

PLASTİK EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ

GELECEK ARAŞTIRMASI

2015 – 2023 HEDEFLER - STRATEJİLER

SONUÇ RAPORU



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI



**TURKISH
PLASTICWARE**

5 – 6 Ocak 2013, Antalya

ÖNSÖZ

Bu rapor, T.C. Ekonomi Bakanlığı ve İKMİB organizasyon ve desteğinde düzenlenmiş olup, Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları sektörünün Mesleki Temsilcisi Züccacıeciler Derneği ile üyelerinin sektörel katılımlarıyla gerçekleştirilmiştir. Toplantıda ayrıca sektörel alanlar itibarı ile bağlantılı kamu kurum ve kuruluş temsilcileri de yer almıştır. Gelecek Araştırması gündemi 2015 – 2023 dönemi için hedeflerin ve stratejilerin oluşturulması üzerine yapılandırılmıştır.

İÇİNDEKİLER

1. Dünyamızdaki son 5 yıl içinde olan değişiklikler, gözlenen eğilimler neler?	1
1.1 Toplantı bilgileri sınıflandırması.....	1
1.2 Genel Tespitler	3
2. Önümüzdeki 5 - 10 yıl için dünyamızdaki değişiklikler, eğilimler neler olacak?.....	4
2.1 Toplantı bilgileri sınıflandırması.....	4
2.2 Genel Tespitler	5
3. Sektörümüzü Etkileyecek Değişiklikler Neler?	
3.1 Toplantı bilgileri sınıflandırması.....	6
3.2 Genel Tespitler	7
4. Sektörümüzün gelişimi: Nereden geldik; sektörümüzü şekillendiren, bugün bizi biz yapan olaylar neler?.....	8
4.1 Toplantı Bilgileri.....	8
5. Sektörümüzün Bugünü - Toplantı Bilgileri	
5.1 Sektörün Güçlü Yanları	10
5.2 Sektörün Zayıf Yanları.....	10
5.3 Fırsatlar	10
5.4 Tehditler.....	11
6. 2015 - 2023 İçin Öncelikli Nihai Hedefler	12
6.1 Toplantı Bilgileri.....	12
6.2 Tespitler	13
7. Hedeflere Ulaşmak İçin Geliştirilen Stratejiler – Toplantı bilgileri	14
8. Sonuç.....	23
8.1 Görüş ve Öneriler.....	23
8.2 İleriye Dönük Adımlar.....	24

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapor, 5-6 Ocak 2013 tarihlerinde Antalya'da T.C. Ekonomi Bakanlığı, İKMİB ve Züccacıyeciler Derneği 'nin sektörel katılımıyla Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü için yapılan Gelecek Araştırması'na ait bulguları ve strateji analizini içermektedir. Her bölümde öncelikli olarak toplantı bilgileri ortak konu başlıkları altında sınıflandırılarak verilmiş, daha sonra bu bilgiler 'Tespitler' kısmında nedensellik perspektifinden incelenmiştir. Raporun son bölümü bu bilgiler ve tespitler çerçevesinde bundan sonraki aşamalarda yapılabileceklere dair görüş ve önerileri içermektedir.

Gelecek Araştırması süresince öne çıkan başlıca hususlar;

- (1) Bölgesel ve küresel düzeyde meydana gelen ekonomik ve politik gelişmelerin sektör üzerindeki etkileri,
- (2) Ar-Ge ve inovasyon,
- (3) Hammaddede yurt dışına bağımlılık,
- (4) Çevre ve insan sağlığı konularında artan hassasiyetler ile doğal ürünlere artan talep,
- (5) Yasal mevzuat / düzenleme ve koruma tedbirlerinin ihracat üzerindeki etkileri,
- (6) Plastik ürünler konusunda kamuoyu üzerindeki negatif önyargıyı kaldırma ihtiyacı,
- (7) Kayıt dışı ekonomik aktörlerle etkin mücadele ihtiyacı
- (8) Sektörde kümelenme ve organize sanayi bölgeleri oluşturma ihtiyacıdır.

Bu hususlar aynı zamanda strateji çalışmasını da şekillendiren ana unsurlardır. Sektörün bundan sonraki aşamada: 2023 nihai hedeflerine ulaşmada ihtiyaç duyacağı strateji ve eylem planının detaylarını tamamlaması, bu planı hayata geçirirken periyodik izleme ve genel anlamda performans değerlendirmesi yapması tavsiye edilmiştir.

1. Dünyamızdaki son 5 yıl içinde olan değişiklikler, gözlenen eğilimler neler?

1.1 Toplantı bilgileri sınıflandırması

Ekonomik	Politik	Hukuki altyapı / mevzuat / düzenlemeler	Çevre / insan sağlığı	Teknoloji / bilişim Eğitim	Demografik Sosyolojik Doğal
<ul style="list-style-type: none">▪ Global finansal kriz▪ Liberal ekonomilerin çöküşü▪ Asya'nın Avrupa'nın önüne geçme çabaları▪ Dünyanın gözünü Afrika'ya dikmesi (kaynakları), Afrika pazarının keşfedilmesi▪ Avrupa'da ekonominin yavaşlaması (Türkiye, büyük ihracat pazarı olması sebebiyle etkileniyor)	<ul style="list-style-type: none">▪ Arap baharı▪ Sudan'ın ikiye bölünmesi▪ 90'lı yıllarda çift kutup, daha sonra tek kutup, günümüz 3 kutup (1. USA, 2. Rusya, 3 Çin-Hindistan)▪ ABD'de ikinci kez demokratların seçimin kazanması▪ İşsizlikteki artış	<ul style="list-style-type: none">▪ Ticarete teknik engeller arttı▪ Gıda ile temas eden ürünlerin tüm dünyada hareketinin kısıtlanması▪ Hammadde temininde güvenlik ile ilgili politikalar geliştirilmesi (güvenli hammadde)▪ Marka, patent ve temsil konularını öne çıkması▪ Ülkelerin gümrük duvarlarını yükseltmesi (Korumacılığın artması)	<ul style="list-style-type: none">▪ Küresel ısınma problemleri▪ Çevresel duyarlılıklar artıyor▪ Organik – ekolojik ürünlere yönelimin artması▪ Sağlık sorunlarında yaşanan artış (Örneğin kanser)▪ GDO tartışmaları▪ Geleneksel beslenme yerine gıda takviyelerine ilgi ve talebin artması▪ Sektörel anlamda dünyada plastiklerin olumsuzluk algısının değişmesi	<ul style="list-style-type: none">▪ Teknolojik gelişmelerin etkileri (istihdamda düşüş)▪ Sosyal medyanın artan gücü▪ İnovasyonun artması▪ İnovasyon (Var olan ürünün geliştirilmesi, İmitasyon + İnovasyon)▪ Spesyalize olan mesleki eğitimler (kimya mühendisi yerine, kimyanın alt alanında özelleşen mühendis)	<ul style="list-style-type: none">▪ Dünyada şiddet eğiliminin artması, toplu depresyon▪ Şehirleşme, kentleşme arttı▪ Doğal afetlerde yaşanan artış▪ Satın alma gücünden kaynaklanan tüketim alışkanlıklarındaki değişiklikler

