat sektörünün sahip olduğu güvenilir yapıya toplamda 2 masa tarafından değinilmiştir. Sektörün güven yapısının bu denli yüksek olmasının sebebi; döviz piyasaları, gayrimenkul yatırımları, menkul kıymet yatırımları gibi yatırım araçlarına göre daha stabil bir görünüm çizmesidir. Özellikle altın diğer takı ve mücevherata göre genel olarak bir değer trendine sahiptir. Yüzdeler bazda incelendiğinde özellikle yazın artan düğün, nişan, söz, sünnet gibi aktivitelerden dolayı altından yapılmış olan ürünlerin satışlarında artış gözlemlenmektedir. En doğalından bir arz ve talep yapısına sahip olan altın ürünleri piyasadaki talebi karşılamak adına ortalama fiyatlar ile başlamakta ve sonrasında arzın azalmasından dolayı fiyatlar genel düzeyinde artışlar izlenmektedir.

Dünyadaki toplam rezerv miktarının da belli bir kapasitede olduğu ve altının da geleneksel bir talep yapısına sahip olduğu düşünüldüğünde, altına olan ilginin özellikle kriz dönemlerinde azalmayacağı söylenebilir. Geçmişten bugüne en önemli ticari alışverişlerin tamamına yakınına aracılık eden altın, sahip olduğu bu yapıyı, günümüzde en az değer kaybına uğratan yatırım aracı olarak devam ettirmektedir. Dolayısıyla sektör içerisinde yer alan ve almak isteyecek işletmeler ve sektör çıktısı olan ürünleri gerek yatırım aracı gerekse de aksesuar olarak kullanan kişiler için altın, takı ve mücevherat sektörü oldukça güvenilir bir yapı sergilemektedir.

Yüksek girişimcilik potansiyeli

Gelecek stratejileri konferansına katılan grupların bir kısmı sektörde yer alan firmaların girişimcilik potansiyelinin oldukça yüksek olduğuna değinmişlerdir. Sektörde yer alan firmalar gerek pazarlama çalışmaları gerekse satış kanallarının geliştirilmesi konusunda ileri derecede bir girişimcilik ruhuna sahiptir. Bu girişimci ruh firmaların bir basamak ileriye taşınması konusunda ciddi derecede önemlidir. Fakat bu girişimlerin, belirli bir planlama ve stratejiler doğrultusunda yapılmıyor olması pazarda belirgin biçimde hissedilmektedir. Girişimcilik yalnızca yaratıcı fikirler ortaya koyup pazara giriş yapmaktan ibaret olmamalıdır. Girişimcilik, içerisinde bir planlama ve süreç yapısı barındırmalı, bu nedenle girişimci ruhunun ve girişimcilik özelliklerinin sektörde yer alan firma yöneticilerine aktarılması son derece önemlidir.

Müşteri taleplerine esnek ve hızlı cevap verebilme yeteneği

Altın, takı ve mücevherat sektörü içerisinde yer alan firmaların halen piyasada bulunan müşteri taleplerine esnek ve hızlı cevap verebilme yeteneğine, atölye çalışmasına katılan grupların ikisi tarafından değinilmiştir. Sektörün en önemli özelliklerinden birisi olan bu yapının temel kaynağı sektörde yer alan firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ ölçeğinde olmasıdır. Sektörde bu yapıya sahip firmaların yer alması esnek üretim şartlarının yaratılabilmesini sağlamaktadır. Pazardaki talebin karşılanması için esnek üretim yapabilme ve hızlı bir şekilde değişime ayak uydurabilme yeteneğine sahip olan üreticilerimiz piyasada meydana gelen değişikliklere hızlı cevaplar üretebilmektedir.

Üretim kapasitesinin yüksek olması

Sektörün toplam üretim kapasitesinin yüksek olduğu çalışma katılımcıları tarafından üzerinde durulan bir diğer unsurdur. Sektörün mevcut durumdaki kapasite kullanım oranları sahip olunan yüksek üretim kapasitesine kıyasla düşük seviyelerdedir. Üretim kapasitesinin büyüklüğü sektörün güçlü bir yanını oluşturmasına rağmen bu güçlü yandan fayda sağlanılacak alanlar konusunda zayıf kalınmaktadır. Özellikle, yüksek girişimcilik potansiyelinden yararlanılmaması ve pazarlama stratejilerinin planlı olarak oluşturulamaması atıl üretim kapasitesinin artmasına sebep vermektedir. Bu anlayış ölçeğine dayalı olarak pazarlama hedeflerinin ve yatırım planlamaya ilişkin aksiyonların stratejik kararlar doğrultusunda oluşturulması ve ardından uygulamaya konulması son derece faydalı olacaktır.

ZAYIF YANLAR

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün zayıf yanları

1. Teknolojide dışarıya bağımlılık (6)
2. Kurumsallaşamama (3)
3. Yurt içi ve yurt dışı pazarlama tekniklerimizin ve ağıımızın zayıf olması (3)
4. Ar-Ge eksikliği (2)

Teknolojide Dışarıya Bağımlılık

Altın, takı ve mücevherat ürünlerinin üretimi konusunda kullanılan üretim teknolojilerinin dış ülkelere olan bağımlılığı atölye çalışmasında yer alan gruplar tarafından 6 kez tekrarlanmıştır. Türkiye makine imalat sektörü oldukça gelişmiş bir yapıya sahip olup dünyanın birçok yerinde ülkemizde üretilen makineler kullanılmaktadır. Dolayısıyla Türk makinelerinin kalitesi ve üretim yetenekleri dünya kullanıcıları tarafından bilinmektedir. Fakat bu başarı altın, takı ve mücevherat işleme ve ürün haline getirmede kullanılan makineler için mevcut du-

rumda söz konusu değildir. Tasarım yeteneği bu denli yüksek ve gelişmiş olan ülkemizin, ürünleri üretmede kullanılacak olan makine ve ekipmanları yurtdışından getirtmek zorunda olması ürünlerin piyasaya sunulması noktasında geriplanda kalınmasına neden olmaktadır. Bu hem genel anlamda sektörel gelişimin önüne geçmekte hem de ülkemiz ekonomisine ihracatı ile katkı sağlayan altın, takı ve mücevherat sektörünün makine ve ekipman ithalatı yaparak sağlamış olduğu katkıyı azaltmasına sebep olmaktadır.

Kurumsallaşamama

Altın, takı ve mücevherat sektörü içerisinde yer alan firmaların en büyük problemlerinden birisi kurumsallaşmaya yönelik adımların net bir şekilde atılması ve kurumsallaşma mantığının yöneticilerde tam olarak yerleştirilememesidir. Sektörde yer alan bu probleme atölye çalışmasına katılan 6 grubun 3'ü tarafından değinilmiştir. Kurumsal bir yapıya sahip olunmaması işletmelere bazı noktalarda avantaj sağlarken bazı noktalarda da zayıflık oluşturmakta hatta işletmelerin gelişimi önünde bir engel teşkil etmektedir. İşletme yöneticileri gelişim planları ve senaryoları üzerinde çalışıp stratejiler geliştirmesi gerekirken genel olarak operasyonel aktiviteler içerisinde boğulmuşlardır. Bu da sektörde yer alan firmaların uzun dönem stratejik hedeflerini belirlemelerinin önüne geçmektedir. Dolayısıyla stratejik hedeflere dayalı yönetim sistemi ikincil plana düşmekte ve sektörün genel gelişimi yavaşlamaktadır. Sektörde yer alan firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ ölçeğinde olması bu problemin temel kaynağıdır. Altın, takı ve mücevherat üretiminde bulunan işletmelerin fonksiyon bazında yapılanmalarının zayıf kalması kurumsal kimliğin oluşturulmasına engel teşkil etmektedir. Bunun için sektörde yer alan firmaların yöneticilerinin, küçük ya da orta ölçekli olmalarına rağmen gelişim planları tasarlamaları ve bunun yanı sıra kurumsallaşma kültürünü ve bilincini işletmenin tamamına yaymaları ciddi ölçüde faydalı olacaktır.

Yurt içi ve yurt dışı pazarlama tekniklerimizin ve ağıımızın zayıf olması

Günümüzde gelişen ekonomik koşullar ve müşteri talep yapılarının farklılık göstermesi üretim ve pazarlama yapısını değiştirmektedir.

Sanayinin gelişmeye başlaması ile birlikte üreticiler tarafından yaratılan arzın talepleri oluşturması pazarlama tekniklerine duyulan ihtiyacın minimum düzeyde kalmasına neden olmuştur. Rekabet ortamının ve arz talep dengesinin değişmesi ile birlikte işletmeler pazarlama tekniklerine ihtiyaç duymuş ve kendilerini bu yönde geliştirme gereksinimi görmüşlerdir.

Altın, takı ve mücevherat sektörü incelendiğinde, ürünlerin neredeyse tamamının üretiminin teknolojik altyapı sayesinde kolaylıkla sağlanabildiği görülmektedir. Öte yandan, çalışmaya katılan gruplar tarafından da belirtilmiş olduğu gibi değişen müşteri talepleri ürünlerin satışını zorlaştırmaktadır. Sektörün bu

anlamda en çok etkilendiği noktalardan birisi piyasaya sunulacak ve sunulmuş olan ürünlere yönelik ulusal ve uluslararası pazarda pazarlama aktivitelerinin etkin bir şekilde yürütülememesidir. Bu zayıf yanın sektörde yer alan firmaların satışlarını olumsuz yönde etkilemesi, üzerinde durulması gereken önemli bir sonuçtur.

Geçmişten bugüne gerçekleşen bu değişimler doğrultusunda firmaların hedef müşterilerini belirlemeleri ve hedef müşterilerine ulaşmada kullanacakları pazarlama kanalları konusunda odak eğitimlere ağırlık vermesi faydalı olacaktır. Bunun yanı sıra sektörde yer alan firmalara yönelik olarak toplu iş planı eğitiminin düzenlenmesi firmaların gelişimi açısından önem arz edecek bir diğer adım olarak düşünülebilir.

Ar-Ge eksikliği

Ar-Ge çalışmalarına sektör firmalarının yeterince önem verilmemesi, ayrıca kamunun sektörde Ar-Ge'nin geliştirilmesine yönelik yeterli desteği sunmaması, sektörün sahip olduğu birçok güçlü yanını kullanamamasına neden olmaktadır. Pazardaki ürünlere yönelik ihtiyacın karşılanması temel istek olmasına rağmen ürünlerin nasıl üretileceğine yönelik Ar-Ge çalışmaları istenilen nitelikte ve boyutta yapılamamaktadır. Bu nedenle sektör içerisinde yer alan firmaların daha iyi ürünleri ve hizmetleri müşterilerine sunulabilmesi adına geniş çaplı Ar-Ge faaliyetlerini gerçekleştiriyor olmaları gerekmektedir. Bunun için sektöre hizmet edecek olan Ar-Ge merkezlerinin kurulması sağlanabilir.

Bu merkezlerde görev alacak nitelikli insan kaynağının yaratılması için üniversitelerle işbirliğinin sağlanması ve Ar-Ge teşvikleri sağlayan TÜBİTAK, TTGV vb. kuruluşların desteklerinden yararlanılması son derece önemlidir.



FIRSATLAR

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün çevresindeki fırsatlar

1. Türkiye'nin komşularıyla olan iyi ilişkileri ve bu kapsamda uluslararası anlaşmalarda artış yaşanması (2)
2. İhracat yapma şansımızın olduğu ülkelerdeki gelir seviyesinin artması (Başta Türkî Cumhuriyetler) (2)
3. Kıymetli Taş Borsasının açılmaya hazır olması (Pırlanta Borsası) (2)
4. Finans sektörünün sektöre olan ilgisinin artması (Banka destekleri) (2)

Türkiye'nin komşularıyla olan iyi ilişkileri ve bu kapsamda uluslararası anlaşmalarda artış yaşanması

Türkiye'nin komşularıyla iyi olan ilişkileri çerçevesinde uluslararası anlaşmalarda yaşanan artış katılımcılar tarafından önemli bir fırsat olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu fırsatın etkin bir biçimde kullanılmasına yönelik olarak 'stratejik plan' yaklaşımı ve bunu takip eden pazarlama aktivite planlarının oluşturulması uluslararası pazarda daha güçlü bir yer edinilmesine imkan verecektir. Pazarlama aktiviteleri kapsamında ele alınması gereken önemli konulardan bir tanesi sektörle ilgili fuarların ülkemizde gerçekleştirilmesi ve bu esnada firmaların tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermesidir. Fuar ve tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra sektörde faaliyet gösteren firmaların komşu ülkelerde temsilcilik girişimlerinde bulunmaları fırsatın faydaya dönüştürülebileceği bir diğer gelişim adımıdır.

İhracat yapma şansımızın olduğu ülkelerdeki gelir seviyesinin artması

Başta Türkî Cumhuriyetler olmak üzere ihracat yapma şansımızın olduğu ülkelerde gelir seviyesinin artması çalışma grupları tarafından iki kez tekrarlanmıştır. Gelir seviyesindeki yükselişe bağlı olarak, ülkelerin sektör içinde anlamlı kılınacak kriterler çerçevesinde segmente edilmesi ve bu segmentasyona yönelik olarak tespit edilen ülkelerle işbirliği içerisine girilmesi gerekmektedir. İlişkilerin etkin bir şekilde yürütülebilmesi adına sektörün bilinçlendirilmesi; doğru noktalara, doğru kaynaklarla gidilmesi unutulmaması gereken bir noktadır.

İKO'nun, İhracatçılar Birlikleri'nin eğitim ve bilgilendirme konusunda; Maliye Bakanlığı ve KOSGEB'in de finansman ve mevzuat konusunda sağlayacağı destekler fırsatın etkin biçimde değerlendirilmesi adına önemlidir.

Kıymetli taş borsasının açılmaya hazır olması (pırlanta borsası)

Katılımcılar, Kıymetli Taş Borsası (Pırlanta Borsası)'nın açılmaya hazır olmasını bir fırsat ifadesi olarak belirtmişlerdir. Altın fiyatlarında yaşanan artışla birlikte pırlantaya olan eğilimin artması ve Türkiye'nin Kimberley Süreci Sertifika Siste-

mi üyeliğine kabul edilmesiyle İstanbul Altın Borsası'nın elmas ve pırlanta gibi kıymetli taşlar piyasasını oluşturma çalışmalarına başlaması, fırsatın oluşturabileceği potansiyeli işaret etmektedir. Söz konusu potansiyelden en verimli şekilde yararlanabilmek için gerekli altyapı çalışmalarının tamamlanması, örnek uygulamalardan faydalanarak kayıt dışılığın önüne geçilmesi ve ÖTV'nin olumsuz etkilerini bertaraf etmek adına düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte borsanın işlem görmesi halinde, gereken nitelikli işgücünün temin edilebilmesi için eğitim kurumlarında Gemoloji, Taş İşleme ve Tasarım Eğitimleri'nin verilmesi sağlanmalıdır.

Finans sektörünün sektöre olan ilgisinin artması

Finans sektörünün, sektöre olan ilgisinin artmasıyla birlikte firmaların gerek üretim gerekse ihracat çerçevesinde finansal olarak gelişimleri gündeme gelmekte, yastık altı şeklinde tabir edilen sektör sermayesinin ekonomiye daha etkin bir şekilde kazandırılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Sektörde yaşanabilecek ürün ve fiyatlandırma değişikliklerinin bir nevi garanti alınmasına katkıda bulunabilecek finansal araçlar son derece önemlidir. Bunun yanı sıra işletme yönetiminde işletme sermayesi ihtiyacının karşılanması ve nakit akım yönetiminin etkin bir biçimde kurulması noktasında finans sektörünün sağlayacağı katkılar göz ardı edilmemelidir. Sektörde faaliyet gösteren firmaların büyüme ve gelişme dönemlerinde ihtiyaç duyacakları yatırım kaynakları şüphesiz finans sektörünün gelişimi ile desteklenecek böylelikle büyüme dönemlerinde firmalar risklerini minimum seviyede tutabileceklerdir.



