

Çin Konferansı Panel Bölümü Notları

Çin Konferansı kapsamında düzenlenen “**Çin ve Türkiye: Yatırımda ve Dış Ticarete Sorunlar, Fırsatlar, İşbirlikleri**” konulu Panel, Çin ile ilişkileri olan şirketlerin temsilcilerini ve Çin’de yaşadıkları ticari deneyimleri dinleyicilerle buluşturdu. Panel bölümü, moderatör **Hasan Ersel**’in kısa bir giriş konuşmasının ardından **Peter Weiss**’ın genel olarak Çin’de yaşanan büyük değişimi, Çin’in büyüklüğünü ve hedeflerini; özel olarak da Siemens’in Çin’deki faaliyetlerini ve Çin’de başarılı olmanın anahtarlarını kapsayan Çin: Zorluklar ve Fırsatlar adlı sunumuyla başladı. Çin’in 1990’larda dünyanın üretim merkezi haline gelmesinin ardından 2000’lerde Çok Uluslu Şirketlerin Ar-Ge, tedarik-zinciri ve servis merkezlerini Çin’e taşımaya başlamasıyla küresel değer zincirinin önemli bir halkası olduğunun altını çizdi. Siemens’in 1876 yılından bu yana Çin’de bulunduğunu belirten Weiss, geçmişte karşılaştıkları en büyük sorunlardan birinin fikri mülkiyet haklarına uyulmaması, dolayısıyla ürünlerinin taklit edilmesi olduğunu belirtti. Bugün yasal düzenlemelerin yardımıyla ve önemli parçaların Çin’de üretilmemesi veya çalışanların bilgi paylaşımının engellenmesi hatta şirketlere taşınabilir disk sokulmaması gibi önlemlerle bu sorunu aşmaya çalıştıklarını söyledi. Çin pazarında başarılı olmak için nüfusu 1 milyonu aşan 75 şehir olduğu göz önüne alınarak dağıtım ağının yaygın tutulması gerektiğini; genel merkezden Çince bilse bile yönetici atamanın iyi bir yol olmadığını; satır aralarını okuyabilen, iyi eğitilmiş Çinli yönetici bulmak gerektiğini ve yerel marka yaratmanın zorunlu olduğunu belirtti. Çin’e yapılan yatırımların ise ancak uzun-vadeli olurlar ve süreklilik arz ederlerse başarılı olabileceğini; Çinli girişimci ve yöneticilere yatırım yapmadan ve sosyal aktiviteler yoluyla toplumla bütünleşmeden başarılı olamayacaklarını söyledi. Peter Weiss konuşmasını “*Çin’de iş yapmak riskli, ancak yapmamak daha riskli*” diyerek tamamladı.

Garanti Bankası Şanghay Baştemsilcisi **Noyan Rona** sözlerine, Peter Weiss’in sunumunda Şanghay’daki Pudong finans merkezinin bugünkü hali olarak gösterilen fotoğraftan bu yana bile önemli değişiklikler olduğunu, bunun da Çin’de yaşanan çok hızlı değişimi gösterdiğini ve taklit etmenin Çin’de bir kültür olduğunu söyleyerek başladı. Panel başlığı olan “**Çin ve Türkiye: Yatırımda ve Dış Ticarete Sorunlar, Fırsatlar ve İşbirlikleri**” çerçevesinde konuşmasına devam eden Rona, son yıllarda Çin’in toplamda 640 milyar ABD Dolarına

