

ÇİN'İ ANLAMAK
ÇİN İLE İŞ YAPMAK

10.12.2019

*UNDERSTANDING & DOING
BUSINESS WITH CHINA*

K O N F E R A N S R A P O R U

TUŞİAD

I GİRİŞ



Bu rapor, Atılı Global'in katkılarıyla hazırlanmıştır.

Küresel ekonominin ağırlık merkezinin Batı'dan Doğu'ya kaydığı ve Asya kıtasının küresel ticaret, yatırım ve üretim ilişkileri içerisindeki konumunu hızla güçlendirdiği günümüzde dünyanın en büyük ikinci ekonomisi konumunda olan Çin, gerek iş dünyasının gerekse politika yapıcılarının gündeminde üst sıralardaki yerini koruyor. Çin bir yandan kendisi hızla değişir ve düşük maliyet avantajını kullanarak üretim ve ihracat yapan bir ülke konumundan katma değer ve teknolojiye ağırlık veren bir ekonomik aktör konumuna doğru evrilirken, diğer yandan küresel ekonominin gelişiminde de belirleyici ve şekillendirici oluyor. Yakın bir geçmişe kadar Türkiye de dahil olmak

üzere tüm dünya "Çin acaba bir tehdit mi yoksa fırsat mı?" tartışmasını yapıyordu; artık Çin'in yükselişini bir gerçek olarak kabul edip bu gerçeği iyi anlamak ve kendimizi de buna göre konumlandırmak için çaba sarf ettiğimiz bir dönemdeyiz.

TÜSİAD olarak bu çabalara bir katkıda bulunmak amacıyla 2012 yılından bu yana "Çin'i Anlamak ve Çin ile İş Yapmak" başlığı altında bir konferans serisi düzenliyor, Türkiye'den ve tüm dünyadan iş insanlarını, akademisyenleri, sivil toplum temsilcilerini ve kamu yetkililerini bir araya getirerek Çin'in nasıl değiştiğini

ve beraberinde içinde yaşadığımız dünyayı nasıl değiştirdiğini anlamaya çalışıyoruz. Şüphesiz ki, “Çin’i anlamak”, her şeyden önce “Çin ile iş yapmak” için olmazsa olmaz bir koşul. Ancak gelinen noktada “Çin’i anlamanın” sadece Çin ile iş yapanlar ya da yapmak isteyenler değil, yaşadığımız çağı anlamlandırmak isteyen herkes için şart olduğunun da bilincindeyiz. Bu nedenle konferanslarımızda farklı alanlardan farklı perspektiflere yer veriyor, farklı fikirlerin masaya yatırılarak tartışmaya açılmasını sağlıyoruz.

Bu yıl İstanbul Okan Üniversitesi bünyesindeki Konfüçyüs Enstitüsü ile işbirliği içerisinde düzenlediğimiz konferansımız bir taraftan Çin’in başlattığı Kuşak ve Yol Girişimi çerçevesinde Avrasya coğrafyasındaki ülkeler, ekonomiler ve toplumlar arasında bağlantıların güçlendirildiği, ortak yatırımlar ve altyapı projeleri vasıtasıyla ortak bir refah kuşağının oluşturulmaya çalışıldığı, ancak diğer taraftan da başta Amerika Birleşik Devletleri ve Çin arasında olmak üzere ticaret savaşlarının patlak verdiği, korumacılığın arttığı, tarifelerin yükseldiği bir döneme denk geldi. Konferansımızda öncelikle bu küresel ikilemleri anlamaya çalıştık. Bununla birlikte Çin’deki ekonomik, sosyal ve teknoloji alanındaki hızlı değişimi, Kuşak ve Yol Girişimi’ni, Çin’in küresel ekonomideki konumunu tartıştık. Diğer bir önemli konumuz da Türkiye ile Çin arasındaki ilişkiler oldu. Çin’in uygulamakta olduğu strateji ve politikaların Türkiye’ye yansımalarını ve ülkemizin bu büyük ekonomik güç ile olan ilişkilerini yapıcı ve sürdürülebilir bir şekilde nasıl şekillendirebileceğini değerlendirdik; Türk şirketlerinin Çin’deki deneyimlerini, Çin şirketlerinin Türkiye’deki deneyimlerini dinledik ve devlet yetkililerinin katılımıyla iki ülke arasındaki ilişkileri kamu perspektifinden ele aldık. Konferans öncesi süreçte ulaştırma ve lojistik, turizm ve bilgi ve iletişim teknolojileri olmak üzere üç sektör için düzenlediğimiz ve sektör temsilcileri ile kamudan paydaşları bir araya getirerek politika önerileri ürettiğimiz sektörel toplantılar da konferanstaki tartışmalar için zengin bir bilgi altyapısı oluşturdu.

Çincece bir tabir vardır: “不学无术” (bù xué wú shù), Türkçeye çevirecek olursak: “Öğrenmeden yetkin olunmaz.” Türk iş dünyası olarak Çin’in başat bir aktör olduğu küresel ekonomide kendimizi doğru konumlandırmak için Çin konusundaki yetkinliğimizi artırmak zorundayız. Bunun için de sürekli bir öğrenme halinde olmamız, Çin’i yakından takip etmemiz, Çin’deki değişimi anlamamız gerekiyor. TÜSİAD olarak gerek “Çin’i Anlamak ve Çin ile İş Yapmak” konferans serimiz gerekse Çin’e yönelik diğer etkinliklerimizle bu öğrenme sürecine katkıda bulunmaya devam edeceğiz.



