



HİZMET İHRACATÇILARI BİRLİĞİ
DİĞER İŐ HİZMETLERİ KOMİTESİ
2023 DİĞER İŐ HİZMETLERİ ÇALIŞTAY RAPORU

Çalıştay Moderatörü ve Raporu Hazırlayan:

Doç. Dr. Devrim Akgündüz

05.12.2023

İÇİNDEKİLER

ÇALIŞTAY EKİBİ ve KATILIMCILAR	3
MASALARDA KATKI SUNAN SEKTÖRLER.....	4
MEVCUT DURUM	5
FIRSATLAR	8
GİRİŞ.....	11
SORUNLAR ve EKSİKLİKLER:	12
HEDEFLER	14
ACİL HEDEFLER.....	14
Sorumlu kuruluşlar:	15
Acil Hedefin Etki Edeceği Alanlar (Önem sırasına göre):	16
ORTA VADELİ HEDEFLER.....	17
1. Orta Vadeli Hedefler	17
2. Orta Vadeli Hedefler	17
3. Orta Vadeli Hedefler	18
Sorumlu kuruluşlar:	18
UZUN VADELİ HEDEFLER.....	20
1. Uzun Vadeli Hedefler	20
2. Uzun Vadeli Hedefler	20
3. Uzun Vadeli Hedefler	20
Sorumlu Kuruluşlar:	21

Moderatör Notu: Bu çalıştayın veri toplama aracı İstanbul Aydın Üniversitesi STEM Eğitimi Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Doç. Dr. Devrim Akgündüz tarafından tasarlanmış ve çalıştay raporu da kendisi tarafından hazırlanmıştır. © 2023

ÇALIŞTAY EKİBİ ve KATILIMCILAR

MODERATÖR: DOÇ. DR. DEVRİM AKGÜNDÜZ / İSTANBUL AYDIN ÜNİ.

Formu Dolduran Raportörlerin Adı-Soyadı	
1	AYŞE BURCU ARSLAN DEMİRTAŞ
2	NEŞE SEÇER
3	HİKMET TORUN
4	İSMAİL GÖKHAN TECİMSEL
5	ADİL ÜNAL

Masada Katkı Sunan Kişilerin Adı-Soyadı	
1	SALİH ZEKİ ÇAKIR, MEHMET AVCI, ERDAL ŞÖLEN, YEŞİM ERYILMAZ, ABDULLAH KESKİN, AYŞE BURCU ARSLAN, CENK SEVİNÇ
2	NEŞE SEÇER, EMRE METİN, ZUHAL KARDEŞLER, KEMAL YAMAN KARADENİZ, GÜLŞAH KOÇAK, GİZEM ONUR
3	ŞİLA GÖK, SAVAŞ SEVİNÇ, MUHAMMED BÜYÜKCINGİL, FEHMİ TÜTÜNCÜ, TOLGA KAYASU, HİKMET TORUN
4	İSMAİL GÖKHAN TECİMSEL, AYDIN SARIKAYA, BERK ÖZCAN, SİBEL ŞİMŞEK YAZICI, ZEYNEP GÜVEN, BAŞAK SEÇKİN
5	ÇAĞATAY AÇIKSÖZ, YASA ÇELİKTAŞ, MEHMET SEMİZ, CİHAT ALTINSOY, SÜLEYMAN TARAKÇI, ADİL ÜNAL

MASALARDA KATKI SUNAN SEKTÖRLER

- DANIŞMANLIK, MÜŞAVİRLİK VE DESTEK HİZMETLERİ
- GASTRONOMİ HİZMETLERİ
- MİMARİ, MÜHENDİSLİK, BİLİMSEL VE DİĞER TEKNİK HİZMETLER
- UYGUNLUK DEĞERLENDİRME
- ALACAK YÖNETİMİ, UYGUNLUK, KLASLAMA
- LABORATUVAR VE ANALİZ HİZMETLERİ

MEVCUT DURUM

Uluslararası Rekabet ve Globalleşme:

- Türk danışmanlık firmaları, uluslararası alanda Big 4 gibi rakiplerine karşı rekabet ederken zorlanmaktadır.
- Türk danışmanlık firmalarının globalleşebilmesi için yurtdışında birim kurma gerekliliği bulunmaktadır.
- Markalaşma konusunda daha fazla çalışılması ve profesyonel destek alınması, Türk danışmanlık firmaları için önemlidir.
- Mevcut pazar koşulları, çalışılan alanlar ve yurtdışındaki fırsatların takip edilebilmesi, Türkiye'de biriktirilen bilgi birikiminin ihraç edilebilmesi olanağı doğurmaktadır.