Ekonomik (devam)	Politik (devam)
<ul style="list-style-type: none">▪ Özelleştirmeler▪ Türkiye finans sektöründeki yapılanmanın dünyaya örnek olması▪ Enerjinin çeşitlenmesi (alternatif enerji kaynakları)▪ Ekonomi kaynaklı protesto ve gösterilerin tüm dünyada artması▪ Refahla birlikte turizmin gelişmesi▪ Türkiye'nin ihracatıyla yıldızının parlaması▪ Türkiye'nin lojistik bölge olarak dünyadaki birçok alıcının dikkatini çekmesi▪ İnteraktif pazarlama sistemlerinin gelişmesi▪ Teknoloji devleri arasındaki hırçın rekabet▪ AB'nin Euro'yu tekrar gözden geçirmesi (Euro krizi)▪ Almanya'nın ihracat şampiyonluğunu Çin'e kaptırması▪ Hizmet sektöründeki gelişmeler (Lojistik, posta, kargo)▪ Çin'in başarısı sebebiyle Çin üzerinde artan baskılar ve yeni alternatif arayışları (Çin yıldızı sönüyor)▪ Finans sektöründe ürünlerin ve enstrümanların çeşitliliğinin artması (risk minimize etmek, kur farkını azaltmak)▪ Büyük şirketlerin birlikte iş yapma eğilimi▪ İş sağlığı ve güvenliği bilincinin artması ve bu alanda yatırımların artması	<ul style="list-style-type: none">▪ Globalleşmeden ulus devlete dönüş (örneğin korumacı ekonomik tedbirler, ekonomik krizler)▪ Çin faktörü (Genel perspektifte Asya)▪ STO'ların etkinliğinin artması▪ Kurumsal ve sosyal sorumluluk projelerinin artması (Örneğin AB projeleri)

1.2 Genel Tespitler

- Dünyada son 5 yıl içinde gerçekleşen değişiklikler ve oluşan eğilimler tartışmasında; dünya genelindeki ekonomik gelişmeler (özellikle krizler), ülkeler/kıtalar arası ekonomik ve politik güç kaymaları, teknoloji ve bilişim alanındaki gelişmeler ve bu gelişmelerin toplumlar üzerindeki sosyolojik, ekonomik ve politik etkileri olarak öne çıkmaktadır.
- Doğal kaynakların hızla tükenmesi, doğal şartların ve çevre koşullarının kötüleşmesi, kötüleşen şartların çevre ve insan sağlığı üzerindeki kaygıları ve duyarlılığı artırmış olması, sürdürülebilir yaklaşım arayışlarını ön plana çıkarmıştır.
- Ekonomik krizler ve artan rekabet ile ulusal ve uluslararası ticarete kısıtlamalar, yeni düzenlemeler ve korumacı tedbirler ortaya çıkmış, bu ise mal ve hizmetlerin serbest dolaşımını olumsuz etkilemiştir.
- Koruyucu kısıtlamalara rağmen teknoloji ve bilişim alanındaki gelişmelerin bilgiye erişimi büyük ölçüde hızlandırmış olması, ülkeler arası sınırları bir anlamda kaldırmış ve ticareti hızlandırmıştır.

2. Önümüzdeki 5 - 10 yıl için dünyamızdaki değişiklikler, eğilimler neler olacak?

2.1 Toplantı bilgileri sınıflandırması

Ekonomik	Politik Hukuksal/mevzuat	Çevre / insan sağlığı	Teknoloji / bilişim	Demografik ve sosyolojik
<ul style="list-style-type: none">▪ Dünyada adil gelir dağılımı▪ Elektrik enerjisinin kullanımının yaygınlaşması (petrol yerine elektrik kullanan araçlar) Alternatif enerji kaynaklarının artması▪ Türkiye’de şirketlerin kurumsallaşması (Sonraki kuşaklara geçmesi)▪ Dünyadaki doğal kaynakların adil kullanımı▪ Alternatif enerji kaynakları sebebiyle, petrole bağımlılığın azalması	<ul style="list-style-type: none">▪ Sosyal ve ekonomik sınıfların ortadan kalkması, serbest dolaşım▪ AB’nin dağılması▪ BM’de tüm dünyanın söz sahibi olması▪ Savaşlar artacak▪ Uluslararası ticarete gümrük vergilerinin eşitlenmesi▪ İlegal yapıların azalması (Şeffaflığın artması: mafya, kayıt dışı vs.)▪ Siyasi sınırlardaki değişiklik	<ul style="list-style-type: none">▪ Sağlık giderleri ve yatırımlarındaki artış (kronik, psikolojik hastalıklar)▪ Obezite artışı▪ Çevre kirliliğindeki artış▪ Doğal kaynaklardaki tahribat (teknoloji artışı ile)▪ Enerji ve petrol kaynaklarındaki azalış▪ Açlığın azalması/bitmesi▪ Geri dönüşüme verilen önemin artması▪ Olumsuzluk algısı azalacak, çevreyi tamamlayıcı özellikleri fark edilecek. (Normalde plastiğin olumsuz olduğu ve doğal kaynaklara yönelmesi gerektiği söylenir. Fakat bu doğal kaynakların daha hızlı tüketilmesi demektir. Plastik her zaman olumsuz bir madde değildir. Plastiğin olumlu ve iyi kullanımı teşvik edilmelidir.	<ul style="list-style-type: none">▪ İnternette satışın artması▪ Teknolojik gelişmelere paralel olarak işsizlikteki artış (nicelikten ziyade niteliğin önem kazanması)▪ Uzay bilimlerine yönelim (doğal kaynaklardaki azalış sebebiyle)	<ul style="list-style-type: none">▪ Avrupa’da hızlı yaşanan nüfus, doğudan batıya göç artışı▪ Engelliler için daha yaşanabilir bir dünya▪ Siyasi ve ekonomik anlamda kadınların daha önemli ve etkin olması

Ekonomik (devam)

- Toplu taşıma ve lojistikteki hız ve gelişmeler, ilerlemeler
- Markaların el değiştirmesi (Batıdakilerin doğuya geçmesi, ekonomik gelişmenin, sermayenin batıdan doğuya kayması)
- Gıda fiyatlarındaki artış
- İş hayatında fırsat eşitliğinin artması
- Savunma sanayindeki gelişmeler, savunma harcamalarında artış

2.2 Genel Tespitler

- Gelecek tartışmalarında: enerji ve alternatif enerji kaynağı arayışları, çevre ve insan sağlığı konularında hassasiyetlerin artması ve doğal ürünlere artan talep, kronik hastalıklardaki artış öne çıkan konulardır.
- Dünya genelinde ekonomik faaliyet anlamında sınırların ortadan kalkması rekabeti daha da artıracak, artan rekabet ise ülkeleri daha yenilikçi, kendine has ve katma değerli ürünler üretmeye itecektir.
- Dünya üzerinde gerek doğal kaynakların kullanımında gerekse gelir dağılımında eşitlik konusu da bir diğer önemli husus olarak belirtilmiştir.

