

EKONOMİYE YÖN VERENLER KONUŞTU DEĞİŞİMİ YÖNETMEYEN ELENECEK



Türkiye’de İş Dünyası dergisi tarafından gerçekleştirilen "Ekonomiye Yön Verenler Zirvesi", Türkiye ekonomisinin stratejik yol haritasını çizen bir platforma dönüştü. Sigortadan gıdaya, tekstilden teknolojiye kadar geniş bir yelpazede sektör liderleri, zorlu bir döneme hazırlık yaparken "dayanıklılık" ve "dijital dönüşüm" mesajlarını ön plana çıkardı.

Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerini temsil eden dev isimler, Hilton Kozyatağı’nda düzenlenen “Ekonomiye Yön Verenler Zirvesi”nin ikincisinde bir araya geldi. Türkiye’de İş Dünyası Dergisi ev sahipliğinde ve Armor Broker sponsorluğunda gerçekleştirilen etkinlikte gıdadan tekstile, sigortadan teknolojiye, savunma sanayiinden perakendeye kadar geniş bir yelpazede geleceğin ekonomi yönetimini mercek altına aldı.

Zirvenin moderatörlüğünü üstlenen ve açılış konuşmasını yapan Türkiye’de İş Dünyası dergisi Genel Yayın Yönetmeni Celal Toprak, "Türkiye’nin kalkınma reçetesi, sektörler arası diyalogdan geçer. Tekstilcinin sorunu sigortacıyı, turizmcinin beklentisi teknoloji dünyasını doğrudan ilgilendiriyor. İşte bu yüzden buradayız. Birbirimizi dinlemek, birbirimizden öğrenmek ve en önemlisi "birlikte ne yapabiliriz?" sorusuna yanıt aramak için" diye konuştu.

İŞ DÜNYASININ ÖNEMLİ İSİMLERİ BİR ARADA

Zirveye, Alarko Yönetim Kurulu Üyesi Ayhan Yavru-cu, Orka Yönetim Kurulu Üyesi Kübra Orakçioğlu Kazan, Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz, Ekizoğlu Yapı A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Ekiz, TMG Madencilik Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Zuhul Mansfield, Başarsoft Kurucusu Alim Küçükpehlivan, Sheida Kozmetik CEO’su Nurettin Ustaoglu, Armor Broker

Pazarlama Dijital ve İletişim Direktörü İlkin Göçmen, Kavram Dersaneleri Kurucusu Bahattin Durmuş, Tempo Ceo’su Cemal Akar, Oğuz Gıda CEO’su Ener Örer, AGS Global Kurucusu Ahmet Güler, Petiva Genel Müdürü Halil Özkan, Sektörel Dernekler Federasyonu (SEDEFED) Yönetim Kurulu Başkanı Emine Erdem, DEİK Malavi İş Konseyi Başkanı Cihangir Fikri Saatçi, Kars Ardahan İğdir Vakfı Başkanı Abdullah Akbulak, İMES Başkanı Kemal Akar, DES Sanayi Sitesi Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Yurttaş, HoreCaDer Yönetim Kurulu Üyesi Murat Kasap, Etnografya Müzesi Kurucusu Kenan Yavuz gibi iş dünyasının önemli isimleri katıldı.

SİGORTADA "TEKNİK KÂRLILIK" DÖNEMİ VE 5G DÖNÜŞÜMÜ

Zirvenin ana konuşmacılarından Armor Broker Genel Müdürü Serdar Polat, sektörün 2026’da tamamen kabuk değiştireceğini müjdeledi. Polat’a göre, sigorta şirketlerinin primleri faizde değerlendirilerek ayakta kaldığı "mali kâr" dönemi sona eriyor. 2026’da faizlerin düşmesiyle birlikte sektörün gerçek matematiğine, yani teknik kârlılığa dönmesi bir hayatta kalma sınavı olacak.

Polat, özellikle 1 Nisan’da devreye girecek 5G teknolojisinin sigortacılığı nasıl dönüştüreceğine dair çarpıcı bilgiler paylaştı:

IoT (Nesnelerin İnterneti): Akıllı ev cihazlarından arabalara kadar her şeyin birbirine bağlanması, hasar tespit ve risk analiz sürelerini saniyeler seviyesine indirecek.

2026 VİZYON BELGESİNİN TEMEL TAŞLARI

Zirvenin sonunda sektör temsilcileri şu kritik maddelerde uzlaştı:

Öz Kaynak Yönetimi: Kredi ve faiz yükü yerine öz varlıklarla büyüme stratejisi.

Dijital Savunma: Fiziksel varlıklar kadar siber varlıkların da sigortalanması.

İhracat Seferberliği: Savunma sanayiindeki yüzde 85 yerlilik oranının diğer sektörlerle örnek olması.

Yapay Zeka Entegrasyonu: AI'nın bir maliyet kalemi değil, operasyonel verimlilik aracı olarak konumlandırılması.