Gastronomi Sektörü ve Bilgi Yönetimi:

- Gastronomi sektöründe, bir tüketici bilinci değişmekte ve dönüşmektedir; ürün içeriği ve özelliklerine daha fazla ilgi gösterilen bir tüketici grubuyla karşı karşıya olunmaktadır.
- Gastronomi sektöründe, bütün aktörlerle birlikte bir bilgi kirliliği mevcuttur ve bunun önüne geçilmesi için bir Türkiye Gastronomi Platformu kurulabilir.
- Gastronomi sektöründe, kar marjları yeterince artırılamamaktadır.

Ekonomik ve Teşvikler:

- Teşviklerin miktarı kamu otoritesi tarafından kısılmış durumdadır.
- Danışmanlık sektörü ve diğer firmaların kullanımına açık, kamu tarafından kurulacak merkezi bir veri tabanı ihtiyacı bulunmaktadır.
- HİB Teşviklerine özellikle diğer sektörlerle ilişkin teşviklerin, bilgilerin ve deneyimlerin azlığı üyeleri artık ciddi olarak yormaktadır.
- Teşviklere ilişkin kapsama alınmış firmalar az da olsa bulunmaktadır. Ancak her bir destek için ciddi bürokratik engellerle karşılaşıldığı görülmektedir.

- Yeşil dönüşüm artık tüm firmaların gündeminde olsa da aşırı maliyetli durumda ve diğer sektörlerle yeterince yaygınlaştırılmamış durumdadır.

Kamu Desteği ve İletişim:

- Üyelere HİB tarafından açıklayıcı bilgilerin daha doğru iletişim kanallarıyla, kullanılabilir ve sade olarak sunulması ihtiyacı bulunmaktadır.
- Sonuç odaklı ve öğretici etkinliklerin iletişim frekansının artırılması gerekliliği mevcuttur.
- Desteklerden faydalanma mekanizması açıklanmış olmasına rağmen uygulama noktasında hiçbir destek noktasına ulaşılamamaktadır.
- Ülkeler bazında, başarıya ulaşmış iyi örneklerin ülkemizdeki firma temsilcilerine bilgi aktarımında bulunulabilmesi için imkanların sağlanma ihtiyacı bulunmaktadır.

MODERATÖR YORUMU:

Özellikle uluslararası rekabet, pazar çeşitlendirmesi, markalaşma, teşviklerin etkin kullanımı, bilgi yönetimi, ekonomik koşullar ve kamu desteği gibi konular ön plandadır.

Türk danışmanlık firmaları uluslararası alanda rekabet etmekte zorlanmakta ve globalleşebilmek adına yurtdışında varlık gösterme ihtiyacı hissetmektedirler. Aynı zamanda, belirli sektörlerde marka bilinirliği yurt içinde sağlanmışken, bu bilinirliğin uluslararası pazarda da elde edilmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte, teşviklerin sınırlı olması ve bu teşviklere erişimin zorluğu, işletmelerin büyümesini ve uluslararası alanda rekabetçi olmalarını engelleyebilmektedir.

Gastronomi sektöründe tüketici taleplerindeki değişim ve bilgi eksikliği gibi faktörler, sektördeki büyümeyi ve kar marjlarının artışı sınırlayabilmektedir. Teknolojik gelişmelerin ve yeşil dönüşümün gündemde olması, ancak yüksek maliyetler ve sektörler arası yaygınlaşmanın eksikliği nedeniyle tam anlamıyla benimsenememektedir.

Kamu desteklerinin etkin bir şekilde iletilmesi ve kullanılabilir olması, işletmelerin gelişimi için kritik bir faktördür. İletişim kanallarının doğru kullanılması, etkin etkinliklerin

düzenlenmesi ve sektörel danışma platformlarının oluşturulması, sektörler arası iş birliğini artırabilir ve bilgi alışverişini teşvik edebilir.