3. Sektörümüzü etkileyecek değişiklikler neler?

3.1 Toplantı bilgileri sınıflandırması

Ekonomik ve politik	Çevre ve insan sağlığı Eğitim
<ul style="list-style-type: none">▪ Ucuz ve pahalı ürün segmentlerinde rekabette zorlanma▪ Hammadde fiyatlarındaki dalgalanmaların yarattığı olumsuzluklar▪ Hammadde teminindeki sıkıntılar▪ Hammadde firmaları tekelleşiyor▪ Markalaşma▪ Tasarımın yarattığı katma değere verilen önemin artması▪ Çevre ülkelerdeki savaşların ekonomiye kısa vadede olumsuz, orta ve uzun vadede olumlu etkileri▪ Yerli üreticinin korunmasının ulusal piyasa dengesi üzerindeki olumsuz etkisi▪ Hammadede büyük alıcılar ve küçük alıcılar arasındaki eşitsizlikler (büyük alıcıya vade var ve fiyatı fiksleyebiliyor)▪ Yerli hammadde üreticilerinin baskısı sebebiyle gümrüklerde artış, bu nedenle ucuz hammadde temininin engellenmesi▪ Sektörde lider değil takip eden konumdayız. (Türkiye içinde ise şirketler sadece birbirlerini takip ediyorlar, global trendleri değil, sektörde belli bir gelişme stratejisinin olmaması, trend maker değil)▪ Firmalar düzenli büyümüyor (ürün gamı, kapsam çok geniş, belli ürün gruplarında spesyalizasyon yok)	<ul style="list-style-type: none">▪ Gelişen çevre bilinci ile sektörde rekabetin zorlaşması▪ Toplumda plastik üzerindeki olumsuz algı (medyanın olumsuz plastik algısını körüklemesi)▪ Eğitim ve tüketicinin bilinçlendirilmesine verilen önemin artması▪ Sektörel eğitim veren kurumların artması

3.2 Genel Tespitler

- Sektörü etkileyecek değişiklikler tartışmasında hammadde konusundaki çeşitli sıkıntılar oldukça öne çıkmaktadır. Hammadde fiyatları, hammadde temini, hammadde sağlayıcıların tekelleşmesi gibi konular sektörü olumsuz etkilemektedir.
- Gelecek Araştırması katılımcılarının önemle üzerinde durduğu bir diğer nokta ve kaygı ise plastik ürünler konusunda kamuoyundaki olumsuz algı ve bu algının medya tarafından kronik hale getiriliyor olmasıdır.
- Sektörde katma değerli ürün yaratma ve trend belirleyici olma gibi konular ise geleceęi řekillendirici unsurlar olarak ifade edilmiştir.

4. Sektörümüzün gelişimi: Nereden geldik; sektörümüzü şekillendiren, bugün bizi biz yapan olaylar neler?

4.1 Toplantı Bilgileri

- Firmaların büyümesi ile atölyeden fabrikaya geçiş (son 15 yılın konusu, 95-98)
- Yurtdışı fuar ziyaretleri ile sektör gelişti (95'ler)
- Çin model oldu (90'ların sonu)
- 90'a kadar ihtiyaç maddeleri (leğen, kova vs...) yapılırdı, sonradan tasarım – moda işin içine girdi. Yabancıların pazara girmesi ile bilinçlenme arttı.
- 60'larda plastik yeni yeni biliniyordu. 80'lerde bir gelişme oldu. (dışarıdan gelen ikinci el makineleri, hidrolik makineleri)
- 1965 yıllarında, plastik üretiminin başları (hayvan yem sepeti ile başladı, plastik sepet, leğen)
- Plastiğin bulunması 1. Dünya savaşı, Dünyada naylonun 1930'larda üretilmesi, (Dupont plastik türevini Nylon markası ile üretti.)
- 90'lar ihracatın atılım yapması (makine ve kalıp yatırımlarının yapılması ve sektörün gelişmesinin hızlanması)
- 60'lı yıllar plastik sektörünün başlangıcı (pratiklik ve kullanım kolaylığı açısından çelik ve metal ürünlere alternatif olarak giriş yaptı.)
- 70'lerde endüstriyel tasarım yoktu ama bazı gelişmeler genel anlamda başladı. (geniş ürün skalası vardı) 90'lı yıllarda endüstriyel tasarım başladı.
- Bilgisayarlı makinelere geçiş 2000'li yıllar (CNC makineleri ile tasarım kolaylığı)
- 78 – 82 basit plastikler, 82'den sonra 2. el makineler, 95'ler kalıp üretimi kolaylaştı. Artan üretim ihracat potansiyeli oluşturdu. 2. el makinelerin alım kolaylığı (taksitli satışlar), üretim tekniklerindeki gelişmeler sektörde ilerlemeyi sağladı.
- 90'lar dışa açılma ile talep, ihtiyaç ve misyonlar gelişti. Kalıp ve CNC kullanımı gerekliliği arttı. Bu ise sektöre gelişmiş tasarım ve ürünler olarak yansıdı.
- 60'larda Türk vatandaşı yabancı kökenli üreticiler var.
- Teknolojide yenilenemeyince 2. el furyaları başladı. (katma değer katabilmek için) Çünkü piyasada firmaların fiyat arzı avantajı yok olmuştur: Mercan Piyasası
- 2000'lerde bazı ürünlere ihtiyaç kalktı.
- 70'lerde PETKİM'in üretime başlaması, sektörü etkiledi.

- Firmalar hem üretici hem de satıcıydı. (Müşterinin ne istediği doğrudan biliniyor ve üretimde pozisyon alınıyor.) Mercan da organize olmuş tek üretici ve satıcıydı. Enflasyonist ortamda fiyatlar ve ürün gamı uygun olduğu için tüketiciye olumlu anlamda hitap ediyordu. (Üretici pazarlama satıl fonksiyonlarının bir arada olması olumlu idi.)
- 2000'li yıllarla birlikte plastik teknolojisi konusunda mesleki eğitim başladı.
- Maliyet ve rekabet; maliyetlerin tam ve doğru hesaplanamaması (Enerji ve hammadde fiyatlarındaki olumsuz gelişmeler)
- 2000'ler sonrası Ar-Ge ve üniversite sanayi işbirliği ile sektör gelişti. Destekler (TÜBİTAK, TEYDEB) zamanla belli bir ürün veya ürün grubunda derinleşme ve özel ürüne Ar-Ge isteği arttı.

4.2 Sektöre Yönelik Tespitler

Sektörün 10 yıllık zaman dilimi bazında tarihsel gelişiminde aşağıdaki temel gelişmeler ön plana çıkmaktadır:

1930'lar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Dünya Savaşı yıllarında plastiğin bulunması
1960'lar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plastiğin yeni yeni kullanıma girmesi ▪ Türk kökenli yabancı üreticiler
1970'ler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PETKİM'in üretime başlaması sektörü etkiledi
1980'ler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yeni ekonomik model ▪ Dış ülkelere gelen ikinci el makinaların sektörde gelişme sağlaması
1990'lar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Firmaların büyümesi ile atölyeden fabrikaya geçiş ▪ İhracatta atılım ▪ Yurtdışı fuar ziyaretlerinin başlaması ▪ Tasarım ve moda ürünler için talep oluşması, talebin artması ▪ Endüstriyel tasarımın başlaması ▪ Kalıp üretiminin kolaylaşması ▪ Üretim tekniklerinde gelişmeler ▪ Dışa açılmanın getirdiği gelişmiş tasarım ve ürün üretimi
2000'ler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilgisayarlı makinelere geçiş ▪ Plastik teknolojisi konusunda mesleki eğitim başladı ▪ Ar-Ge ve üniversite sanayi işbirliği ile sektör gelişti