ulaşan doğrudan yabancı yatırımları çekmedeki başarısının ardında denizaşırı Çinlilerin yaptığı yatırımlarla yalnız tüm ülkede geçerli olan değil, bölgesel düzeyde de sağlanan teşvik ve vergi kolaylıklarının bulunduğunu söyledi. Yatırım yapan bir firmanın karşılaştığı tüm sorunları, gerekli izin, işçi bulunması ve vergi ödemelerini bir tek kişi ile halledebildiğini; normalde %33 olan gelir vergisinin özel bölgelerde %15 olduğunu, şirketlerin kâra geçtikten sonra 2 yıl vergiden muaf tutulduğunu, sonraki 3 yıl ise %50 indirimli vergi ödediklerini belirtti. Üretimin %80'ini ihraç etme zorunluluğunun olduğu İhracata Yönelik Üretim Merkezlerinde ithalatın gümrük vergisinden muaf olduğunun altını çizen Rona, Çin pazarının riskli olduğunu, Türk firmalarının kendilerine Çin'de yeni pazar aramak yerine 3. ülkelerde varolan pazarlarına yönelik ihracat için Çin'e yatırım yapmalarının daha uygun olacağını söyledi. Bu tür bir strateji ile Çin'e yatırım yapmış Türk firmalarının karşılaştığı pek bir zorluk olmadığını da sözlerine ekledi. Ayrıca toplam doğrudan yatırımları 60 milyar ABD Dolarına ulaşan Çin sermayesini Türkiye'ye çekme yönünde çaba harcanması gerektiğini, bunun için Türkiye'nin kendisini daha etkin biçimde tanıtmaya çalışması gerektiğine dikkat çekti. Panel konusunun ikinci boyutu olan dış ticaret konusunda da Türkiye'nin kendisini daha etkin biçimde tanıtmaya çalışması gerektiğini, bu tanıtımlar için sırasıyla her yıl Eylül ayında düzenlenen Çin Yatırım Fuarı ve Çin İhracat Fuarından yararlanmak; bu fuarlarda Türkiye'nin yatırım ortamını ve jeopolitik konumunu anlatmak ve özellikle güven vermek gerektiğini belirterek Çinlilerin *"Ticaret yaptığımız için dost değiliz, dost olduğumuz için ticaret yapıyoruz"* anlayışını taşıdığını söyledi. Çin verilerine göre Türkiye ile toplam dış ticaret hacminin 6 milyar ABD Doları olduğunu; bunun 5,4 milyar ABD Doları tutarında olan kısmının ithalatımızdan, yalnızca 0,5 milyar ABD Dolarının ise ihracatımızdan oluştuğunu ve bunun da katma değeri düşük 10–12 kalemden oluştuğunu açıkladı. Çin'e ihracat yapmanın çok zor olduğunu, bu pazara girebilmek için büyük olmak ve uzun vadeli düşünmek gerektiğini; Avrupa'ya kıyasla daha düşük maliyetle üretilebilen kaliteli Türk ürünlerinin Çin pazarına girme şansı bulunduğunu, fakat bunu gerçekleştirmek için finansal desteğe gereksinim duyulduğunu söyledi. Noyan Rona, en önemli ihracat kalemlerimizden biri olan mermerden elde edilen katma değeri artırmak için mermercilerin bir araya gelip Çin'de yatırım yapmalarını ve mermeri işledikten sonra satmalarını önerdi. Türk ithalatçılara da çeşitli tavsiyelerde bulunan Rona, Çin'le olan her tür ticari ilişkide olduğu gibi ithalat yaparken de uzun vadeli yaklaşmak gerektiği, aksi halde kandırılacakları; üretim ve yükleme sırasında fabrikada bizzat bulunmanın gerekliliği ve İnternet üzerinden firma bularak değil, bire bir firmayı tanıdıktan sonra sipariş vermeleri konusunda ithalatçıları uyardı. Herhangi bir aksilik çıktığında geri ödemenin çok uzun sürmesi, hatta hiç yapılmaması olasılığı bulunduğundan ön

ödeme yapmamak; zorunlu olduğu durumlarda ön ödemeye karşı garanti almak gerektiğini, Garanti Bankası'nın bu hizmeti verdiğini sözlerine ekledi. Noyan Rona “*İşin başı uzun vadeli düşünmek*”, diyerek konuşmasını tamamladı.

Daha sonra söz alan DemirDöküm Uzakdoğu İlişkileri Yöneticisi **Sertaç Ersayın**, Çin'in bazı özelliklerini anlattı.

- Çin, iyi gözlemci olan, insan ve sermaye kaynağını değerlendirebilen, yaratıcılık ve yeniliğe önem veren girişimci şirketlere sahip;
- Çin'de Fortune 500 listesinde yer alan 400 şirketin 2000'den fazla yatırımı var. Bunların %80'i tekrar yatırım yapacaklarını; %90'ı ilk yatırım yapılması gereken ülkenin Çin olduğunu söylüyor;
- 2007 itibarıyla ABD'nin ardından en çok Ar-Ge harcaması yapan ülke Çin;
- Çin'de 960'ın üzerinde tasarım okulu var;
- Çalışan sayısı her yıl 25 milyon artıyor;
- Çin'de 250 milyon alım gücü yüksek nüfus var, bu fırsat değerlendirilmeli;
- Şehir nüfusu arttıkça modern yaşam tarzını benimseyenler artıyor;
- 2020'de Çin en çok turist çeken ve gönderen ülke olacak.