Bu çeşitli zorluklara rağmen, Türkiye'deki işletmelerin uluslararası alanda rekabet edebilme potansiyeli yüksektir. Dijitalleşme, bilgi birikiminin paylaşımı, sektörel iş birlikleri ve teşviklerin etkin kullanımı gibi alanlarda yapılan çalışmalar, işletmelerin bu zorlukları aşmalarına ve uluslararası alanda daha güçlü bir konuma gelmelerine yardımcı olabilir.

Bu hedeflerin gerçekleşmesiyle, yazılım sektöründe önemli bir dönüşüm ve etkinlik sağlanması, uluslararası arenada daha güçlü bir konum elde edilmesi ve ülke ekonomisine olumlu katkılar sunulması hedeflenmektedir.

FIRSATLAR

Diğer sektörlerde yer alan fırsatlar çeşitli kategorilerde belirtilmiştir:

Pazar Erişimi ve Dijitalleşme:

- Ulaşılabilir hale gelmesi için, dijitalleşme sayesinde sadece yakın pazarlara değil, uzak pazarlara da ulaşılabilme fırsatı sağlanmaktadır.

Rekabet Avantajları:

- Maliyetlerin rakiplere göre uygun olması, Türkiye'de bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, fiyat avantajı sağlamaktadır.
- Fiyat rekabeti imkânı sağlayan bir organizasyonel yapının varlığı bir fırsattır.

İş Kültürü ve Yetkinlik:

- Türk firmaları, daha çevik, hızlı hareket edebilen ve anında çözüm üretebilen bir iş kültürüne sahip olmaktadır.
- Eğitimli insan kaynağının bulunması bir fırsat olarak karşımıza çıkmaktadır.

Marka ve Yatırım Fırsatları:

- Türk marka değerinin yüksek olması, Körfez, Afrika, Türk Cumhuriyetleri gibi pazarlarda daha fazla iş yapabilme fırsatını beraberinde getirmektedir.
- Sahip olunan know-how'ın aktarılabilme potansiyeline sahip firmaların varlığı.
- Yurt dışında hizmet veren bazı firma/markaların satın alınabilme potansiyeline sahip olunması.

Sektörel ve Devlet Desteği:

- Sektörlerimize olan ihtiyacın artışı gözlemlenmektedir.
- Danışmanlığa olan ihtiyacın ve gerekliliğin yükselmesiyle birlikte bu alanda farkındalığın arttırıldığı gözlenmektedir.
- Uluslararası pazarlarda ülkemizde üretilen hizmetlere duyulan ihtiyaç mevcuttur.

- Devletin genel olarak sektörel teşvik ve destekleme programlarındaki pozitif yaklaşım gözlemlenmektedir, ancak hizmet sektörü ve diğer hizmetler için yeterli desteklenme olanağı gözlemlenmemektedir.

Üretim ve Coğrafi Avantajlar:

- İş gücü ve üretimin kaliteli ve uygun olması gözlemlenen bir durumdur.
- Ürün ve hizmet kalitesi ile çeşitliliğimizin iyi olması fark edilmektedir.
- Coğrafi konumumuzun avantajıyla ilgili durum gözlemlenmektedir.
- Ülkemizin konumu ve yakın coğrafyamızdaki siyasi gelişmeler, savaşlar neticesinde ticari bir merkez olma ihtimali göz önünde bulundurulmaktadır.

Yönetim ve Kriz Deneyimi:

- Ekonomik krizlerde iş yönetme deneyimi ülkemizde gözlemlenen bir durumdur.

Bu kategoriler altında sıralanan fırsatlar, Türkiye'nin pazarlara erişimi, rekabet avantajları, iş kültürü, marka, sektörel ve devlet desteği, üretim ve coğrafi avantajlar, yönetim ve kriz deneyimi açısından çeşitli fırsatları temsil etmektedir.

MODERATÖR YORUMU:

Fırsatlar, Türkiye'nin çeşitli sektörlerde kendine özgü avantajlarının olduğunu göstermektedir. Özellikle dijitalleşme ile birlikte pazarlara daha kolay ulaşılabilme imkânı, maliyet avantajı, iş kültürü ve yetkinlik, marka değeri, devlet ve sektörel destekler, üretim kalitesi ve coğrafi konum gibi faktörler Türk şirketleri için büyük potansiyeller sunmaktadır.