10 Aralık 2019, InterContinental Hotel, İstanbul

08.30 Kayıt

09.00 Açılış Konuşmaları

10.00 I. Oturum: Çin’de Ekonomik – Sosyal – Teknolojik Gelişmeler

11.30 Kahve arası

11.45 II. Oturum: Türk Şirketlerin Çin’de İş Yapma Deneyimleri

13.00 Öğle yemeği

14.00 III. Oturum: Çinli Şirketlerin Türkiye Deneyimleri ve İşbirlikleri

15.30 Kahve arası

15.45 IV. Oturum: Kamu Perspektifinden Türkiye - Çin İlişkileri

17.00 Kapanış



I AÇILIŞ KONUŞMALARARI

TÜSİAD'ın "Çin'i Anlamak, Çin ile İş Yapmak" konferans serisinin 5'si, 10 Aralık 2019 tarihinde İstanbul Intercontinental Hotel'de gerçekleştirildi. Almanya Eski Cumhurbaşkanı ve KOBİ'ler Küresel Birliği (GASME) Başkanı Christian Wulff'un onur konuğu olduğu konferansın açılış konuşmalarını TÜSİAD Çin Ağı Başkanı Korhan Kurdoğlu, İstanbul Okan Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Bekir Okan, Çin Halk Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosluğu Ticaret Konsolosu Huang Songfeng, T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakan Yardımcısı Selim Dursun ve TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Simone Kaslowski yaptılar.

Korhan Kurdoğlu
TUSIAD ÇİN AĞI BAŞKANI

- 1978'den itibaren dışa açılarak hızla kalkınan ekonomisiyle Çin bugün de dikkatleri üzerine çekmeye devam ediyor. Ticaret ve yatırım hacimleri artmaya devam eden Çin, bugün küresel ekonomik büyümenin yüzde 28'ine karşılık geliyor. Çin'in kalkınması Türkiye de dahil olmak üzere tüm dünya için yeni fırsatlar yaratıyor.

- Çin artık sadece dünyanın üretim üssü değil, aynı zamanda dünyanın en büyük ithalatçılarından birisi konumunda. İlk 2018'de yapılan Çin Uluslararası İthalat Fuarı'na bu sene Türkiye'den 54 şirket ve 15 endüstri kuruluşu katıldı. Bu fuar geçmiş yılların en bilindik fuarı olan Canton İhracat Fuarı'nın 126 yıllık ticari başarısını yakalayacağı benziyor.

- Çin hızla yeni ekonomiye doğru ilerliyor. Bu çerçevede özellikle teknoloji, yapay zeka ve yenilenebilir enerji alanında yapılan yatırımlar ciddi bir şekilde artıyor. Ar-Ge'ye yapılan yatırımlar, 2000'deki 12,5 milyar yuan seviyesinden bugün 1,9 trilyon yuan'a kadar geldi. Çin uzay araştırmalarında da lider olmayı amaçlıyor.

- Türkiye olarak Asya'daki en büyük ticaret ortağımız olan Çin ile ilişkilerimizi daha da kuvvetlendirmeliyiz. 2018, Çin'de Türkiye Turizm Yılı'ydı, bu sebeple Türkiye'ye gelen Çinli turist sayısında ciddi bir artış oldu. 2019 sayısında ivme kaybetmesine karşın turist sayısı artmaya devam ediyor.

- Demir İpek Yolu, Türkiye ile Çin arasında önem

taşıyan işbirliği konularının başında geliyor. Bakü-Tiflis-Kars demiryolu hattının Xi'an ile bağlanması ve Marmaray ile Avrupa'ya geçişin sağlanması bu açıdan önemli bir gelişme oldu. China Railway Express'in ilk treni 7 Kasım'da Türkiye'den geçerek Avrupa'ya gitti ve bu tren, Marmaray üzerinden Asya'dan Avrupa'ya geçen ilk yük treni olarak tarihe geçti. Bu şekilde demiryolu üzerinden taşımacılık sayesinde Çin'den Avrupa'ya nakliyatın süresi bir aydan 12 güne kadar iniyor. Ulaştırma bağlantılarının güçlenmesi toplumsal ve kültürel etkileşimi de artıracak.

- TÜSİAD'ın Çin'e yönelik faaliyetleri artarak devam ediyor. 2015 yılında kurulan Çin Ağı, en kapsamlı etkinliği olan "Çin'i Anlamak, Çin ile İş Yapmak" konferansının yanı sıra Çin ile ilgili gelişmeleri yakından takip edip ilgili paydaşlarla faaliyetler düzenliyor. Bu kapsamda Çin'in farklı eyaletlerinden gelen resmi heyetlerle bir araya geliniyor, sektörel yuvarlak masa toplantıları düzenleniyor, üyesi olduğumuz Business Europe'un Çin ile ilgili çalışmalarına katkı sağlanıyor. Şanghay'daki ağ da faal durumda.

- Türk iş çevreleri Çin ile ilgili olarak en büyük sıkıntıyı vize konusunda yaşıyorlar. Bu alandaki girişimlere T.C. Pekin Büyükelçiliği'nin desteği ile devam edilecek.

- Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçisi, 2021 için üç hedef ortaya koydu: 1. Çin'in Türkiye'den yaptığı ithalatı iki katına çıkartması; 2. Çin'in Türkiye'ye yaptığı doğrudan yatırımı iki katına çıkartması; 3. Çin'den Türkiye'ye gelen turist sayısının iki katına çıkartılması.

Bekir Okan İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ MÜTEVELLİ HEYETİ BAŞKANI

- Ülke ekonomilerin birbirine giderek daha fazla bağımlı hale geldiği bir dünyada yaşıyoruz. Küreselleşme hayatın her alanında kendisini belli ediyor. Savaşların artık yerini işbirliğine bırakması gerekiyor. Kuşak ve Yol Girişimi de bu işbirliğini amaçlayan, hem içerisindeki ülkelerin ekonomilerini hem de bütün olarak küresel ekonomiyi destekleyen bir oluşum. Türkiye'nin de gerek Tarihi İpek Yolu'ndaki rolü, gerekse jeopolitik konumu nedeniyle bu projede yer alması çok önemli.