5. Sektörümüzün bugünü - Toplantı Bilgileri

5.1 Sektörün Güçlü Yanları

- Güçlü stok yapısı ve hızlı servis
- Yaratıcılık ve girişimcilik
- Hızlı üretim ev teslimat yeteneği
- Birlikteliğin yarattığı sinerji
- Hızlı karar alabilme yeteneği, agresif ve dinamik yapı
- Ürün çeşitliliği ve esneklik
- İhracata dönük üretim kapasitesi
- Üretim kolaylığı (Emek yoğunluğunun az olması)
- Uygun fiyat kalite dengesi
- Geniş ürün yelpazesi ve kalitesi
- Ar-Ge yatırımları
- Güçlü yan sanayi
- Sektörel deneyim
- Rekabet şansının yüksek olması
- Ölümlü iş kazası ve meslek hastalıkları sayısının diğer sektörlerle göre düşük olması
- Talep karşılama sayı esnekliği

5.2 Sektörün Zayıf Yanları

- Tasarım tescil ve markalaşmanın yeterli olmaması
- Ar-Ge Eksikliği
- Sektörde ürün uzmanlaşmasının eksikliği
- Rekabetin özgün ve kaliteli ürün yerine fiyatta olması
- Hammaddede ve makinede dışa bağımlılık
- Yasal mevzuat ve düzenlemelerdeki ani değişimlerin maliyeti arttırması veya değiştirmesi
- Mesleki örgütlenme eksikliği
- Finansal maliyetler ve özsermaye yetersizliği
- Uluslararası pazarlamada yetersizlik
- Bütçeli çalışma eksikliği
- Devlet desteklerinin yeterli derecede bilinmemesi
- Üniversite sanayi işbirliğinin kullanılmaması
- Nitelikli eleman eksikliği

5.3 Fırsatlar

- Avrupa'nın (ekonomik kriz) ve Çin'in azalan sektör imajı
- Güçlenen Türkiye imajı
- Diğer sanayi sektörlerinin tamamına ürün tedarikçisi olunması
- İstikrarlı ekonomi
- Komşulardaki politik gerilime bağlı yatırım eksikliği
- Genç nüfus
- Mevcut uluslararası pazarlama destekleri (Ekonomi Bakanlığı)
- Coğrafi konum
- Yeni pazar ve ürün alternatiflerinin bulunması

5.4 Tehditler

- Recycle hammadde kullanımı
- Yakın coğrafyada barış ortamının bozulması,
- Elektrik girdi fiyatlarında artış
- Fikri haklar ile ilgili korumalar yetersiz
- TSE'nin uluslararası akredite çalışmaları yapamaması
- Dış pazarlardaki yüksek gümrük vergileri
- Yeterli hammaddenin ülke içinde üretilmemesi (Yurtdışına bağımlılık)
- Merdiven altı üretim (Kayıt dışı)
- Yurtiçi hammadde üreticisinin korunması
- Hammadde fiyatlarının uluslararası istikrarsızlığı
- Plastiğin kamuoyunda kötü algılanması (çevre ve sağlık)
- Kamusal yükler (vergi işgüvenliği bürokrasi) ve kamusal desteklerdeki bürokrasi
- Giderek ağırlaşan mevzuat engelleri
- Komşulardaki politik gerilim
- Etkin pazarların üretim yeteneklerinin gelişmesi
- Müşterinin uzun vadeli alım gücüne karşılık nakit hammadde alımından kaynaklanan makas (üretici firmalar hammaddeleri nakit alıyorlar ama ürün satışı gelirlerini ancak vadeli ödemelerle toplayabiliyorlar)
- Hammadde arzının talebin gerisinde kalması,
- Uzakdoğu'nun tasarım ve kalitede iyileşmesi

6. 2015 - 2023 İçin ncelikli Nihai Hedefler

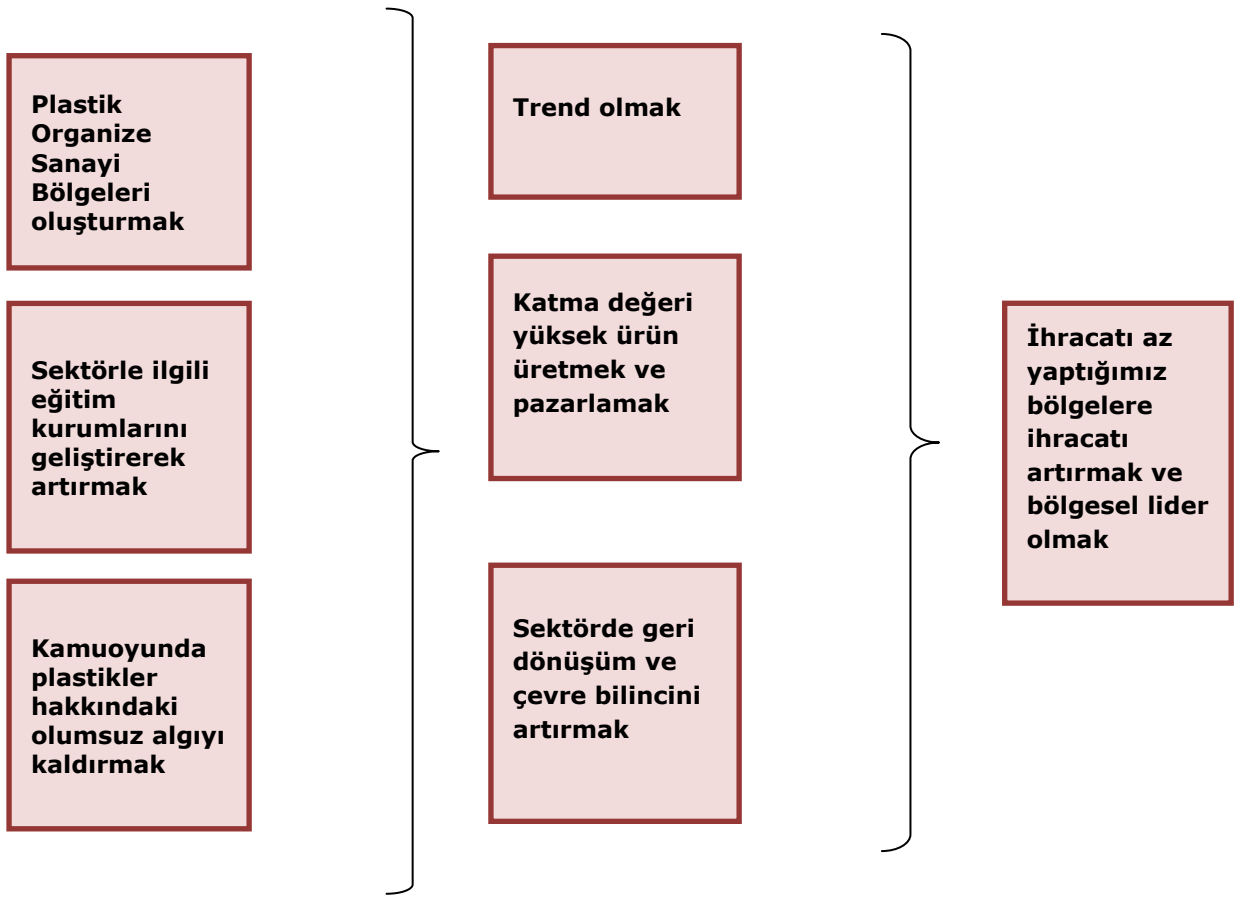
6.1 Toplantı Bilgileri

Öncelikli nihai hedefler

- (1) Plastik Organize Sanayi Bölgeleri oluşturmak
- (2) Sektörle ilgili eğitim kurumlarını geliştirerek artırmak
- (3) Kamuoyundaki plastikler hakkındaki olumsuz algıyı kaldırmak
- (4) İhracatı az yaptığımız bölgelere ihracatı artırmak ve bölgesel lider olmak
- (5) Katma değeri yüksek ürün üretmek ve pazarlamak
- (6) Sektörde geri dönüşüm ve evre bilincini artırmak
- (7) Trend olmak