Dijitalleşme, işletmelerin sadece yerel pazarlara değil, dünya çapındaki pazarlara erişebilmesini sağlamaktadır. Maliyet avantajı, Türk şirketlerine rekabetçi fiyatlar sunma imkânı tanıyarak uluslararası arenada daha rekabetçi olmalarını sağlamaktadır.

Türk iş kültürü, çeviklik, hızlı çözüm üretme yeteneği ve eğitimli iş gücü ile işletmelerin hızla değişen koşullara uyum sağlaması ve çeşitli zorluklara karşı esneklik göstermesi anlamına gelirken, marka değeri, Türk firmalarının uluslararası alanda daha fazla iş yapabilmesini ve büyümesini desteklemektedir.

Devletin destek politikaları ve sektörel teşvikler, Őirketlere büyümeleri ve uluslararası pazarda daha güçlü bir Şekilde rekabet etmeleri için bir fırsat sunarken, üretim kalitesi ve coğrafi konum, Türkiye'nin hem kaliteli ürün ve hizmetler sunma kabiliyetini artırırken hem de stratejik bir konumda bulunmasını sağlamaktadır.

Ancak, bu fırsatlarla birlikte Türkiye'nin bazı zorlukları da göz önünde bulundurması gerekmektedir. Örneğın, devlet desteklerinin ve teşviklerin hizmet sektörüne yeterince ulaşamaması, bazı sektörlerdeki ihtiyaçların karşılanamaması gibi durumlar, potansiyel fırsatları değerlendirirken dikkate alınması gereken faktörler arasında yer almaktadır.

GİRİŞ

Hizmet ihracatı alanında yaşanan zorluklar ve ortaya çıkan riskler, Türkiye'nin uluslararası pazardaki pozisyonunu etkileyebilecek önemli unsurları barındırmaktadır. Dijitalleşme, yeniden yaşanan küresel kutuplaşma, bölgesel kısıtlamalar, nitelikli işgücü temininde yaşanan zorluklar ve politik belirsizlikler gibi faktörler, sektörün karşı karşıya olduğu temel zorlukları temsil etmektedir. Bu durumlar, özellikle Gastronomi ve Laboratuvar Analiz Hizmetleri gibi sektörlerde önemli bir etkiye sahip olarak değerlendirilmektedir.

Gastronomi sektöründe, yüksek personel devir hızı ve yerelde markalaşma için sağlanan teşviklerin denetimde yetersiz kalması gibi sorunlar önem arz etmektedir. Benzer şekilde, krediye erişimdeki zorluklar ve maliyet artışları sektörün büyümesini engelleyen faktörler arasında yer almaktadır.

Öte yandan, sektörün karşılaştığı diğer önemli zorluklar arasında nitelikli işgücü bulma konusundaki sıkıntılar, finansmana erişim kısıtları, eksik teşviklerin etkisi, teknik ve bürokratik engeller, yeşil dönüşüm maliyetleri ve sektöre yönelik danışma ve destek eksiklikleri öne çıkmaktadır.

Bu sorunlarla başa çıkma ve çözüm önerileri geliştirme noktasında Hizmet İhracatçıları Birliği'nin (HİB) rolü ve çalışmaları oldukça önemlidir. Finansal erişim, girişimciliğin teşviki, işsizlikle mücadele, kalifiye eleman temini ve ekonomik belirsizlik gibi alanlarda sektöre yönelik danışma ve çözüm odaklı iletişim kanallarının artırılması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, sektörlerin birliklerle etkileşimi ve birliklerin sektörlerin geri dönüşlerini dikkate alması, sektörün gelişimi ve rekabet gücünün artması adına kritik bir faktördür.