- Ülkeler arasındaki işbirliğinin geliştirilebilmesi için aynı dili konuşuyor olmak gerekiyor. İstanbul Okan Üniversitesi, Türkiye'de ilk Çince Mütercim-Tercümanlık bölümünü 2009'da kurdu. Mezunlarla birlikte öğrenci sayımız bine ulaştı. Üniversitemiz ve Okan Koleji, ülkemizde hala eksikliği hissedilen Çin uzmanı yetiştirmeye, Çince bilen üniversite mezunları yetiştirmeye büyük önem veriyor. Konfüçyüs Enstitüsüne de ev sahipliği yapıyoruz. Mezunlarımız Türkiye'deki Çin şirketlerinde ya da Çin'de çalışarak iki ülke arasındaki ilişkilere büyük katkılar sağlıyorlar.

- Her yıl Türkiye'ye 400 bin Çinli turist geliyor. Bu sayıyı 10 milyona çıkarmak hedefimiz olmalı. Bu hedefe 'İş Yaşamına En Yakın Üniversite' olarak gereken desteği vereceğiz.

- Çinli öğrencileri Türkiye'ye daha fazla çekmemiz lazım. Şu anda Çinli öğrenciler lisans ve lisansüstü eğitim için daha çok ABD'yi ve Avrupa'yı tercih ediyorlar; Türkiye pek tercih edilmiyor. Örneğin, üniversitemizdeki yabancı öğrenci sayısı şu anda 700 iken bunların sadece 4'ü Çinli. Türk öğrenciler Çin'e gidiyorlar ama Çinli öğrenci Türkiye'ye gelmiyor.

Huang Songfeng ÇİN HALK CUMHURİYETİ İSTANBUL BAŞKONSOLOSLUĞU TİCARET KONSOLosu

- Çin ile Türkiye arasındaki dostluğun sadece bizim kuşağımız değil gelecek nesillerde de sürmesi için kurumların sorumluluk üstlenmesi önem taşıyor. Türkiye ile olan ilişkilerimizi, işbirliğimizi ve dostluğumuzu önemsiyoruz.

- Üniversiteler, Çin ile Türkiye halkları arasındaki diyalogun ve dostane ilişkilerin ileride de güçlenerek sürmesi adına önemli bir işlev görüyorlar.

- Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yakın bir zamanda dile getirdiği gibi Türkiye ekonomisinin güçlü ve sağlıklı olduğuna inanıyoruz. Ancak Türkiye ekonomisi hakkında Çin basını da dahil olmak üzere dünya üzerindeki farklı basın ve medya kuruluşlarının sadece eleştirmiş olmak ve dikkat çekmek için gerçekten uzak haber yaptıklarını da biliyoruz.

- Taraflar farklı görüşlere sahip olabilirler; ancak güçlü bir iletişim söz konusuysa, işbirliğini de geliştirmek mümkün olacaktır. Bu Türkler ve Çinliler için de geçerli.

- Çin'in kalkınma sürecinde tüm dünyaya ihtiyacı var. Ancak dünyanın da Çin'i doğru anlaması gerekiyor. Birbirimizi doğru şekilde anlamalı ve anlatmalıyız.

- Çin'de sorumluluk anlayışı ve disiplin çok önemlidir.

Simone Kaslowski TÜSİAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI

- Kırk yılı aşkın bir süredir devam eden ekonomik reform ve dışı açılım sürecinin ardından bugün Çin, uluslararası düzenin şekillenmesinde lider oyuncularından biri oldu. Tüm dünyada korumacılığın arttığı bir dönemde, kural temelli ve çok taraflı ticaret sistemini desteklemek konusunda Çin önemli bir rol oynayacaktır. Dünya ticaret sisteminde gerçekleştirilmesi arzu edilen reformlar, ancak Çin ile birlikte mümkün olabilir; küreselleşme ancak Çin ile bir dönüşüm yaşayabilir.

- Çin, teknoloji anlamında büyük bir dönüşüm yaşıyor; yapay zeka, nesnelerin interneti, bulut teknolojileri, 5G teknolojisi ve büyük veri analizi alanında Çin, ABD ile birlikte dünyanın iki büyük ülkesinden biri. Bu iki ülke bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründeki toplam katma değerın yüzde 40'ını üretiyor.

- 'Made in China 2025' planı ile Çin, düşük maliyetli bir imalat merkezinden dünya teknoloji gücüne dönüşmeyi amaçlıyor. Bu kapsamda sadece bilgi ve iletişim teknolojileri alanında gelişim değil, aynı zamanda bu imkanların diğer sektörler tarafından daha etkin kullanılması da hedefleniyor.

- Çin'de büyüyen ve refah seviyesi artan bir orta kesim var. Bu kesimin tüketim alışkanlıkları da değişiyor ve turizm amaçlı olarak yurtdışına daha çok çıkıyorlar. Çin şu anda yurtdışına en fazla turist gönderen ülke konumundadır.

- Türkiye, Çin'i sadece kısa vadeli finansman kaynağı olarak değil, uzun vadede kalkınmasında ana paydaşlardan biri olarak görüyor. Mevcut durumda finans, enerji, bilgi ve iletişim teknolojileri sektörlerinde Çin'den ülkemize gelmiş olan yatırımdan çok memnunuz. Türkiye ile Çin arasında uzun yıllardan bu yana var olan ticaret dengesizliğini gidermek için, Çin'den uzun dönemli doğrudan yatırımların artmasını, iki ülke arasındaki ortaklıkların çoğalmasını ve daha çok Çinli turistin ülkemize gelmesini çok önemsiyoruz.

