



DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU

II. ÇALIŞTAYI

SONUÇ RAPORU

2025, DEİK MERKEZİ



Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu'nun 14 Nisan 2025 tarihinde gerçekleştirdiği "Döviz Kazandırıcı Hizmetler Çalışma Grubu II. Çalıştayı", Türkiye'nin hizmet ihracatındaki stratejik sektörlerini bir araya getirmiş; eğitim, sağlık, turizm, lojistik, medya, danışmanlık, bilgi teknolojileri, teknik müşavirlik ve fuarcılık alanlarında mevcut durum analizleri ile geleceğe yönelik öneriler ortaya konmuştur. Her sektör için sektörel sorunlar, çözüm önerileri ve 2028 yılına yönelik stratejik hedefler belirlenmiş; katılımcıların deneyimleri sektörler arası etkileşimle zenginleştirilmiştir. Çalıştayda öne çıkan ortak temalar ise aşağıda özetlenmiştir.

1. Teşviklerin yetersizliği ve sektörel ihtiyaçlara duyarsız kalması: Mevcut teşviklerin sürdürülebilir olmaması, sektörleri uzun vadeli planlamada zorlamaktadır.

2. Kurumsallaşma ve profesyonel yönetim eksikliği: Aile şirketi yapılarının yaygın olması, markalaşma ve sürdürülebilirliği sınırlandırmaktadır.

3. Nitelikli insan kaynağı eksikliği ve eğitim sistemleriyle kopukluk: Sektörel ihtiyaçlara yönelik eğitim programlarının olmayışı, yetişmiş personel bulmayı zorlaştırmaktadır.

4. Dijitalleşme ve teknolojik dönüşümün yavaş ilerlemesi: Yapay zekâ, büyük veri ve dijital platformlara entegrasyon eksikliği rekabet gücünü düşürmektedir.

5. Vize süreçlerinin karmaşıklığı ve uluslararası erişim engelleri: Sektör özelinde vize kolaylıklarının olmaması, yurt dışı pazarlara erişimi zorlaştırmaktadır.

6. Uluslararası tanıtım, marka değeri ve görünürlük sorunları: Türk firmalarının küresel ölçekte tanınırlığının zayıf olması, ihracat ve ortaklık olanaklarını sınırlamaktadır.

7. Veri altyapısı eksikliği ve stratejik planlama zayıflığı: Karar alıcıların düzenli, güvenilir, sektöre özel veri setlerine erişememesi politika üretimini engellemektedir.

8. Mevzuat karmaşası, uygulama farklı-

İlkaları ve regülasyon eksiklikleri: Aynı işlemin farklı kurumlarda farklı değerlendirilmesi güven sorunlarına ve zaman kaybına neden olmaktadır.

9. Sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm eksikliği: Sektörlerde çevreye duyarlı uygulamaların sistematik teşviklerle desteklenmediği görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda tüm sektörlerde tekrar eden temel sorun alanları ve ortak çözüm önerileri özetlenmiştir:

Döviz Kazandırıcı Hizmetler Çalışma Grubu II. Çalıştay'ında belirlenen dokuz temel ortak sorun, I. Çalıştay'da tanımlanan altı strate-

jik amaçla yüksek düzeyde örtüşmektedir. Özellikle teşviklerin yetersizliği, nitelikli insan kaynağı eksikliği, dijitalleşme ve mevzuat karmaşası gibi başlıklar, sürdürülebilir büyümeden süreç verimliliğine, uluslararasılaşmadan marka imajının güçlendirilmesine kadar her hedefle doğrudan ilişkilidir. Bu uyum, çalıştay çıktılarının yalnızca sektörel tespitler değil, aynı zamanda politika yapım sürecine yön verecek stratejik öncelikler doğrultusunda şekillendiğini göstermektedir. Her bir sorun alanı, DEİK ve ilgili kurumların görev tanımlarına da denk düşerek çözüm önerilerinin kurumsal karşılık bulmasını kolaylaştırmaktadır.

No	Ortak Sorun Alanı	Ortak Sorunun Yoğunlaştığı Sektörler	Ortak Politika Önerileri
1	Teşviklerin yetersizliği ve sektörel ihtiyaçlara duyarsız kalması	Medya, Sağlık, Fuarçılık, Danışmanlık, Lojistik, Turizm.	Teşvikler sadeleştirilmeli, performansa dayalı ve sektöre özel esnek modeller geliştirilmelidir.
2	Kurumsallaşma ve profesyonel yönetim eksikliği	Medya, Danışmanlık, Fuarçılık, Teknik Müşavirlik.	Profesyonel yönetim desteklenmeli; 3. kuşağa ulaşan yapının artması teşvik edilmelidir.
3	Nitelikli insan kaynağı eksikliği	Lojistik, Sağlık, Eğitim, Bilgi Teknolojileri, Teknik Müşavirlik.	Üniversite-sektör iş birliği güçlendirilmeli, sertifika ve uygulamalı eğitim sistemleri kurulmalıdır.
4	Dijitalleşme ve teknolojik entegrasyon eksikliği	Medya, Lojistik, Sağlık, Teknik Müşavirlik, Turizm.	Yapay zekâ, büyük veri ve platform çözümleri odaklı dijital dönüşüm desteklenmelidir.
5	Vize ve uluslararası erişim sorunları	Sağlık, Lojistik, Teknik Müşavirlik, Bilgi Teknolojileri.	Sektör bazlı vize kolaylıkları ve "hızlı geçiş statüsü" uygulamaları geliştirilmelidir.
6	Uluslararası tanıtım ve marka görünürlüğü eksikliği	Sağlık, Danışmanlık, Fuarçılık, Medya.	Hedef ülkelere yönelik bütünlüklü tanıtım stratejileri ve yurtdışı tanıtım ofisleri kurulmalıdır.
7	Veri altyapısı ve stratejik planlama eksikliği	Eğitim, Sağlık, Danışmanlık, Turizm.	Ortak veri platformları kurulmalı, izleme ve değerlendirme sistemleri güçlendirilmelidir.
8	Mevzuat karmaşası ve regülasyon eksiklikleri	Lojistik, Sağlık, Fuarçılık, Danışmanlık.	Mevzuat sadeleştirilmeli, uygulama birliği sağlanmalı, sektör temsilcileri sürece dâhil edilmelidir.
9	Yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlikte yavaş ilerleme	Fuarçılık, Teknik Müşavirlik, Lojistik.	Yeşil sertifika sistemleri yaygınlaştırılmalı, çevreci uygulamalar teşvik edilmelidir.

DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY EĞİTİM



Bu bölümde, Eğitim sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Öğrenim Ücreti Standartsızlığı:** Üniversiteler arasında uluslararası öğrencilere yönelik taban ücret uygulaması bulunmaması, fiyat dengesizliği yaratmaktadır.

■ **Barınma ve Entegrasyon:** Uluslararası öğrenciler için yeterli barınma imkânı bulunmamakta, topluma entegrasyon süreci zayıf ilerlemektedir.

■ **Akademik Kapasite Eksikliği:** Kontenjan, akademik personel ve bölüm eksiklikleri, nitelikli hizmet sunumunu engellemektedir.

■ **Kayıt Süreçlerinin Zorlukları:** Temmuz öncesi kayıt alınmaması, ara dönem kayıt yapılamaması gibi uygulamalar, başvuru sürecini aksatmaktadır.

■ **Uluslararası Rekabette Zayıflık:** Özellikle Hindistan ve Kore gibi hedef pazarlardan öğrenci çekilememesi, Türkiye'nin rekabet gücünü azaltmaktadır.

■ **Vize ve Çalışma İzinleri:** Öğrenciler vize sürecinde sorun yaşamakta; ayrıca mezuniyet sonrası çalışma izni olmaması ekonomik katkıyı sınırlamaktadır.

Kalite algısının düşüklüğü, düşük fiyat politikaları, dijital sistem eksiklikleri, finansal erişim zorlukları ve kamu-üniversite koordinasyon eksikliği tüm sektöre yayılmış temel sorunlardır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Taban Ücret Uygulaması:** Üniversiteler arası öğrenim ücretlerinde taban fiyat belirlenmeli, kalite odaklı rekabet teşvik edilmelidir.

■ **Erken ve Esnek Kayıt:** Kayıt süreçleri yıl geneline yayılmalı, ara kayıtlar mümkün kılınmalıdır.

■ **Çalışma İzni Mekanizması:** Başarılı öğrencilere yarı zamanlı çalışma ve mezuniyet sonrası istihdam imkânı sağlanmalıdır.

■ **Vize Süreçlerinin Kolaylaştırılması:** Konsoloslukların daha yapıcı yaklaşımı teşvik edilmeli; vize süreçleri sadeleştirilmelidir.

■ **Tanıtım ve İş Birlikleri:** Yurt dışı büyükelçilikler aracılığıyla tanıtım kampanyaları düzenlenmeli; üniversiteler arasında coğrafi sorumluluklar belirlenerek bölgesel tanıtım sağlanmalıdır.