TEHDİTLER

Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün çevresindeki tehditler

1. Düşük işçilik fiyatı sebebiyle Çin ve Hindistan'la yaşanan haksız rekabet (4)
2. Kayıt dışılığın, kurumsallaşma ve büyüme önünde engel teşkil etmesi ve satışta yarattığı riskler (3)
3. ÖTV oranının %20 olması (3)
4. Altın fiyatlarının yüksek ve değişken olması (kurlardaki dalgalanma) (3)
5. Küresel krizin uzun sürmesi ve buna bağlı olarak ons fiyatının yüksek seyretmesi, böylece pazarın daralması (3)

Düşük işçilik fiyatı sebebiyle Çin ve Hindistan ile yaşanan haksız rekabet

Katılımcılar, düşük işçilik fiyatı sebebiyle Çin ve Hindistan ile yaşanan haksız rekabeti en önemli tehdit unsuru olarak belirlemişlerdir. Uzakdoğu'daki ucuz işçilik, özellikle Çin ve Hindistan gibi ülkelerle, yurtdışı pazarlarda rekabet etmeyi zorlaştırmaktadır.

Söz konusu tehdidin olumsuz etkilerini minimize etmek ve bu doğrultuda maliyet kalemlerini düşürecek mevzuat değişikliklerinin oluşturulmasını sağlamak adına sektördeki firmaların lobi faaliyetleri düzenlemesi ve ilgili kamu kuruluşları ile tehdidin olumsuz etkilerini somut biçimde paylaşması son derece önemlidir.

Global rekabet ortamında ucuz işçilik seviyesinin belirli ülke ve bölgelerde yaygınlaşması şüphesiz marka, bilinirlik ve katma değer gibi kavramların etraflıca incelenmesine sebebiyet vermektedir. Öncelikle sektörde faaliyet gösteren firmaların maliyet sistemlerini yapılandırmaları ve bununla birlikte katma değerli ürünler üretme yolunda adımlar atmaları tehdiye yönelik bir önlem olarak düşünülmelidir. Öte yandan firmaların marka yönetimi ve bilinirlik seviyelerinin geliştirilmesi tehdidin etkilerini azaltabilecek diğer destekleyici unsurlar olarak işletme stratejilerinde yerini almalıdır.

Kayıt dışılığın, kurumsallaşma ve büyüme önünde engel teşkil etmesi ve satışta yarattığı riskler

Kayıt dışılığın yaratmış olduğu olumsuz etkiler, katılımcılar tarafından önemli bir tehdit maddesi olarak belirtilmiştir. Özellikle değerli taş ve pırlantanın ülkemize girişinde uygulanan ÖTV, kayıt dışılığa sebebiyet vermektedir. Bunun sonucunda sektörün imajı zedelenmekte, haksız rekabet ortaya çıkmakta ve firmaların kurumsallaşma ve büyüme evrelerinde büyük engeller meydana gelmektedir. Bu çerçevede Maliye Bakanlığının ÖTV'de yeniden yapılandırmaya gitmesi ve sektör ihracat ve ithalatında altyapı iyileştirmeleri gerçekleştirmesi, sektörün mevcut konumundan daha ileriye taşınmasında önemli ölçüde faydalı olacaktır.

Bununla birlikte İhracatçılar Birliklerinin ve Kuyumcu Odaları sektörü, kayıt dışılığı engellemek ve güvenli ticareti geliştirmek adına bilinçlendirmeleri ve belirli ticaret kanallarına yönlendirmeleri tehdidin bertaraf edilmesine katkı verecek diğer gelişim adımlarıdır.

ÖTV oranının %20 olması

Çin, Hindistan ve İtalya gibi sektörde önemli konumda bulunan ülkelerin vergi mevzuatları örnek alınarak yapılacak olan altyapı çalışmaları sektörün kayıt dışı ticarete yönelmesini engelleyebilecek, ithalat oranını düşürerek iç üretimi artırabilecektir. Bununla birlikte Maliye Bakanlığı tarafından yapılacak değerlendirmeler çerçevesinde sektörden toplanması gereken, fakat toplanamayan vergilerde reel olarak artış gözlemlenebilecektir. ÖTV oranında gerçekleştirilecek olan yapılanma öte yandan Değerli Taş Borsasının oluşturulmasının önünü açacaktır.

Altın fiyatlarının yüksek ve değişken olması (kurlardaki dalgalanma)

Katılımcılar, altın fiyatlarındaki yüksek ve değişken yapıyı önemli bir tehdit maddesi olarak belirtmişlerdir. Küresel krizin de etkisiyle güvenli yatırım aracı olarak görülen altın, mevcut talebin artmasına yol açmakta ve bununda bir sonucu olarak altın fiyatlarında yükselme gözlenmektedir. 2011 yılından itibaren gerçekleşmesi beklenen ekonomik toparlanma sürecinde altın fiyatlarında çeşitli dalgalanmalar yaşanabileceği öngörülmekte ve oluşabilecek keskin düşüşlere göre firmaların emniyet senaryoları hazırlamaları gerekliliği gündeme gelmektedir. Bu tür değişimlerin yaşanması esnasında finansal araçlardan destek alınması ve sektörel kuruluşlardan etkin biçimde yararlanılması son derece önemlidir.

Küresel krizin uzun sürmesi ve buna bağlı olarak ons fiyatının yüksek seyretmesi, böylece pazarın daralması

Küresel krizin uzun sürmesi ve zincirleme olarak olumsuz etkilerinin süregelmesi katılımcılar tarafından dile getirilen bir diğer tehdit maddesidir. Altın fiyatlarında yaşanan istikrarsız yapı, fiyatların mevcut durumda yüksek seyretmesi ve gelecek dönemlerde yaşanabilecek keskin düşüş ve yükseliş gelişmelerindeki belirsizlikler, sektörün yaşadığı olumsuzluklar bütününe perçinlemektedir. Bu bağlamda mevzuatsal yapıda yapılacak olan genel ve / veya geçici düzenlemeler, finans sektörünün değişken durum yapısına göre sağlayacağı ek destekler ve devlet desteklerinin sektör yapısına göre yeniden şekillendirilmesi, içerisinde bulunan zor durumun etkilerini azaltmada faydalı olacaktır.

B.3. GZFT'DEN STRATEJİK AÇILIMLAR

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı çalışmasının uygulama bölümünün ikinci aşamasında gerçekleştirilen GZFT analizi sonuçları detaylı incelenmiştir. Bu inceleme sonrasında konferansın ikinci gününde yer alan 6 çalışma grubunun 3'üne GZFT sonuç listeleri ayrı ayrı dağıtılmıştır.

GZFT sonuçları kendi başlarına çeşitli yorumlara ve gelişime yönelik görevlere işaret etmektedir. Ancak analizin daha güçlü biçimde yapılması, diğer yandan stratejik planda kullanılmaya daha uygun somut ve uygulanabilir stratejik açılımların ortaya çıkarılması, daha yararlı ve sonuç odaklı bir yaklaşımdır.

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı çalışmasında, sahip olunan güçlü ve zayıf yanlar ile karşı karşıya bulunulan fırsat ve tehditler 6 farklı açıdan analiz edilerek stratejik açılım potansiyelleri araştırılmıştır. Bu yöntemle göre stratejik açılım araştırması yapılan farklı analiz açıları şunlardır:

1. **Güçlü-Zayıf Açısı:** Güçlü yanlardan yararlanarak zayıf iç faktörleri ya da özellikleri ortadan kaldırmaya dayalı stratejik açılımlar ve görevler
2. **Güçlü-Tehdit Açısı:** Güçlü yanlardan yararlanarak karşı karşıya bulunulan dış tehditleri bertaraf etmeye dayalı stratejik açılımlar ve görevler
3. **Güçlü-Fırsat Açısı:** Güçlü yanlardan yararlanarak karşı karşıya bulunulan dış fırsatları elde etmeye dayalı stratejik açılımlar ve görevler
4. **Fırsat-Zayıf Açısı:** Zayıf yanları geliştirerek karşı karşıya bulunulan dış fırsatları elde etmeye dayalı stratejik açılımlar ve görevler
5. **Tehdit-Zayıf Açısı:** Zayıf yanları geliştirerek karşı karşıya bulunulan dış tehditlerden kaçınmaya dayalı stratejik açılımlar ve görevler
6. **Fırsat-Tehdit Açısı:** Fırsatlardan yararlanarak karşı karşıya bulunulan dış tehditlerden kaçınmaya dayalı stratejik açılımlar ve görevler

3 çalışma grubu tarafından yukarıdaki farklı açılardan yapılan stratejik açılım analizleri sonucunda 6 farklı açılım tespit edilmiştir. Bu stratejik açılımlarla ilgili grup çalışması çıktıları C Bölümünde sunulmaktadır.

Bu çalışmalardan bir tanesi örnek olarak aşağıdaki biçimde değerlendirilmiştir; Değerlendirilen bu örnekte GZFT'den stratejik açılım çalışmasında kullanılan Güçlü-Fırsat açısı ele alınmıştır. Buna göre altın, takı ve mücevherat sektörünün gelişimine önemli ölçüde katkı sağlayabilecek güçlü yanlar, ülkemizin coğrafi konumu ve Altın Borsasının varlığı olarak belirlenmiştir.

Belirtilmiş olan güçlü yanlar ile fayda sağlanabilecek olan pazardaki fırsatlar Kıymetli Taş Borsasının açılmaya hazır olması (Pırlanta Borsası), finans sektörünün sektöre olan ilgisinin artması (banka destekleri) , İstanbul Uluslararası Finans Projesi, İtalya'daki sıkıntı, diğer rakipler, Avrupa'da kriz nedeniyle zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye'ye kayması olarak tespit edilmiştir. Altın, takı ve mücevherat sektörünün sahip olduğu güçlü yanları ile pazarda yer alan

fırsatlar örtüştürüldüğünde etkin bir stratejik açılım ortaya çıkmaktadır.

Bu uygulamayı gerçekleştiren çalışma grupları tüm GZFT listeleri içinden kendisi için en önemli ve acil “güçlü fırsat stratejik açılım” potansiyelini ilk olarak şu şekilde ifade etmiştir:

Öneri Stratejik Açılım:

“Pırlanta ve elmaslı ürünlerde artan talebin varlığı ile Avrupa’da zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye’ye kaydırılması şansının Uluslararası Finans Projesi’nin itici gücü, Taş Borsasının açılması ve finans sektörünün sektöre olan desteğinin artması ile birlikte coğrafi konumunun üretim kapasitesi ile birleştirilerek dünyadaki birincilik hedefine ulaşılması”

Daha sonra bu stratejik açılım potansiyelinin hayata geçirilmesi için önerilen görevler uygulamanın devam eden bölümünde grup katılımcıları tarafından belirlenmiştir.

Seçilen Kriterler:

GÜÇLÜ:

- Coğrafi konum
- Altın Borsasının varlığı

FIRSAT:

- Kıymetli Taş Borsasının açılmaya hazır olması (Pırlanta Borsası)
- Finans sektörünün sektöre olan ilgisinin artması (banka destekleri)
- İstanbul Uluslararası Finans Projesi
- İtalya’daki sıkıntı, diğer rakipler
- Avrupa’da kriz nedeniyle zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye’ye kayması

Strateji:

Pırlanta ve elmaslı ürünlerde artan talebin varlığı ile Avrupa’da zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye’ye kaydırılması şansının Uluslararası Finans Projesi’nin itici gücü, taş borsasının açılması ve finans sektörünün sektöre olan desteğinin artması ile birlikte coğrafi konumunun üretim kapasitesi ile birleştirilerek dünyadaki birincilik hedefine ulaşılması

Görevler:

- Maliye idaresinin sektörün şartlarını öğreneceği bir yaklaşıma ulaşması
- %20 ÖTV’nin kaldırılması
- Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi
- Sektörün sorunlarının kamuoyuna anlaşılır bir dille anlatılması
- Düzgün, işlevsel ve sonuca götürecek bir çalıştayın oluşturulması
- Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine imza atması
- Çalıştay grubunun görev ve sorumluluklarının belirtilmesi sektörün tüm aktörlerini (kuyumcular, madenciler, tedarikçiler, sarraflar) kapsayan ve sektörü düzenlemeye, bir çatı altında tek ses vermeye yönelecek ve kanunla kurulmuş bir birliğin tesisi

Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı’na katılan grupların 3’ü tarafından yürütülen yoğun çalışmalar doğrultusunda sektörün geleceğine yön verilebilmesi adına 6 stratejik açılım belirlenmiştir. Ortaya çıkarı-

lan stratejilerin gerçekleştirilebilmesi adına da toplamda 25 adet görevden oluşan konsolide liste ortaya çıkmıştır.

Aşağıdaki tabloda benzer görevler ara başlıklar altında gruplandırılmış ve hangi konuların ne yoğunlukta ele alındığı belirlenmiştir.

Stratejik Açılımlardan Çıkan Görevler

Eğitim ve Danışmanlık (4)

Üniversitelerde kuyumculukla ilgili fakültelerin yeterli hale ivedilikle getirilmesi
İKO ve özel üniversiteler işbirliği ile akademiler kurulması
İMMİB, İKO ve İTO'nun kurumsallaşma ile ilgili seminerler düzenlemesi
Firma sahiplerinin, profesyonel danışmanlardan destek alması

Reklam-Tanıtım (4)

İKO ve İMMİB'in desteği ile daha etkin ve daha aktif reklam tanıtım hizmetleri gerçekleştirilmesi
Uluslararası arenada odaların da desteği ile her anlamda tanıtım faaliyetlerinin yapılması
Kamuoyundaki yanlış algıyı düzeltmek adına kuyumcunun sadece işçilik ile para kazandığını anlatıp, sektör üzerindeki baskıyı alıp, gerekli lobi faaliyetlerinde elimizi sağlam tutulması (odalar, sektör liderleri vb))
Fuar katılımlarının artırılması; yurtdışına gitmek, yurtdışından katılımcı getirilmesi

Üretim - Ar-Ge (4)

Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermeleri
Uzun vadeli üretim planlarının yapılması
Firmalar bazında taklitlerden kurtulup özgün tasarımlar geliştirmek adına daha geniş bütçe ayrılıp, önem verilmesi
Kalifiye eleman için devlet desteklerinden yararlanılması

Mevzuat (3)

Maliye idaresinin sektörün şartlarını öğreneceği bir yaklaşıma ulaşması
%20 ÖTV'nin kaldırılması
Üretim yeteneğimiz, kalitemiz, çeşidimiz ve kapasitemizin daha verimli kullanılabilmesi adına yoğun olarak çalışılan ve çalışılabilecek ülkelerle ikili anlaşmalar yapılarak vergisel kolaylıklar sağlanması

Hükümet İlişkileri (3)

Kalıcı ilişkiler kurulmalı, hükümet bu görevi geçici görmemeli, süreklilik sağlamalı
Hükümetin politikalarının belirlenmesi
Sektörün tüm aktörlerini (kuyumcular, madenciler, tedarikçiler, sarraflar) kapsayan ve sektörü düzenlemeye, bir çatı altında tek ses vermeye yönelecek ve kanunla kurulmuş bir birliğin tesisi

Diğer Görevler (7)

Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi
Sektörün sorunlarının kamuoyuna anlaşılır bir dille anlatılması
Düzgün, işlevsel ve sonuca götürecek bir çalıştayın oluşturulması
Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine imza atılması
Çalıştay grubunun görev ve sorumluluklarının belirtilmesi
İlgili ülkelerdeki ticari ataşelerimiz ile irtibata geçmek (firmaların, sektör için aktif çalışmalarını sivil toplum kuruluşlarının da desteği ile sağlaması)
Diğer sektörlerdeki örneklerin incelenmesi

B.4. TÜRKİYE ALTIN, TAKI VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNİ ETKİLEYEN EĞİLİMLER

Uygulama Hakkında Kısa Bilgi

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı'nın uygulamalarından “Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörünün Geleceğini Etkileyen Eğilimler”, güncel gelişmelerin Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörü için oluşturduğu fırsat ve tehditleri ortaya koyarak, sektör işletmelerinin fırsatları kazanca çevirmelerini ve tehditleri bertaraf etmelerini sağlayacak görevleri ortaya çıkarmalarını sağlamaktadır.

Uygulama içerisinde Eğilim Haritaları, Fırsatlar Haritası ve Tehditler Haritası olmak üzere iki alt bölümden oluşmaktadır.

FIRSATLAR HARİTASI

Katılımcılar bu bölümde, çeşitli fırsatların gelecekte gündeme getireceği eğilim ve gelişmeleri analiz etmişlerdir. Analizlerin sonucunda ise bu eğilimlere göre bugünden planlanması ve gerçekleştirilmesi gereken stratejik gelişim görevleri belirlenmiştir.