SORUNLAR ve EKSİKLİKLER:

No.	Sorunlar ve Eksiklikler
1	Türk danışmanlık firmalarının uluslararası tanınırlığının az olması
2	Lokal pazarlardaki finansal ve ekonomik engeller / sorunların; turizme olan bağlılığın artmasına neden olması
3	Gastronomi sektöründe çalışan devir hızının yüksek olması ve istihdam edilen personel çeşitli sebeplerle elde tutulamaması
4	Ülkemizdeki kobi seviyesindeki şirketlerin finansa erişimi tam olarak bilmemesi ve eksik bilgilerle sonuca ulaşamaması
5	Yurtdışındaki rakiplerin hizmet yaygınlıkları ve aynı anda birçok hizmeti entegre olarak verebilmeleri
6	Marka bilinirliğinin yurt dışı pazarlarında tesis edilmesinde yaşanan sorunlar ve veri kaynaklarındaki eksiklikler
7	Yerelde markalaşma ve sürdürülebilirlik açısından kamu otoritesinin teşvikleri yeterince denetim sağlamaması
8	Kira, personel gibi şirketlerin temel ihtiyaçlarındaki finansa erişim kısıtlılığı ve bu durumun enflasyonist ortamda artışa neden olması
9	Kobi ölçekli kadın girişimciliğinin azalması ve sermaye ihtiyacının karşılanamaması
10	Pazara girişte Türk danışmanlık firmaları arasındaki dayanışmanın az olması
11	Personele dayalı sektörlerdeki nitelikli insan kaynağının yurt dışına göç etmesi
12	Krediye ulaşım problemleri ve yatırımların arttırılmasındaki önemi
13	Teşviklere ilişkin tanımların dar ve eksik olması

14	Şirketlerin, asgari ücretlerdeki artıştan kaynaklı zorluklar yaşaması ve dış kaynakla çözüm arayışı
15	Nitelikli personelin uzun süre istihdam edilememesi ve sürdürülebilir şirket olma zorlukları
16	Markanın korunmasında açılan davalarda devlet desteğinin yeterince hissedilememesi
17	Gastronomi alanında insan kaynağı sorunları
18	Teşviklere ilişkin kapsama alınmış firmaların teknik ve bürokratik sorunları
19	İşsizlik ve kalifiye eleman bulamama arasındaki uçurum
20	AB mevzuatının Türkiye'ye teknik engel olarak getirilmesi
21	Lokal ve küresel pazarlardaki enflasyonist gelişmelerin finansal duruma etkisi
22	Teşvik danışmanlığının yeterince anlaşılabilmesi ve küçük firmaların teşviklerden haberdar olmaması
23	Yeşil dönüşümün maliyetli ve yaygınlaştırılmamış olması
24	Ekonomik belirsizlik ve dalgalanmanın ticari öngörülemezlik yaratması

HEDEFLER

ACİL HEDEFLER

No	Acil Hedefler
1	Hizmet üreten sektörler için pazarda oluşabilecek sorunlarla ilgili deneyim paylaşma platformunun kurulması
2	HİB'in ekonomik belirsizlik ortamında üyelerinin ihtiyaçlarını dinleyerek kaynakların doğru yönlendirilmesi ve hızlı aksiyon alınması sağlanması
3	İnsan kaynakları anlayışının ve istihdam koşullarının çok yönlü analiz edilerek sektördeki istihdam problemlerine çözüm üretilmesi
4	Diğer İş Hizmetleri üye şirketlerine acil personel istihdam desteği verilmesi, finansmana erişim kaynaklarının artırılması ve öncelikli sektörlerin belirlenmesi
5	Globalde marka bilinirliğinin ve güvenilirliğin sağlanması

MODERATÖR YORUMU:

Ekonomik belirsizlik zamanlarında HİB'in üyelerine sağlayacağı kaynak yönlendirmesi ve hızlı aksiyon alma yeteneği, sektördeki değişimlere uyum sağlamak açısından önemli bir adım olabilir. İnsan kaynakları ve istihdam koşullarının derinlemesine analizi, sektördeki istihdam zorluklarının üstesinden gelmede önemli bir rol oynayabilir. Ayrıca, acil personel istihdam desteği ve finansmana erişim konularının önceliklendirilmesi, sektördeki şirketlerin karşılaştığı belirli sorunlara odaklanarak çözüm üretilmesine yardımcı olabilir. Bu sonuçlar, sektördeki gelişimi desteklemek ve daha sağlam bir temel oluşturmak için önemli adımlar olarak değerlendirilebilir.