■ **Kültürel Entegrasyon Projeleri:** Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ortak projeler geliştirilmeli, öğrencilerin ülke içi hareketliliği ve kültürel bağları desteklenmelidir.

■ **Ortak Dijital Başvuru Platformu:** Başvuru, belge yükleme ve değerlendirme işlemleri için YÖK koordinasyonunda merkezi bir dijital sistem kurulmalıdır.

Kurumsal İş Birliği ve Politika Geliştirme

■ Üniversiteler birbirini rakip değil, stratejik paydaş olarak görmeli; ortak programlar, çift diploma sistemleri ve dil yetkinliği geliştirme modülleri yaygınlaştırılmalıdır.

■ Uluslararası ofislerin yetki alanı genişletilmeli, üniversite genelinde süreçlerin sahiplenilmesi sağlanmalıdır.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

Kısa ve Orta Vadeli Hedefler

■ 2028 yılına kadar uluslararası öğrenci sayısının iki katına, bu öğrencilerden elde edilen gelirin beş katına çıkarılması hedeflenmektedir.

■ Türk üniversitelerinin uluslararası sıralamalarda daha fazla yer alması, yükseköğretim kalitesinin küresel ölçekte tanınması beklenmektedir.

■ Üniversitelerde teknoloji transfer ofislerinin güçlendirilmesi ve müfredatın küresel gelişmelere göre yenilenmesi önerilmektedir.

■ Türkiye'deki vakıf üniversitelerin yurt dışı uydu kampüslerinin yasal statüsünün netleştirilmesi, küresel rekabet avantajı açısından önemlidir.

■ Uluslararasılaşmada gelir odaklı ve kalite temelli bir yaklaşıma geçilmesi önerilmektedir.

Ortak Yapılar ve İzleme Mekanizmaları

■ Ortak dijital başvuru platformu ve izleme-değerlendirme sistemleri kurulmalıdır.

■ Kamusal ve özel aktörlerin içinde yer aldığı sektörel iş birlikleri desteklenmelidir.

■ Öğrencilerin kültürler arası yetkinliklerini artıracak akademik modüller geliştirilmelidir.



DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

LOJİSTİK



Bu bölümde, Lojistik sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

Yapısal ve Uygulama Kaynaklı Sorunlar

■ **Gümrük ve Sınır Kapısı Süreçlerinde Dijitalleşme Eksikliği:** Beyanname süreçlerinin hâlâ manuel olarak yürütülmesi, hata ve ceza risklerini artırmakta; bu durum taşıyıcı firmaların operasyonel yükünü ciddi şekilde ağırlaştırmaktadır. Entegre dijital sistemlerin olmaması, zaman ve maliyet kaybına yol açmaktadır.

■ **Yoğun Kontrol Uygulamaları ve Bekleme Süreleri:** Sınır kapılarında uygulanan aşırı kontrol mekanizmaları, bekleme sürele-

rini uzatmakta; bu durum şoförlerin mesleğe olan ilgisini azaltmakta ve sektördeki taşıma kapasitesini sınırlamaktadır. Ayrıca şoförlerin insani ihtiyaçlarını giderme konusunda sınır kapılarının yetersizliği de şoförlerin meslekten uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Lojistik zincirinin genel verimliliği bu nedenle düşmektedir.

■ **Yabancı Menşeli Firmaların Piyasa Hakimiyeti ve Rekabet Dengesizliği:** Yabancı firmaların pazarda baskın rol üstlenmesi, yerli lojistik firmalarının büyümesini ve uluslararası pazarlara açılımını zorlaştırmaktadır. Rekabet Kurumu'nun bu duruma yönelik yeterli müdahalede bulunmaması, adil rekabet ortamını tehdit etmektedir.

■ **Liman Altyapısındaki Yetersizlikler:** Türkiye'deki birçok limanda ekipman eksiklikleri, fiziki alan yetersizliği ve prosedürlerde standardizasyon eksikliği bulunmaktadır. Bu durum, limanlarda işlem süreçlerinin yavaşlamasına ve genel lojistik zincirinde verimlilik kaybına yol açmaktadır.

■ **Şoför ve Kalifiye Personel Eksikliği:** Sektörde hem saha personeli (şoför) hem de yönetim ve teknik kadrolarda iyi seviyede İngilizce bilen kalifiye eleman açığı bulunmaktadır. Şoförlerin vize süreçlerinde yaşadığı zorluklar da arz tarafında ciddi sorunlar yaratmaktadır. Bu eksiklikler, hizmet kalitesini doğrudan olumsuz etkilemektedir.

■ **AB Regülasyonlarına Uyum Eksikliği:** Türkiye lojistik sektörünün ürün güvenliği, veri gizliliği ve uluslararası standartlara entegrasyon konusunda yetersiz kalması, AB başta olmak üzere yüksek regülasyonlu pazarlarda rekabet gücünü azaltmaktadır. Bu durum ihracat potansiyelini sınırlamaktadır.

■ **Demiryolu Taşımacılığı ve Liman Bağlantılarındaki Eksiklikler:** Türkiye’de demiryolu taşımacılığı yeterince gelişmemiştir. Ray altyapısının yetersizliği, liman bağlantılarının zayıf olması ve sefer sayılarının düşüklüğü nedeniyle çevresel ve ekonomik açıdan avantajlı modeller yaygınlaştırılamamaktadır. Bu da taşıma çeşitliliği açısından ciddi bir dezavantaj yaratmaktadır.

Dijitalleşme eksikliği, kamusal koordinasyon sorunları, altyapı ve finansman yetersizliği, rekabet dengesizlikleri ve insan kaynağı sorunları tüm sektörü etkileyen ortak alanlar arasında yer almaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Gümrük Sistemlerinin Dijitalleştirilmesi:**

Tüm lojistik aktörlerin (taşıyıcı, gümrük, armatör, ihracatçı) aynı dijital platform üzerinden entegre çalışabileceği, veri paylaşımının şeffaf ve anlık yapılabileceği bir tek portal sistemi oluşturulmalıdır. Bu, operasyonel verimliliği artıracak ve ceza risklerini azaltacaktır.

■ **Yeşil Hat Uygulamasının Yaygınlaştırılması:**

Düşük riskli taşımalara yönelik, sınır kapılarında hızlandırılmış işlem sağlayan “yeşil hat” gibi sistemlerin yaygınlaştırılması, bekleme sürelerini azaltarak hem verimliliği artıracak hem de şoför memnuniyetini yükseltecektir.

■ **Rekabet Kurumu Bünyesinde “Lojistik Masası” Kurulması:**

Armatörlerin doğrudan müşterilerle çalışarak yerli freight forwarder’ları devre dışı bırakmasına karşı, piyasa bozucu uygulamaları denetleyecek kalıcı bir yapı oluşturulmalı; bu yapı sektörün şikâyetlerini doğrudan takip ederek adil rekabeti sağlamalıdır.

■ **Limanlar Arası Koordinasyonun Artırılması ve Prosedürlerin Standartlaştırılması:**

Liman işletmeleri ve sektörel aktörler arasında koordinasyon mekanizmaları geliştirilmeli; liman prosedürleri arasında standardizasyon





sağlanarak işlem süreçleri sadeleştirilmeli ve kamu, düzenleyici değil kolaylaştırıcı bir rol üstlenmelidir.

■ **Şoför Temininde Eğitim ve Vize Destekli Teşvik Mekanizması Kurulması:** Meslek yüksekokulları ile iş birliği içinde şoför yetiştirme programları oluşturulmalı; şoförlük cazip hâle getirilerek istihdam artırılmalı ve vize süreçlerinde öncelikli statü verilerek sınır ötesi hareketliliği kolaylaştırılmalıdır.

■ **Sektöre Özgü Teşvik Programlarının Genişletilmesi (Turquality Benzeri):** Lojistik sektörüne özel olarak tasarlanacak teşvik paketleriyle, araç alımları, şirket birleşmeleri ve yurtdışı yatırımlar desteklenmelidir. Bu programlar, küresel rekabet gücünü artırma hedefiyle sektöre özel şekilde yapılandırılmalıdır.

■ **Demiryolu ve Lojistik Merkez Yatırımlarının Artırılması:** Demiryolu taşımacılığına yönelik yatırımlar, liman entegrasyonu ve lojistik merkezlerle bağlantı önceliğinde planlanmalı; böylece taşıma çeşitliliği sağlanarak maliyet, süre ve çevresel etki açısından sektöre avantaj kazandırılmalıdır.

Kurumsal İş Birliği ve Politika Geliştirme

■ Bakanlık düzeyinde hedef ülke belirleme stratejileri, ulaşım altyapı yatırımlarıyla uyumlu yürütülmeli; sektörün görüşleri düzenli olarak politika yapım süreçlerine entegre edilmelidir.