Grup katılımcıları tarafından sektörün ekonomik gelişmelerini etkileyen fırsat eğilimleri şu şekilde tanımlanmıştır:

1. Sektörün gelişmesinde en önemli fırsatı ihracat sunuyor
2. Sektörde değerli taşlarla süslenen ürünlerin önemi ve ağırlığı her geçen gün artıyor
3. Avrupadaki kriz nedeniyle önemi azalan sektörel merkezler Türkiye'nin önemini artırıyor
4. Sektörde ulusal ve uluslararası markalaşmanın önemi artıyor



GRUP 4

“Sektörün gelişmesinde en önemli fırsatı ihracat sunuyor”

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “sektörün gelişmesinde en önemli fırsatı ihracat sunuyor” ile gelecekte gündeme gelecek gelişmeler şu şekilde tespit edilmiştir:

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER NELER OLACAKTIR?	
Kaliteyi yükseltme ihtiyacı ortaya çıkıyor	Bitmiş mal ithalatına sınır getirilmesi
Ar-ge çalışmalarının önemi artıyor	Yurtdışındaki ithalatçıların risk analizi gündeme geliyor
Tasarım çalışmalarının önemi artıyor	Üreticilerin(KOBİ) desteklenmesi (maddi - eğitim)
Patent çalışmalarının önemi artıyor	Kalifiye satış elemanı ihtiyacı gündeme geliyor
Yurtdışında ülkemizin öneminin ve imajımızın artması	Üretimde nitelikli işgücü temini gündeme geliyor
Yurtdışında mağazalaşma faaliyetlerinin düzenlenmesi	Kalite standartlarının belirlenmesi ve kalite belgesi gündeme geliyor
İhracatta bürokrasinin azaltılması ve ihracatçı firmalara her türlü kolaylık sağlanması	Kayıt dışı sektörel faaliyetlerin azaltılması; kayıt dışı istihdamla mücadele gündeme geliyor
Kalitede mesleki deformasyonun engellenmesi (haksız rekabet)	Fuar takviminin iyi ayarlanması ve fuarlardan en üst düzey verimin alınması
Yarı mamul ithalatında ÖTV'nin kaldırılması	Bankaların ihracatçı firmalara finans ve kredi olanaklarını artırması
Yeni pazarların araştırılması	İhracattan doğan sorunlu alacakların tahsil edilmesinde hukuki desteklerin sağlanması
Yurt içi - yurt dışı fuar desteklerinin yeniden yapılandırılması	İhracat sigortası ve alternatif finansman teknikleri (faktoring) gündeme geliyor
Geçici ihracatta bürokrasi engellerinin kaldırılması, pazarlamacılara satış kolaylığı sağlanması	

Grup tarafından önerilen, bu gelişmelerin gerektireceği stratejik gelişim görevleri ise şunlardır:

BU GELİŞMELERDEN YARARLANMAK İÇİN NE TÜR GÖREVLER GERÇEKLEŞTİRİLMELİDİR?	
Sektör kuruluşlarının müfredata daha çok müdahil olması (meslek odaları, borsalar, birlikler, üniversiteler, MEB'e bağlı meslek liseleri)	Maliye Bakanlığının ÖTV'yi acilen kaldırması
Kalite, Ar-Ge ve tasarımı geliştirici çalışmaların yapılması (meslek odaları, borsalar, birlikler, üniversiteler, MEB'e bağlı meslek liseleri)	Yurtdışı ticaret müşavirliklerinin yeni pazar araştırmalarını desteklemesi (tüm sektörün destek vermesi)
Türkiye tanıtım ve yatırım ajansı nezdinde ihracat birlikleri ve kuyumcular odasına düşen sektörel farkındalık yaratacak görevlerin artırılması	Yurt içi - yurt dışı fuarlara İKO ve KOSGEB'in sağladığı desteklerin artırılması, desteklerin yapılandırılması
İhracatçılar birliği, KOSGEB ve DTM nezdinde mağazalaşma faaliyetlerinin düzenleme çalışmalarının yapılması	DTM ve Gümrük Müsteşarlığı nezdinde geçici ihracatta fuar dışı çıkışlara izin verilmesi
DTM, Gümrük Müsteşarlığı, İhracatçı Birlikleri ve Maliye Bakanlığı çerçevesinde ihracatta bürokrasinin azaltılması ve ihracatçı firmalara her türlü kolaylığın sağlanması adına çalışmalar yapılması	Maliye Bakanlığı tarafından bitmiş mal ithalatında vergi engelinin oluşturulması
Rekabet kurulunun, Sanayi ve Ticaret Bakanlığının sektörde etkin ve duyarlı olması	

- Grup katılımcıları, fırsatın gündeme getirdiği gelişmeler olarak kaliteyi yükseltme ihtiyacını, bu anlamda Ar-Ge, tasarım, patent çalışmalarının ve kalite standartlarının belirlenmesinin önem teşkil ettiğini, kalitede mesleki deformasyonun engellenmesinin gündeme geleceğini ve nitelikli işgücünün öneminin artacağını dile getirmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar, yurtdışında mağazalaşma faaliyetlerinin ve ülke imajının öneminin altını çizerek ihracatın mevzuatsal ve finansal olarak desteklenmesi gerektiğine işaret etmiştir.
- Sektörde kalitenin yükseltilerek yurtdışında ülke imajının artırılması adına sektörel kuruluşların eğitim müfredatına daha çok müdahil olmasını görev olarak belirleyen grup, bu çerçevede kalite, Ar-Ge ve tasarım çalışmalarının sektörel farkındalık başlığı altında yapılmasını görev olarak belirlemiştir.
- İhracatçılar Birliği, KOSGEB ve DTM nezdinde mağazalaşma faaliyetlerinin düzenleme çalışmalarının gerçekleştirilmesi ve yurtdışı ticaret müşavirliklerinin yeni pazar araştırmalarını desteklemesi (tüm sektörün destek vermesi) grup katılımcılarının belirlediği bir diğer görev kümesidir. Mağazalaşma faaliyetlerinin sektör kurumlarınca desteklenecek pazar araştırmaları kapsamında gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte gerekli tanıtım çalışmalarının ortak platform çerçevesinde planlanması ve uygulanması mağazalaşma faaliyetlerinin altyapısının güçlü kılınmasında katkılar sağlayacaktır.
- Katılımcılar, ihracatın korunmasının ve gelişmesinin sektör kurumlarınca gerçekleştirilecek pazarlama faaliyetleri altında mevzuatsal ve finansal desteklerle sağlanması gerektiğine işaret etmiş, "Maliye Bakanlığının ÖTV'yi acilen kaldırması", "Yurt içi - Yurt dışı fuarlara İKO ve KOSGEB'in sağladığı"

ğı desteklerin arttırılması, desteklerin yapılandırılması”, DTM ve Gümrük Müsteşarlığı nezdinde geçici ihracatta fuar dışı çıkışlara izin verilmesi” ve “Maliye Bakanlığı tarafından bitmiş mal ithalatında vergi engelini oluşturulması” görevlerini belirlemişlerdir.

GRUP 5

“Sektörde değerli taşlarla süslenen ürünlerin önemi ve ağırlığı her geçen gün artıyor”

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “sektörde değerli taşlarla süslenen ürünlerin önemi ve ağırlığı her geçen gün artıyor” ile gelecekte gündeme gelecek gelişmeler şu şekilde tespit edilmiştir:

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER NELER OLACAKTIR?	
Ürün çeşitliliğinin artması (pırlanta ve elmas taşlı alyans üretimi gibi)	Sertifikasyonun önem kazanması, tüketici ve üreticinin daha çok bilinçlenmesi
İstihdamın artması (pırlanta ve elmas ile ilgili nitelikli eleman ihtiyacı)	İhracatın artması
Taş işlemeçiliği ile ilgili yeni üretim alanlarının açılması	Yeni finansman tekniklerinin oluşması
Taş Borsasının kurulması ve buna bağlı olarak dünya pazarından daha çok pay alabilmek	

Grup tarafından önerilen, bu gelişmelerin gerektireceği stratejik gelişim görevleri ise şunlardır:

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?	
Üretici firmaların Ar-Ge, eğitim ve tasarım yatırımları yapması	Meslek kuruluşlarının sertifikasyonun standart hale gelmesi için çalışmalar yapması (Kuyumcular Odası ve İhracatçılar Birliği gibi)
Eğitim kurumlarında Gemoloji, Taş İşleme ve Tasarım eğitimlerinin yaygınlaştırılıp, pratik eğitimin artırılması; kurumlar ile sektörün işbirliğinin artması	DTM ve TİM'in bu yeni alandaki ihracatı artırma çalışmalarını gerçekleştirmesi
Taş işlemeçiliğinde yeni iş kolunun oluşturulabilmesi için yatırım teşviklerinin ortaya çıkarılması ve uygulanması	Maliye Bakanlığının ÖTV'yi kaldırarak, KDV'yi standart olarak uygulaması
Altın Borsasının Taş Borsası konusunda çalışması	Bankacılık sektörünün hem üretim hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntem oluşturması

- Grup katılımcıları, sektörü etkileyen eğilimin gelecek dönemde ortaya çıkacağı gelişmeleri, ürün çeşitliliğinin, istihdamın ve ihracatın artması, Taş Borsasının kurulması ve bunun etkileri, sertifikasyonun önem kazanmasıyla tüketici ve üreticinin daha da bilinçlenmesi ve yeni finansman tekniklerinin oluşması olarak belirlemişlerdir.
- Katılımcılar, üretici firmaların Ar-Ge, eğitim ve tasarım yatırımları içerisinde bulunmaları gerektiğini, eğitim kurumlarında Gemoloji, Taş İşleme ve Tasarım eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve pratik eğitimin artırılması gerektiğini, bunun için de bankacılık sektörünün hem üretim, hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntemler oluşturması gerektiğini görevler altında vurgulamıştır. Dile getirilen eğitimlerin yaygınlaştırılması ve pratik eğitimin geliştirilmesi adına eğitim kurumlarıyla sektörel işbirliği içerisine girilmesi ve sektöre nitelikli işgücünü sağlayacak kaynağın yaratılması fırsatın olumlu sonuçlarını elde etmek adına önemlidir.
- Taş Borsasının kurulması ve buna bağlı olarak dünya pazarından daha çok pay alabilmek adına katılımcılar “Altın Borsasının Taş Borsası konusunda çalışması”, “DTM ve TİM’in bu yeni alandaki ihracatı artırma çalışmalarını gerçekleştirmesi”, “Maliye Bakanlığının ÖTV’yi kaldırarak KDV’yi standart olarak uygulaması” görevlerini belirlemiştir. Taş Borsasının kurulması istenilen düzeyde verim alınabilmesi adına vergi düzenlemelerinin kayıt dışılığı da göz önünde bulundurulacak şekilde ele alınması fırsatın değerlendirilmesinde önemli sonuçlar doğurabilir.
- Grup katılımcıları tarafından belirlenen diğer görevler “Taş işlemeciliğinde yeni iş kolunun oluşturulabilmesi için teşviklerin ortaya çıkarılması ve uygulanması” ve “Meslek kuruluşlarının sertifikasyonun standart hale gelmesi için çalışmalar yapması (Kuyumcular Odası ve İhracatçılar Birliği gibi)”dir.



GRUP 5

“Avrupa’daki kriz nedeniyle önemi azalan sektörel merkezler Türkiye’nin önemini artırıyor”

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “Avrupa’daki kriz nedeniyle önemi azalan sektörel merkezler Türkiye’nin önemini artırıyor” ile gelecekte gündeme gelecek gelişmeler şu şekilde tespit edilmiştir:

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER NELER OLACAKTIR?
Yurt dışındaki zor durumda olan marka firmaların türk firmaları tarafından satın alınabilmesi
Krizin yaşandığı söz konusu yerlerde üretimin azalmasıyla pazarın alıcılarının türkiye’ye kayması
Kriz içinde olan ülkelerin işlevini yitiren borsa ve benzeri kurumlarının Türkiye’de oluşturularak merkezin burada toplanabilmesi
Kapanmakta olan üretici firmaların makinelerinin satın alınması, know-how’larının yurda taşınması

Grup tarafından önerilen, bu gelişmelerin gerektireceği stratejik gelişim görevleri ise şunlardır:

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?
Taş Borsasının kurulması için çalışmaların yapılması (İAB)
Uzun vadeli, düşük faizli, ilk birkaç yılı geri ödemesiz kredilerle yurtdışından marka firma ve makine ekipmanlarının (Know-How’larla birlikte) satın alma imkanlarının sağlanması (bankalar)

- Avrupa’daki krizin etkilediği ülkelerde sektörel olarak meydana gelen olumsuzlukların altını çizen grup katılımcıları, bu olumsuzluklardan en iyi şekilde yararlanabilme adına gündeme gelen gelişmeleri dile getirmiştir.
- Kriz içerisinde olan ülkelerinin işlevini yitiren borsa ve benzeri kurumlarının değerlendirilerek Türkiye’de oluşturulmasının ve merkezin buraya kaydırılmasının, bu noktalarda üretimin azalarak pazarın Türkiye’ye kaymasının gündeme geleceğine değinen grup, İstanbul Altın Borsasının Taş Borsasının kurulması için gerekli çalışmaları yapmasını görev olarak belirtmiştir.
- Katılımcılar, finansal açıdan zor durumda olan marka firmaların değerlendirilerek satın alınabileceğine işaret etmiş, krizden dolayı belirli bölgelerde üretimin azalacağına ve kapanmakta olan firmaların makinelerinin ve Know-How’larının yurda taşınmasının gündeme geleceğine işaret etmiştir. Gelişmelerden faydalanma adına sektörel firmalara bankalar tarafından uzun vadeli, düşük faizli, ilk birkaç yılı geri ödemesiz kredilerle finansal destek sağlanması görev olarak belirlenmiştir.

GRUP 5

“Sektörde ulusal ve uluslararası markalaşmanın önemi artıyor”

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “sektörde ulusal ve uluslararası markalaşmanın önemi artıyor” ile gelecekte gündeme gelecek gelişmeler şu şekilde tespit edilmiştir:

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER NELER OLACAKTIR?	
Üretim, istihdam ve ihracatın artması, işçilik maliyetlerinin azalması	Kalitenin artması (sertifikasyon)
Kurumsallaşma ihtiyacının gündeme gelmesi	Kıyasıya rekabetten değerinde ürün satışının gerçekleştirilmesi
Nitelikli işgücü ihtiyacının artması	Sürdürülebilir ticaretin güven ile artması

Grup tarafından önerilen, bu gelişmelerin gerektireceği stratejik gelişim görevleri ise aşağıdaki gibidir;

FIRSATIN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?
İstihdam ve nitelikli eleman desteklerinin genişletilmesi (KOSGEB - Sanayi ve Ticaret Bakanlığı)
İstihdam üzerindeki yüklerin azaltılması (Maliye Bakanlığı), kıdem tazminatının fondan karşılanması (Çalışma Bakanlığı)
Kurumsallaşma çalışması içinde olan firmaların danışmanlık hizmeti alması; KOSGEB desteğinin artması
Eğitim kurumları ile firmaların arasındaki iletişim ve işbirliğinin artması

- Grup katılımcıları, fırsatın gündeme getirdiği gelişmeler kapsamında, çeşitli alanlarda maliyetlerin azalması, kurumsallaşma, kalite ve nitelikli işgücü ihtiyaçlarının artması, rekabet şartlarının geliştirilerek değerinde ürün satışının gerçekleşmesi ve sürdürülebilir ticaretin güven olgusuyla artması gelişmelerinin gündeme geleceğini belirtmişlerdir.
- Grup, eğitim kurumlarıyla firmaların bir koordinasyon ve işbirliği çerçevesinde birbirlerini desteklemesinin gerekliliğini vurgulamış, bu çerçevede istihdam ve nitelikli elemana yönelik devlet desteklerinin kapsamının genişletilmesini, istihdam üzerindeki yüklerin azaltılmasını ve kıdem tazminatının fondan karşılanmasını görev olarak belirlemiştir.
- Kurumsallaşma çalışmaları çerçevesinde firmaların bilincinin artırılması ve bu yolda danışmanlık desteği almaları önemli bir konudur. Katılımcılar buna dayalı olarak “Kurumsallaşma çalışması içinde olan firmaların danışmanlık hizmeti alması; KOSGEB desteğinin artırılması” görevini oluşturmuştur.