Bu anlamda, altyapı, lojistik, yenilenebilir enerji, gıda ve turizm alanlarında büyük bir işbirliği potansiyeli var. Kuşak ve Yol Girişimi, İpek Yolu'nun doğal bir parçası olan Türkiye'ye önemli fırsatlar sunuyor. Ülkemizin uzun dönemde kalkınması için bu girişim önemli bir fırsattır.

- Türkiye ile Çin hükümetleri arasındaki karma ekonomik komisyon toplantısı en son 2009 yılında Pekin'de düzenlenmişti. Bu toplantıların yeniden yapılması ve özel sektörün de dahil edilmesi önemlidir.
- İki ülke arasındaki güveni sağlamlaştırmak için iş dünyası ve eğitim dünyasında ortak projeler hayata geçirilmelidir. TUSİAD olarak Kuşak ve Yol Girişimi'ni 2013 yılında ilk açıklandığından beri yakından takip ediyoruz. Çin ile işbirliklerini geliştirmek için kamu kurumlarının öncülüğünde Çin'i düzenli olarak ziyaret ediyoruz. Türkiye'de faal olan Çinli firmaları da TUSİAD üyesi olmaya davet ediyoruz.
- Çin ile ilişkilerde vize konusu kilit önem arz ediyor. Türk iş dünyası olarak vize konusunda büyük zorluklar yaşıyoruz. Türk ve Çinli yetkililer arasında bu konuda daha fazla ve düzenli diyalog geliştirilmesi gerekiyor.

Selim Dursun

T.C. ULAŞTIRMA VE ALTYAPI BAKAN YARDIMCISI

- Küresel ekonominin çekim merkezi Doğu'ya doğru kayıyor. Ülkeler arasındaki ticaret gelişirken küreselleşen tedarik zincirlerine, ulaştırma ve lojistik hizmetlerine olan talep de artıyor. Bu talebin karşılanabilmesi için ise kalitenin tesis edilmesi şart.
- Ulaştırma ve lojistik ile ilgili politikaların oluşturulmasında 'koridor perspektifini' geliştirmek önem kazanıyor. Ulaştırma koridorları, güzergah üzerindeki lojistik hizmetlerini, sınır geçişlerini ve çok taraflı ulaştırma teknolojilerini de içeriyor.
- Dünyanın en büyük üreticisi ve ihracatçısı olan Çin, ekonomisini dünya ile daha da etkin bir şekilde entegre etmek ve tarihi İpek Yolu'nu canlandırmak için Kuşak ve Yol Girişimi'ni hayata geçirdi. Bu girişim, Avrasya coğrafyasında kurulması hedeflenen devasa ulaştırma, altyapı ve enerji ağı nedeniyle önem arz ediyor. Biz de söz konusu girişime büyük önem veriyoruz. Kuşak ve Yol Girişimi'nin ekonomik, siyasal ve sosyal açıdan yeni bir oluşum anlamına geldiğinin farkındayız. Bu kıtalararası stratejik bir projedir ve bir ulaştırma ve barış koridoru olarak da görülebilir.
- Türkiye, Çin için Avrupa pazarına ulaşma yolunda üç kıtanın kesiştiği noktada transit geçiş sağladığı için önem taşıyor. Türkiye, Kuşak ve Yol Girişimi'nin orta koridorunda yer alıyor ve bu çerçevede Bakü-Tiflis-Kars demiryolu projesi merkezi bir konumda bulunuyor. Bu demiryolu üzerinden gelen yük, Marmaray üzerinden 18 günde doğrudan ya da limanlara aktarılarak deniz yolu üzerinden Avrupa'ya iletilebiliyor. Kuşak ve Yol Girişimi üzerinden yapılacak işbirliği bize istikrar ve refah temelli yeni bir dönem getirecektir ve bu, bölgesel stratejik hedeflerimizle de uyum sağlar. Güzergah üzerindeki ülkelerle işbirliğimizi artıracaktır.
- Bakanlık olarak geliştirmekte olduğumuz birçok yeni proje var ve hızlı tren hatları da bunlara dahil.

Demiryolu hatlarına yönelik toplam değeri 40 milyar doları bulan altyapı çalışmaları için destek alıyoruz.

- Dijital İpek Yolu yeni bir oluşum olarak karşımıza çıkıyor. İnternet altyapısını güçlendirmek, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında tüm ülkelerin ortak çıkarlarına hizmet edecektir. Bu proje ile Asya ile Avrupa arasında etkili bir telekomünikasyon bağlantısı hedefliyoruz.



I. OTURUM: ÇİN'DE EKONOMİK, SOSYAL, TEKNOLOJİK GELİŞMELER

Konferansın ilk oturumunda Çin'deki ekonomik, sosyal ve teknolojik dönüşüm mercek altına alındı. Bu kapsamda Çin ekonomisindeki güncel gelişmeler ve gelecek beklentileri; Çin'in yabancı doğrudan yatırımları; Çin'in ABD ile ekonomik ilişkileri, ticaret savaşları ve küresel yansımaları; Çin'deki toplumsal gelişmeler ve trendler; ve 'Made in China 2025' ışığında teknoloji alanındaki gelişmeler değerlendirildi.

Bir dönem çift haneli büyüme oranları sergileyen Çin ekonomisinde büyümenin son dönemlerde hız kestiği ve yüzde 6'lar seviyesine indiği görülüyor. Ancak bu noktada sadece son dönemin büyüme rakamına bakarak Çin ekonomisinin düşüşte olduğu gibi bir sonuç çıkarmak yerine, orta ve uzun vadeye odaklanarak iki konuyu göz önünde bulundurmak gerekiyor. Birincisi, Çin'in 1970'lerin sonunda başlayan küresel ekonomiyle entegre olma ve ihracat odaklı olarak büyüme süreci sayesinde ülkenin üretim, tüketim ve genel olarak ekonomik refah seviyesinin üst düzeylere ulaşmış olduğudur. Çin'de üretim hem hacim hem de katma değer açısından gelişim kaydetti; genel anlamda ülkede refah seviyesinin yükselmesi tüketimin artmasına ve aynı zamanda bireylerin tüketim tercih ve önceliklerinin değişmesine yol açtı.