■ ISS numarası gibi AB sistemlerine entegrasyon, dijital altyapı yatırımları ve veri güvenliği

konusunda ortak projeler desteklenmelidir.

■ Lojistik firmalarının dijital dönüşümüne yönelik teşvik paketleri hazırlanmalı; yeni teknolojilere (ör. blockchain, büyük veri) geçiş hızlandırılmalıdır.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

Kısa ve Orta Vadeli Hedefler

■ 2028 yılına kadar Türkiye'nin lojistik gelirlerinin ve taşımacılık hacminin önemli ölçüde artırılması, transit ülke rolünün güçlendirilmesi ve taşıma çeşitliliğinde demiryolu oranının yükseltilmesi hedeflenmektedir.

■ Uluslararası taşımacılıkta Türk firmalarının pazar payının artırılması, rekabetçi fiyat yapısı ve kalite odaklı hizmet sunumu ile desteklenmelidir.

■ Dijital dönüşüm, ihracat sürecinde hız, güvenlik ve maliyet avantajı sağlayacak şekilde ilerletilmeli; ortak dijital platformlar oluşturulmalıdır.

■ Liman yatırımları, sınır kapısı modernizasyonu ve çevre dostu taşımacılık modellerine geçiş, uluslararası lojistikte Türkiye'nin sürdürülebilir rolünü pekiştirecektir.

■ Ortak dijital izleme ve değerlendirme sistemi ile lojistik süreçlerin performansı izlenmeli; gümrük, taşıma ve sınır geçiş süreleri gibi veriler şeffaf şekilde paylaşılmalıdır.

■ Kamusal ve sektörel iş birliği çerçevesinde lojistik alanında ortak eğitim, danışmanlık ve teknoloji paylaşımı platformları kurulmalıdır.

DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

MEDYA



Bu bölümde, Medya sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Teşvik Eşitsizliği:** Yabancı ekipler %30'a varan teşviklerden faydalanabilirken, yerli yapımcıların bu tür desteklere erişimi bulunmamaktadır.

■ **Artan Üretim Maliyetleri:** Yapım maliyetleri son üç yılda yaklaşık üç kat artmış, bu artış mevcut gelir yapısıyla karşılanamaz duruma gelmiştir.

■ **Reklam Gelirlerindeki Belirsizlik:** Reklam verenlerin siyasi ve ekonomik çekinceleri nedeniyle projelerin finansmanı zorlaşmaktadır.

■ **Kurumsallaşma Eksikliği:** Aile şirketi yapısı hâkimdir; profesyonel yönetime geçişte zorluk yaşanmakta ve bu durum sürdürülebilirliği engellemektedir.

■ **Bölgesel Üretim Sınırlılıkları:** İstanbul dışındaki şehirlerde prodüksiyon altyapısı yetersizdir, bu bölgelerde mezunlara yönelik iş fırsatları gelişmemiştir.

■ **İhracat Potansiyelinde Gerileme:** Türkiye, geçmişteki güçlü ihracat performansını teşvik eksikliği ve artan maliyetler nedeniyle koruyamamaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Teşvik Mekanizmalarının Genişletilmesi:** Yerli yapımcılar için KDV istisnası, stopaj indirimi ve çekim lokasyonu teşvikleri sağlanmalıdır.

■ **Bürokratik Yükün Azaltılması:** Çekim izinleri ve kamu katkıları sadeleştirilmeli, maliyetler düşürülmelidir.

■ **Kültürel Diplomasi Aracı Olarak Medya:** Dizi ihracatı stratejik tanıtım politikalarıyla desteklenmeli, kamu spotları üretimi teşvik edilmelidir.

■ **Kurumsallaşmanın Desteklenmesi:** Şirketlerin üçüncü kuşağa ulaşabilmesi için profes-



yonel yönetim modelleri yaygınlaştırılmalıdır.

■ **Yapay Zekâ ve Dijitalleşme Odaklı Dönüşüm:** Medya üretim süreçlerinde dijital altyapı güçlendirilmeli, çalışanlara yönelik eğitimler sunulmalıdır.

■ **Toplumsal Farkındalık İçerikleri:** Yeşil dönüşüm, sosyal sorumluluk ve çevre bilinci konularında medya içerikleri teşvik edilmelidir.

■ **Dijital Yayın Platformlarının Stratejik Kullanımı:** YouTube gibi platformlar kültürel aktarım ve kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirilmelidir.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ **Döviz Gelirinin Artırılması:** 2028'e kadar medya sektörünün ihracat potansiyelinin yeniden canlandırılması hedeflenmektedir.

■ **Yaratıcı Değerin Güçlendirilmesi:** İçerik üretiminde tasarım ve özgün değer yaratma becerisi geliştirilmeli, Türk markaları küresel dijital platformlara entegre edilmelidir.

■ **Kurumsal Yapıların Güçlendirilmesi:** Sektörde sürdürülebilirlik için şirketlerin kurumsal yönetim kapasiteleri artırılmalıdır.

■ **Yapay Zekâ Entegrasyonu:** Medyada yapay zekâ kullanımının yaygınlaştırılması ile üretim süreçlerinde verimlilik ve rekabet gücü sağlanmalıdır.

■ **Toplum Yararına Medya:** Kamu hizmetleri, çevresel bilinç ve toplumsal değerler medya içerikleri ile desteklenmelidir.



DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

DANIŞMANLIK



Bu bölümde, Danışmanlık sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Hizmet İhracatına Yönelik Mevzuat Belirsizliği:** Danışmanlık hizmetlerinin ihracat kapsamı net tanımlanmamış; teşvik sistemlerine erişim sınırlıdır.

■ **Yatırım Ortamındaki Ekonomik Kırılganlık:** Döviz kuru dalgalanmaları ve enflasyon, yatırım kararlarını olumsuz etkilemektedir.

■ **Yabancı Yatırımcı Güveninde Azalma:** Politik söylemler ve uygulamalar, yatırımcıların ülkeye yönelik algısını zayıflatmaktadır.

■ **Kurumsal Görünürlük Eksikliği:** İstanbul'un uluslararası hukuk merkezi olarak tanınırlığı ve temsil gücü düşüktür.

■ **STK'larda Stratejik Kapasite Eksikliği:** Veri üretimi, yönlendirme ve platformlar arası iş birliği yetersizdir.

■ **Nitelikli İnsan Kaynağı Sorunu:** STK'larda teknik uzmanlık ve orta kademe personel eksikliği dikkat çekicidir.

■ **Dijital Altyapı ve Güvenlik Açıkları:** Yapay zekâ entegrasyonu, siber güvenlik ve veri koruma alanlarında sistem eksiklikleri bulunmaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Teşvik Politikalarının Etkinleştirilmesi:** Gayrimenkul ve hukuk danışmanlığı için özel destek programları geliştirilmelidir.

■ **Hizmet İhracatı Tanımının Netleştirilmesi:** Kurumlar arası uygulama birliği sağlanarak mevzuat bütünlüğü oluşturulmalıdır.

■ **KDV ve Vergisel Süreçlerin Standardizasyonu:** KDV iadesi gibi mali süreçler sadeleştirilerek güven artırılmalıdır.

■ **Kurumsal Tanıtımın Güçlendirilmesi:** İTO ve ISTAC gibi kurumların uluslararası hukuk çevresinde görünürlüğü artırılmalıdır.

■ **STK'ların Teknik Kapasitesinin Artırılması:** Üniversitelerle iş birliği içinde uygulamalı eğitim programları oluşturulmalıdır.

■ **Yapay Zekâ ve Dijital Yatırım Programları:** Danışmanlık firmaları için kamu destekli dijitalleşme stratejileri geliştirilmelidir.

■ **Ortak Platformların Kurulması:** Sektörler arası koordinasyon ve stratejik iş birliği için düzenli buluşma zeminleri oluşturulmalıdır.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ **Döviz Kazandırıcı Kapasitenin Artırılması:** 2028 yılına kadar danışmanlık sektörünün döviz girdisi artırılmalı, mevcut kazanımlar korunmalıdır.

■ **Değer Odaklı Hizmet Üretimi:** Tasarım, yaratıcı katkı ve çözüm odaklı danışmanlık hizmetleri yaygınlaştırılmalıdır.

■ **Kurumsal Yönetim ve Sürdürülebilirlik:** Şirketlerin üçüncü kuşağa ulaşabilen kurumsal yapılar hâline gelmeleri teşvik edilmelidir.

■ **Dijitalleşme ve Yapay Zekâ Uyumu:** Teknolojik gelişmelerin sektöre entegre edilmesiyle rekabet gücü artırılmalıdır.

■ **Ülke İmajının Güçlendirilmesi:** Medya ve danışmanlık sektörleri aracılığıyla Türkiye'nin uluslararası itibarı desteklenmelidir.

■ **Sivil Toplumun Etkinleştirilmesi:** STK'ların strateji geliştirme kapasitesi güçlendirilmeli, katılımcı yönetim yapıları yaygınlaştırılmalıdır.



DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

Bu bölümde, Bilgi Teknolojileri sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Dijital Vergilendirmede Rekabet Eşitsizliği:** Yurt içinde faaliyet gösteren platformlar, dijital hizmet vergisi (%7) ve evrensel posta hizmeti payı (%2,35) gibi ek maliyetlere tabi olurken, küresel dijital platformlar benzer yükümlülüklerle tabi değildir. Bu durum yerli firmaların rekabet gücünü zayıflatmaktadır.

■ **Uzaktan Çalışmada Vergi Dengesizliği:** Yurtdışındaki şirketler, Türk yazılımcı ve teknoloji çalışanlarını herhangi bir vergi yükü olmadan çalıştırabilmekte, bu da yerli firmalar açısından istihdam ve ücret rekabetinde dezavantaj oluşturmaktadır.

■ **İşgücü Maliyeti ve Uluslararası Rekabet:** Yüksek nitelikli insan kaynağının yurtdışına yönelmesi, kültürel ve ekonomik sebeplerle iç pazarda tutulamaması sektörü zayıflatmaktadır. Yerli firmalar, yurtdışındaki düşük maliyetli rakiplerle rekabette zorlanmaktadır.

■ **Mevzuata Bağlı Döviz Transfer Kısıtlamaları:** Döviz taşıma işlemlerine getirilen 30 günlük sınırlama, döviz bazlı iş modellerini olumsuz etkilemekte ve işlem hacmini ciddi oranda düşürmektedir. Bu durum, yurtiçi finansal hareketliliği sınırlamakta ve yurtdışı kullanıcıları alternatif sistemlere yönlendirmektedir.

■ **Elektronik İmza Mevzuatının Katılığı:** Türkiye'deki e-imza mevzuatının AB ülkelerine kıyasla daha kısıtlayıcı olması, firmaların uluslararası pazarlara açılmasını zorlaştırmakta; özellikle dijital hizmet ihracatı açısından tercih edilmeme riski doğurmaktadır.



■ **Standart Eksikliği ve Bölgesel Uyum Sorunu:** GIS bölgesindeki ülkelerle ortak bir dijital imza standardı oluşturulamamış olması, bu pazarlara entegrasyonu ve rekabeti zorlaştırmaktadır.

■ **Bankacılık ve Finansal Entegrasyon Sorunları:** Bankaların düşük akreditif limitleri nedeniyle, özellikle entegre sistemler ihracatında ödeme ve nakit akışı süreçleri aksamaktadır. Bu durum operasyonel kısıtlar yaratmakta ve dış ticaret süreçlerini yavaşlatmaktadır.

■ **Gümrük Uygulamalarında Operasyonel Zorluklar:** Dijital teknoloji ihracatı süreçlerinde gümrüklerde yaşanan teknik uyumsuzluklar ve prosedürel karmaşa, ihracat sürecini yavaşlatmakta ve maliyetleri artırmaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Dijital Vergi Reformu:** Yerli ve yabancı dijital hizmet sağlayıcıları arasında eşit vergi koşulları sağlanmalı; küresel platformlara uygulanan vergisel muafiyetler yeniden değerlendirilmelidir.

■ **Uzaktan Çalışma Politikalarının Düzenlenmesi:** Yurtdışına uzaktan çalışan Türk vatandaşlarının vergisel statüsü netleştirilmeli; yerli firmaların bu alandaki rekabet dezavantajı giderilmelidir.

■ **Nitelikli İşgücü İçin Teşvik Mekanizmaları:** Bilgi teknolojileri alanında çalışanların yurtiçinde kalmasını teşvik edecek eğitim, istihdam ve ücret destekleri sağlanmalıdır.

■ **Döviz Transfer Mevzuatının Esnetilmesi:** Özellikle yazılım, fintech ve dijital hizmet ihracatında döviz taşıma süre sınırı gözden geçirilmeli; finansal sistemin çeşitlenmesine imkân tanınmalıdır.

■ **E-imza Mevzuatının Uluslararası Standartlara Uyumlu Hale Getirilmesi:** Avrupa Birliği ve GIS ülkeleri ile uyumlu dijital imza standartları geliştirilmeli, bu sayede ihracat pazarları genişletilmelidir.

■ **Sektörler Arası İş Birliği Modelleri Geliştirilmelidir:** Bilgi teknolojileri ile sağlık, eğitim, lojistik gibi sektörler arasında bilgi ve deneyim paylaşımı yapılmalı, ortak projeler desteklenmelidir.

■ **Bankacılıkta Akreditif Limitlerinin Esnetilmesi:** Dijital ihracatta nakit akışının sürdürülebilirliği için, finansal kurumlarla entegrasyon süreci iyileştirilmeli ve düşük limitlerin yarattığı kısıtlar kaldırılmalıdır.

■ **Gümrük Süreçlerinin Dijital Hizmetlere Uygunlaştırılması:** Dijital ihracat yapan firmalar için özelleştirilmiş gümrük prosedürleri geliştirilerek süreçler sadeleştirilmelidir.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ **2028'e Kadar Sürdürülebilir Döviz Kazancı Artışı:** Bilgi teknolojileri sektörü, yapısal düzenlemeler ve eşit rekabet koşulları sağlandığında Türkiye'nin döviz girdisini önemli ölçüde artıracak stratejik bir alandır.

■ **Dijital Hizmetlerde Bölgesel Liderlik:** Türkiye'nin AB ve GIS bölgeleriyle uyumlu dijital kimlik, imza ve ödeme sistemleriyle bölgesel teknoloji üssü hâline gelmesi hedeflenmelidir.

■ **Yüksek Katma Değerli Hizmet Üretimi:** Dijital altyapıya yapılan yatırımlarla birlikte, yazılım, siber güvenlik, veri analitiği ve fintech alanlarında yüksek katma değerli ürün ve hizmet üretimi desteklenmelidir.

■ **Sektörler Arası Entegrasyonun Güçlendirilmesi:** Teknoloji ve diğer döviz kazandırıcı sektörler arasında (örneğin sağlık teknolojileri) çok aktörlü iş birlikleri artırılmalı; ortak strateji platformları kurularak bilgi paylaşımı kurumsallaştırılmalıdır.



DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY TURİZM



Bu bölümde, Turizm sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Nitelikli İnsan Kaynağı Eksikliği:** Sektörde stratejik düşünme yetkinliğine sahip personel sınırlıdır. Eğitim süreçlerinin kurumsallaşmamış olması, mesleğin profesyonel statü kazanmasını zorlaştırmaktadır.

■ **Ürün Çeşitliliği ve Hizmet Tekrarı:** Turizm sektöründe benzer hizmetlerin yinelenmesi ve sınırlı ürün çeşitliliği, katma değeri düşük bir yapı oluşturarak sektörde yenilikçiliği ve rekabetçiliği zayıflatmaktadır.

■ **Kalite Düşüklüğü ve Düşük Harcama Düzeyi:** Düşük maliyetli hizmet sunumuna odaklanılması, kalite düzeyini azaltmakta ve kişi başına düşen turist harcamasının hedeflenen seviyelere ulaşamamasına neden olmaktadır.

■ **Arz Odaklı Yapı ve Kırılganlık:** Sektörün arz odaklı ilerlemesi, talep değişimlerine karşı yüksek kırılganlık yaratmakta ve uzun vadeli stratejik planlamaları engellemektedir.

■ **Finansal Erişim Güçlüğü ve Yatırım Zorlukları:** Yüksek maliyetler ve finansman erişimindeki kısıtlar, sektörde büyümeyi yavaşlatmakta ve yeni yatırımların cazibesini azaltmaktadır.

■ **Banka Komisyonları ve Teminat Sistemi Uyumsuzluğu:** Finansal kurumların sektöre özgü risk yapısını gözetmeden uyguladığı yüksek komisyon oranları ve teminat politikaları, sektörel işleyişle örtüşmemektedir.

■ **Yasal Düzenleme ve Denetim Eksikliği:** Regülasyonların uygulamadaki yetersizliği, kalite güvenliğini ve güven ortamını zedelemektedir.

■ **Yetersiz Uluslararası Tanıtım:** Devletin yurt dışı temaslarında turizme yeterince yer vermemesi, Türkiye'nin uluslararası marka değerini artırma hedefini sekteye uğratmaktadır.

■ **Ulaşımda Sürdürülebilirlik Eksikliği:** Karbon salınımı düşük alternatif ulaşım sistem-



lerinin yaygın olmaması, sektördeki çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasını engellemektedir.

■ **Dijital Pazarlama ve Altyapı Sorunları:** Etkin dijital pazarlama yapılamaması, yerli dijital altyapının zayıflığı ve bilgi kirliliği sektöre olan güveni azaltmaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Hizmet ve Ürün Çeşitliliği Artırılmalı:** Farklı turist profillerine hitap eden özgün, tematik ve yüksek katma değerli deneyim alanları geliştirilmelidir.