TEHDİTLER HARİTASI

Konferans katılımcıları bu uygulamada Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün ekonomik gelişme çabası açısından tehdit içeren eğilimlerini analiz etmişlerdir. Bu analizin sonuçlarına göre tehditlerin etkisini ortadan kaldırmak ya da azaltmak için yapılması gereken görev önerilerini belirlemişlerdir.

Grup katılımcıları tarafından analiz edilen ve görev tespitine yönelik üzerinde çalışılan tehditler şunlardır:

1. Uzakdoğu'daki ucuz işçilik bizi yurtdışı pazarlarda zorluyor
2. Sektörde kayıt içine geçiş sürecinin yavaş ilerlemesi kurumsallaşmayı ve büyümeyi zora sokuyor
3. Eski alışkanlıklarla iş yapma ve değişimi anlayamama piyasada rekabet etmeyi zorlaştırıyor
4. Nitelikli personel ihtiyacı her geçen gün artıyor

GRUP 4

“Uzakdoğu'daki ucuz işçilik bizi yurtdışı pazarlarda zorluyor”

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “uzakdoğu'daki ucuz işçilik bizi yurtdışı pazarlarda zorluyor” tehdidinin gelecekte gündeme getireceği gelişmeler şu şekilde belirlenmiştir:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER
Anadolu'daki ucuz işçilik fırsatlarından yararlanılması; maliyetlerin Uzakdoğu'daki firmalara yerleştirilmesi
Pazarların kaybedilmesi
Firmaların kapanması, küçülmesi

Tehdidin gündeme getireceği gelişmelere karşılık grup çalışması sonucunda ortaya çıkan stratejik görev önerileri şunlardır:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?	
Özgün tasarımlı, katma değeri yüksek spesifik ürünlerin üretilmesi	Markalaşabilecek pazarlara yoğunlaşılması
Yeni pazarlama şekillerinin ortaya çıkması (internette satış)	Firmaların marjinal vizyon belirleyebilmeleri
Markalaşmanın sağlanması	Ürünlerdeki uzmanlaşmanın artırılması

- Katılımcılar, tehdidin gündeme getirdiği gelişmeler olarak Anadolu'daki ucuz işçilik fırsatlarından yararlanılmasını, pazarların kaybedilmesini ve firmaların küçülerek kapanmasını belirtmiştir.

- Özellikle Çin ve Hindistan'daki ucuz işçilik, krizin etkisiyle sektörel ürünlere olan taleplerini artıran bu ülkelerle yurtdışında rekabet etmeyi zorlaştırmaktadır. Katılımcılar bu çerçevede özgün tasarımlı, yüksek katma değerli ürünlere yönelmenin gerekliliğini belirtmiş, ürünlerdeki uzmanlaşmanın artırılmasını görev olarak belirtmiştir.
- Katılımcıların belirttiği bir diğer görev öbeği markalaşmanın sağlanarak markalaşabilecek pazarlara yönelmek ve firmaların marjinal vizyon belirleyebilmelidir. Bu anlamda firmaların sektör kurumlarınca pazarlar hakkında derin bilgilerle beslenmesi, danışmanlık şirketlerince yönlendirilmesi ve bu çerçevede grubun belirlediği bir diğer görev olan “Yeni pazarlama şekillerinin ortaya çıkması (internetten satış gibi)” eyleminin gerçekleştirilmesi önem ifade etmektedir.

GRUP 4

“Sektörde kayıt içine geçiş sürecinin yavaş ilerlemesi kurumsallaşmayı ve büyümeyi zora sokuyor”

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “sektörde kayıt içine geçiş sürecinin yavaş ilerlemesi kurumsallaşmayı ve büyümeyi zora sokuyor” tehdidinin gelecekte gündeme getireceği gelişmeler şu şekilde belirlenmiştir:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER
İşletmelerin hızlı bir şekilde küçülmesi ve kapanması
Sürecin yavaş ilerlemesi; yeni oluşabilecek taleplerin karşılanamaması
Yerel kalınarak global ihtiyaçlara yanıt verilememesi
Pazarların rakiplere kaptırılması

Tehdidin gündeme getireceği gelişmelere karşılık grup çalışması sonucunda ortaya çıkan stratejik görev önerileri şunlardır:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?
İşletmelerin bilinçlendirilerek kayıtlı çalışmanın önemini anlatılması
Kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi
Sektörel kuruluşların birleşimiyle oluşturulacak bir üst kurulun sektör üzerinde daha aktif, yönlendirici, denetleyici ve danışılacak bir kurum olarak hizmet verilmesi

- Tehdidin gündeme getireceği gelişmeler kapsamında, işletmelerin gelişim evresini geçiremeyerek hızlı bir şekilde küçülmesi ve kapanması, kayıt içine geçiş sürecinin yavaş ilerleyerek yeni taleplerin karşılanamaması, global ihtiyaçlara yanıt verilememesi ve pazarların rakiplere kaptırılması ifade edilmiştir.

- Sektör kurumları tarafından işletmelerin kayıt altına girmesinin öneminin ortak bir bilinç altında gerçekleştirilmesini görev olarak belirten grup, bu kapsamda kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu anlamda sektörel kuruluşların birleşimiyle oluşturulacak yeni bir üst kurulun aktif, yönlendirici ve danışman bir kurum olarak yer alması bir görev ifadesi olarak vurgulanmıştır.

GRUP 4

“Eski alışkanlıklarla iş yapma ve değişimi anlayamama piyasada rekabet etmeyi zorlaştırıyor”

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “eski alışkanlıklarla iş yapma ve değişimi anlayamama piyasada rekabet etmeyi zorlaştırıyor” tehdidinin gelecekte gündeme getireceği gelişmeler şu şekilde belirlenmiştir:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER	
Bölgesel olarak haksız rekabet yaratılması	Piyasada değişen alışkanlıklara hızlı yanıt verilebilmesi gerekli (10 ayar ve 8 ayarlık ürünlerin yaygınlaştırılması)
Milyemden çıkılması gündeme geliyor (yurtdışı ile rekabet zorlaşıyor)	Geride kalan firmaların yok olması
Sektörde ticaretin kayıt dışı gerçekleşmesi (iç piyasadaki rekabet etkileniyor)	İthalatın artması
Yönetimin devredilememesi, delege edilememesi (kurumsallaşamama)	Değişime ayak uydurulamadığında sektörde istihdamın azalması
Büyük pazarlarda değişen alışkanlıklara uyum sağlanamaması (Amerika'daki yeni trend olan pırlanta ve gümüş talebine hızlı cevap verilememesi)	

Tehdidin gündeme getireceği gelişmelere karşılık grup çalışması sonucunda ortaya çıkan stratejik görev önerileri şunlardır:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?
Sektördeki lider firmaların sahip oldukları kanallar vasıtasıyla milyemden çıkılmasının sağlanması
Kuyumcular Odalarının ve İhracatçılar Birliğinin bilgilendirme eğitimi çalışmaları yapması
Odalar Birliği Kuyumculuk Sektör Kurulunun daha fazla yetkilendirilmesi; sektör kurumlarında alınan kararların esas teşkil etmesi
Değişimi yakalayabilmiş firmaların başarı hikâyelerinin sektörel haber kanallarıyla bilgilerinin aktarılması

- Grup katılımcıları, tehdidin, bölgesel bazda haksız rekabetin yaratılması, milyemden çıkılması, kayıt dışı ticaretin gerçekleşmesi, kurumsallaşamama, büyük pazarlarda değişen alışkanlıklara uyum gösterememe ve bu çerçevede sektörde istihdamın azalması, ithalatın artması gelişmelerinin orta-

ya çıkaracağını belirlemiştir. Söz konusu tehdidi bertaraf etmek adına ise aşağıda belirtilen görevlerin yerine getirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

- Sektördeki lider firmaların sahip oldukları kanallar vasıtasıyla milyemden çıkılması
- Kuyumcular Odaları ve İhracatçı Birlikler işbirliğiyle değişimler üzerine bilgilendirme eğitimlerini yapılması
- Sektör kurumlarında alınan kararların esas teşkil etmesi amacıyla Odalar Birliği Kuyumculuk Sektörü Kurulunun daha fazla yetkiyle donatılması
- Değişimi yakalayabilmiş firmaların başarı hikayelerinin haber kanallarıyla yayılması

GRUP 5

“Nitelikli personel ihtiyacı her geçen gün artıyor”

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER

Grup çalışması sonucunda “nitelikli personel ihtiyacı her geçen gün artıyor” tehdidinin gelecekte gündeme getireceği gelişmeler şu şekilde belirlenmiştir:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELER	
Maddi yükün artması (eğitim - personel - ücret)	Orta vadede işçi ücretlerinin yükselmesi
İşçilik maliyetinin yükselmesi	İş tatminin az olması
Mevcut personelin iş kaybı ve kıdem tazminatı yükünün gündeme gelmesi	Tecrübe kazanana kadar oluşacak zaman kaybının gündeme gelmesi



Tehdidin gündeme getireceği gelişmelere karşılık grup çalışması sonucunda ortaya çıkan stratejik görev önerileri şunlardır:

TEHDİDİN GÜNDEME GETİRECEĞİ GELİŞMELERİN GEREKTİRDİĞİ GÖREVLER NELERDİR?
İstihdam üzerindeki maddi yüklerin azaltılması (Maliye ve Çalışma Bakanlığı)
Nitelikli personel desteğinin verilmesi (KOSGEB)
Maliye Bakanlığının kıdem tazminatı ile ilgili mevzuatı değiştirmesi
Meslek okulları ile ortak çalışmaların yapılması

- Grup katılımcıları, “Nitelikli personel ihtiyacı her geçen gün artıyor” tehdit başlığı altında eğitim ve personel kapsamında maddi yükün artması, iş tatmininin az olması, mevcut personelin iş kaybı ve kıdem tazminatı yükünün ortaya çıkması ve tecrübe kazanana kadar oluşacak zaman kaybının oluşması gelişmelerinin ortaya çıkacağını belirlemiştir.
- Gelişmeler çerçevesinde grup katılımcıları “İstihdam üzerindeki maddi yüklerin azaltılması (Maliye ve Çalışma Bakanlığı)”, “Nitelikli personel desteğinin verilmesi (KOSGEB)”, Maliye Bakanlığının kıdem tazminatı ile ilgili mevzuatı değiştirmesi” ve “Meslek okulları ile ortak çalışmaların yapılması” görevlerini oluşturmuştur.



B.5. ÖNEM – ACİLİYET UYGULAMASI

Uygulama Hakkında Kısa Bilgi

Önem – Aciliyet uygulaması esnasında GZFT’den Stratejik Açılımlara uygulamasından ve Eğilimler Haritaları’ndan çıkan görevler konsolide edilerek konferans katılımcılarına dağıtılmıştır. Katılımcılardan, her bir görevi önemli ve acil olmak üzere belirlemeleri istenmiştir.

GZFT’den Stratejik Açılımlara uygulamasından ve Eğilimler Haritası’ndan çıkan ve konsolide edilen görev listesi aşağıdaki gibidir;

NO	GÖREVLER
1	İKO, özel üniversiteler işbirliği ile akademiler kurmak
2	Daha etkin ve daha aktif reklam tanıtım hizmetleri gerçekleştirmek (İKO, İMMİB)
3	Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermeleri
4	Uzun vadeli üretim planlarının yapılması
5	Devlet teşvikleri özellikle tasarım konusunda yoğunlaştırılmalı
6	Hükümetin politikalarını belirlemesi
7	Kalıcı ilişkiler kurulmalı, hükümet bu görevi geçici görmemeli, süreklilik sağlamalı
8	Fuar katılımlarının artırılması; yurtdışına gitmek, yurtdışından katılımcı getirmek, verimliliği yüksek fuarların katılım için tercih edilmesi. Bunun dışında ülkemizdeki fuarlara katma değer yaratabilecek alıcıların çekilmesi
9	İlgili ülkelerdeki ticari ateşelerimiz ile irtibata geçmek (firmalar, sektör için aktif çalışmalarını sivil toplum kuruluşlarının da desteği ile sağlamak)
10	Maliye idaresinin sektörün şartlarını öğreneceği bir yaklaşıma ulaşması
11	%20 ÖTV'nin kaldırılması
12	Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi
13	Sektörün sorunlarının kamuoyuna anlaşılır bir dille anlatılması
14	Düzenli, işlevsel ve sonuca götürecek bir çalışmanın oluşturulması
15	Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine imza atması
16	Çalıştay grubunun görev ve sorumluluklarının belirtilmesi
17	Sektörün tüm aktörlerini (kuyumcular, madenciler, tedarikçiler, sarraflar) kapsayan ve sektörü düzenlemeye, bir çatı altında tek ses vermeye yönelecek ve kanunla kurulmuş bir birliğin tesisi
18	İMMİB, İKO ve İTO'nun kurumsallaşma ile ilgili seminerler düzenlemesi
19	Firma sahiplerinin profesyonel danışmanlardan destek alması
20	Diğer sektörlerdeki örneklerin incelenmesi
21	Kalifiye eleman için devlet desteklerinden yararlanılması
22	ÖTV'nin kaldırılması için lobi yapılması (İTO, İKO, İSO, İMMİB)
23	Uluslararası arenada her anlamda tanıtım faaliyetlerinin yapılması (Odalar)
24	Firmalar bazında taklitlerden kurtulup, özgün tasarımlar geliştirmek adına daha geniş bütçe ayırıp, önem verilmesi
25	Serbest bölge kurulup cazibe haline getirilmesi (Devlet)
26	Kamuoyundaki yanlış algıyı düzeltmek adına kuyumcunun sadece işçilik ile para kazandığını anlatıp, sektör üzerindeki baskıyı alıp, gerekli lobi faaliyetlerinde elimizi sağlam tutmak (Odalar, sektör liderleri, vb.)
27	Üretim yeteneğimiz, kalitemiz, çeşidimiz ve kapasitemizin daha verimli kullanılabilmesi adına yoğun olarak çalışılan ve çalışılabilecek ülkelerle ikili anlaşmalar yapılarak vergisel kolaylıklar sağlanması
28	Üniversitelerde kuyumculukla ilgili fakültelerin yeterli hale ivedilikle getirilmesi
29	Sektörel ve mesleki eğitimin rehabilite edilmesi