Moderatör:

- Özlem Özünler, TÜSİAD Ekonomi ve Finans Yuvarlak Masa Başkan Yardımcısı

Panelistler:

- Doç. Dr. Haiyan Zhang, Neoma Business School Öğretim Üyesi
- Ye Xiang, VisionGain Capital Ltd Genel Müdürü
- Dr. Altay Atlı, Atlı Global Danışmanlık Direktörü ve Koç Üniversitesi Öğretim Görevlisi
- Denise Zhou Dan, HSBC MENAT Çinli Çok Uluslu Şirketler Bölge Başkanı
- Dr. Andrea Goldstein, OECD Finansal ve Şirket İşleri Bölümü Kıdemli Ekonomisti

İkinci olarak ise, Çin'de büyümenin hız kesmesinin süregelen bir yapısal dönüşüme işaret ettiğini belirtmek gerekiyor. Çin uzunca bir dönem yoğun altyapı ve sanayi yatırımları, bu yatırımları finanse eden yüksek tasarruf oranları, emek yoğun ve düşük katma değerli üretim, ve bu üretimin maliyetten kaynaklanan rekabet avantajıyla ihracata yönlendirilmesi sayesinde dünya pazarlarında büyük paylar elde etti. Ancak bu model artık sürdürülebilirliğini yitirdi. Başta iş gücü olmak üzere maliyetler yükseldi, ihracat hem arz hem de talep tarafında bir zayıflama yaşadı, yüksek yatırım oranları birçok sektörde atıl kapasite sorununa yol açtı. Bugün Çin ekonomisi, düşük maliyet yerine yüksek katma



Özlem Özünler
TÜSİAD Ekonomi ve Finans
Yuvarlak Masa Başkan Yardımcısı



Doç. Dr. Haiyan Zhang
Neoma Business School Öğretim
Üyesi



Ye Xiang
VisionGain Capital Limited Genel
Müdürü



Dr. Altay Atlı
Koç Üniversitesi Öğretim Görevlisi,
Atlı Global Danışmanlık Direktörü



Denise Zhou Dan
HSBC MENAT, Çinli Çok Uluslu
Şirketler Bölge Başkanı



Andrea Goldstein
OECD Finansal ve Şirket İşleri
Bölümü Kıdemli Ekonomist

değerden rekabet avantajını sağlayan, ihracatın yanı sıra iç tüketime odaklanan, yatırımlarda nicelikten çok niteliğe, teknolojiye ve inovasyona ağırlık veren bir yapıya doğru evriliyor. Çin ekonomisinde çift haneli büyüme oranları getiren düşük maliyetli üretim ve ihracat yerine, daha mütevazı büyüme oranları sağlayacak ancak sürdürülebilir bir modele doğru bir dönüşüm söz konusu.

Teknolojik atılım

Çin'in ekonomideki yapısal dönüşümünün en temel unsurunu, emek yoğun bir üretim tarzından teknoloji yoğun bir modele geçiş için yapılan yatırımlar oluşturuyor. Çin, panelde de ifade edildiği gibi, "dünyanın fabrikası rolünden dünyanın laboratuvarı rolüne geçiş" yapıyor. Çin firmaları Ar-Ge'ye yüksek miktarlarda yatırım yapıyorlar ve Ar-Ge harcamalarının toplam gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı bakımından Çin, yüzde 2,2'lik oranıyla ABD ve Almanya'yla rekabet eder durumda. Diğer yandan, Çin firmaları birleşme ve satın almalar yoluyla yurtdışındaki teknolojik varlıklara da sahip oluyorlar. Çin'in yer aldığı küresel tedarik zincirleri teknoloji transferini tetikleyen diğer bir faktör olarak önem kazanıyor. Çin teknolojik atılımı sayesinde katma değer zincirinde üst seviyelere tırmanıyor ve bunun bir sonucu olarak da daha düşük seviyelerdeki emek yoğun üretim Çin'den çıkarak artık maliyetlerin halen daha düşük olduğu ülkelere gidiyor.

Çin'in son dönemlerdeki teknolojik atılımını en kapsamlı şekilde ortaya koyan somut girişim ise Çin hükümeti tarafından 2015 yılında başlatılmış olan 'Made in China 2025' planı. Bu plan kapsamında öncelikli olarak belirlenmiş on sektörde Çin'in üretimin her aşamasında teknoloji içeriğini ve katma değeri artırarak 2025'e kadar dünya lideri olması öngörülüyor. Başka bir deyişle, Çin bir dönem düşük

maliyet sayesinde elde ettiği liderliği, artık yüksek teknoloji ile korumayı hedefliyor.

Yabancı yatırımlar

Dünyanın en büyük ikinci ekonomisi olan Çin, hem yüksek miktarlarda yabancı yatırıma ev sahipliği yapıyor ve yatırım çekmeye devam ediyor, hem de kendisi diğer ülkelerde yatırımlarını artırıyor. Son birkaç yıl içerisinde Çin'deki yabancı yatırım mevzuatında yapılan iyileştirmeler, ülkede yabancı sermaye için daha olumlu bir iş yapma ortamı oluşmasını sağladı. Bu kapsamda yabancı yatırıma gerilen kısıtlamalar azaltıldı, yabancı sermayenin girmesine izin verilmeyen sektörlerin sayısı 48'den 40'a indirildi, yabancı şirketler için pazar erişimi ve kamu ihalelerine katılım kolaylaştırıldı, yabancı yatırımcılarla yerel firmaların oluşturduğu ortak girişimlerin tabi olduğu mevzuat iyileştirilerek iş kurma süreçleri kolaylaştırıldı. Bunun sonucu olarak Çin, Dünya Bankası'nın dünya genelinde iş yapmanın kolaylığını ölçen sıralamalarında üst sıralara tırmanmaya başladı.