■ **Eğitim ve Mesleki Statü Reformu:** Turizm, yasal ve idari açıdan tanımlanmış bir meslek statüsüne kavuşturulmalı; formasyon ve eğitim süreçleri kurumsallaştırılmalıdır.

■ **Kalite ve Denetim Mekanizmaları Kurulmalı:** Sektöre girişte kalite standartları belirlenmeli, bu standartları denetleyecek bağımsız yapılar oluşturulmalıdır.

■ **Talep Odaklı Yaklaşım Benimsenmeli:** Arzdan çok talebi yönlendiren, hedef pazarların beklentilerine uygun hizmet sunan bir yapı oluşturulmalıdır.

■ **Dijitalleşme Stratejisi Geliştirilmeli:** Yerli dijital altyapılar güçlendirilmeli, bilgi kirliliğini önleyecek regülasyonlar hayata geçirilmelidir.

■ **Finansal Teşvikler ve Kredi Düzenlemeleri:** Turizme özel düşük faizli krediler, vergi muafiyetleri ve teminat kolaylıkları sağlanmalıdır.

■ **Ulaşım da Çevreci Politikalara Geçilmeli:** Düşük karbon emisyonlu ulaşım türleri teşvik edilmeli, çevre dostu turizm desteklenmelidir.

■ **Uzun Vadeli Tanıtım Politikaları Oluşturulmalı:** Turizmin kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirildiği, istikrarlı ve yaratıcı uluslararası tanıtım kampanyaları başlatılmalıdır.

■ **Katılımcı Yönetişim Modeli Kurulmalı:** Kamu, özel sektör ve STK'ların eşgüdüm içinde çalıştığı, birlikte karar alıp uygulayabildiği bir yönetim yapısı inşa edilmelidir.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ **Günlük Harcama Seviyesinin Artırılması:** 2028 yılına kadar kişi başı günlük turist harcamasının 1000 dolar seviyesine çıkarılması hedeflenmelidir.

■ **Sürdürülebilir ve Taklit Edilemez Turizm Modeli:** Türkiye, özgün içerik ve deneyim temelli bir turizm anlayışı geliştirerek küresel pazarda farklılaşmalı ve liderlik konumu kazanmalıdır.

■ **Uluslararası Rekabet Gücünün Güçlendirilmesi:** Dijitalleşme, insan kaynağı kalitesi, ulaşım sistemleri ve finansal araçlar gibi yapısal alanlarda atılacak adımlarla, Türkiye'nin turizmde rekabet gücü uzun vadeli olarak artırılmalıdır.

■ **Kurumsal Kapasitenin Güçlendirilmesi:** Turizm sektörü profesyonel yönetim modelleriyle kurumsallaşmalı, krizlere dayanıklı ve esnek yapılar inşa edilmelidir.

■ **Toplumsal Katkı ve Ekonomik Etki Artırılmalı:** Turizmin istihdam, kültürel miras ve bölgesel kalkınma üzerindeki etkisi artırılarak sosyal ve ekonomik bütünlük sağlanmalıdır.

DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

SAĞLIK

Bu bölümde, Sağlık sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Teşviklerde Yetersizlik ve Sürdürülebilirlik Sorunu:** Turquality gibi destek programlarının sektörel ihtiyaçlara yeterince duyarlı olmaması ve düşük oranlı teşviklerle sınırlı kalması, rekabetçiliği olumsuz etkilemektedir. Teşviklerin sürekliliği sağlanamamakta, sektör temsilcileri destek düzeylerinden memnuniyetsizlik duymaktadır.

■ **Akreditasyon Standartlarının Belirsizliği:** Sağlıkta Akreditasyon Standartları (SAS), özel hastaneler için zorunlu kılınırken kamu hastaneleri için gönüllülük esaslıdır. Bu durum uygulama eşitsizliği doğurmakta, SAS'ın uluslararası geçerliliği açısından sınırlılıklar oluşturmaktadır.

■ **USHAŞ'ın Rol Karmaşası:** Sektörü desteklemek amacıyla kurulan USHAŞ (Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi)'nin, zamanla sektörle rekabet eder pozisyona gelmesi güven kaybına yol açmıştır. Kurumun, koordinasyon ve tanıtım görevlerine odaklanması gerektiği belirtilmektedir.

■ **Sağlık ataşesi eksikliği:** Sağlık turizmi hedef ülkelerinde Türkiye'yi temsil edecek ve süreçleri koordine edecek sağlık ataşelerinin bulunmaması, hasta yönlendirme süreçlerinde aksamalara ve iletişim eksikliğine neden olmaktadır. Bu durum, Türkiye'nin sağlık hizmetleri ihracatında etkinliğini sınırlamakta ve kurumsal tanıtım gücünü zayıflatmaktadır. Özellikle vize kolaylığı, hasta bilgilendirme ve sağlık kurumları arası köprü kurma gibi



işlevleri yerine getirecek ataşe yapısının güçlendirilmesi önerilmektedir.

■ **Kurumsal Temsil ve Eşgüdüm Eksikliği:** DEİK, TİM, HİB, USHAŞ ve Sağlık İş Konseyi arasında yetki ve strateji çakışmaları bulunmaktadır. Sektörü tek çatı altında toplayacak bütüncül bir yapının eksikliği öne çıkmaktadır.

■ **Nitelikli İnsan Kaynağı Yetersizliği ve İzin Sorunları:** Yabancı dil bilen personel sayısı düşüktür. Karmaşık ve zaman alıcı çalışma izin süreçleri ile yüksek SGK primleri sektörü zorlamaktadır.

■ **Vize Süreçlerinin Karmaşıklığı:** Özellikle Afrika ve Orta Doğu ülkelerinden gelen hastalar için vize süreçleri karmaşık ve zaman alıcıdır.

■ **Klinik Araştırmalarda Geride Kalma:** Etik kurul başvurularının süresi, maliyet belirsizlikleri ve teşvik eksikliği, Türkiye'yi klinik araştırmalarda geri bırakmaktadır.

■ **Veri Eksikliği ve Dağınıklığı:** TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), Sağlık Bakanlığı ve USHAŞ gibi kurumlar arasında sağlık turizmine dair bütüncül ve erişilebilir bir veri altyapısı bulunmamaktadır.

■ **Tanıtım ve Markalaşma Kısıtları:** Sağlık hizmetlerine yönelik dijital tanıtım faaliyetleri mevcut düzenlemelerle sınırlandırılmıştır. Mevzuat, sektörün güncel ihtiyaçlarına uygun değildir.

■ **Online Ödeme Sistemlerinin Yetersizliği:** Yurtdışından yapılan sağlık ödemelerinde 2-3 aya varan gecikmeler yaşanmakta, bu durum kritik sağlık hizmetlerinin sunumunu olumsuz etkilemektedir.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

Teşvik ve Kurumsal Yapılanma

■ Teşvik sistemleri sadeleştirilmeli, şeffaflaştırılmalı ve performansa dayalı hâle getirilmelidir.

■ USHAŞ, sektörel destek ve dış tanıtım rolüne odaklanmalı; uygulayıcı ve rakip pozisyonundan uzaklaştırılmalıdır.

■ Sağlık ihracatına özel, bağımsız bir meslek birliği kurulmalı ve temsil karmaşası giderilmelidir.

İnsan Kaynağı ve Eğitim Politikaları

■ Çalışma izin süreçleri sadeleştirilmeli, dijitalleştirilmeli ve sağlık turizmi özelinde teşvik edilmelidir.

■ Üniversitelerle sektör arasında yapısal iş birlikleri kurulmalı, saha uygulamaları ve modüler sertifika programları teşvik edilmelidir.

■ Bölgesel ve branş bazlı insan kaynağı projesiyonu yapılarak stratejik istihdam planlaması yürütülmelidir.

■ Sağlık ataşesi sistemi kurulmalı ve yaygınlaştırılmalıdır. Hedef ülkelerde Türkiye'nin sağlık hizmetlerini temsil edecek sağlık ataşelerinin görevlendirilmesi; hasta yönlendirme, vize süreçlerinin kolaylaştırılması, sağlık kurumları arası iş birliğinin geliştirilmesi ve ülke tanıtım faaliyetlerinin daha etkin yürütülmesi açısından kritik öneme sahiptir.

Klinik Araştırmalar ve Ar-Ge Süreçleri

■ Etik kurul başvuruları dijitalleştirilmeli, merkezi bir başvuru platformu kurulmalıdır.

■ Özel hastanelerde klinik araştırma altyapısının kurulması desteklenmeli, teşvik kapsamına alınmalıdır.

■ KVKK uyumlu anonim hasta veri havuzu oluşturulmalı, araştırmacı erişimine açılmalıdır.

■ Araştırmacıların teşvik edilmesi amacıyla uluslararası yayın desteği ve başarı bazlı ödeme sistemleri geliştirilmelidir.