30	Eğitim kurumlarında Gemoloji, Taş İşleme ve Tasarım eğitimlerinin yaygınlaştırılıp, pratik eğitimin artırılması (kurumlar ile sektörin işbirliğinin artırılması)
31	Maliye Bakanlığının ÖTV'yi kaldırarak KDV'yi standart olarak uygulaması
32	Yeni iş kolunun oluşabilmesi için yatırım teşviklerinin ortaya çıkarılması ve uygulanması
33	Altın Borsasının Taş Borsası konusunda çalışması
34	Meslek kuruluşlarının sertifikasyonun standart hale gelmesi için çalışmalar yapması (Kuyumcular Odası ve İhracatçılar Birliği gibi)
35	DTM ve TİM'in bu yeni alanda ihracatı artırma çalışmaları yapması
36	Bankacılık sektörünün hem üretim hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntem oluşturması
37	İstihdam ve nitelikli eleman desteklerinin genişletilmesi (KOSGEB - Sanayi ve Ticaret Bakanlığı)
38	İstihdam üzerindeki yüklerin azaltılması (Maliye Bakanlığı), kıdem tazminatının fondan karşılanması (Çalışma Bakanlığı)
39	Kurumsallaşma çalışması içinde olan firmaların danışmanlık hizmeti alması; KOSGEB desteğinin artması
40	Eğitim kurumları ile firmaların arasındaki iletişim ve işbirliğinin artması
41	İşletmelerin bilinçlendirilerek kayıtlı çalışmanın öneminin anlatılması
42	"Sektör neden kayıt altında değildir?", Kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi
43	Sektörel kuruluşların birleşimiyle oluşturulacak bir üst kurulum sektör üzerinde daha aktif, yönlendirici, denetleyici ve danışılacak bir kurum olarak hizmet verilmesi
44	Sektördeki lider firmaların sahip oldukları kanallar vasıtasıyla milyemden çıkılmasının sağlanması
45	Kuyumcular Odalarının ve İhracatçılar Birliğinin bilgilendirme eğitimi çalışmaları yapması
46	Odalar Birliği Kuyumculuk Sektör Kurulunun daha fazla yetkilendirilmesi; sektör kurumlarında alınan kararların esas teşkil etmesi
47	Değişimi yakalayabilmiş firmaların başarı hikayelerinin sektörel haber kanallarıyla bilgilerinin aktarılması
48	İstihdam üzerindeki maddi yüklerin azaltılması (Maliye ve Çalışma Bakanlığı)
49	Nitelikli personel desteğinin verilmesi (KOSGEB)
50	Maliye Bakanlığının kıdem tazminatı ile ilgili mevzuatı değiştirmesi
51	Meslek okulları ile ortak çalışmaların yapılması
52	Özgün tasarımı, katma değeri yüksek spesifik ürünlerin üretilmesi
53	Yeni pazarlama şekillerinin ortaya çıkması (internetten satış)
54	Markalaşmanın sağlanması
55	Markalaşabilecek pazarlara yoğunlaşılması
56	Firmaların marjinal vizyon belirleyebilmeleri
57	Ürünlerdeki uzmanlaşmanın arttırılması
58	Sektör kuruluşlarının müfredata daha çok müdahil olması (meslek odaları, borsalar, birlikler, üniversiteler, MEB'e bağlı meslek liseleri)
59	Kalite, Ar-Ge ve tasarımı geliştirici çalışmaların yapılması (meslek odaları, borsalar, birlikler, üniversiteler, MEB'e Bağlı meslek liseleri)
60	Türkiye Tanıtım ve Yatırım Ajansı nezdinde İhracat Birlikleri ve Kuyumcular Odasına düşen sektörel farkındalık yaratacak görevlerin arttırılması
61	İhracatçılar Birliği, KOSGEB ve DTM nezdinde mağazalaşma faaliyetlerinin düzenleme çalışmalarının yapılması
62	DTM, Gümrük Müsteşarlığı, İhracatçı Birlikleri ve Maliye Bakanlığı çerçevesinde ihracatta bürokrasinin azaltılması ve ihracatçı firmalara her türlü kolaylığın sağlanması adına çalışmalar yapılması
63	Maliye Bakanlığının ÖTV'yi acilen kaldırması
64	Yurt dışı Ticaret Müşavirliklerinin yeni pazar araştırmalarını desteklemesi (tüm sektörün destek vermesi)
65	Yurt içi - Yurt dışı fuarlara İKO ve KOSGEB'in sağladığı desteklerin arttırılması, desteklerin yapılandırılması
66	DTM ve Gümrük Müsteşarlığı nezdinde geçici ihracatta fuar dışı çıkışlara izin verilmesi
67	Maliye Bakanlığı tarafından bitmiş mal ithalatında vergi engelinin oluşturulması

Görev seçimleri neticesinde hem önemli, hem de acil kategorilerine ait seçim sıklıkları belirlenmiş, sıralamalar oluşturulmuştur.

GZFT'den Stratejik Açılımlara uygulamasından ve Eğilimler Haritası'ndan çıkan ilk 10 görev seçim sıklığı çerçevesinde değerlendirilmiş, En Önemli İlk 10 ve En Acil İlk 10 görev belirlenmiştir.

Belirlenen önemli ve acil görevler arasında yer alan aynı görev maddeleri En Önemli ve En Acil başlığı altında ayrı bir tabloda verilmiştir.

EN ÖNEMLİ İLK 10 GÖREV		SIKLIK
1	Bankacılık sektörünün hem üretim hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntem oluşturması	11
2	%20 ÖTV'nin kaldırılması	10
3	Markalaşmanın sağlanması	10
4	Fuar katılımlarının artırılması; yurtdışına gitmek, yurtdışından katılımcı getirmek, Verimliliği yüksek fuarların katılım için tercih edilmesi. Bunun dışında ülkemizdeki fuarlara katma değer yaratabilecek alıcıların çekilmesi	9
5	Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi	9
6	Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine imza atması	9
7	"Sektör neden kayıt altında değildir?", kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi	9
8	İstihdam üzerindeki maddi yüklerin azaltılması (Maliye ve Çalışma Bakanlığı)	9
9	Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermeleri	7
10	Uzun vadeli üretim planlarının yapılması	7

- Önem olarak birinci sırada yer alan görev maddesi, bankacılık sektörünün hem üretim hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntem oluşturmasıdır. Önem olarak birinci sırada yer alan görev, önem sıralamasının diğer sıralarında yer alan görevlerin hemen hepsinin gerçekleşebilmesinde önemli bir yere sahiptir.
- Önem olarak ikinci sırada yer alan %20 ÖTV'nin kaldırılması maddesi, daha aşağılarda yer alan Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi ve kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi maddelerinin gerçekleşmesinde altyapı rolü oynamaktadır.

EN ACIL İLK 10 GÖREV		SIKLIK
1	%20 ÖTV'nin kaldırılması	20
2	Bankacılık sektörünün hem üretim hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntem oluşturması	15
3	"Sektör neden kayıt altında değildir?", kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi	13
4	Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermesi	12
5	İstihdam üzerindeki maddi yüklerin azaltılması (Maliye ve Çalışma Bakanlığı)	12
6	Sektörel ve mesleki eğitimin rehabilite edilmesi	12
7	ÖTV'nin kaldırılması için lobi yapılması (İTO, İKO, İSO, İMMİB)	11
8	Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi	10
9	Maliye idaresinin sektörün şartlarını öğreneceği bir yaklaşıma ulaşması	9
10	Serbest bölge kurulup cazibe haline getirilmesi (Devlet)	9

- En acil görev tanımları arasında ilk sırada yer alan %20 ÖTV'nin kaldırılması maddesi, en acil görev tanımları arasında yer alan diğer üç madde ile birebir ilişki içerisinde olmakla birlikte diğer iki maddeyi de önemli ölçüde etkilemektedir.
- ÖTV üzerinde gerçekleştirilecek yapılanma kayıt altına girme ve vergilendirme sistemine dahil olmada etkili olacak, Taş Borsasının fiilen hayata geçmesinde önemli rol üstlenecektir.

Her iki tabloda ortak olarak yer alan maddeler aşağıdaki gibidir;

EN ÖNEMLİ VE EN ACIL GÖREVLER	
1	%20 ÖTV'nin kaldırılması
2	Bankacılık sektörünün hem üretim hem de ihracat süreçlerinin finansmanı için fon ve yöntem oluşturması
3	Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermesi
4	İstihdam üzerindeki maddi yüklerin azaltılması (Maliye ve Çalışma Bakanlığı)
5	Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi
6	"Sektör neden kayıt altında değildir?", kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi

B.6. SONUÇ VE TESPİTLER

16 Haziran 2010 ve 20 Temmuz 2010 tarihlerinde gerçekleştirilen “**Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı**” boyunca yürütülen çalışmanın tüm akışı şu soruları cevaplayabilmek amacıyla oluşturulmuştur:

- ✓ **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün** sahip olduğu, ekonomik gelişim görevlerini yerine getirirken yararlanacağımız güçlü yönlerimiz nelerdir?
- ✓ **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün** sahip olduğu, ekonomik gelişim görevlerini yerine getirirken bizi zorlayacak; güçlendirmemiz gereken zayıf yönlerimiz nelerdir?
- ✓ **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün** karşısında, ekonomik gelişim görevlerini yerine getirerek ulaşacağımız hangi fırsatlar bulunmaktadır?
- ✓ **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünün** karşısında, ekonomik gelişim görevlerini yerine getirerek bertaraf edebileceğimiz hangi tehditler bulunmaktadır?
- ✓ **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünü** etkileyen sektörel, ulusal ya da uluslararası bazda ne tür değişim ve gelişimler olmaktadır, bunlar **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünü** etkileyen ne tür gelişmeleri doğurmaktadır? **Türkiye altın, takı ve mücevherat sektörünü**, bu gelişmeleri ekonomik gelişim adına kullanabilmek için ne tür görevleri yerine getirmelidir? Bu görevleri sektörde kim üstlenmelidir?

Katılımcıların tüm bu sorulara grup çalışması kapsamında kendi bilgi ve deneyimlerine dayanarak verdikleri cevaplar her bir bölümde değerlendirilmiştir.

Yapılan çalışmanın tümü ve elde edilen tüm çıktılar bir araya getirilerek incelendiğinde ise şu tespit ve görüşlere ulaşılmaktadır:

- Konferans esnasında katılımcılar tarafından en önemli ve acil görevler arasında yer alan ve sektörün önde gelen karar vericileri tarafından görsel ve basılı röportajlarda ifade edilen ÖTV oranlarının sektörün büyüme ve gelişmesine verdiği zararlardır. Avrupa Birliği uyum sürecinde tekrar gündeme getirilen ve uygulamaya konulan özel tüketim vergisi sosyal fayda elde etmeyi sağlayan bir harcama vergisidir. Mal ve ürünlerin ithal edilmesi veya üretilen malın ilk alıcısına teslim edilmesi ile doğan bu harcama vergisi özellikle mücevherat sektörünün potansiyellerini doğru biçimde kullanamamasına neden olmakta ve sektöre farklı boyutlarda ciddi zararlar getirmektedir. ÖTV oranının %20 olması; katılımcılar tarafından ifade edilen kayıt dışı sorunu ve Taş Borsasının fiilen hayata geçirilememesi ile yakından ilgili olup, Türkiye mücevherat sektörünün ülke ekonomisine sağlayabileceği maksimum fayda seviyesinin önüne geçmektedir. Bu kapsamda öncelikle sektör temsilcileri, % 20 ÖTV oranının sektöre verdiği zararları somut olarak tespit edecek çalışmayı gerçekleştirmeli ve bu verileri karar alıcı konumundaki mercilerle birlikte kamuoyuna doğru yöntemlerle anlatımını sağlanmalıdır.

- Kıymetli taş alanında dağılan Belçika Borsasının yerini almak ve Avrasya'da lider bir konuma gelebilmek için söz konusu harcama vergisinin makul seviyelere çekilmesi gerekmektedir. Hükümet politikalarının bu biçimde yaklaşım sergilediği vergilendirme oranının, yazılı ve görsel medya organlarında sektör karar vericileri tarafından mütemediyen dile getirilmesi elbette kaçınılmazdır. Fakat bu bakış açısının daha reel bir platforma taşınması ve söz konusu sorunun ivedilikle çözümüne yol açabilecek bir diğer alternatif sektör genelinde hazırlanabilecek bir 'Stratejik Plan'dır.
- Stratejik Plan kapsamında amaçlara yönelik tespit edilecek hedeflerin realize edilmesi ve belirlenecek bu hedeflerin ÖTV oranında hükümet tarafından yapılabilecek değişimler neticesinde ne denli güncellenebileceği bilimsel bir biçimde vurgulanmalıdır. Bu yaklaşım şekli ile hazırlanabilecek hedefler kümesinin vergilendirme politikasının da değişimi ile ne derece büyütülebileceği ve ne derece ülke ekonomisine katkıda bulunabileceği net biçimde, sayısal veriler ile ortaya konursa Stratejik Plan'ın anlam ve önemi o derece artacaktır.
- Stratejik Plan'ın alt başlıkları kapsamında ele alınması gereken bir diğer konu sektörün gelişimine katkı sağlayacak destek ve teşvik mekanizmalarının geliştirilmesidir. En önemli ve acil görevler arasında yer alan istihdam üzerindeki yüklerin azaltılması maddesi tam da bu noktada önem arz etmektedir. Nitelikli personel ihtiyacının her geçen gün artış göstermesi ana eğiliminden doğan söz konusu görev, ihtiyaç duyulan insan kaynağının yetiştirilmesi esnasında işletmelerin katlanmakta olduğu eğitim giderlerini işaret etmekte ve bu giderlerin mevcut istihdam üzerindeki maddi yükleri artırdığını vurgulamaktadır. Nitelikli insan kaynağının geliştirilmesine yönelik olarak düzenlenebilecek eğitim faaliyetlerine finansal katkı sağlayan KOSGEB destekleri bu aşamada etraflıca ele alınmalı ve sektörde faaliyet gösteren firmalar tarafından maksimum şekilde değerlendirilmelidir.
- Kayıt altına girilmesinin devlet ve sektör aktörleri tarafından teşvik edilmesi maddesi katılımcılar tarafından belirlenen en önemli ve en acil görevlerden bir diğeridir. Ekonomik göstergelerin alt kalemleri ele alındığında; istihdam, genel fiyatlar düzeyi, büyüme verileri, gelir dağılımı oranları ve dış ticaret verilerinin farklı oranlarda sapmalara maruz kaldığı kayıt dışı olmanın getirdiği sorunlardan bazıları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra kamu maliyesine ilişkin hesapların tutarsız iniş çıkışlar seyretmesi ve dolayısıyla bütçe açıklarına neden olması da göz ardı edilmemelidir. Ekonomik ve kamu maliyesi boyutunda değerlendirilen bu zarar türleri şüphesiz işletmelerin ve sektörlerin güvenilir biçimde gelişmelerini engeller niteliktedir. Özellikle kayıt dışılığın yaygın olduğu küçük işletmeler teknoloji geliştirme ve Ar-Ge faaliyetlerini yapılandırmada kayda değer bir yol kat edememektedirler. İfade edilen sorunların çözümüne yönelik olarak sektör aktörlerinin aşağıdaki görevleri hayata geçirmeleri faydalı olacaktır;
 - Kayıt dışılığın sektöre verdiği zararların reel veriler ışığında raporlanması.
 - Kayıt dışı olmanın ülke ekonomisine verdiği zararların sayısal veriler ile tespit edilmesi.

- Yukarıdaki iki maddeye yönelik tespit ve sonuçların sektörel konferanslarda irdelenerek kamu kuruluşları ile ortak toplantılar düzenlenmesi.
- Taş Borsasının fiilen hayata geçirilememesi gerek önemli ve acil görevler kapsamında vurgulanmış gerekse de konferans esnasında katılımcılar tarafından sürekli dile getirilmiştir. Mevcut durumda dağılmış olan Belçika Taş Borsasının yerini İstanbul'un alabileceği sektör ileri gelenleri tarafından açıkça belirtilmektedir. Fakat söz konusu borsanın kurulmasında karşılaşılan en büyük engelin ÖTV olması bu tür bir girişimin gecikmesine ve sektörün potansiyelini yeterince kullanamamasına sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla, sonuç ve tespitler bölümünün ilk maddesinde değinilen ÖTV oranlarındaki yüksek seviyenin en önemli sonuçlarından bir diğeri de Taş Borsasının İstanbul'da kurulamamasıdır.
- Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı içerisinde sıkça dile getirilen bir diğer konu marka yönetimi ve markalaşmanın sağlanması olmuştur. Sektör temsil grupları bu kapsamda şu çalışmaları yaparak sektörde yer alan firmalara yardımcı olmalıdırlar;
 - Hedef müşteri gruplarının tespitine yönelik detaylı çalışmalar yürütülmesi (yurt içi-dışı),
 - Tüketicilerin ürün gruplarına ve marka algılarına yönelik tepkilerin incelenmesi,
 - Bu araştırmalar neticesinde 'ülke pazarlama stratejilerinin' belirlenmesi
 - Ürün gruplarına yönelik marka tescil danışmanlığının yapılması
- Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermesi görevine yönelik olarak aşağıdaki adımların hayata geçirilmesi gerekmektedir;
 - Rekabet üstünlüğü olan yenilikçi ürünlerin ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi adına sektörün nitelikli insan kaynağı yönünde yatırımlar yapması.
 - Ar-Ge faaliyetlerinde TÜBİTAK ve TTGV gibi kurumlardan finansman desteği alınması.
 - Nitelikli insan kaynağı temini politikasının işletmelerin 'stratejik karar ve hedefleri' ile desteklenmesi.
- Bir diğer noktada ise işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine imza atması görevidir. Söz konusu bu göreve ilişkin aşağıdaki adımlar yönünde çalışmalar yürütülmesi gerekmektedir.
 - Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin öncelikli olarak daha küçük bütçe seçimleri ile sosyal, ekonomik ve kültürel projeler yürütmeleri ve Sivil Toplum Kuruluşları ile eşgüdümlü bir çalışma hayata geçirmeleri.
 - Unutulmaması gereken en önemli nokta ise hayata geçirilecek projelerin işletmenin ana stratejileri ile uyum göstermesi ve kendisi için belirlemiş olduğu vizyon ve misyon ışığında sürdürülmesidir.

C. TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI GRUP ÇIKTILARI

C.1. BAŞARDIKLARIMIZ, BAŞARAMADIKLARIMIZ VE BAŞARMAMIZ GEREKENLER

Başardıklarımız

1. Markalaşmak
2. Ürün ve tasarımda çeşitliliğin yakalanması
3. Altın Borsasının kurulması
4. İhracatta 2. büyük ülke olmak
5. Kaliteli üretim yapılması
6. Nitelikli iş gücünün oluşturulması sağlandı (usta, çırak)
7. Reklam ve pazarlama konusunda ciddi yol kat edildi
8. Üretimde yüksek teknolojinin kullanılmaya başlanması
9. Bankalarla çalışmayı başardık (Altın kredisi kullanım oranı arttı, bankaların ihracata katkısı arttı)
10. Hızlı üretim sağlamak ve üretim hacmini artırmak
11. Yurt içi ve yurt dışı fuarlara katılım artırıldı
12. Altın rezervlerimizin çıkarılmaya başlanması
13. Fabrikasyon sistemine geçilerek büyüme gerçekleştirildi, kurumsallaşmada adımlar atıldı
14. Altın alım satımının serbest bırakılması
15. Altın ve değerleri madenlerdeki ticaretin şeffalaşmasını sağladık
16. Altın ve gümüşte (işlenmemiş) KDV istisnası
17. Esnafçılıktan girişimciliğe geçiş sağlandı
18. Halkın bilinçlendirilmesi, garanti unsurlarının sektöre yansıtılabilmesi
19. İstihdam artışı sağlamak
20. Sektör ürünlerinin tabana yayılması özellikle pırlanta alımının önde gelen markalar aracılığı ile artırılması
21. Sermaye artırımını gerçekleştirildi
22. Takının tasarruf amacından çıkarak aksesuar olarak kullanımını artırıldı

Başarmamız Gerekenler

1. İhracatın artırılması
2. Kayıt dışılığın kontrol altına alınması adına mücadele edilmesi (vergi düzenlenmesi yoluyla)
3. Markalaşmanın sağlanması ve uluslararası platforma yayılması
4. Kurumsal yapılaşmanın artırılması ve kurumsallaşmanın tamamlanması
5. Mücevherat sektöründe vergilendirmenin ve mevzuatın sektörün özelliklerine uygun şekilde yapılandırılması
6. Taş ve Pırlanta Borsasının kurulması
7. Sektörün gelişimi için meslek lisesi ve yüksekokulların açılması
8. Yeni pazarların ve ihracatta yeni ülkelerin bulunması ile pazar yelpazesinin genişletilmesi
9. ÖTV'yi yapılandırarak dünya mücevherat sektöründe söz sahibi olmak
10. Taklit etmekten kurtulup kendi tasarımlarımızı satmalıyız
11. 25 Milyar Dolar ihracat hedefi gerçekleştirilmelidir
12. Değerli maden ve gümüşlerin piyasa talebinin artırılması, taleplerde çeşitlilik sağlanması
13. Analiz ve değerlendirme üzerine laboratuvarların kurulması (pırlanta sektörü için)
14. Banka hesaplarında ihracat karşılığı metalin satışında banka hesaplarına geçmesine yönelik ödeme sisteminin fiziki tesliminin sağlanması
15. Bankalarla olan çalışma koşullarının esnetilebilmesi, şartlara göre değiştirilebilmesi
16. Bilişim sektöründeki gelişmeler kısa sürede uygulanmalı
17. Düşük sermayeli firmaların yurt dışı fuarlardan aldığı siparişler için bankalar destek vermelidir
18. E-ticarette satışı yapılması düşünülen altının faturasının kesilmeye başlanması
19. Finans ve sektör işbirliği artırılmalı
20. İstikrarlı bir satış politikasının oluşturulması
21. Kuyumculuk sektöründe kuyumcunun çok kazanan izleniminin ortadan kaldırılması
22. Kültürel ve tarihsel birikim ortaya konulmalı
23. Model üretim ve çeşitliliği katma değeri yüksek ürünler üretmek
24. Pazarlamada (yurt içi ve yurt dışı) daha eğitilmiş ve satış odaklı personel yetiştirilmesi
25. Perakende mağazalarını eğitmeliyiz
26. Peşin satışın sektöre yerleştirilmesi
27. Platin ve paladyumun sektöre kazandırılıp kullanılması (vergi düzenlemesi yoluyla)

28. Sektör bilinci ve birliği sağlanmalı
29. Sektörde perakendeciliği yaygınlaştırmak
30. Yastık altının ekonomiye kazandırılması

Başaramadıklarımız

1. Kayıt altı çalışmayı başaramadık
2. Kurumsallaşmayı başaramadık
3. Sektörün eğitim ve vizyon açısından geliştirilememesi
4. Yurt dışı reklam ve tanıtımı başaramadık, fuarlarda etkin yer alamadık
5. İç pazarda meslek etiğinin korunamaması (Fiyat, etik kurallar, haksız rekabet)
6. Kısa - orta - uzun vadeli planlar yapamadık
7. Koleksiyon, spesifik ve yeni ürünlerin oluşturulamaması (platin ve paladyum)
8. Standartlaşmayı başaramadık
9. Ülke olarak marka bilinci yerleştirilemedi, henüz yukarı taşınamadı
10. Altın kredisinin süresinin kısa olması (vade problemi 18 ay) kredi, fon ve desteklerden yeterince yararlanılamaması
11. Ayar denetimi yapılamaması
12. Bankacılık sektöründe altına teminatın TL cinsinden alınmasından kaynaklanan sorunlar
13. Dağıtılan ustalık belgeleri bir işe yaramadı
14. E-ticaret yolu ile yurt içinde satılan malların karayolları ile taşınamaması
15. Girişimciye yeterli kaynak aktarımı yapamadık
16. Güvene dayalı ilişkiden belgeli ilişkiye geçilememesi
17. İçerdeki imalatçı desteklenemedi
18. İhracattan doğan gelirlerin fiziki tesliminin banka hesaplarına yansıtılmaması
19. İyi kazanç sağlayan sektör olunmadığının anlatılamaması
20. Konsolidasyon
21. Kuyumcukentin etkinliğini artıramadık
22. Oda, birlik ve banka gibi sektör aktörlerinin üreticiye, satıcıya yeteri kadar destek vermemesi
23. Pazarlama silahlarını etkin kullanamıyoruz, yapılan reklamların geri dönüşümü ölçümlenemiyor
24. Profesyonel yönetici istihdamı yeterince sağlanamadı
25. Satış sonrası servis hizmetleri
26. Sektörde finansmanın (öz sermaye dışı) yeterli seviyeye ulaşmaması
27. Sektörün karlılığı kendi içinde yarattığı rekabetle düşürmesi

28. Sektörde sermaye var ama atılım yok
29. Takıda taklidin önüne geçilemedi
30. Tasarım ve ihracatta İtalya'nın geçilememesi
31. Taş Borsası oluşturamadık
32. Ucuz mal girişi ithalatı engellenemedi
33. Ürün tescili
34. Yaptığımız içi anlatmayı başaramadık (altın değil işçilik satıyoruz)
35. Yastık altının istenen düzeyde ekonomiye kazandırılmaması
36. Yurt dışında sektördeki güvenilirliği kaybettik

C.2. GZFT UYGULAMASI

Güçlü Yönler	Tekrar Sayısı
Tasarım, yaratıcılık ve üretimdeki deneyim	6
Coğrafi konum	5
Güçlü sermaye yapısı	4
Sektörün güvenilirliği	2
Yüksek girişimcilik potansiyeli	2
Müşteri taleplerine esnek ve hızlı cevap verebilme yeteneği	2
Üretim kapasitesinin yüksek olması	2
Teknoloji kullanımı	2
Kadim bir altın geleneğinin olması	1
Gelişmiş ülkelere oranla ucuz ve kalifiye iş gücü	1
Sektörün tüm bileşenlerinin kapalı çarşı ve kuyumcukentte birbirine yakın konumlanması	1
Sektördeki birçok firmanın kobilerden oluşması	1
Özellikle dış pazarda artan özgüven	1
Dünya'da talep edilen kalitede üretim	1
Günün şartlarına hızlı bir şekilde uyum sağlayabilmek	1
Vadeli mal satımında ödemede kolaylık	1
Tüketim kapasitesinin yüksek olması	1
Markalaşma çabası	1
Esnek yönetim anlayışı	1
Altın Borsası	1

Zayıf Yönler	Tekrar Sayısı
Teknolojide dışarıya bağımlılık	6
Kurumsallaşma	3
Yurt içi ve yurt dışı pazarlama tekniklerimizin ve ağıımızın zayıf olması	3
Ar-Ge eksikliği	2
Rekabet kriterlerinin belirlenmeyip yalnızca fiyata dayandırılması	2
Sektörde çok başlılık, kurumların birbirleriyle koordine çalışmaması	2
Sektörün arkasında siyasi iradenin İtalya örneğindeki gibi güçlü olmaması	1
Ortak iradenin ve ortak akılın olmaması	1
Markalaşmama	1
Lobilerde yaptırım gücünün olmaması	1
Kuyumcukent dışında sağlıklı üretim tesislerimiz yok	1
Üretim maliyetlerinin yüksek olması	1
Profesyonel yönetici ve Kalifiye eleman sıkıntısı	1
Plan ve stratejilerin kısa vadeli oluşu	1
Bütçe hedef takip sisteminin olmaması	1
Sektör ile finans sektörü arasında yeterli iş birliğinin yapılamaması	1
Türev ürünlerin kullanılmaması	1
Üretim planlamasının eksikliği	1
Sektör eğitim eksikliği	1
Veresiye satış (mal mukabili satış)	1
Rekabet (Yurt içi ve Yurt dışı)	1
Satış ile tahsilat zamanı arasındaki kur/ons riski	1
Odanın küçük esnafa olan desteğinin beklentilerin altında olması	1
Sektörün birlikte hareket etmesi	1
Üretimdeki firmaların birbirine destek olmaması	1



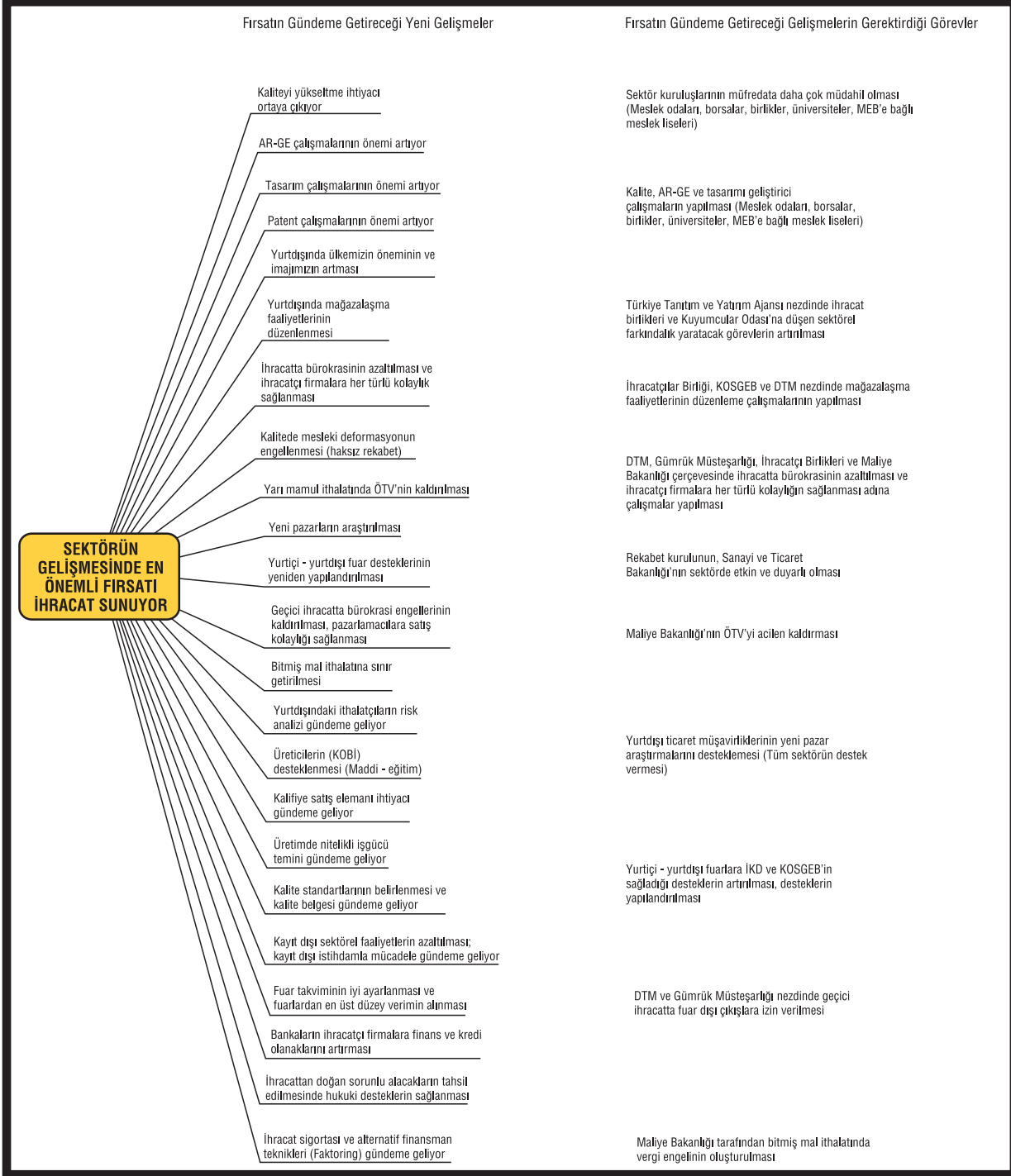
Fırsatlar	Tekrar Sayısı
Türkiye'nin komşularıyla olan iyi ilişkileri ve bu kapsamda uluslararası anlaşmalarda artış yaşanması	2
İhracat yapma şansımızın olduğu ülkelerdeki gelir seviyesinin artması (başta Türki Cumhuriyetler)	2
Kıymetli Taş Borsasının açılmaya hazır olması (Pırlanta Borsası)	2
Finans sektörünün sektöre olan ilgisinin artması (banka destekleri)	2
Kriz sonrasında dünya ekonomisinin canlanması	1
Avrupa'da kriz nedeniyle zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye'ye kayması	1
Türkiye ekonomisinin güçlü görünümü ve yükselen kredi notu	1
İstanbul Uluslararası Finans Projesi	1
Ülkenin Dünya'da ilk 10 ekonomi arasında girme hedefi	1
Esnek üretim yapısı diğer ülkelerde yok	1
Afrika (geniş pazar yapısı kaynak, gelir artışı)	1
İtalya'daki sıkıntı, diğer rakipler	1
Pırlantaya ve elmaslı ürünlere artan talep	1
Çalışılan hammaddenin likiditesi	1
Bütün kültürlere sıcak duran tarihi geçmiş	1
Ülkenin maden rezervleri	1
Emtia geliri olan ülkelerle ihracat imkanı	1
Genç neslin yetişmesi yeni jenerasyon	1
Tüketici bazında genç nüfus, marka bilinci ile alım isteği	1
Çin ve Hindistan (tüketimde)	1
Taklit ürünlerde kaliteli ve ucuz üretim yapılabilmesi	1
İhracata yönelik teşvikler	1
KOSGEB ile Oda desteği	1
İhracat yapılan ülke çeşitliliğinin artması	1

Tehditler	Tekrar Sayısı
Düşük işçilik fiyatı sebebiyle Çin ve Hindistan'la yaşanan haksız rekabet	4
Kayıt dışılığın, kurumsallaşma ve büyüme önünde engel teşkil etmesi ve satışta yarattığı riskler	3
%20 ÖTV	3
Altın fiyatlarının yüksek ve değişken olması (kurlardaki dalgalanma)	3
Uluslararası rakiplerin piyasaya girmesi ve tecrübe fazlalığı	2
Küresel krizin uzun sürmesi ve buna bağlı olarak ons fiyatının yüksek seyretmesi böylece pazarın daralması	3
Eskiye nazaran imalat maliyetlerinin artması	2
Ülkeler arasındaki ticarete vergi muafiyetinin ortadan kalkma riski	2
Yatırım olarak değerlendirilemeyecek, yalnızca aksesuar olarak kullanılabilen yeni ürün ve markaların ortaya çıkması ile alışkanlıkların değişmesi ve maliyet doğurması	2
Kültürel değişimler ve bunun beraberinde getirdiği tüketim alışkanlıklarının değişmesi	2
Kamuoyu ve siyasi idarenin yanlış ve eksik algısı	1
Ülkenin marka değerine yeterli devlet desteğinin olmaması	1
Euro/USD paritesinin düşmesi ile İtalyan ürünlerinin avantajlı hale gelmesi	1
Üretici olmayan ülkelerin imalata başlamaları	1
Mevcut pazarlarda yerel üretimlerin başlaması	1
Aksesuar sektörünün gelişmesi	1
Dubai gibi vergi cennetleri	1
Faiz oranlarının düşmesi ve mortgage, BES	1
Kredilendirme teminat yapısı	1
Ülkelerin kambiyo rejimlerindeki sınırlamalar	1
Sektör dışından ve bilgi sahibi olmadan sektöre yeni firmaların girişi	1