Çin'in son yıllarda yurtdışında yaptığı doğrudan yatırımlarda bir artış yaşanıyor. Çin'in büyük miktarda bir cari fazlası var ve bu fazla, yurtdışında yatırımlarda değerlendiriliyor. Her yıl 200-300 milyar dolarlık bir kaynağın bu şekilde yurtdışı yatırımlarında kullanıldığı ifade ediliyor. Bununla birlikte, yurtiçinde artan tasarruf oranlarının da yurtdışında yatırımın finansmanına katkı sağladığı belirtiliyor. Diğer yandan, Çin para biriminin uluslararası bir para birimi haline gelmesinin Çin'in dışarıdaki yatırımlarına hız kazandıracağı da sıklıkla dile getirilen bir görüş. Uluslararası ticarette kullanım açısından 2011 yılında dünyada 11. sırada yer alan Çin parası renminbi, 2019 itibarıyla 6. sıraya yükselmiş durumda, ancak bu anlamda dolar ya da euro'nun seviyesine

yaklaşabilmesi için oldukça uzun bir mesafe kaydedilmesi gerekiyor. Uluslararası ticarette yerel para birimlerinin kullanılmasının teşvik edilmesi için yapılan girişimler, renminbi kullanımının artmasını destekliyor, ancak halen Çin'in dış ticaretinin ancak yüzde 30'u yerel para ile gerçekleştiriliyor. Ticarette yerel paraların kullanılması işlemlerde şeffaflık ve esneklik sağlayacağı gibi, yabancı firmalar için Çin pazarına erişimin de kolaylaşması anlamına geliyor.

Kuşak ve Yol Girişimi, Çin'in yurtdışındaki yatırımlarını şekillendiren yeni bir yaklaşım olarak ön plana çıkıyor. Şu ana kadar dünya genelinde 138 ülke doğrudan ya da dolaylı olarak Kuşak ve Yol Girişimi'ne katılmış durumda. Yatırımlar ticareti de tetikliyor; Kuşak ve Yol Girişimi'ne dahil ülkelerle Çin arasındaki ticaret son bir yıl içerisinde yüzde 16 oranında artmış durumda. Çin'in yurtdışındaki yatırımlarının sektörel dağılımına bakıldığında ise altyapı, inşaat ve imalat gibi sektörler gündemde daha fazla yer alsa da rakamsal olarak en fazla yatırımın enerji alanında yapıldığı görülüyor ve bu alanda kömürden petrole, yenilenebilir enerjiden güneş enerjisine kadar geniş bir yelpaze söz konusu. Coğrafi olarak ise Çin firmaları dünyanın dört bir tarafında faaliyetlerini sürdürmekle beraber, Kuşak ve Yol Girişimi'nin aşama kaydettiği güzergâh ülkelerinde bir yoğunlaşma olduğu görülüyor. Pakistan, Güneydoğu Asya ülkeleri ve son dönemlerde de Orta ve Doğu Avrupa bu kapsamda ele alınabilir. Bölgede yaşanan tüm istikrarsızlıklara rağmen Ortadoğu Çin yatırımları açısından giderek daha fazla gündeme geliyor. Ortadoğu ülkeleri ya kendi ekonomik kalkınmalarını sağlamak amacıyla bir dönüşüm sağlamak çabasındalar, ya da Irak ve Suriye gibi ülkelere çatışma sonrası yeniden inşa ve imar için ciddi ihtiyaçlar var. Her iki durumda da Çin yatırımının fayda sağlayacağı ve bu nedenle ilgili ülkeler tarafından Çin'in katkısına sıcak bakıldığı gözlemleniyor.

Türkiye'nin coğrafi konumu nedeniyle, Kuşak ve Yol Girişimi ve genel olarak Çin yatırımları açısından cazip olduğu sıklıkla dile getiriliyor ve Çinli firmaların önümüzdeki dönemde Türkiye'deki faaliyetlerini artırmaya niyetli oldukları belirtiliyor. Türkiye açısından ise Çin yatırımları, ülkenin sürdürülebilir kalkınma sürecine sağlayacağı katkılar açısından önem taşıyor ve bu anlamda da teknoloji konusu ön plana çıkıyor. Türkiye kendi teknoloji kapasitesini geliştirmek için çaba gösteren bir ülke. Bu durumda olan ülkelerin bir yandan başta insan kaynakları ve kurumlar olmak üzere kendi kapasitesini artırması, diğer yandan da teknolojiye halihazırda sahip olan ülkelerle işbirliği yapması gerekiyor. Kendisi bir teknoloji atılımı içerisinde olan Çin, Türkiye için bu alanda iyi bir partner olabilir. Örneğin, Çin'den Türkiye'ye demiryolu alanında bir yatırım gelecektse, ilk sorulması gereken soru şu oluyor: Demiryolları, 'Made in China 2025'te öncelikli olarak belirlenmiş bir sektör de olduğuna göre, bu yatırım Türkiye'ye ne kadar teknoloji transferi imkânı sağlayacak, Türkiye'nin kendi teknolojik kapasitesini geliştirmesi açısından nasıl bir katkısı olacak?