6.2 Tespitler

Öncelikli nihai hedefler arasındaki nedensellik ilişkisi genel hatları ile aşağıdaki şekilde verilmiştir. Burada birinci sütundaki nihai hedefler; operasyonel hedefler olarak nitelendirilebilir. İkinci sütundaki ifadeler ise ara nihai hedefleri ifade etmektedir. En sağdaki bölgesel lider olmak ifadesi ise ulaşılması hedeflenen nihai nokta olarak değerlendirilebilir.



7. Hedeflere Ulaşmak İçin Geliştirilen Stratejiler – Toplantı Bilgileri

ÖNCELİKLİ NİHAİ HEDEF 1: PLASTİK ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ OLUŞTURMAK			
Strateji	Eylem	Sorumlu kurum / kuruluş	Tarih
Yatırım alanının belirlenmesi a) Plastik OSB oluşturmak b) Varolan OSB içinde c) Serbest bölge içinde	OSB örneklerinin belirlenmesi	STK'lar	2013-2014
	Kurulacak OSB yerlerinin tespit edilmesi	Çevre ve Şehircilik, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, STK'lar, Ekonomi Bakanlığı	
	Lojistik olarak önemli merkezlerin belirlenmesi	STK'lar	
	Yatırım yapılacak ildeki hazine arazilerinin araştırılması	Maliye Bakanlığı	
OSB'de yer alacak firmaların belirlenmesi	Plastik üretimi yapan firmaların envanterinin çıkartılması (kapasite, büyüklük, ürün yelpazesi vs konularda analiz yapılması)	STK'lar , Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Çevre ve Şeh. Bk.	2014-2015
	Firmaların OSB'de yer alma taleplerinin toplanması ve üretim şekli, ürün yelpazesi, kullanacağı girdi vs konularda sınıflandırılması	STK'lar	
Sektörü OSB'de yatırım yapmaya teşvik etmek	Sektöre OSB'nin avantajlarının (eğitim olanakları, ortak kullanım alanları ve ar-ge faaliyetleri), Yatırım-Teşvik imkanlarının anlatılması (tanıtım, farkındalık yaratmak, bilgilendirme)	STK'lar	2015-2016
	Gerekli finansman kaynaklarının oluşturulması (müteşebbis heyeti harcama kaynağının tespit edilmesi)	STK'lar	
Yatırım ve üretim için makina ve hammadde alımı	İktisadi işletme kurmak Uzman kadro oluşturmak	STK'lar	2015-2016
İşgücü tedariki	İnsan Kaynakları birimi oluşturmak	STK'lar	2015-2016
Pazarlama konularında işbirliği sağlanması	Alım taleplerinin gerektiğinde ortak değerlendirilmesi	STK'lar	2016

Katılımcıların görüş ve önerileri

- Devletin (Ekonomi Bakanlığı) kümelenmeye ilişkin teşvikleri var. (Pazarlama, satış)

NİHAİ HEDEF 2: SEKTÖRLE İLGİLİ EĞİTİM KURUMLARININ GELİŞTİRİLEREK ARTTIRILMASI			
Strateji	Eylem	Sorumlu Kurum - Kuruluş	Bitirme Zamanı
Mevcut meslek liselerinde plastik teknolojisi alanında mesleki eğitim kalitesinin artırılması	1-Eğiticilerin eğitimi 2-Öğretim programlarının geliştirilmesi (öğretim programlarında ürün tasarımına da yer verilmesi) 3-Atölye ve laboratuvarların yeni teknolojiye göre donatılması 4-Öğrenci stajlarının etkin ve verimli biçimde yürütülmesi 5-Mezun öğrencilerin istihdamlarının sağlanması	M.E.B, üniversiteler, M.Y.K, KOSGEB, STK'lar, Sanayi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, ÇSGB	2017
Üniversite sanayi işbirliğinin kurulması	1-Üniversite ile tasarım projesi geliştirilmesi 2-Üniversite ile personel geliştirmesi sağlanması 3-Üniversite ile Ar-Ge faaliyetleri yürütülmesi 4-Üniversitelerde sektörle ilgili bölümlerin artırılması için destek sağlanması 5-Öğrencilerin staj ve mesleki deneyimlerini artırıcı deneyim platformlarının oluşturulması 6-Üniversitelerle Sanayi Bakanlığı ve TÜBİTAK gibi kurumlar arasında köprü oluşturulması	YÖK, Sanayi Bakanlığı, TÜBİTAK, KOSGEB, ilgili rektörlükler	2017

Katılımcıların görüş ve önerileri

- 1. stratejiye YÖK eklensin
- Sorumlu kurumların organizasyonu nasıl olacak? (1. MEB 2. YÖK koordinatör)

ÖNCELİKLİ NİHAİ HEDEF 3: KAMUOYUNDAKİ PLASTİKLER HAKKINDAKİ OLUMSUZ ALGIYI KALDIRMAK

Strateji	Eylem	Sorumlu kurum / kuruluş	Tarih
Medya-Sanayi İşbirliğini Arttırmak	<ul style="list-style-type: none"> * Kadın ve sağlık programlarının konuya hakim donanımlı doktorların katılımı * Yemek programlarında ürün teşhiri ve sponsorluk * Sosyal medyada plastik platformu kurmak * Son ürünün izlenebilirliğini şeffaflaştırılarak test-analiz vb. sonuçların kamuoyuna duyurulması 	<ul style="list-style-type: none"> * Sağlık Bakanlığı * Sektör, PAGEV, PAGDER, PLASFED, ZÜCDER * Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) * İKMİB * Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 	2013-2014
Eğitim Platformu Oluşturmak	<ul style="list-style-type: none"> * Kamu spotları, afişler, çizgi romanlar gibi materyallerle ürün etiketi ya da işaretlerin tanıtılması * Okul öncesi ve ilköğretim öğrencilere yönelik eğitici animasyonlar, tiyatrolar, organizasyonlar 	<ul style="list-style-type: none"> * Milli Eğitim Bakanlığı * YÖK * Sektör, PAGEV, PAGDER, PLASFED, ZÜCDER * Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) * İKMİB 	2013-2014
Sosyal Sorumluluk Projeleri Hazırlamak	<ul style="list-style-type: none"> * Kamuoyu bilinçleştirme projeleri hazırlayarak geri dönüşümün hammadde kazancı yaratacağını göstermek * Öğrenciler arasında ödüllü geri dönüşüm yarışmalarının yapılması 	<ul style="list-style-type: none"> * Sektör, PAGEV, PAGDER, PLASFED, ZÜCDER * Milli Eğitim Bakanlığı * YÖK * Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 	2013-2014
Yerel Yönetimlerle İşbirliği Kurmak	<ul style="list-style-type: none"> * Yerel yönetimlerin yerel pazarlardaki mutfak ürünlerinin denetimi hakkında strateji geliştirmek * Atık yönetimi stratejileri geliştirmek 	<ul style="list-style-type: none"> * Sektör, PAGEV, PAGDER, PLASFED, ZÜCDER * Belediyeler Birliği * Çevre ve Şehircilik Bakanlığı * Ambalaj Sanayicileri Derneği (ASD) * İKMİB 	