Çin'de yatırım yapmayı düşünenlere bazı tavsiyelerde de bulunan Ersayın, ihracata yönelik fason üretim yapılabilir, ancak Çin pazarına yönelik üretim yapılmak isteniyorsa mutlaka marka yönetimini yapmak gerektiğini belirtti. Çin'de yatırım yapmadan önce, fikri mülkiyet hakları konusunda özel anlaşma yapmak gerektiğini ve ikili her tür sözleşmenin bir hukuk bürosu aracılığıyla yapılmasının şart olduğunu söyledi. Panelistlerin tümü gibi taklit konusunda yatırımcıları uyararak Ersayın, “*Ürünler çok kısa sürede kopyalanabilir, bu nedenle sürekli yeni ürün geliştirmek gerekli*”, dedi. Çalışanlar konusunda da bilgi vererek, Çin'de iş bağımlılığının yüksek olmadığını; kişisel risk almaktan hoşlanmadıklarını, ancak ekip çalışmasına yatkın olduklarını ve verilen işi iyi yaptıklarını söyledi. Çin'de iş yapmak isteyen yatırımcıların yanlarına Çinli bir ortak almalarını da öneren Ersayın, yöneticilerin yalnızca Çinceyi değil, Çin kültürünü de bilmeleri gerektiğini, çünkü Çin'de kültürel farklılıkları önemsemek gerektiğini sözlerine ekledi. Çin'de yatırım yapmayı düşünen Türk iş dünyasının Çin'in çok hızlı değiştiğini

göz önüne alarak hızlı hareket etmesi gerektiği, aksi halde aynı yatırımı bir başkasının yapacağı konusunda uyardı.

DemirDöküm'ün Çin'deki faaliyetleri hakkında da bilgi veren Ersayın, hem uluslararası hem de Çin pazarına yönelik Hong Kong yakınlarında bir kasabada Çinli bir ortakla birlikte elektrikli yağlı radyatör, banyopan ve elektrikli su ısıtıcısı üretimi yaptıklarını; ürünlerini 12 ülkeye ihraç ettiklerini ve Şanghay yakınlarında kurulu pazarlama ofisleri yoluyla Çin'in kuzeyindeki 25 bölgede 40 dağıtımçı ile hizmet verdiklerini söyledi. Alanlarındaki toplam cironun 2,3 milyar avro olduğunu, sürekli büyüyen bu pazarın Çin'de şu anki %3'lük doğalgaz kullanımının öngörülen %12 düzeyine çıkmasıyla daha da çok büyüyeceğini belirterek konuşmasını tamamladı.

Son olarak söz alan İş Bankası Çin Temsilcisi **Tunç Türker**, ölçek ekonomisini Çin'in sağladığını, bundan yararlanmak isteyen şirketlerin Çin'de yatırım yapma düşüncesinde olduklarını, ancak nedenini tam olarak bilmeden, örneğin ihracata mı, iç pazara mı yönelik üretim yapılacak kararını vermeden, kısacası iyi bir araştırma yapmadan yatırım yapmamak gerektiğini belirtti.

Noyan Rona'nın da konuşmasında gündeme getirdiği Çin'den Türkiye'ye yönelik doğrudan yatırım konusuna dikkat çeken Türker, 2006 sonu itibarıyla 1 trilyon ABD Dolarını aşan tutarda rezerve sahip olan Çin'in bunu yatırıma dönüştüreceğini; lojistik konumumuzu iyi tanıtarak bu potansiyelden yararlanmamız gerektiğini söyledi.

Çin-Türk dış ticaretini de ele alan Tunç Türker, ihracatımızın 10-11 katı ithalat yaptığımıza değinerek, bu yüksek dış ticaret açığını azaltmak için Çin pazarının iyi araştırılması ve Türk ürünlerinin tanıtımına önem verilmesi gerektiğini belirtti. Çin'de kişi başına düşen yıllık GSMH'nin 1.700 ABD Doları olmasına karşılık, yılda 10.000 ABD Doları üstünde gelire sahip 65 milyonluk bir nüfus olduğunu, son zamanlarda Çin halkının tasarruftan tüketime yönlendirildiği de göz önüne alınca markalaşma ve imaj yönetiminin yanında sabırlı olup uzun vadeli düşünerek Çin'e yapılan ihracatın artırılabilceğini sözlerine ekledi. Çin halkının tüketim alışkanlıklarının da hızla değiştiğini, örneğin 10 yıl öncesine kadar pek kahve alışkanlığı olmayan Çin'de, bir öğle yemeğine ödeyecekleri paranın iki-üç katını bir fincan kahve için harcayan insan sayısının azımsanmayacak kadar çok arttığını, Starbucksların sayısının 74'e ulaştığını aktardı. Bu

nedenle ihracatı artırmak için Çin halkının tüketim alışkanlıklarını tanımının önemli olduğunu vurguladı.

Konuşmasının son bölümünü İş Bankası ve iştiraklerinin Çin'deki faaliyetlerine ayıran Türker, Şişecam'ın 1987 yılında Hong Kong'ta, 2000'de de Şanghai'da ofis açtığını; yine 2000 yılında 2,6 milyon ABD Doları olan ihracatının, 2006 yılsonu hedefinin 21 milyon ABD Doları olarak belirlendiğini söyledi. 2006 yılı içinde açılan İş Bankası Çin Temsilciliğinin yatırım danışmanlığı, ticari bankacılık gibi faaliyetlerde bulunduğunu, ayrıca kırk dört İş Bankası iştirakine yardımcı olduğunu belirterek konuşmasını tamamladı.