Ticaret savaşları

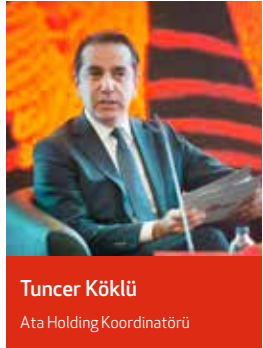
2018 yılında ABD yönetimi tarafından Çin'den ithal edilen belirli ürünlerin üzerindeki tarifelerin artırılmasıyla başlayan ve karşılıklı misillemelerle birlikte zaman içerisinde neredeyse iki ülke arasındaki ticaretin tamamının artırılmış tarife kapsamına girmesine yol açan ticaret savaşları her iki ülke ekonomisini olumsuz yönde etkiliyor. Tüm dünyada korumacılığın arttığı bu dönemde çok taraflı ticaret liberalizasyonu ve genel olarak serbest ticaret paradigması oldukça zor bir dönemece girmiş durumda. Bu süreçte ülkelerin çeşitlendirmeye artan bir önem verdikleri, başka bir deyişle tek bir tarafa fazlasıyla bağımlı kalıp zor duruma düşmemek için

ticaret ortaklarının sayısını artırma yoluna gittikleri görülüyor. Çin de bu sürecin bir parçası; örneğin eskisi kadar ABD'den tarım ürünü almayan Çin, bu alanda ABD'ye bağımlı kalmamak için tarım ürünü aldığı ülkelerin sayısını artırmak için girişimlerde bulunuyor.

Sonuç

Çin ekonomisi yapısal bir dönüşüm içerisinde; düşük maliyet yerine yüksek katma değerden rekabet avantajını sağlayan, ihracatın yanı sıra iç tüketime odaklanan, yatırımlarda nicelikten çok niteliğe, teknolojiye ve inovasyona ağırlık veren bir yapıya doğru evriliyor ve bu süreç içerisinde Çin'in büyümesi de hız kesiyor. Çin'in bu dönüşüm sırasında karşı karşıya olduğu bir takım meydan okumalar var. ABD ile devam etmekte olan ticaret savaşları ve genel olarak küresel ekonomide artan korumacılık eğilimleri, bugüne değin ekonomik büyümesini küresel ekonomiye açılarak ve serbest ticaretten faydalanarak sağlayan Çin için bir tehdit oluşturuyor. Diğer yandan, Çin'deki piyasa yanlısı söyleme rağmen devletin ekonomi üzerindeki müdahalesinin ve planlamacı paradigmanın giderek güç kazanması, ekonominin asıl yaratıcı ve verim sağlayan kesimi olan özel sektörün gelişimi açısından soru işaretleri oluşturuyor. Ekonominin bu kırılganlıklarına rağmen, Çin elindeki büyük sermaye birikimini yurtdışı yatırımlar vasıtasıyla değerlendirmeye devam ediyor ve bu açıdan Kuşak ve Yol Girişimi faydalı bir çerçeve oluşturuyor. Çin'den yatırım alan, Türkiye dahil birçok ülke için, Çin sadece parasal anlamda sermaye çekmek açısından değil teknoloji, altyapı, enerji gibi alanlarda da kendi kalkınma ihtiyaçlarının karşılanmasına katkıda bulunabilecek bir ülke. Ancak korumacılığın arttığı bir dünyada her ülkeye olduğu gibi Çin'e de fazlaca bağımlı hale gelmenin yaratabileceği tehditlerin de göz ardı edilmemesi gerekiyor.





II. OTURUM: TÜRK ŞİRKETLERİNİN ÇİN'DE İŞ YAPMA DENEYİMLERİ

Konferansın ikinci oturumunda Çin'de faaliyeti olan Türk şirketlerinin temsilcileri deneyimlerini paylaştılar. Çin iş hayatındaki farklı normlar, Çin'de yatırım yaparken öne çıkan hususlar, kültürel farklılık ve hassasiyetler, Çin'deki teknolojik gelişmelerin şirketlere etkisi ve finansman imkanları tartışılan konuların arasında yer aldı.

Moderatör:

- Tuncer Köklü, Ata Holding Koordinatörü

Panelistler:

- Murat Kolbaşı, Arzum Yönetim Kurulu Başkanı
- Doruk Keser, Türkiye İş Bankası Şangay Baştemsilcisi
- Alp Üstüngör, Türkiye Çin 86 Platformu Başkanı
- Can Hızıroğlu, Era Architecture Ortağı
- Onur Yavuz, Softtech Çin Genel Müdürü

Çin, Türk şirketlerinin Batı'daki geleneksel pazarlarına göre nispeten yeni girdikleri, yeni keşfettikleri ve yeni yerleştikleri bir pazar. Bununla birlikte, Çin'de faaliyet göstermenin ve/veya Çinli firmalarla iş yapmanın kendine has birtakım zorlukları var. Bunlar aşılamayacak zorluklar değil ve halihazırda birçok Türk şirketi Çin operasyonlarını başarıyla sürdürüyor; ancak bunun için de belirli hususlara dikkat etmek ve doğru bir strateji izlemek gerekiyor. Çin deneyimi olan

Türk iş insanlarına göre, Çinli muhataplarla sağlıklı bir ilişki kurmanın temelinde üç olmazsa olmaz şart var: 1. Dil engelini aşmak ve aynı dili konuşmak; 2. Tevazu göstermek; 3. Sosyalleşmek ve Çin'de yerel bir aktör olmak.