ÖNCELİKLİ NİHAİ HEDEF 4: İHRACATI AZ YAPTIĞIMIZ BÖLGELERE İHRACATI ARTIRMAK

Strateji	Eylem	Sorumlu kurum / kuruluş	Tarih
İhracat Yapılacak Ülkelerin Belirlenmesi	Ülkelerin Belirlenmesinde Hangi Kıstaslara Dikkat Edileceğinin Araştırılması	İKMİB/ Ulaştırma Bak./ Eximbank	2013
Seçilen Bölgelere Satılacak Ürünlerin Belirlenmesi	Tüketici alışkanlıklarının ve ihtiyaçlarının belirlenmesi için Pazar araştırma raporlarının satın alınması	İKMİB	2013
	Belirlenen ülkelerdeki ticaret müşavirlik ve ataşeliklerle görüşülmesi	Ekonomi Bakanlığı	
Sektördeki Firmaların Bu Pazarlara ve Ürünlere ilişkin Bilgilerinindirilmeleri	Sektör Toplantılarının yapılması	İKMİB,Ekonomi Bakanlığı	2013
	İlgili Web sitelerinde duyurulması	İKMİB	
	Belirlenen ülkelerin dilinde hazırlanan reklam broşürlerinin hazırlanması	İKMİB,Ekonomi Bakanlığı	
	Sektör temsilcilerinin de yer aldığı bir heyetin Pazar araştırması yapmak amacıyla belirlenen ülkelere ön heyetin gerçekleştirilmesi	İKMİB,Ekonomi Bakanlığı	
Pazarlama Faaliyetlerinin Yapılabilmesi	Türk ihracat ürünlerinin ilgili ülkelerdeki basın aracılığıyla reklamlarının yapılması	İKMİB,Ekonomi Bakanlığı	2014
	Fuar, sektörel ve alım heyetlerinin gerçekleştirilmesi amacıyla sektör temsilcilerinin de katılımıyla heyet yapılması	İKMİB,Ekonomi Bakanlığı	

Katılımcıların görüş ve önerileri

- Bu konuda devlet destekler var. (Pazara giriş/fuar, Pazar araştırması)
- Bazı ülkelere ihracatta mevzuat temelli sıkıntılar olabiliyor.
- Her maddeye sanayi ve ticaret odaları eklenebilir. Bunun sektöre faydası olacaktır.
- sanayi ve ticaret odaları ile ilişkilerin artırılması, sektör ve firmaya özel tüm sıkıntıların iletilmesi gerekir.
- Avrupa İşletmeler Ağı'ndan da bilgi ve destek alınabilir.
- Yurtdışında yapılacak reklamlar için devlet desteği var.

ÖNCELİKLİ NİHAİ HEDEF 5: KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜN ÜRETMEK VE PAZARLAMAK			
Strateji	Eylem	Sorumlu kurum / kuruluş	Tarih
Çalışma grubunun oluşturulması	Sektör Firmaları ve İKMİB in bir araya gelerek hedefin ve uygulanacak stratejilerin gözden geçirilmesi	İKMİB, Üniversiteler ve sektör firmaları İKMİB, Ekonomi Bakanlığı, Üniversiteler ve sektör firmaları	2013 Mart
	Çalışma grubunda yer alacak paydaşlar ile bir araya gelerek çalışma grubunun oluşturulması		2013 Mart
Tasarımın geliştirilmesi	Üniversite ve STK lar ile işbirliği yapılması Tasarım Trendlerinin İzlenmesi Ortaya çıkan tasarımların fikri ve sınai haklarının korunmasına yönelik çalışmalar yapmak	Üniversite, STK lar ve Çalışma Grubu Çalışma Grubu Sektör Firmaları	2013 Ekim
Üretimin iyileştirilmesi	Üniversiteler ile işbirliği, sürekli eğitim sisteminin kurulması Malzeme Mühendisliği konusunda firmaların eleman çalıştırmasına yönelik çalışmalar yapmak AR-GE (Makine ve kalıp iyileştirmelerinin, yeni makine ve kalıpların devreye alınması)	İKMİB ve Üniversite İşbirliği Sektör Firmaları, Sanayi Bakanlığı , Ekonomi Bakanlığı (Destekler) Sektör firmaları, Üniversiteler ve Çalışma Grubu	2014 Haziran
Markalaşma	Markalaşma konusunda dış kaynak kullanımı, Marka uzmanlarından destek alınması Reklam ajansları ile çalışmak Ürün konumlandırmalarının yapılması (B+ ve A segmenti) Ürünlere yönelik gerekli testlerin yapılarak gerekli tüm sertifikaların alınması Yurtiçi ve yurtdışı medya planlamasının yapılması Yurtiçi ve yurtdışı tanıtımlara başlanması	Çalışma Grubu ve Sektör Firmaları Çalışma Grubu ve Sektör Firmaları Sektör Firmaları ve Marka Danışmanlık Firmaları Sektör Firmaları Sektör Firmaları	2015 Şubat
Pazarlama	Hedef Pazar analizleri yapılması Hedef pazarlara giriş ve pazardaki payın artırılmasına yönelik stratejilerin gerçekleştirilmesi Hedef pazarlara uygun yurtdışı fuarlara katılımların artırılması Yurtdışı bayi ağının geliştirilmesi Müşteri ziyaretlerinin yapılması	Çalışma Grubu, Ekonomi Bakanlığı, Sektör Firmaları Çalışma Grubu, Ekonomi Bakanlığı, Sektör Firmaları	2017 Haziran

Katılımcıların görüş ve önerileri

- Hangi teknoloji?
- Sadece malzeme mühendisliği (prosesi kontrol ediyor) değil polimer mühendisliği de dahil olmalı
- Yurt dışında sıkıntıda olan firmaların satın alınması süreci hızlandırır (bu konuda devlet desteği de var, çünkü markalaşma süreci oldukça zor ve masraflı)
- Eylem planındaki tüm maddelerin yapılmasına ek olarak markalaşma süreci düşünülmeli
- Devlet yurtdışındaki firmaları satın almada hukuki süreci de destekliyor. (finansal destek)