Acil hedefin gerçekleşmesi, bir dizi olumlu etki ve değişiklik getirebilir:

- 1. Yurtdışı pazarlarda iş yapacak firmalar:** Bu hedefin gerçekleştirilmesi, bu pazarlarda faaliyet gösteren firmaların daha verimli bir şekilde gelişmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, ilk defa bu pazarları hedefleyecek firmaların pazar girişini kolaylaştırabilir.

2. **Sektör büyümesi ve hizmet ihracatının artışı:** Bu hedefin başarılması, sektörün büyümesine katkıda bulunarak diğer sektörler üzerinde de dolaylı etkilere yol açabilir. Bu durum güven ortamını sağlar, şirketlerin büyümesine destek olur ve istihdamın artmasına katkı sağlar.
3. **Ekonomi üzerindeki olumlu etki:** Acil hedefin gerçekleştirilmesiyle ekonomi üzerinde pozitif bir etki yaratılması beklenmektedir. Özellikle KOBİ'lerin gelişimi ve büyümesi için teşvik edici bir rol oynayarak yatırımları artırabilir.
4. **İhracatın artışı ve marka bilinirliği:** Bu hedefin başarılması, ihracatın artmasına ve şirketlerin büyümesine yardımcı olarak marka bilinirliğinin artmasını sağlayabilir.
5. **Operasyonel standartlar ve ürün kalitesi açısından yeterlilik:** Marka bilinirliğinin artması, sadece tekil marka veya ürünlerin değil, ülke bazında öne çıkabilecek çözümlerin de geliştirilmesine yardımcı olarak yurt dışı pazarlarda firmanın gelişimini destekleyebilir. Bu durum, müşteri talebinin artmasına ve firma karlılığının yükselmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca, yabancı yatırımcıların ilgisini çekebilir ve firma/marka değerini artırabilir.

Sorumlu kuruluşlar:

1. Ticaret Bakanlığı
2. Hazine ve Maliye Bakanlığı
3. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
4. Hizmet İhracatçıları Birliği
5. Yönetim Danışmanlık
6. Üniversiteler
7. Medya
8. Gastronomi
9. Laboratuvar Analiz Firmaları

Acil Hedefin Etki Edeceği Alanlar (Önem sırasına göre):

- Sürdürülebilir Kalkınma
- İhracat/Döviz Kazandırma
- İstihdam ve İnsan Kaynağı
- Girişimcilik
- Beceri ve Yetkinlik
- Fırsat Eşitliği
- Sanayi, İnovasyon ve Altyapı
- Bilimsel ve Teknolojik Gelişim
- Eğitimin Gelişimi
- Yönetim
- Gastronomi
- Finans

ORTA VADELİ HEDEFLER

1. Orta Vadeli Hedefler

- Firmalarımızın tanınırlığını arttırmak için yurtdışı fuarlarına milli katılım gerçekleştirmek. Yurtdışı fuar katılımı firmalarının markalaşma sürecine katkıda bulunacaktır.
- Diğer sektörler adı altında geçen sektörlerin iş tanımlamaları yapılırken sektörden görüş alınarak yapılması.
- Sektörel bazda eğitim müfredatlarının yeniden oluşturulması ve ilgili bakanlığın kurum için eğitimlerde milli bir bilinçle hareket etmesi.
- Eximbank tarafından hizmet ihracatçılarına da kredi ve finans kaynaklarının açılması (şu anki teminat zorunluluğunun kalkması). Bankalar tarafından sadece teminata değil, projelerde de finanse etmesi (düşük öz kaynaklı, uzun vadeli, düşük maliyetli proje finansmanı hizmet sektörüne de sağlanmalı).
- Operasyonel süreçlerini verimlilik esası ile dizayn etmiş, kaliteli ürünleri/hizmetleri bulunan yurt içi kurumsal firmaların, yurt dışı pazarlara açılmasını teşvik etmek.