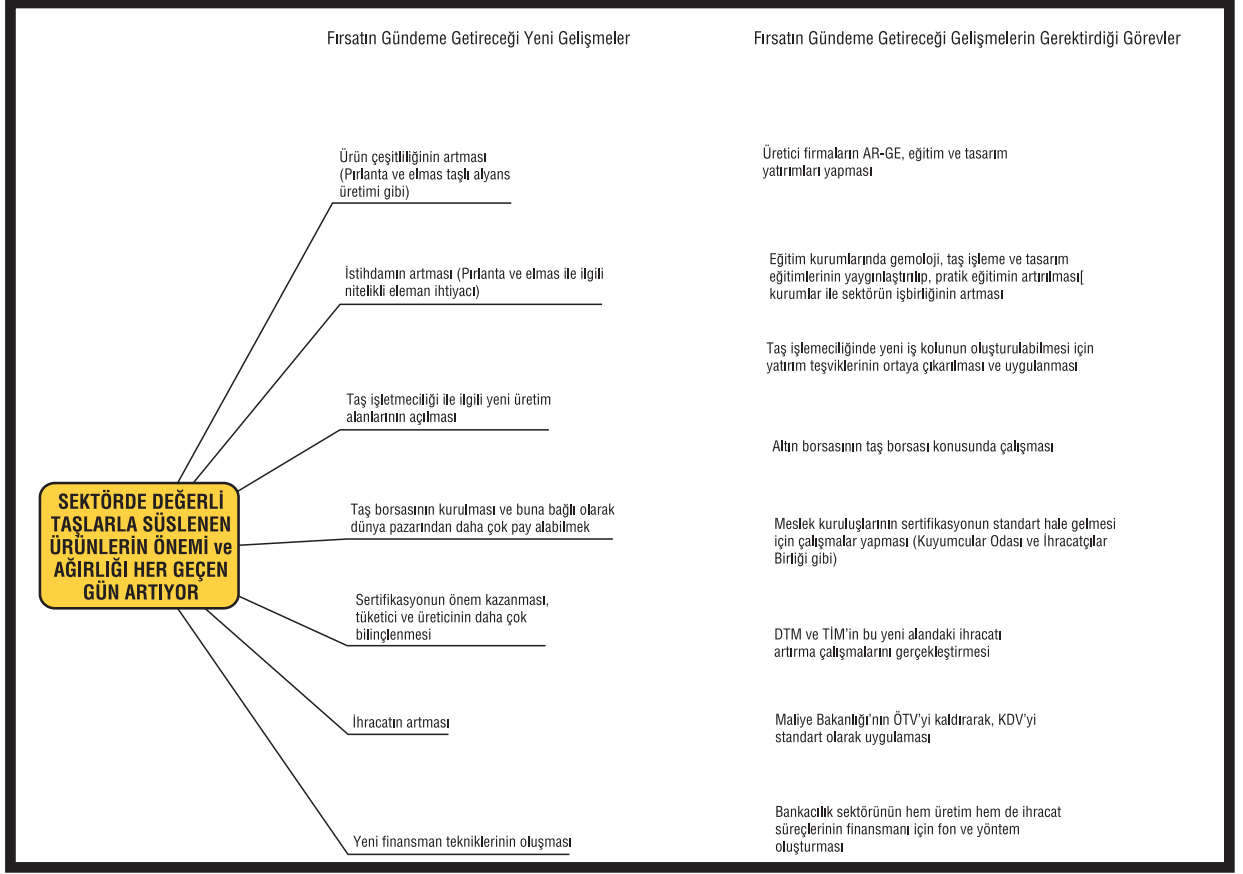


C.3. EĞİLİMLER HARİTASI

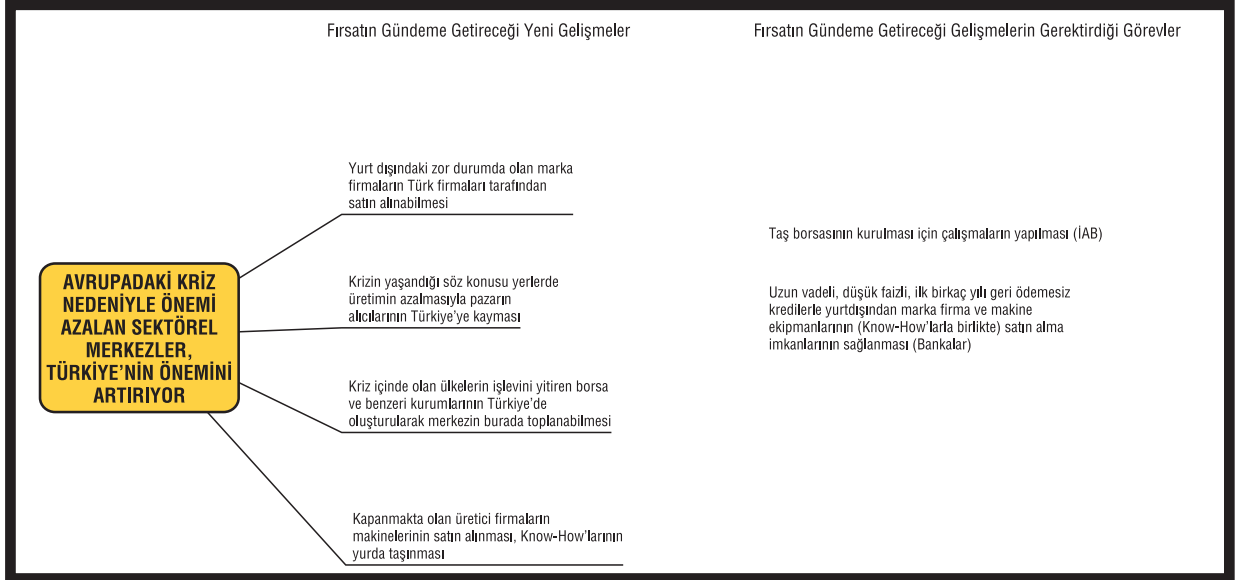
Masa 4



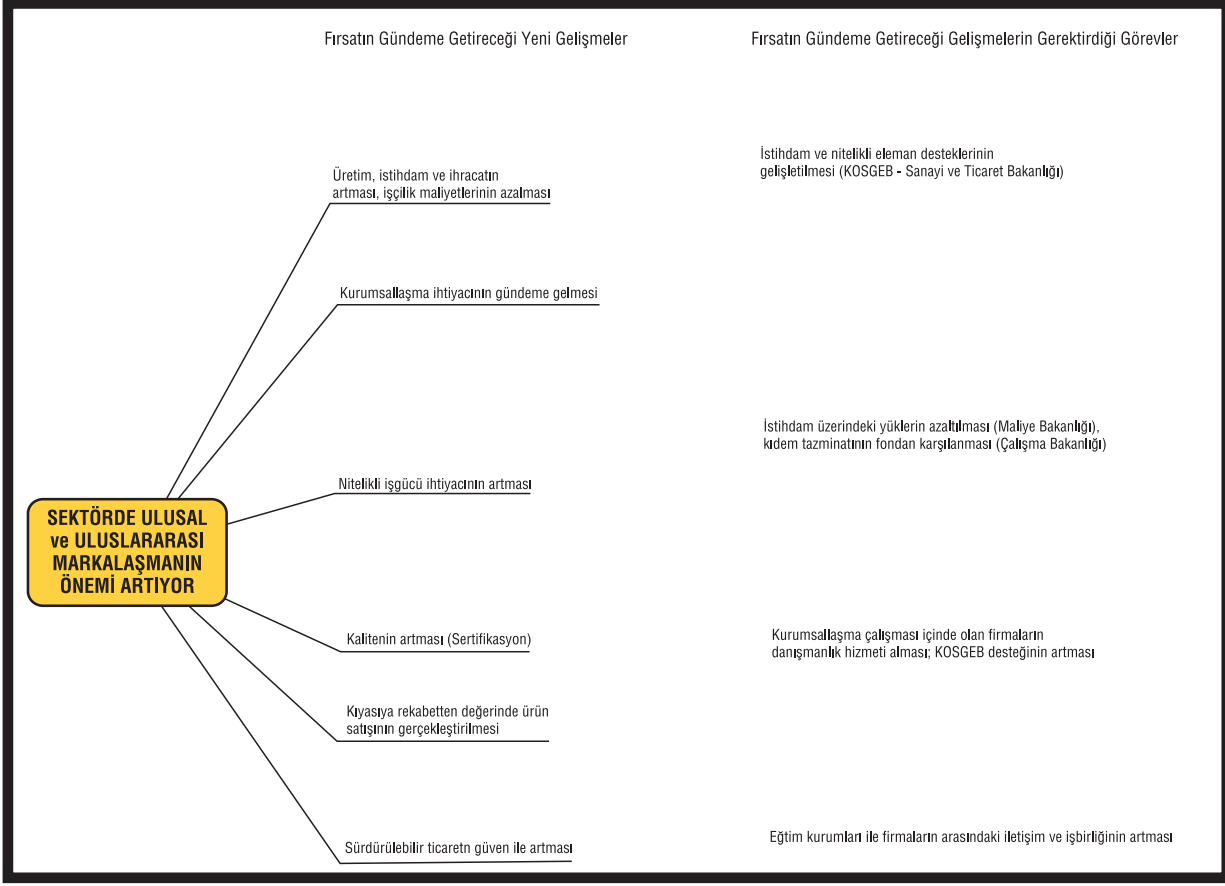
Masa 5



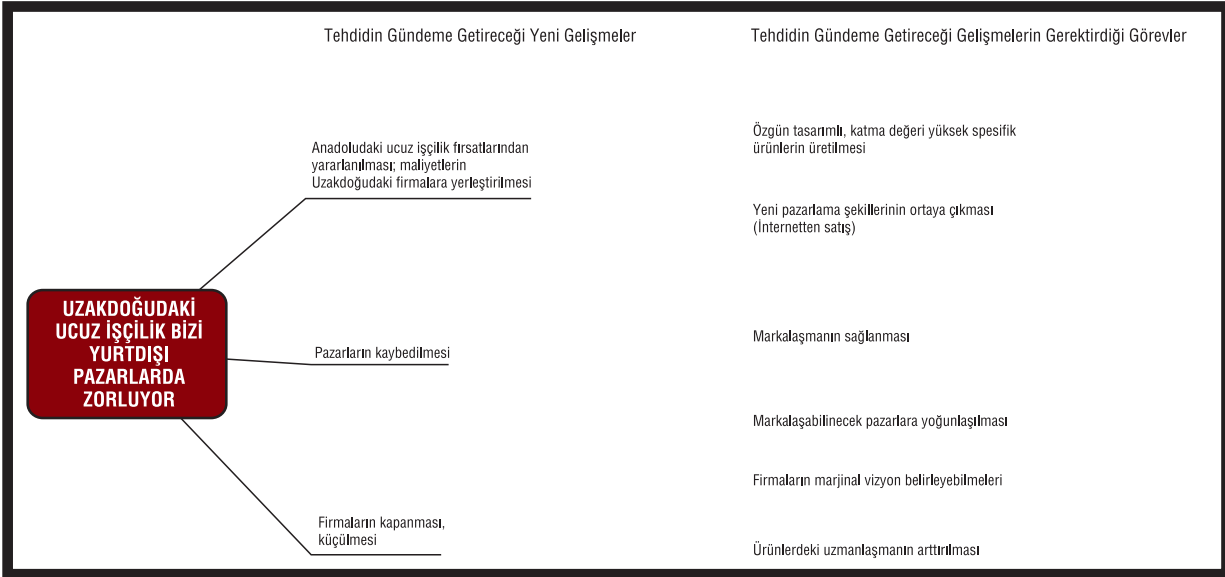
Masa 5



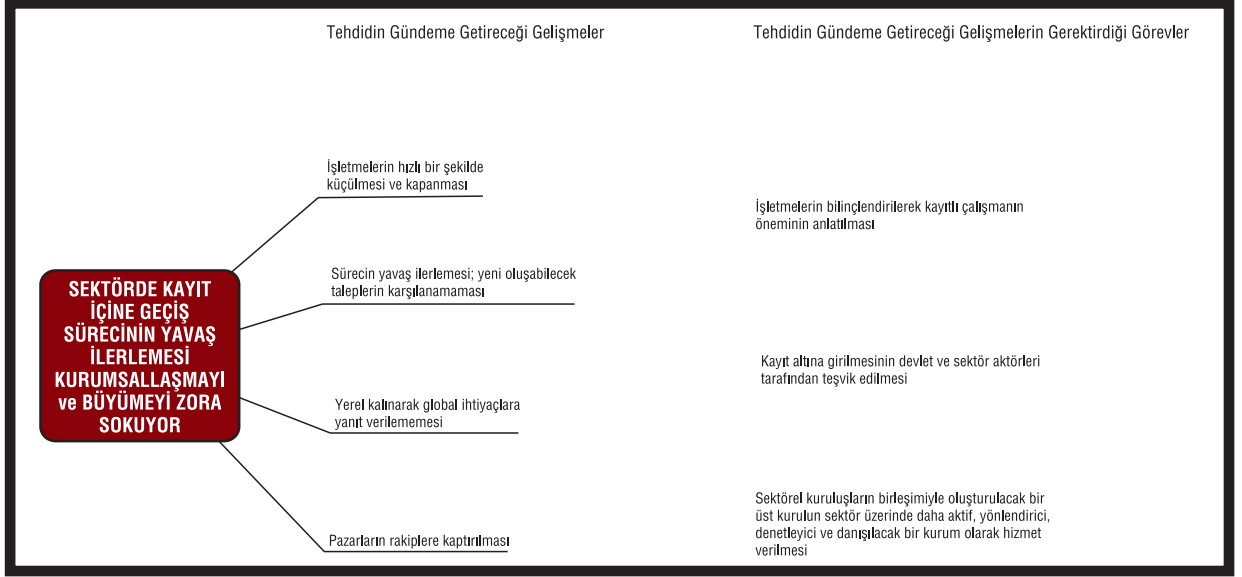
Masa 5



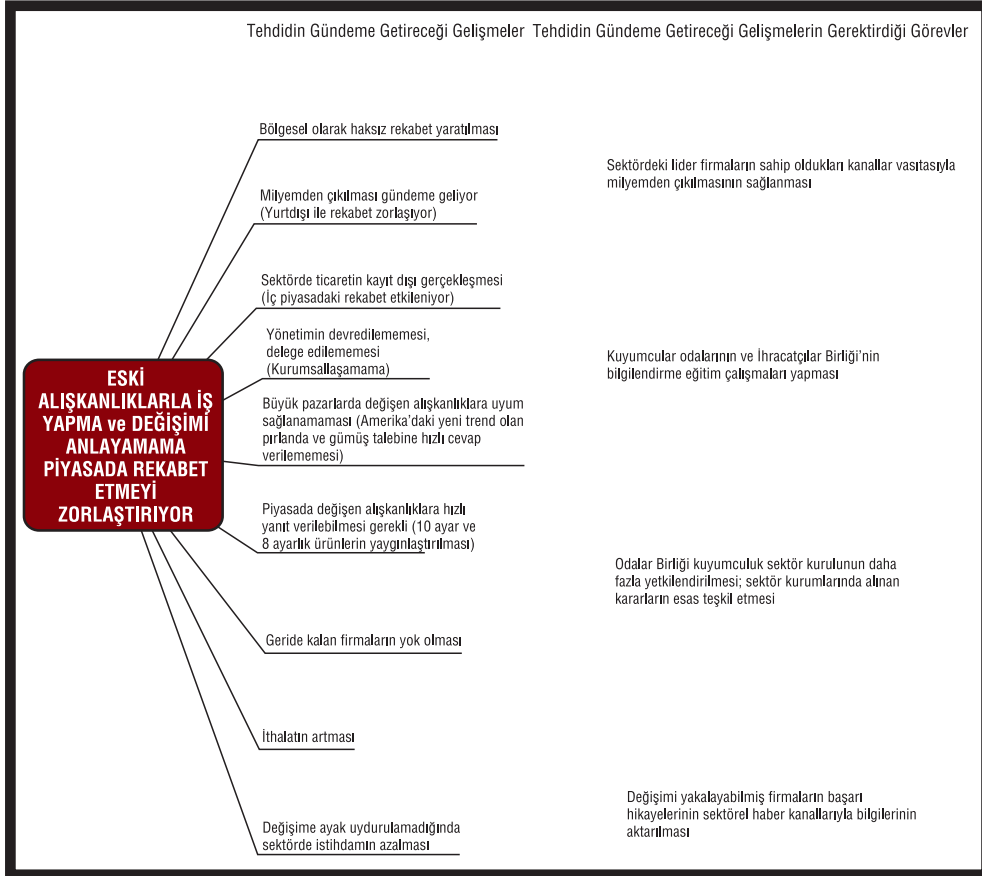
Masa 4



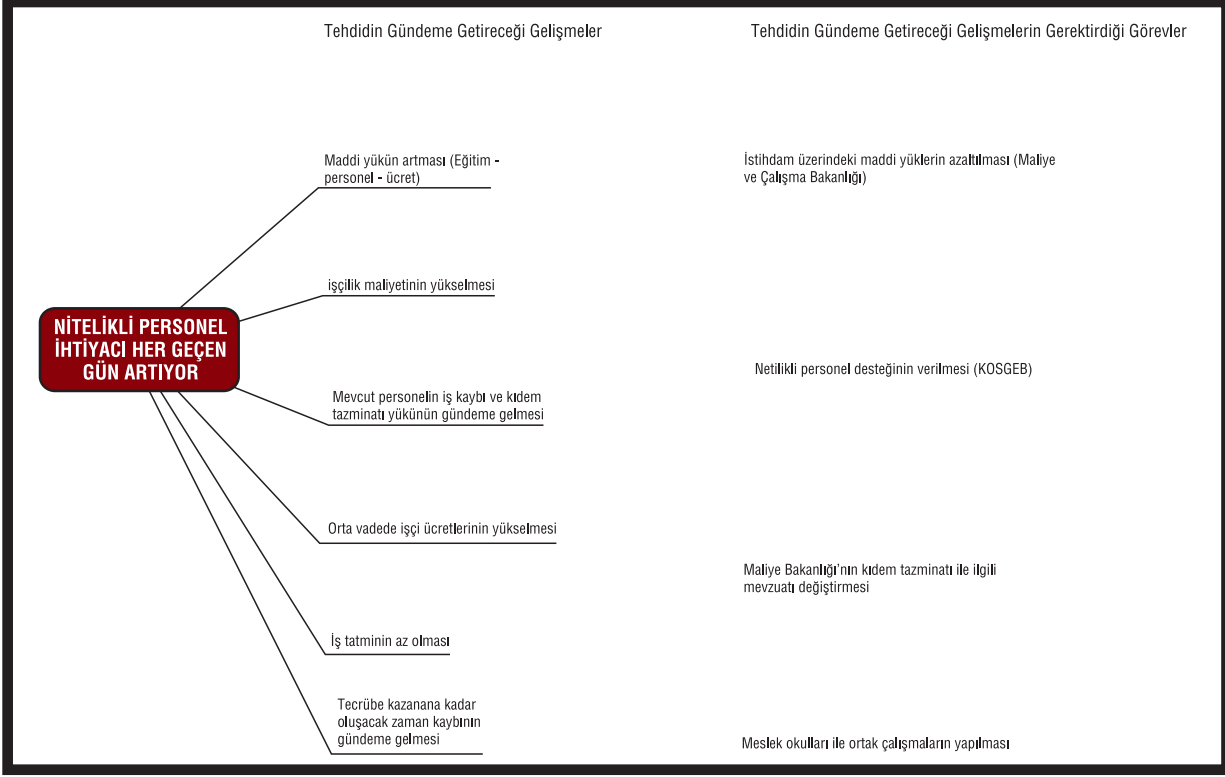
Masa 4



Masa 4



Masa 5



C.4. GZFT'DEN STRATEJİK AÇILIMLAR

Masa 1

<p>Seçilen Kriterler:</p> <p>GÜÇLÜ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Coğrafi konum• Altın Borsasının varlığı <p>FIRSAT:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kıymetli Taş Borsasının açılmaya hazır olması (Pırlanta Borsası)• Finans sektörünün sektöre olan ilgisinin artması (banka destekleri)• İstanbul Uluslararası Finans Projesi• İtalya'daki sıkıntı, diğer rakipler• Avrupa'da kriz nedeniyle zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye'ye kayması
<p>Strateji:</p> <ul style="list-style-type: none">• Pırlanta ve elmaslı ürünlerde artan talebin varlığı ile Avrupa'da zayıflayan sektörel merkezlerin Türkiye'ye kaydırılması şansının Uluslararası Finans Projesi'nin itici gücü, taş borsasının açılması ve finans sektörünün sektöre olan desteğinin artması ile birlikte coğrafi konumunun üretim kapasitesi ile birleştirilerek dünyadaki birincilik hedefine ulaşılması
<p>Görevler:</p> <ul style="list-style-type: none">• Maliye idaresinin sektörün şartlarını öğreneceği bir yaklaşıma ulaşması(Devlet)• %20 ÖTV'nin kaldırılması(Devlet)• Taş Borsasının fiilen hayata geçirilmesi(Devlet)• Sektörün sorunlarının kamuoyuna anlaşılır bir dille anlatılması(Sektör)• Düzgün, işlevsel ve sonuca götürecek bir çalıştayın oluşturulması(Sektör)• Kurumsal sosyal sorumluluk projelerine imza atması(Sektör)• Çalıştay grubunun görev ve sorumluluklarının belirtilmesi(Sektör)<ul style="list-style-type: none">○ Sektörün tüm aktörlerini (kuyumcular, madenciler, tedarikçiler, sarraflar) kapsayan ve sektörü düzenlemeye, bir çatı altında tek ses vermeye yönelecek ve kanunla kurulmuş bir birliğin tesisi(Ortak)

Masa 1

Seçilen Kriterler:

ZAYIF:

- Ar-Ge eksikliği
- Markalaşamama
- Plan ve stratejilerin kısa vadeli oluşu
- Profesyonel yönetici ve kalifiye eleman sıkıntısı
- Sektörde eğitim eksikliği
- Sektörün birlikte hareket etmesi

TEHDİT:

- Yatırım olarak değerlendirilemeyecek, yalnızca aksesuar olarak kullanılabilen yeni ürün ve markaların ortaya çıkması ile alışkanlıkların değişmesi ve maliyet doğurması
- Kültürel değişimler ve bunun beraberinde getirdiği tüketim alışkanlıklarının değişmesi
- Kamuoyu ve siyasi idarenin yanlış ve eksik algısı

Strateji:

- Sektördeki Ar-Ge eğitim profesyonel ve kalifiye eleman eksikliğini plan ve stratejilerin kısa vadeli olması halihazırda sektörün en zayıf halkalarıdır. Bütün bu sorunların aşılması ancak ortak irade ile mümkündür. Bunun sonunda kamuoyu ve siyasi iradenin yanlış algısının aşılması , kültürel değişimler ve beraberindeki tüketim alışkanlıklarının da dahil olmak üzere oluşturduğu tehditler aşılabilecektir.

Görevler:

- Üniversitelerde kuyumculukla ilgili fakültelerin yeterli hale ivedilikle getirilmesi



Masa 2

Seçilen Kriterler:

GÜÇLÜ:

- Müşteri taleplerine esnek ve hızlı cevap verebilme yeteneği
- Tarihimizden gelen güçlü bir kuyumculuk sanatımızın ve zanaatkarlığımızın olması
- Üretim kapasitesinin yüksek olması

ZAYIF:

- İşçilik fiyatlarının ucuzluğu
- Üretim maliyetlerinin yüksek olması
- Markalaşamama
- Kurumsallaşma

Strateji:

- Türk mücevher sektöründeki üretim kapasitesinin yükseklik potansiyelini, esnek üretim mantalitesininin uygulamaya yansıtılabilmesi, kültürel ve tarihi birikimimiz ile birleştirerek üretimimizdeki tasarım yönlü ve teknolojik üretim amaçlı Ar-Ge eksikliğini, ürünlerimizi daha katma değerli olarak pazarlayabilmek, böylece markalaşma sağlayarak yurtdışı pazarlar ile rekabeti kolaylaştırmak. Bölgesel kültür ve alışkanlıklara hitap eden ürünler geliştirmek

Görevler:

- İKO, özel üniversiteler işbirliği ile akademiler kurmak
- Daha etkin ve daha aktif reklam tanıtım hizmetleri gerçekleştirmek (İKO, İMMİB)
- Ar-Ge konusunda işletmelerin daha uzun vadeli projelere önem vermeleri
- Uzun vadeli üretim planlarının yapılması



Masa 2

Seçilen Kriterler:

GÜÇLÜ:

- Dünyada talep edilen kalitede üretim
- Gelişmiş ülkelere oranla ucuz ve kalifiye iş gücü
- Tarihimizden gelen güçlü bir kuyumculuk sanatımızın ve zanaatkârlığımızın olması
- Tasarım, yaratıcılık ve üretimdeki deneyim
- Teknoloji kullanımı
- Yüksek girişimcilik potansiyeli

TEHDİT:

- ÖTV oranının %20 olması