Siber Riskler: Verilerin artık binalar kadar kıymetli olduğunu belirten Polat, brokerların rolünün "poliçe satıcısı" olmaktan çıkıp "siber risk danışmanlığına" evrileceğini vurguladı.

Yapay Zekâ: Armor Sigorta bünyesinde, mesai saatleri dışında müşterileri yapay zekanın karşıladığı ve randevu sistemlerinin otonom hale geldiği hibrit bir modele geçiş başladı.

SANAYİDE ÖRNEK "ŞİRKET EVLİLİĞİ"

Sanayi dünyasında alışlagelmiş sert rekabetin aksine, Koraç Yavuz ve ortakları sektörde ezber bozan bir stratejiye imza attı. Isıl işlem sektöründe faaliyet gösteren üç rakip firma, 2016 yılında güçlerini birleştirme kararı alarak Türkiye'de az rastlanan bir "kültürel entegrasyon" deneyimi başlattı.

KONYA'DA BAŞLAYAN "TEST" ORTAKLIĞI

Süreci bir "kültür testi" olarak kurguladıklarını belirten Yavuz, hikayeyi şöyle özetledi:

"2016 yılında üç rakip firma olarak, ana çalışma alanımız olmayan Konya'da ortak bir firma kurduk. Amacımız, 'birlikte iş yapabiliyor muyuz, kültürlerimiz uyuyor mu?' sorusuna yanıt bulmaktı. Bu pilot bölgedeki başarımız bize güven verdi."

Marmara'da Dev Birleşme ve Global Distribütörlük Konya'daki denemeden memnun kalan üç rakip, bu başarıyı Marmara Bölgesi'ne taşıyarak İstanbul merkezli şirketlerini tam bir "şirket evliliği" ile birleştirdi. Bu stratejik hamle, beraberinde küresel bir iş birliğini de getirdi. Birleşen güçlerin yarattığı sinerji sayesinde, dünya devi bir Alman takım çeliği firmasının Türkiye distribütörlüğü alınarak faaliyet alanı genişletildi.

Halen İSO ve İMES gibi kritik kurumlarda görev yapan Yavuz, bu hikayenin sanayiciler için "rekabeti iş birliğine

dönüştürme" konusunda ilham verici bir model teşkil ettiğini vurguladı.

İÇECEK SEKTÖRÜNDE "YERLİ VE MİLLİ" ATILIM

Oğuz Gıda CEO'su Enes Örer, dünya devlerinin domine ettiği içecek pazarında Sarıyer Gazozu gibi nostaljik bir markayı nasıl modernize ettiklerini anlattı. Örer, halkın beklentilerini yakından takip ederek pazar paylarını yüzde 7'ye çıkardıklarını ve önümüzdeki 5 yıl içinde bu oranı iki katına çıkarmayı hedeflediklerini belirtti. 30 milyon euroluk dev yatırımla Adana, Konya ve Sakarya'daki fabrikalarına 6 yeni hat ilave eden grup, 5G hızıyla üretim süreçlerinde de çığır açmaya hazırlanıyor.

KİMLİK ARAYIŞI VE "HOREKA KÜLTÜRÜ"

HorekaDer (Otel, Restoran, Kafe Tedarikçileri Derneği) Yönetim Kurulu Başkanı Murat Alıcılar, 100 milyar doları aşan cirouyla dev bir ekosistemi temsil eden sektörün bir "kimlik" mücadelesi verdiğini ifade etti. Pandemi döneminde tedarikçilerin teşviklerden yeterince yararlanamamasının dernekleşme sürecini hızlandırdığını belirten Alıcılar, hedeflerinin Türkiye genelinde 500 üyeye ulaşarak kayıt dışı ekonomiyi kayıtlı hale getirmek ve bir "Horeka Kültürü" oluşturmak olduğunu söyledi. Alıcılar, sektörün en büyük endişesinin ise bölgesel savaşların turizm üzerindeki olumsuz etkileri olduğunu belirtti.

TEKSTİLDE "ÜRETİM MARKASI" OLMA STRATEJİSİ

MÜSİAD Tekstil, Deri ve Hazır Giyim Sektör Kurulu Başkanı Hayrettin Gümüşkaya, tekstilin Türkiye için "verimli bir sektör" olduğunun altını çizdi. Gümüşkaya, üretimi yurt dışına (Mısır, Romanya vb.) taşıma modasına eleştirel yaklaşarak, "Ülkesine ayaklarını doğru basanlar ayakta kalır" dedi. Giresun'da 2.100 çalışanıyla ihracat kilogram fiyatını 130 euronun üzerine çıkardıklarını belirten Gümüşkaya, 2026 vizyonunda iki temel hedef koydu: Mağazalaşma süreci ve dünyanın en kaliteli "üreticisi" olarak markalaşmak.