ÖNCELİKLİ NİHAİ HEDEF 6: SEKTÖRDE GERİ DÖNÜŞÜM VE ÇEVRE BİLİNCİNİN ARTTIRILMASI

Strateji	Eylem	Sorumlu kurum / kuruluş	Tarih
Geri dönüşüm ve toplama merkezlerinin yaygınlaştırılması	1-Mevcut geri dönüşüm tesislerinin hacmi, kapasitesi ve yeni kurulacak tesislere ilişkin fizibilite raporlarının hazırlanması 2-İhtiyaç tespiti sonrası kurulacak tesislerin miktar ve niteliklerinin belirlenmesi 3-Tesislerin kurulması amacıyla kamu ve özel sektörün teşviki	1-Belediyeler, DPT, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Kalkınma Ajansları, STK'lar ve İKMİB 2-Belediyeler, DPT, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Kalkınma Ajansları, STK'lar ve İKMİB 3-Maliye Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, KOSGEB, ABGS, İKMİB	2018
Geri dönüşüm konusunda bilgi ve bilinç seviyesinin artırılması	1-Kamu spotları düzenleyerek ulusal kanallarda bu reklamların yayınlanması 2-Özellikle ilk ve orta dereceli öğretim kurumlarında gerekli bilgilendirmenin yapılması, mümkünse müfredata dahil edilmesi 3-Geri dönüşüm sonucu daha nitelikli ürün elde edilebilmesi amacıyla üniversite-sanayi işbirliğinde projelerin geliştirilmesi 4-Geri dönüşüm konusunun polimer mühendisliği disiplininde zorunlu ders haline gelmesi veya içeriğin zenginleştirilmesi	1-TRT, RTÜK, Belediyeler, İKMİB, STK'lar 2-MEB, İKMİB 3-Üniversiteler, Teknoparklar, Bilim Sanayi Teknoloji Bakanlığı 4-YÖK	2016
Geri dönüşüme kazandırılan ürün miktarının artırılması	1-Toplama konteynırlarının artırılması 2-Geri dönüşüm tesislerinin para karşılığı ürün alması 3-Sosyal sorumluluk projeleri yoluyla ürünlerin toplanmasına katkı sunulması	1-Belediyeler ve STK, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 2-Belediyeler 3-Belediyeler, Valilikler, STK'lar, İKMİB, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	2016

Katılımcıların görüş ve önerileri

- Bu konudaki strateji geliştirmede Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın hazırladığı ulusal geri dönüşüm strateji eylem planı incelenebilir ve buradan bilgi ve destek alınabilir.

ÖNCELİKLİ NİHAİ HEDEF 7: TREND OLMAK			
Strateji	Eylem	Sorumlu kurum / kuruluş	Tarih
TASARIM	FİKİR – MODELLEME – HARDTOOL/SOFT TOOL – PATENT – MARKA TESCİLİ	KOSGEB, MESLEKÖRGÜTLERİ	
ÜRETMEK	PARKUR, FİZİKİ ALAN, DEPARTMANLAŞMA, İŞLETİM SİSTEMİ	FİRMA, KOSGEB, MESLEKİ ÖRGÜT	
PAZARLAMA	GÖRSEL TASARIM, CD, KATALOG, FUAR, SOSYAL MEDYA, DİJİTAL MEDYA	FİRMA, KOSGEB, EKONOMİ BAKANLIĞI, MESLEKİ ÖRGÜT	
SATIŞ	NİTELİKLİ ELEMAN, ARAÇ	FİRMA, MESLEKİ ÖRGÜT	

Sunumdan ek bilgiler: Trend ; izlenen , takip edilen , taklit edilen, kim izlesin

Hangi kitleye sesleneceğiz ?

Daha sağlam zemini olduğuna inandığımız, popülasyonu daha kalabalık olan: " b, c+, c"
class müşteri grubu

Peki izlenilir olmak için ?

Yolumuza sonuna kadar inanacağız!

önce inanç, sonra duruş!

konseptini belirle!

Şu an hangi aşamadayız ?

Konseptimizi tanımladık, buna inandık, inanan bir ekip yarattık; çizimlerimizi yaptık,
fikrimiz saha da tuttu,fiziki imkanlarımızı ağızımızdan çıkana göre planladık, ve çıktıyı
aldık = ürün

Şu anda neredeyiz ?

Pazarlama dahil, olan kısım = tüketici bilinci

Satış ile başlayan tahsilat ile giden kısım = satıcı bilinci, satıcı eğitimi

Katılımcıların görüş ve önerileri

- Trend oluşturmaya daha fazla odaklanılabilir.
- Ürünlerin nasıl trend yapılabileceği konusuna odaklanılması gerekir.
- Ortadoğu'da, Avrupa'da hangi ürün grupları nasıl trend yapılabilir? Bu konuya odaklanılmalı.
- Ürüne talep olup olmadığını anlamak için Pazar araştırması konu altında olmalı.
- Tasarım konusunda Türk Patent Enstitüsü olmalı
- MEB da olmalı

TOPLANTI SONUNDA ÜZERİNDE KONUŞULMAK İSTENEN KONULAR

- Satış pazarlama
- Yurtiçi (merdiven altı üretim konusu)
- Yurtdışı devlet teşvikleri, (teşvik alırken yaşanan sıkıntılar bu konunun devlet tarafı ile görüşülmesi)
- Finansman
- Enerji (Kalite maliyet)
- Çatal kaşık logosu ile ilgili sorun
- Hammadde maliyetleri
- Tarım Bakanlığı'nın denetimleri
- Hammadde ve ara girdide gümrük vergileri belirli bir süre için indirilebiliyor.
- AB ve Türkiye'de üretimi olmayan (veya üretimin tüketimi karşılamadığı) bazı ürünler için gümrük vergisi indirimi talep edilebiliyor. (3. Dünya ülkelerinden 0 gümrükle talep edilebilir)
- Ekonomi Bakanlığı'nın bazı çalışmaları ile bazı ürünlerin 0 gümrükle Türkiye'ye girişi engelleniyor.

8. Sonuç

8.1 Görüş ve Öneriler

Genel anlamda sektörün esnek yapısı ve ürün gamındaki çeşitlilik öncelikli nihai hedeflere ulaşmada önemli güçlerdir. Bu güçler aşağıda belirtilen ve gelecek araştırmalarında öne çıkan hususları stratejik anlamda ele almada önemli rol oynayacaktır.

- **Ar-Ge ve inovasyon:** Sektörün ürün konusunda inovasyona odaklanması; artan ve çeşitlenen müşteri talepleri ve artan çevre hassasiyeti konularına cevap verebilmesi açısından önemlidir. Ar-Ge ve inovasyon aynı zamanda katma değeri yüksek ürün üretimini ve sektörde bölgesel lider olma konusunda ilerlemeyi de beraberinde getirecektir.
- **Plastikler konusundaki olumsuz algıyı ortadan kaldırma:** Toplantıda detaylı bir şekilde üzerinde durulduğu üzere, plastik ürünler konusundaki olumsuz algının ortadan kaldırılması hem sektörün tanıtımı hem de kayıt dışı ürünlerin (ve bunların yaratacağı olumsuz sağlık koşullarının) ortadan kalkmasında tetikleyici bir rol oynayacaktır.
- **Markalaşma:** Sektörün bölgesel lider olma hedefindeki önemli hususlardan biridir. Markalaşma gerek Ar-Ge gerekse tanıtım çalışmaları ile desteklenmelidir.
- **Eğitim:** Bu konudaki tartışmalar eğitimin yaygınlaştırılmasını da içermekle birlikte, stratejik olarak eğitimin spesyalize olması üzerinde yoğunlaşmıştır. Teknolojinin hızla değiştiği günümüzde eğitimin bu şekilde özel ve alt dallara odaklanması Ar-Ge ve katma değerli ürün üretme çabalarını da olumlu etkileyecektir.
- **Kayıtdışı üretimin önüne geçilmesi:** Kayıtdışı aktörler sektördeki firmaların rekabet edebilirliklerini olumsuz etkilemektedir. Bu konuda yeni ve yaptırımı yüksek yasal düzenlemelerin yapılması söz konusu olabileceği gibi yürürlükte olan düzenlemelerin daha etkin uygulanması da esastır.