Dijitalleşme, Tanıtım ve Ödeme Sistemleri

■ Sağlık ödemelerine özel, hızlı ve güvenli bir uluslararası ödeme platformu kurulmalıdır.

■ Dijital tanıtım yasakları yeniden değerlendirilerek, kontrollü sosyal medya ve influencer pazarlama modelleri tanımlanmalıdır.

■ Sağlık vizesi kategorisi tanımlanmalı, ülke bazında gereklilikler sadeleştirilmeli, sağlık ataşesi uygulamaları yaygınlaştırılmalıdır.

■ Ulusal düzeyde ortak bir dijital sağlık ihracatı platformu kurularak teşvik, performans ve hasta izlemi süreçleri entegre edilmelidir.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ **2028 Döviz Kazancı Hedefleri:** Klinik araştırmalarda 500 milyon dolar, ilaçta 3,2 milyar dolar, sağlık turizminde ise en az 12 milyar dolarlık döviz girdisi hedeflenmektedir.

■ **Uluslararası Tanınırlık ve Akreditasyon:** SAS gibi ulusal standartların uluslararası düzeyde tanınırlığı artırılmalı, bu amaçla resmi tanıma süreçleri ve uluslararası iş birlikleri güçlendirilmelidir.

■ **Dijital ve Kurumsal Altyapı Gelişimi:** Ulusal dijital sağlık platformu ile hem hizmet takibi hem de teşviklerin dağıtımı verimli hâle getirilmeli; SAS gibi belgelerin uluslararası kabulü bu sistem aracılığıyla koordine edilmelidir.

■ **Kurumsal İş Birliği ve İzleme Mekanizmaları:** DEİK, HİB, TİM ve USHAŞ gibi yapılar arasında net görev tanımları yapılmalı; sektörel strateji ve politika takibi için kurumsal bir izleme-değerlendirme mekanizması oluşturulmalıdır.

■ **Sektörün Sürdürülebilir Büyümesi:** Sağlık sektörü, yüksek katma değerli ve stratejik alanlara yönelerek döviz kazandırıcı hizmetlerde lider sektörlerden biri hâline gelmelidir.

DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

FUARCILIK



Bu bölümde, Fuarcilık sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Fuar Alanlarında Tekelleşme:** Belirli alan işletmecilerinin takvim belirleme, tedarikçi dayatma ve alan kiralama koşulları üzerinden pazarda hâkimiyet kurması, sektörün sağlıklı rekabet ortamından uzaklaşmasına neden olmaktadır.

■ **Yatırım Yetersizliği ve Mekânsal Sınırlılık:** Mevcut fuar alanlarının altyapı kapasitesi sınırlıdır. Özellikle Anadolu şehirlerinde modern, çok amaçlı fuar merkezlerinin eksikliği dikkat çekmektedir.

■ **Kamu-Özel İş Birliği Eksikliği:** Fuarcilık sektöründe kamu ve özel sektör arasında güçlü bir iş birliği kültürü gelişmemiştir. Bazı kamu kurumlarının piyasa oyuncularına karşı etik dışı tutumları sektörde güven erozyonuna yol açmaktadır.

■ **Sektörler Arası Çapraz Bağlantıların**

Zayıflığı: Fuarcılığın diğer sektörlerle (konaklama, ulaşım, lojistik) eşgüdüm içinde çalışamaması, ulusal çapta katma değer üretimini sınırlamaktadır.

■ **Yetersiz ve Uygulaması Zor Teşvik Programları:** Mevcut teşviklerin kapsamı sınırlı, başvuru süreçleri karmaşıktır. Yurtiçi fuarların döviz kazandırıcı niteliği göz ardı edilmekte; teşvikler daha çok yurtdışı katılıma yöneliktir.

■ **Mevzuat Belirsizliği ve Standart Eksikliği:** Fuar organizasyonlarına ilişkin yasal düzenlemelerde istikrarsızlık ve kontrol mekanizmalarının yetersizliği, sektördeki kaliteyi düşürmekte ve uluslararası güvenilirliği zedelemektedir.

■ **Döviz Kuru Dalgalanmaları:** Fuarcilık sektörü, döviz bazlı maliyet yapısına rağmen kur riskine karşı korumasız durumdadır; bu da planlamada ve fiyatlamada büyük sorunlara yol açmaktadır.

■ **Yetersiz Marka Yönetimi ve Küresel İmaj Sorunu:** Türkiye fuarcılık sektörü, küresel ölçekte güçlü bir marka kimliği oluşturamamıştır. Mevcut Turquality girişimleri sektöre yeterince entegre edilmemektedir.

■ **Vize Problemleri:** Yurtdışı katılımcıların

ülkeye erişiminde yaşanan vize sorunları, uluslararası ziyaretçi sayısını sınırlamakta ve fuarların global etki alanını daraltmaktadır.

■ **Nitelikli İş Gücü Eksikliği:** Fuarcılık sektörünün meslek olarak tanımlanmamış olması hem nitelikli personel yetişmesini hem de sektöre olan ilgiyi azaltmaktadır.

■ **Teknolojik Entegrasyonun Zayıflığı:** Fuar organizasyonlarında dijital sistemlerin yeterince kullanılmaması, global pazarlardaki etkinliği azaltmaktadır.

■ **Sürdürülebilirlik Bilincinin Gelişmemiş Olması:** Çevresel etkilerin azaltılmasına yönelik stratejiler yetersizdir; yeşil bina sertifikaları, geri dönüşüm ve karbon emisyonu gibi konular sektörde henüz yeterince karşılık bulmamaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Kamu-Özel Ortaklık Modeliyle Altyapının Yeniden Yapılandırılması:** Almanya örneğindeki gibi büyükşehirlerde kamu destekli, modern ve çevre dostu fuar merkezleri kurulmalı, çapraz sektör yatırımlarıyla entegre sistemler geliştirilmelidir.

■ **Sektörel Regülasyonların Standardize Edilmesi:** Mevzuat açık, uygulanabilir ve tüm paydaşlar için bağlayıcı hâle getirilmeli; denetim mekanizmaları güçlendirilmelidir.

■ **Yurtiçi Fuarlar İçin Teşvik Sisteminin Yeniden Kurgulanması:** Döviz kazandırıcı etkisi olan yurtiçi fuarlar için doğrudan destek mekanizmaları geliştirilmeli; ziyaretçi komisyonları da teşvik kapsamına alınmalıdır.

■ **Dijitalleşme ve Teknolojik Entegrasyonun Yaygınlaştırılması:** Tüm süreçlerin dijital ortamdan yürütülebileceği sistemler kurulmalı; stant malzemelerinden ziyaretçi deneyimine kadar teknoloji tabanlı çözümler geliştirilmelidir.

■ **Vize Politikalarında Fuarcılık Odaklı Esneklik:** Sektöre özel “hızlı geçiş” uygulamaları veya “fuar vizesi” gibi mekanizmalar tanımlanmalıdır.

■ **Nitelikli İnsan Kaynağı Gelişimi:** Üniversite-

lerde fuarcılıkla ilgili lisans ve önlisans programları açılmalı; meslek liselerinde stant kurulumu, tasarımı gibi alanlara yönelik eğitim verilmelidir.

■ **Yeşil Fuarcılık Uygulamalarının Teşviki:** Enerji verimliliği, atık yönetimi ve ulaşım politikaları üzerinden çevreye duyarlı uygulamalar hayata geçirilmelidir. Geri dönüştürülebilir malzeme kullanımı ve dijital sözleşme süreçleri yaygınlaştırılmalıdır.

■ **Uluslararası Tanıtım ve Pazarlama Stratejilerinin Güçlendirilmesi:** Türkiye’nin fuarcılık markası oluşturulmalı, yurtdışında düzenli tanıtım faaliyetleri ve iş birlikleri yürütülmelidir.

■ **Sektörler Arası İş Birliği Ağlarının Oluşturulması:** Fuarcılığın turizm, ulaşım, konaklama gibi sektörlerle bütüncül biçimde kurgulanması için bölgesel strateji platformları kurulmalıdır.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ **Fuarcılıkta Bölgesel Merkez Olma Hedefi:** Türkiye, 2028 yılına kadar modern altyapısı, dijitalleşmiş organizasyon yapısı ve uluslararası marka değeriyle Avrasya bölgesinde fuarcılık merkezi olmayı hedeflemelidir.

■ **Kurumsallaşmış ve Tanınan Bir Türk Fuarcılığı:** Global pazarda tanınan, markalaşmış ve belirli standartlara sahip bir Türk fuarcılığı oluşturularak, ülkeye döviz kazandırma potansiyeli artırılmalıdır.

■ **Sürdürülebilir ve Çevre Duyarlı Sektörel Yapı:** Türkiye’de organize edilen tüm fuarların çevresel etkileri minimize edilmeli; “yeşil fuarcılık” kavramı sektörün temel ilkesi hâline getirilmelidir.