2. Orta Vadeli Hedefler

- Danışmanlık sektöründe nitelikli istihdamın sürdürülebilir olması için firmaların vergi ve SGK açısından desteklenmesi. Ayrıca, eğitim ve yetkinlik arttırımı ile ilgili programların geliştirilmesi.
- Sektörlerin ihtiyaçlarının temsilcilerle bir araya gelerek ve görüş alarak belirlenmesi.
- Finans kaynaklarına ulaşımında kolaylıkların sağlanması ve alınan kredilerin geri ödeme süreleri ile ilgili sektörel farklılıkların göz önünde bulundurulması.
- HİB üyeleri arasında deneyim paylaşımı için yapılacak bir online toplantı (kim nerelerde neyle karşılaştı, nasıl çözdü, pratik öneriler vb.).

- Yurt dışı pazarlara yönelik bilgi akışının (sektörel bazlı) Ticaret Müşavirlikleri aracılığıyla sağlanması

3. Orta Vadeli Hedefler

- Farklı alanlarda faaliyet gösteren danışmanlık firmalarının (mali müşavirlik, hukuk hizmetleri, patent, yönetim danışmanlığı vb.) bir araya gelerek, konsorsiyum oluşturması ve danışmanlık hizmeti sunması.
- İhracatçı birliklerinin organizasyonel yapısının, üyelerinin isteklerini karşılayacak nitelikte gelişmesi ve güçlenmesi.
- Yatırımların desteklenmesinde denetimin artırılması ve gerçekten hakkeden kuruluşların ilgili teşviklerden faydalanması.
- HİB diğer iş hizmetlerindeki teşviklerin kapsama alınma başvurularının tanımlarının netleştirilip, sadeleştirilmesi, yeni düzenlemelerin getirilmesi.
- Ticaret Müşavirlikleri ve Ticaret Odaları aracılığıyla Yurt Dışı Yatırımcılara yönelik Marka Tanıtım Toplantılarının sektörel olarak düzenlenmesi

Sorumlu kuruluşlar:

1. Ticaret Bakanlığı
2. Hazine ve Maliye Bakanlığı
3. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
4. Hizmet İhracatçıları Birliği
5. Yönetim Danışmanlık
6. Üniversiteler
7. Medya Şirketleri
8. Gastronomi Firmaları
9. Laboratuvar Analiz Firmaları

MODERATÖR YORUMU:

Tanınırlık ve Fuarlara Katılım: Sektörün tanınırlığını artırmak ve uluslararası alanda daha belirgin bir yer edinmek için yurtdışı fuarlarına katılım sağlanması hedeflenmektedir. Bu katılımın, sektör temsilcilerinin görüşlerinin alınarak doğru bir şekilde iş tanımlamalarının yapılmasına da katkı sağlaması beklenmektedir.

Finansal ve Operasyonel Destek: Eximbank ve bankalar aracılığıyla hizmet ihracatçılara finansal destek sunulması ve projelerde finansman imkanlarının genişletilmesi öngörülmektedir. Operasyonel süreçlerin verimlilik esasına dayalı olarak yönetilmesi, yerel firmaların uluslararası pazarlara açılmasını teşvik edebilecek bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Danışmanlık Sektöründe İstihdam ve İhtiyaçlar: Nitelikli istihdamın artırılması ve sektörel ihtiyaçların belirlenmesi amacıyla, sektör temsilcileriyle bir araya gelinerek destekler sağlanması ve eğitim programlarının geliştirilmesi önerilmektedir.

Deneyim Paylaşımı ve Bilgi Akışı: HİB üyeleri arasında deneyim paylaşımını artırmak ve bilgi akışını sağlamak için online toplantılar düzenlenmesi, Ticaret Müşavirlikleri aracılığıyla bilgi akışının artırılması hedeflenmektedir.

Kurumsal İş birlikleri ve Teşviklerin Netleştirilmesi: Farklı danışmanlık firmalarının konsorsiyum oluşturarak hizmet sunması, birliklerin güçlenmesi ve sektörel teşviklerin daha net ve anlaşılır hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

Yatırım ve Yurt Dışı İş birlikleri: Yurt dışı yatırımcılara marka tanıtım toplantıları düzenlenmesi, ticaret müşavirlikleri ve ticaret odaları aracılığıyla bilgi akışının artırılması hedeflenmektedir. Bu adımlar, uluslararası iş birliklerinin güçlendirilmesine yönelik olarak planlanmıştır.