8.2 İleriye Dönük Adımlar

- **Stratejik yol haritasının detaylandırılması:** Gelecek araştırmalarında önerilen hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik stratejilerin ve eylemlerin detaylandırılması, somut adımlara çevrilmesi her bir başlık için ayrı ve detaylı çalışmaları gerektirebilir. Bu çalışmalarda belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesi yönünde stratejilerin belirlenmesi için konunun uzmanları ile hedeflerin gerçekleşmesini sağlayacak eylemlerin detaylandırılması bir sonraki adım olan izleme ve değerlendirme aşamasının başarısını artıracaktır.
- **Stratejik yol haritasının izleme ve değerlendirilmesi:** Oluşturulan stratejik çerçevenin hangi ölçüde gerçek hayata geçirildiğinin görülebilmesi açısından, yapılan planlamanın izleme / takibi ve değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, stratejik eylem planında yer alan hususlar için performans göstergelerinin belirlenerek bu göstergelerin gelişimlerinin takip edilmesi tavsiye edilir. Bu şekilde, sektörde kanıta dayalı karar alma süreçleri gelişecek, sektör ve birlik yapısının şeffaf ve hesap verebilir olma özellikleri kuvvetlenecektir.

KATILIMCI ADI / KURUM, FİRMA ADI
BAHADIR ERKAN/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
BEYZA ŞEKERCİ/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
ZELİHA BALCIOĞLU/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
İSFENDİYAR KILIÇ/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
ERAY ÇALIMLI/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
AHMET KARAOĞLAN/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
MURAT CAN KILINÇ/ T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI
BURAK YASUN/ T.C. ÇALIŞMA VE SOSYAL GÜVENLİK BAKANLIĞI
MURAT GÖÇENER/ T.C. ÇALIŞMA VE SOSYAL GÜVENLİK BAKANLIĞI
ÖMER RAMAZAN BOZKURT/ T.C. SANAYİ, BİLİM VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI
FAYSAL OĞULCU/ T.C. MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI
NURAN ÇAKIROĞLU/ T.C. GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
MUSTAFA UZAN/ T.C. GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI
DAMLAY ARAFAL / T.C. GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI
MUSTAFA KUBİLAY GÜZEL/ T.C. TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ
ZAFER KARADENİZ/ KOSGEB
MURAT AKYÜZ/ İKMİB YÖNETİM KURULU BAŞKANI
HAŞİM ÇETİN/ İKMİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ
ÖMER KARADENİZ/ İKMİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ
COŞKUN KIRLIOĞLU/ İMMİB GENEL SEKRETER V.
FİLİZ UZUN/ İKMİB BAŞKAN DANIŞMANI
İREM UZUNÖZ/ İKMİB KİMYA ŞUBESİ
HÜSEYİN CEYLAN/ İKMİB KİMYA ŞUBESİ
EBRU GENÇ/ İKMİB KİMYA ŞUBESİ
İLKNUR BURUCU/ İMMİB AB VE MEVZUAT ŞUBESİ
İSLAM DERYA/ BURSEV PLASTİK
ERHAN YAYLA/ ŞENYAYLA PLASTİK
MUSTAFA AKYÜZ / İSTANBUL SANAYİ ODASI
ÖMER ERTUĞRUL ERDOĞAN/ ZÜCDER YÖNETİM KURULU BAŞKANI
PELİN KARADENİZ/ METE PLASTİK
MUSTAFA KIR/ DÜNYA PLASTİK
DOÇ. DR. GÜLAY BAYRAMOĞLU/ YÖK
MEHMET ÜMİT AKÇEBE/ GONDOL PLASTİK
BURAK ÖNDER/ LÜKS PLASTİK
MUSTAFA KEMAL BORA/ BORA PLASTİK
RIFAT DEMİR/ FATİH PLASTİK
ATILLA YILMAZER/ KASTAMONU PLASTİK
BÜLENT ÖZBEK/ ÜÇSAN PLASTİK
HASAN NEZİH OKAN/ ZÜCDER GENEL SEKRETERİ
BEYHAN BAYCAR/HİPAŞ PLASTİK
ALİ FAHRİ ŞAHİN/ MİZAN PLASTİK
MUSTAFA YILDIRIM/ İMMİB TASARIM MESLEK LİSESİ MÜDÜRÜ
ADNAN KARAHAN/İMMİB TASARIM MESLEK LİSESİ MÜDÜR BAŞYARDIMCISI
SAİM DEMİREL / DEMİREL PLASTİK
AHMET KÜLAHÇIOĞLU/ KÜLSAN MELAMİN

KATILIMCI ADI / KURUM, FİRMA ADI
METİN ÇOBANLIOĞLU/ GLOBRAND DANIŞMANLIK
CEYDA KÜLAHÇIOĞLU/ KÜLSAN MELAMİN
AHMET KAHRAMAN/ SUN PLASTİK
HASAN MALKOÇ/ ERKOÇ PLASTİK
NAHİT KEMALBAY/ İSTOÇ Y.K
VOLKAN DEDE/ ROSİTEL PLASTİK
MURAT SOLMAZER/ SOLMAZER MUTFAK

GELECEK ARAŞTIRMASI YÖNETİCİLERİ

Özgü KAYNAK

1988 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü'nden mezun olan Özgü Kaynak, 1990 yılında İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme İktisadı Enstitüsü, Yüksek Lisans programını tamamlamıştır. 2000 yılında CASE LEARNING Eğitim ve Danışmanlık firmasını kurarak Eğitim ve Proje Koordinatörlüğü görevini üstlenmiştir. KEPNERandFOURIE, Thinking Dimensions International (USA) tarafından geliştirilen Problem Çözme ve Karar Verme "ThinkingWorks™", Yenilikçilik "FreeZone Innovation™", Proje Yönetimi "ProjectWorks™" programları ile eğitimler ve danışmanlık hizmetleri vermektedir.

Safir SUMER

Endüstri mühendisi, ekonomist. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisat ve Endüstri Mühendisliği bölümlerinden 1996 ve 1993 yıllarında Yüksek Lisans ve Lisans derecesi ile mezun oldu. Dünya Bankası, Dünya Sağlık Örgütü, Dünya Çalışma Örgütü, Avrupa Eğitim Vakfı ve Avrupa Komisyonu gibi uluslararası kalkınma kuruluşları ile çalıştı. Türkiye, Doğu Afrika, Orta Doğu, Asya-Pasifik, Güney Doğu Asya ve Doğu Avrupa'daki farklı ülkelerde yürütülen projelerde stratejik planlama, sonuç odaklı izleme ve değerlendirme, mesleki yeterlilikler, küçük ölçekli iş kurma ve geliştirme, sağlık sistemi performans değerlendirmesi ve çıktı odaklı finansman sistemleri konularında çalıştı. Halen stratejik planlama, etki değerlendirmesi, kurumsal performans ve kurumsal karne (balanced scorecards) uygulamaları konularında çalışan Safir Sumer İngilizce ve Fransızca bilmektedir.