- Ülkeler arasındaki ticarete vergi muafiyetinin ortadan kalkma riski
- Kamuoyu ve siyasi idarenin yanlış ve eksik algısı
- Dubai gibi vergi cennetleri

Strateji:

- Tarihten gelen güçlü kuyumculuk yapısı; içerisinde teknoloji ve özgün tasarım faktörlerini daha iyi kullanarak yüksek girişimcilik potansiyelini kullanarak gelişmiş ülkelere oranla ucuz işgücünü dünya standartlarında mal üretmek için kullanıp, vergisel dezavantajları bertaraf ettiğimiz takdirde dünyanın sayılı mücevherat merkezi olmak

Görevler:

- ÖTV'nin kaldırılması için lobi yapılması (İTO, İKO, İSO, İMMİB)
- Uluslararası arenada her anlamda tanıtım faaliyetlerinin yapılması (Odalar)
- Firmalar bazında taklitlerden kurtulup özgün tasarımlar geliştirmek adına daha geniş bütçe ayrılıp, önem verilmesi
- Serbest bölge kurulup cazibe haline getirilmeli (devlet)
- Kamuoyundaki yanlış algıyı düzeltmek adına kuyumcunun sadece işçilik ile para kazandığını anlatıp, sektör üzerindeki baskıyı alıp, gerekli lobi faaliyetlerinde elimizi sağlam tutmak (odalar, sektör liderleri vb)
- Üretim yeteneğimiz, kalitemiz, çeşidimiz ve kapasitemizin daha verimli kullanılabilmesi adına yoğun olarak çalışılan ve çalışılabilecek ülkelerle ikili anlaşmalar yapılarak vergisel kolaylıklar sağlanması



Masa 3

<p>Seçilen Kriterler:</p> <p>FIRSAT:</p> <ul style="list-style-type: none">• Türkiye'nin komşularıyla olan iyi ilişkileri ve bu kapsamda uluslararası anlaşmalarda artış yaşanması• Tüketici bazında genç nüfus, marka bilinci ile alım isteği <p>TEHDİT:</p> <ul style="list-style-type: none">• Küresel krizin uzun sürmesi ve buna bağlı olarak ons fiyatının yüksek seyretmesi böylece pazarın daralması• Kültürel değişimler ve bunun beraberinde getirdiği tüketim alışkanlıklarının değişmesi• Aksesuar sektörünün gelişmesi
<p>Strateji:</p> <ul style="list-style-type: none">• Türkiye'nin komşuları ile olan iyi ilişkileri ve yapılan anlaşmalar sayesinde küresel krizin etkilerinin azaltılarak pazarın daralmasının engellenmesi
<p>Görevler:</p> <ul style="list-style-type: none">• Hükümetin politikalarını belirlemesi• Kalıcı ilişkiler kurulmalı, hükümet bu görevi geçici görmemeli, süreklilik sağlamalı• Fuar katılımlarının artırılması; yurtdışına gitmek, yurtdışından katılımcı getirmek• İlgili ülkelerdeki ticari ataşelerimiz ile irtibata geçmek, firmaların sektör için aktif çalışmalarını sivil toplum kuruluşlarının da desteği ile sağlamak

Masa 3

<p>Seçilen Kriterler:</p> <p>ZAYIF:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ar-Ge eksikliği• Kurumsallaşma• Teknolojide dışarıya bağımlılık• Yurt içi ve yurt dışı pazarlama tekniklerimizin ve ağıımızın zayıf olması• Bütçe hedef takip sisteminin olmaması• Oda'nın küçük esnafa olan desteğinin beklentilerin altında olması• Sektörde eğitim eksikliği
<p>Strateji:</p> <ul style="list-style-type: none">• Kurumsallaşma çalışmalarına verilecek önem ile diğer üretici ülkelerin önüne geçmek, teknolojide dışarıya bağımlılıktan kurtulmak, pazarlama tekniklerimizi ve ağıımızı geliştirmek
<p>Görevler:</p> <ul style="list-style-type: none">• İMMİB, İKO ve İTO'nun kurumsallaşma ile ilgili seminerler düzenlemesi• Firma sahiplerinin, profesyonel danışmanlardan destek alması• Diğer sektörlerdeki örneklerin incelenmesi• Kalifiye eleman için devlet desteklerinden yararlanılması



D. TÜRKİYE ALTIN, TAKI ve MÜCEVHERAT SEKTÖRÜ GELECEK STRATEJİLERİ KONFERANSI KATILIMCI BİLGİLERİ

Türkiye Altın, Takı ve Mücevherat Sektörü Gelecek Stratejileri Konferansı aşağıda isimleri geçen katılımcılar ile gerçekleştirilmiştir.

NO	AD SOYAD
1	A. Murathan BAYRI
2	Ahmet KARAASLAN
3	Ahmet YAYILTI
4	Akil ÖZÇAY
5	Alper TOSUN
6	Antranik YEŞİL
7	Aram DEMİR
8	Aram DİŞAĞCIYAN
9	Azmi AYSAL
10	Bağdasar İSKENDEROĞLU
11	Baru KAHRAMAN
12	Bayram POLAT
13	Benon KAZANCIOĞLU
14	Bülent KEÇELİ
15	Burak EMİRLER
16	Can ALKIM
17	CAN ÇELİKBAŞ
18	Caner TÜMER
19	Corç YUVARLANMAZ
20	Emre KARAMAN
21	Engin AYDOĞAN
22	Erkan KURTULMUŞ
23	Faruk ZEMELLİ
24	Garbis TAHMİNCİ
25	Garo GELİR
26	Gökhan ÖZER
27	Gökhan ŞAHİN

28	Hakkı SEZER
29	Harun KURTULUŞ
30	İsmail ÖZDEMİR
31	İsmail YANIK
32	Joel ÜÇKARDEŞ
33	Kaan DEMİRHAN
34	KAMER YEŞİLTEPE
35	Kami İSKENDEROĞLU
36	Kamil ÇELİK
37	Klay BATRİ
38	Mesut GÜNDOĞDU
39	Metin DUYAR
40	Misak ŞARKLI
41	Misak TUNÇBOYACI
42	Murat VURAL
43	Norayr İŞLER
44	Ogün TAŞKIN
45	Ohannes ÇİNOZOĞLU
46	Özcan ADEM
47	Rıfki BAŞ
48	Sarp TARHANACI
49	Sarven Parseh ALTINSOY
50	Selami ERTEN
51	Seyit Ahmet İŞKIN
52	Sezgin YÖRÜK
53	Süleyman SARAY
54	Şenol ESEN
55	Temel SOY
56	Tolga KARACABEY
57	Ümit ASIL
58	Veli AKSU
59	Volkan ARAT
60	Yılmaz TEMİZOCAK