UZUN VADELİ HEDEFLER

1. Uzun Vadeli Hedefler

- Hizmet ihracatını geliştirmek için yurtdışı ofislerinin açılması
- İhracatçı birliklerinin üniversiteler, meslek liseleri, meslek kuruluşları ile iş birliği yaparak sektörün ihtiyacı eleman yetiştirmesi.
- Kırılgan olmayan bir ekonomiye sahip olmak.
- Gençlere iş imkanlarının yaratılması, üniversitelerle reel sektör iş birliği ve üniversiteye giriş planlamalarının değiştirilmesi
- Yetkin, nitelikli personelin ülke içindeki veya Türk Firmalarının yurt dışı yatırımlarında istihdamını sürdürebilmek

2. Uzun Vadeli Hedefler

- Sektörel alanda uluslararası platform ve derneklere üyelikler yapılması, fuar ve etkinliklerde Türkiye stantları açılması
- İhracatçı birliklerinin kadın girişimciliğini ve kadın istihdamını desteklemesi
- Nitelikli personelin sürdürülebilir olarak yetişmesini sağlamak
- Canlı ve işleyen bir sistemin yaratılması. Yani tek seferlik çözümler değil, dinamik ve yenilenebilir, güncellenebilir sistemlerin oluşturulması
- Yurt Dışında Sektörel Bazlı (Gastro tur Etkinliği) Etkinliklerin ve Turların Yapılması

3. Uzun Vadeli Hedefler

- Tüm bu öneri ve faaliyetlerinin sürdürülebilir olması için HİB'in kurumsal kapasitesinin artırılması
- Uluslararası destek ve finansa erişimin kaynakları ve adresleri hakkında öğretici bilgilendirmeler yapılması
- Tüm sektörlerin sinerji oluşturmalarının sağlanması

- HİB'in üyelerine danışmanlık verebilmesi için daha fazla güçlendirilmesi ve hatta iş yükünü hafifletecek nitelikte metal yaka (yapay zekâ, teknoloji ile) kullanımının artması
- Sektörel Bazlı AR-GE Merkezlerinin oluşturularak Üniversitelerle etkileşim artırılması

Sorumlu Kuruluşlar:

1. Ticaret Bakanlığı
2. Hazine ve Maliye Bakanlığı
3. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
4. Hizmet İhracatçıları Birliği
5. Yönetim Danışmanlık
6. Üniversiteler
7. Medya
8. Gastronomi
9. Laboratuvar Analiz Firmaları

MODERATÖR YORUMU:

Hedefler, Türkiye'nin hizmet sektörünün uluslararası alanda daha etkin hale gelmesi, istihdamın artırılması, ekonominin kırılğan olmayan bir yapıya kavuşturulması ve sektörel gelişimin sürdürülebilirliği üzerine odaklanmaktadır. Özellikle, yurtdışında marka bilinirliğinin artırılması ve ihracatın geliştirilmesi gibi hedefler, Türk firmalarının uluslararası alanda daha rekabetçi olması ve ekonomik büyümesine katkıda bulunması açısından önem arz etmektedir.

Önerilen stratejiler arasında, eğitim kurumları ve sektörel birlikler arasında iş birliğinin artırılması, kadın istihdamının ve girişimciliğinin desteklenmesi, nitelikli personelin sürekli geliştirilmesi ve yenilikçi iş modellerinin oluşturulması gibi önemli adımlar yer almaktadır.

Ayrıca, uluslararası arenada Türkiye'nin tanıtımı için sektörel etkinliklere katılımın artırılması, yurtdışında AR-GE merkezlerinin oluşturulması ve üniversitelerle iş birliğinin artırılması gibi stratejiler, rekabet gücünün artırılmasına yönelik önemli adımları temsil etmektedir.

Bu uzun vadeli hedeflerin gerçekleştirilmesiyle, Türkiye'nin hizmet sektörü açısından uluslararası alanda daha belirgin bir konuma gelmesi, ekonomik kırılganlığın azalması, istihdamın artması ve daha sürdürülebilir bir ekonomik büyüme elde edilmesi hedeflenmektedir. Ancak bu hedeflerin gerçekleşmesi için güçlü iş birlikleri, eğitim alanındaki iyileştirmeler, kadın istihdamının desteklenmesi ve teknoloji odaklı çözümler gibi alanlarda etkili ve sürdürülebilir adımların atılması gerekmektedir.