■ **Kapsayıcı ve Katılımcı Sektör Yönetimi:** Kamu, özel sektör ve meslek örgütleri eşgüdümünde yürütülecek politika ve uygulamalarla sektörün sürdürülebilir gelişimi sağlanmalıdır.

■ **Katma Değerli Hizmet Üretimi:** Fuarcılık, yalnızca ticari alan değil aynı zamanda inovasyon, teknoloji paylaşımı ve kültürel etkileşim ortamı olarak değerlendirilerek yüksek katma değerli hizmet üretimine zemin hazırlamalıdır.

DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

TEKNİK MÜŞAVİRLİK

Bu bölümde, Teknik Müşavirlik sektörüne ilişkin olarak A) sektörel sorunlar, B) çözüm önerileri ve ortak politikalar, C) gelecek perspektifi ve stratejik hedefler başlıklarında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

A. SEKTÖREL SORUNLARIN ANALİZİ VE ORTAK SORUN ALANLARININ BELİRLENMESİ

■ **Nitelikli İnsan Kaynağı Eksikliği:** Yabancı dil bilen, çoklu yetkinlik (robotik sistemler, yazılım, mühendislik) sahibi teknik personelin yurt dışına yönelmesi sektörde ciddi kayıplara neden olmaktadır. Yerel firmalar rekabetçi maaş sunmakta zorlanmakta, bu da beyin göçünü hızlandırmaktadır.

■ **Finansal ve Global Destek Mekanizmalarına Erişim Sorunu:** Teknik müşavirlik firmalarının yurt dışı yapılanma ve rekabet gücü için ihtiyaç duyduğu özel destekler yetersizdir. Özellikle bölgesel ofisleşme ve hizmet çeşitliliği konusunda finansman erişimi büyük bir engeldir.

■ **Markalaşma Eksikliği ve Küresel Rekabet Zayıflığı:** Türk teknik müşavirlik firmalarının küresel ölçekte görünürlüğü düşüktür. Türk ürünlerinin düşük marka algısı, teknik hizmetlerin de başka ülkelerden alınmasına neden olmaktadır.

■ **İstihdam ve Yatırım Engelleri:** Yurt dışı operasyonlarda yerel dil bilen personel tercih edilmesi, Türkiye merkezli istihdamı sınırlandırmakta; aynı zamanda yatırımların sürekliliğini zorlaştırmaktadır.

■ **Vize Sorunları:** Pazarlama ve teknik ekiplerin yurt dışına çıkışı, uzun vize süreçleri nedeniyle yavaşlamaktadır. Bu durum iş geliştirme kapasitesini olumsuz etkilemektedir.

■ **Pandemi ve Fırsat Dinamikleri:** Pandemi sonrası süreçte dijitalleşme ve otomasyon

talebindeki artış, sektöre kısa vadeli fırsatlar sunmuş ancak bu fırsatların kalıcı kazanıma dönüşebilmesi için yapısal destekler sağlanamamıştır.

Sorunların Ekonomik Etkisi

■ **İhracatın Sürdürülebilirliği Zayıflamakta:** Finansal desteğin yetersizliği, yeni ihalelere hazırlığı ve teknik yeterliliği zorlaştırmakta, hizmet ihracatının ciro ve kârlılık düzeyini sınırlamaktadır.

■ **Rekabet Avantajı Yerine Rekabet Yorgunluğu:** Sürekli artan maliyet baskısı, özellikle Hindistan gibi ülkelerle fiyat bazlı rekabeti sürdürülemez hâle getirmiştir.

■ **Karar Alma Süreçlerinde Yavaşlama:** Yurt dışı iş ortakları seçilirken güven, şeffaflık ve uyum kriterlerinin değerlendirilmesi zaman almaktadır.

■ **Sertifikasyon Eşdeğerliliği Problemi:** Teknik ürünlerin uluslararası sertifikalarla uyumlu olmaması, hizmet talebini azaltmakta ve tekrar satın alımları engellemektedir.



■ **Yerel Teknik Ekiplerle Bağlantı Eksikliği:** Hizmetin devamlılığı sağlanamadığında, müşteri güveni azalmakta ve hizmet ihracatına uzun vadede zarar vermektedir.

■ **İhracat Sürecinde Karşılaşılan Temel Engeller**

- Kalifiye insan gücüne erişim zorluğu
- Global destek eksikliği
- Marka bilinirliği eksikliği
- Vize süreçlerinin sektöre özel kurgulanmamış olması
- Teknik hizmetlerin uluslararası geçerliliğinin sınırlılığı

■ **Ortak Sorun Alanları**

■ **Mevzuat ve Tanıtım Engelleri:** Turkish Hub gibi tanıtım mekanizmalarının eksikliği, uluslararası fuarlara bağımsız katılımın sınırlılığı, görünürlük kaybı yaratmaktadır.

■ **Teşviklerin Uygulama Kapasitesi:** Hedefli teşvik sistemlerine ihtiyaç duyulmakta, B2B ilişkilerin ticarete dönüşmesi için stratejik yapılar gerekmektedir.

■ **Dijitalleşme ve Teknolojik Yetersizlik:** Büyük veri, yapay zekâ, blokzincir gibi teknolojilere erişim sınırlı; firmaların dijital kapasitesi düşüktür.

■ **Yeşil Dönüşüme Uyum Eksikliği:** Sektör, enerji verimliliği ve karbon ayak izi ölçümü gibi alanlarda farkındalık ve uygulama zorlukları yaşamaktadır.

B. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE ORTAK POLİTİKALARIN GELİŞTİRİLMESİ

■ **Sektörel Çözüm Önerileri**

■ **Markalaşma Stratejilerinin Geliştirilmesi:** ENR gibi prestijli yayın organlarında tanıtım yapılmalı, dijital görünürlük için sektörel lobicilik artırılmalı, ticaret odaları dijital pazarlama desteği sunmalıdır

■ **Hızlı Eylem Planları:**

1. Sektör liderleriyle yıllık genel kurullar

2. Şirket temsilcilerinden oluşturulacak çalışma komiteleri

3. Komiteleri denetleyecek bağımsız izleme kurulu

4. Networking ve vaka analizi etkinliklerinin düzenlenmesi

■ **Politika Geliştirme ve Kurumsal Sorumluluklar**

■ **Kamu Verimliliği ve Süreç Yönetimi:** Bürokratik süreçler sadeleştirilmeli; kamu-özel sektör iş birliği hızlandırılmalıdır.

■ **İletişim Mekanizmalarının Güçlendirilmesi:** Sektör içi iletişim ve bilgi paylaşım ağı kurulmalı; uluslararası iş birlikleri stratejik şekilde planlanmalıdır.

■ **Kamu Destekli Dijital Pazarlama:** Global pazarlara erişimde kamu destekli dijital tanıtım kampanyaları yürütülmelidir.

■ **Yurt Dışı Ortaklıkların Teşviki:** Teknik müşavirlik firmaları, sektörel partnerlik modelleriyle yurt dışı açılım stratejileri geliştirmelidir.

■ **Dijitalleşme, Yeşil Dönüşüm ve Markalaşma Boyutları**

■ **Yeşil Dönüşüm Odaklı Sektör Politikaları:** Karbon hesaplama araçlarının kullanımının artırılması (örneğin Quick Carbon, Erguvan gibi yerel girişimlerle iş birliği), gri su ve mor şebeke uygulamaları gibi enerji verimliliği çözümleri desteklenmelidir.

■ **Sınırdaki Karbon Düzenlemesi Uyum Süreci:** 2026'da yürürlüğe girecek karbon düzenlemesine teknik müşavirlik firmaları danışmanlık desteğiyle hazırlanmalıdır.

■ **Altın Puanlama Sistemi:** Firmaların güvenilirliğini artırmak için sertifikasyona dayalı bir puanlama modeli geliştirilebilir.

■ **Dijital Yatırımların Artırılması:** Firmaların blokzincir, büyük veri ve yapay zekâ gibi teknolojilere adaptasyonu için destek mekanizmaları oluşturulmalıdır.

C. GELECEK PERSPEKTİFİ VE ORTAK HEDEFLER

■ Global Marka Olma Yolunda Stratejik

Atılım: Teknik müşavirlik sektöründe Türkiye'nin markalaşmış aktörlerinin sayısı artırılmalı; bu firmaların dijital görünürlükleri ve sertifikasyon uyumları desteklenmelidir.

■ **Sürdürülebilir İhracat Modeli:** Yeni pazar girişlerinde sürdürülebilir, düşük maliyetli ve yüksek kaliteli hizmet stratejileri benimsenmeli; teknik yeterliliği belgelenmiş Türk firmaları önceliklendirilmelidir.

■ **Sektörler Arası Entegrasyon ve Ortaklıklar:** Yeşil dönüşüm ve dijitalleşme alanlarında ortak çözüm arayışları sektörel rekabetçiliği güçlendirecek, iş birlikleri artırılacaktır.

