



Tasarımın kalbi Ekimde Türkiye'de atacak

Ekonomi Bakan Nihat Zeybekci, "2023 hedefine ulaşmak; mevcut halimizle imkansız. Belki 300 milyar dolarları görebiliriz ama 1.50-1.60 dolarlık kilogram fiyatıyla ihracat yapan Türkiye'nin gelebileceği nokta bu" dedi.

Tasarımın kalbi Ekimde Türkiye'de atacak

Bakan Zeybekci, "2023 hedefine ulaşmak; mevcut halimizle imkansız. Belki 300 milyar dolarları görebiliriz ama 1.50-1.60 dolarlık kilogram fiyatıyla ihracat yapan Türkiye'nin gelebileceği nokta bu" dedi.

İSTANBUL,AA

Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, 2023'te 500 milyar dolar ihracat hedefini anımsatarak, "Mevcut halimizle bu imkansız. Bir yere kadar gelebiliriz, belki 300 milyar dolarları görebiliriz ama 1,50-1,60 dolarlık kilogram fiyatıyla ihracat yapan Türkiye'nin gelebileceği nokta buralar. Türkiye bu işi farklı yapmak zorunda." dedi.

Zeybekci, Türkiye Tasarım Haftası tanıtım toplantısında yaptığı konuşmada, 2008'den bu yana gerçekleştirilen "Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri" organizasyonunun da yer alacağı Türkiye Tasarım Haftası'nın bu yıl ilk defa gerçekleştirileceğini kaydetti.

Eskiden Frankfurt'taki Heimtextil Fuarına gittiğinde tasarımları gezerken hayal kurduğunu, bazı desenleri ve tasarımları aklında tutmaya çalıştığını ifade eden Zeybekci, artık insanların Türk şirketlerinin etrafında dolacağını söyledi.

Zeybekci, 2 milyar dolar ihracatı olan Türkiye'den 150 milyar dolar ihracatı olan Türkiye'ye geldiğini vurgulayarak, şunları dile getirdi: "Ama son 6-7 yıldan beri buralardayız. Dolanıyoruz,



Bir hafta sürecek etkinlik.

Bir hafta sürecek bu etkinlikte, endüstriyel tasarım, moda tasarımı ve görsel iletişim konularının işleneceğini aktaran Büyükeksi, şunları kaydetti: "Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleşecek etkinliğimize tasarımcıdan öğrenciyeye, iş adamlarından sanayicilere, on binlerce katılımcının gelmesini bekliyoruz. Bu etkinlikte katma değeri yüksek ürünlerin geliştirilmesi, tasarımın yaygınlaştırılması ve özendiril-

mesi ile ihracata yönelik rekabet gücünün arttırılmasını hedefliyoruz. Bu etkinlik sayesinde tasarımın bütün yıl boyunca konuşulmasını sağlayacağız. Hedefimiz Türkiye'nin tasarım ve yaratıcılıkla markalaşmasına katkı sağlamak. Türkiye tasarımcıları daha yeniyi, daha iyiyi tasarladıkça Türkiye'nin geleceğini de tasarlamış olacak. "Design Turkey 2016" için müracaatlar 31 Ağustos'a kadar devam edecek."

artık aşamıyoruz, gidemiyoruz başka bir yere, tıkanıdığımızın resmidir. 2023'te 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak; mevcut halimizle bu imkansız. Bir yere kadar gelebiliriz belki 300 milyar dolarları görebiliriz ama 1,50-1,60 dolarlık kilogram fiyatıyla ihracat yapan Türkiye'nin gelebileceği nokta buralar. Hadi zorladık 1,80-1,90 dolar oldu ama bu mantıkla çok sınırlıyız. Türkiye bu işi farklı yapmak zorunda. Başkalarının tasarladığı, dizayn ettiği, sunum faaliyetlerini yaptığı ürünlerle, fasoncu bir anlayışla yine de büyük başarı sağladık.

Üreticilerin tasarımı, dizay-

nı, sunumu, pazarlaması, tanıtımı, bilgisi, teknolojisi, dağıtım kanallarına sahip olduğunu düşünsenize, o zaman 500 milyar dolar bizim için çocuk oyuncağı olur. Buna bir yerden başlamak lazım."

Zeybekci, herkesin elinde bildiğimiz bir markanın telefon ve tabletlerinin bulunduğunu aktararak, "Bunların arkasında 'Kaliforniya'da tasarlanmış, Çin'de üretilmiştir' yazıyor. Bu üründen elde edilen katma değer ne kadar Çin'de kalıyor, ne kadar Amerika'ya gidiyor? Çok yakın zamanda yapılan bir araştırmaya göre katma değer ne sadece yüzde 2,1'i montajın yapıldığı ülkede ka-

larken, yüzde 48,8'i ise tasarımın yapıldığı ve markanın çıktığı ülkeye gidiyor. Bizim Türkiye olarak tıkanıdığımız nokta bu." dedi.

TİM Başkanı Büyükeksi

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükeksi de, "Bugün, artık sadece kaliteli mal üretip pazara sürmek, başarı elde etmek için yeterli değil. İhracatımızı kalıcı ve sürdürülebilir bir şekilde arttırmak için yüksek katma değerli üretim olmazsa olmaz." dedi.

Rekabetin yoğun şekilde yaşandığı bir ortam bulunduğunu belirten Büyükeksi, "Bugün, artık sadece kaliteli mal üretip pazara

sürmek, başarı elde etmek için yeterli değil. İhracatımızı kalıcı ve sürdürülebilir bir şekilde arttırmak için yüksek katma değerli üretim olmazsa olmaz." dedi.

Büyükeksi, katma değeri artırmanın marka, Ar-Ge, inovasyon ve tasarım olmak üzere dört yolu bulunduğundan bahsederek, bu nedenle de Türkiye Tasarım Haftası'nın ihracatın gelişimi açısından son derece önemli olduğunu söyledi. Büyükeksi, tasarımın, dokunduğu her şeye değer kattığını belirterek, tasarımın ülke ekonomisine kazandırdıklarını "katma değerli ürün", "yüksek ihracat", "rekabetçi üstünlük" ve "marka" şeklinde sıraladı.