■ **Kurumsallaşma ve Yapısal Güçlenme:** Sektörün izleme-değerlendirme kapasitesi artırılarak, başarı hikâyeleri sistematik olarak izlenmeli ve politika yapımına entegre edilmelidir.

■ **2028 Hedefi:** Teknik müşavirlik sektörünün ihracat katkısı, yapısal dönüşüm ve dijital entegrasyonla birlikte orta vadede iki katına çıkarılabilecek potansiyele sahiptir.

GENEL DEĞERLENDİRME

Döviz Kazandırıcı Hizmetler Çalışma Grubu II. Çalıştayı, dokuz stratejik sektörü bir araya getirerek Türkiye'nin hizmet ihracatındaki yapısal kapasitesini, dönüşüm alanlarını ve politika önceliklerini disiplinlerarası bir perspektifle ele almıştır. Sektör temsilcilerinin katkılarıyla hazırlanan bu rapor, yalnızca mevcut sorunların tespitiyle sınırlı kalmayıp; bütüncül, uygulanabilir ve ölçülebilir politika önerileriyle bir gelecek vizyonu sunmaktadır. Sektörler farklı dinamiklere sahip olsa da insan kaynağı niteliği, dijital dönüşüm, teşvik sistemi, regülasyonların uyumsuzluğu ve uluslararası görünürlük eksikliği gibi alanlarda yüksek düzeyde ortaklık sergilemektedir. Bu



durum, Türkiye'nin döviz kazandırıcı hizmetler alanında parçalı değil entegre ve yatay ilerleyen bir stratejiye ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır.

Çalıştay çıktıları değerlendirildiğinde üç ana yapısal ihtiyaç öne çıkmaktadır:

1. Stratejik Koordinasyon: Kamu, özel sektör ve sivil toplumun sürekli iletişimde olacağı, sektörel kümelenmeyi destekleyecek platformların ve yönetim mekanizmalarının inşa edilmesi gerekmektedir.

2. Veriye Dayalı Politika Üretimi: Sektörel verilerde standardizasyon, şeffaf erişim ve izleme-değerlendirme yapılarının kurulması hem performans ölçümü hem de kaynak tahsisi açısından kritik bir ihtiyaçtır.

3. Eyleme Geçirilebilirlik: Rapor sadece analiz değil, aynı zamanda aksiyon çağrısıdır. Her sektör için belirlenen önerilerin karşılık bulabilmesi için somut takvimlendirme, sorumlu aktörlerin netleştirilmesi ve teşvik-denetim dengesinin kurulması gereklidir.

Sonuç olarak, bu çalıştay ve rapor, döviz kazandırıcı hizmetlerin Türkiye için yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda stratejik, kültürel ve teknolojik değer taşıyan bir kalkınma

alanı olduğunu göstermektedir. Sektörler arası iş birliğini esas alan bu bütüncül yaklaşım, sürdürülebilir büyüme için ortak vizyon ve kararlılıkla desteklendiğinde, Türkiye'nin küresel hizmet pazarındaki konumunu daha da güçlendirecektir.

Döviz Kazandırıcı Hizmetler Çalışma Grubu'nun gerçekleştirmiş olduğu ilk çalışmaya katılmayan sektör temsilcilerinin görüşlerini de sürece entegre etmek amacıyla, Çalıştay 1'de belirlenen altı ana stratejik amaç başlığına ilişkin önem dereceleri ayrı bir değerlendirme çalışmasıyla

Çalıştay 2'de toplanmıştır. Katılımcılardan her bir amacı 1 (en düşük önem) ile 5 (en yüksek önem) arasında puanlamaları istenmiş, böylece geniş katımlı bir perspektif elde edilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, "Uluslararasılaşma ve Standardizasyon", "Süreç Verimliliği" ve "Ülke Marka İmajı" en yüksek önem ortalamasına sahip alanlar olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgular, çalıştay bulgularıyla büyük ölçüde örtüşmekte ve stratejik önceliklerin saha gerçekliğiyle tutarlı bir şekilde belirlendiğini göstermektedir.

Amaç	Ortalama Önem Puanı	Yorum
Uluslararasılaşma ve Standardizasyon	4,55	En yüksek ortalama ile en kritik görülen alan. Katılımcılar, Türk hizmet sektörlerinin uluslararası pazarlarda etkinleşmesi ve uyumlu hale gelmesini öncelik olarak değerlendirmiştir.
Süreç Verimliliği	4,37	Operasyonel düzeyde verimlilik artışı ikinci öncelik. Bu durum dijitalleşme, bürokratik engellerin azaltılması gibi alanlara verilen önemi göstermektedir.
Ülke Marka İmajı	4,32	Bu değer, Türkiye'nin küresel ölçekte tanınırlığının ve marka değerinin katılımcılar açısından yüksek önemde olduğunu göstermektedir. Bu bulgu ayrıca iletişim, medya ve tanıtım stratejilerine yatırım yapılması gerektiğine işaret etmektedir.
Nitelikli İşgücü Temini	4,05	Eğitim sistemleri, istihdam politikaları ve nitelikli personel temini de oldukça önemli bulunmuş, ancak ilk üç önceliğe kıyasla biraz daha düşük puan almıştır.
Sürdürülebilir Büyüme	4,00	Büyümenin çevresel, finansal ve sektörel sürdürülebilirliği önemsenmiş; ancak daha yapısal konuların (uluslararasılaşma, süreç verimliliği) gerisinde kalmıştır.
Kurumsal Beklentiler ve Yönetişim	3,47	En düşük ortalama sahip başlık. Bu, katılımcıların kamu kurumları ya da DEİK gibi yapılardan beklentilerinin diğer durumlarla karşılaştırıldığında daha az öncelikli görüldüğünü göstermektedir.

DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMETLER ÇALIŞMA GRUBU II. ÇALIŞTAY

ALMANYA'DA DÖVİZ KAZANDIRICI HİZMET İHRACATI: FIRSATLAR VE ZORLUKLAR



Çalıştay'ın ikinci bölümünde, DEİK Yönetim Kurulu Üyesi ve DEİK Türkiye-Almanya İş Konseyi Başkanı Sn. Mehmet Ali Yalçındağ'ın katılımıyla özel bir değerlendirme oturumu gerçekleştirildi. Oturumda, "Almanya'da Döviz Kazandırıcı Hizmet İhracatı: Fırsatlar ve Zorluklar" başlığı altında karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu ve katılımcıların soruları yanıtlandı.

Sn. Yalçındağ konuşmasında, Almanya'nın Türkiye için yalnızca bir ihracat pazarı değil, aynı zamanda yüksek katma değerli hizmetler açısından önemli bir stratejik ortak olduğunu vurguladı. Özellikle yazılım, dijital teknolojiler, mühendislik çözümleri, sağlık turizmi ve yaratıcı endüstriler gibi alanlarda Türk firmalarının Almanya pazarında artan varlığına dikkat çekti. Bu sektörlerin döviz kazandırıcı hizmet ihracatı açısından ciddi potansiyel taşıdığını ifade edildi. Almanya'da turizm sektörü klasik anlamda öne çıkmassa da, başta uluslararası fuarlar olmak üzere düzenlenen büyük ölçekli etkinlikler sayesinde ülke, her yıl önemli sayıda yabancı ziyaretçiyi kendine çekmektedir.

Ayrıca, Almanya'da faaliyet göstermek isteyen Türk firmalarının karşılaştığı yapısal ve bürokratik engeller de ele alındı. Özellikle sertifikasyon süreçleri, yerel iş gücü ve regülasyonlara uyum konularında yaşanan zorluklar dile getirildi. Buna karşılık, Almanya'daki Türk diasporasının sağladığı sosyal ve ekonomik bağların, Türk firmalarının pazara girişinde önemli bir avantaj sunduğu belirtildi. Sn. Yalçındağ, bu bağlamda Türk girişimcilerin yerel iş birliklerine önem vermesi ve Almanya'daki iş yapma kültürüne uyum sağlamasının kritik olduğunu ifade etti.

Oturumda ayrıca, Almanya'da hizmet ihracatının desteklenmesi için kamu-özel sektör iş birliğinin artırılması gerektiği vurgulandı. DEİK olarak bu alanda yürütülen çalışmalar ve yeni iş birliği modelleri hakkında bilgi verildi. Katılımcılar, bu tür platformların sadece bilgi paylaşımı değil, aynı zamanda somut iş fırsatlarının geliştirilmesi açısından da önemli olduğunun altını çizdi.



#İşimizTicariDiplomasi
#BusinessDiplomacy

DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU | FOREIGN ECONOMIC RELATIONS BOARD

Huzur Mahallesi Azerbaycan Caddesi Skyland Sky Office No: 4 B Blok Kat: 21 - 22
Seyrantepe 34475 Sarıyer / İstanbul / TÜRKİYE

     /deikiletisim | www.deik.org.tr