Dil engelini aşmak

Çin'de iş yapan birçok Türk firması dil konusundaki engeli kendi uygulamalarıyla aşıyor. Bazı firmalar bu sorunu güvenilir bir Çinli ortak bularak çözüyorlar. Bazı firmalar ise sektörleri gereği farklı bir konumdalar; örneğin teknoloji sektöründe geçerli dil İngilizce olduğundan bu alandaki şirketler İngilizcesi iyi olan, mümkünse ABD'de eğitim almış, Çinli personelle çalışıyorlar ve Çince gerektiren durumlarda da, örneğin kaynakların taranması ya da nihai müşteri ile ilişkilerin tesis edilmesinde, bu personelden fayda sağlıyorlar. Bununla birlikte Çince dil becerisi, sadece bireyler arası ilişkiler için değil, hukuki meselelerde de gerekli oluyor. Çin'de yerleşik olan Türk şirketleri tüm hukuksal sürecin içinde yer almak durumundalar ve bunun için de genellikle yerel bir hukuk ve danışmanlık bürosuyla çalışılıyor. Sözleşmeler genellikle kısa dönemleri kapsıyor, Çin hukukuna göre düzenleniyor ve Çince metinleri içeriyor. Bu tür metinlere hâkim olmak, şirketin menfaatini korumak ve ileride istenmeyen bir durumla karşı karşıya kalmamak için elzem oluyor.

Tevazu göstermek

Çin'e giden başta Batı ülkelerinden olmak üzere yabancı firmaların sıkça yapmış oldukları bir hata Çin'e ve Çinlilere üstenci bir yaklaşımla bakmak ve ders verir bir tavır takınmak oldu. Halbuki karşılıklı saygı prensibi doğrultusunda, tevazuya dayalı, eşitler arası bir ilişki tesis etmek, Çin'de sağlıklı iş ilişkileri kurabilmenin en temel koşulu. Panelde bir konuşmacı tarafından dile getirildiği gibi "(Çin'de) Türkiye'nin Batılı değerleriyle övünmemek lazım. Tevazu çok önemli". Yine benzer şekilde Çin'in de içerisinde bulunduğu coğrafyayı, 19. Yüzyılın Batılı sömürgeci anlayışından kalma bir ifade ile 'Uzakdoğu' olarak tanımlamak yerine, daha objektif ve coğrafi tarafı ön plana bir tabiri kullanmak, örneğin 'Doğu Asya', daha doğru bir yaklaşım oluyor.

Sosyalleşmek ve yerel bir aktör olmak

Çinli paydaşlarla aynı dili konuşmak ve tevazu ile eşitler arası bir ilişki tesis etmek, sosyalleşmeye ve Çin'de gerçek anlamda bir yerel aktör olmaya giden kapıyı da açacak anahtarlar. Bununla birlikte, Çin kültürüne adapte olmak gerek iş yapma konusunda gerekse günlük hayata dair kişisel ilişkilerde bu kültürü özümsemek, Çin pazarında yerelleşmenin zorunlu şartları olarak nitelendiriliyor. Örneğin, Çin ile çalışırken sadece iş değil ortak kültürel aktiviteler örneğin yemeklere katılmak çok önemli. Çin'de seri bir şekilde hızlı iş görüşmeleri yapmak mümkün değil, bu pazarda başarılı olan Türk şirketleri günde en fazla 2-3 tane görüşme yapmayı amaçlamanın ve her zaman davet edilen yemeklere katılmanın önemine dikkat çekiyorlar. Çinliler ile iş yaparken onları tanımaya çalışmak, onlarla iş kapsamı dışında da birlikte vakit geçirmek, hatta ailevi ilişkileri güçlendirerek onları Türkiye'ye davet etmek çok değerli oluyor ve fark yaratıyor. Çin tarihini ve kültürünü iyi bilmek, sosyal hayatın içerisinde olmak çok önemli. Bununla birlikte yerel bir aktör olabilmek için Çin'deki yerel

farklılıklara da hâkim olmak gerekiyor. Ülkenin farklı bölgelerinde farklı alışkanlıklar, farklı kültürel özellikler, farklı sosyal kalıplar söz konusu oluyor, dolayısıyla bu farklılıklara da hâkim olmak önemli bir gereksinim.

Türk firmalarının Çin'de başarılı olmaları, bu ülkede yapıcı ve sürdürülebilir ilişkiler kurmaları, genel olarak Türk ve Çin toplumlarının birbirlerini daha yakından ve daha doğru bir şekilde tanımasıyla da ivme kazanabilecek bir süreç. Bu noktada turizmin önemi ortaya çıkıyor. Karşılıklı olarak turist sayısının artırılması ile daha fazla Türkün Çin'i tanınması ve aynı şekilde daha fazla Çinlinin Türkiye'yi anlaması, şüphesiz ki iş ilişkileri üzerinde de olumlu bir etki yaratacak. Turizm alanında sosyal medyanın sağladığı imkanları iyi değerlendirmek ve bunun için de sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan genç kuşaklara odaklanmak faydalı görülüyor. Bununla birlikte, turizmi geliştirirken mevcut klişelerin dışına çıkmak, Türkiye'nin öz değerlerini ortaya koyarak Çinlilere bunları tanıtmak, bu anlamda örneğin kültürü ve sanatı ön plana çıkarmak, toplumlar arasında yakınlaşmayı ve karşılıklı olarak birbirini daha iyi tanımayı sağlayacak unsurlar olarak değerlendiriliyor.

Çin'deki iş ortamı

Türk firmaları, her ne kadar dil konusunu halledip, sosyalleşmeyi ve kültürel uyumu sağlayıp Çin'de gerçek anlamda bir yerel aktör olmayı başarsalar da, dinamik ve koşulların hızla ve çoğu zaman da belirgin olmayan bir şekilde değişebildiği bir iş yapma ortamına da ayak uydurmak zorundalar. Ticari konularda hukukun üstünlüğünün ne kadar söz konusu olduğu, Çinli şirketlerle yabancı şirketlerin hukuk nezdinde ne ölçüde eşit oldukları tartışmalı konular. Değişen mevzuata uyum sağlamak, Çince'ye hâkim olmanın yanı sıra ciddi takibi gerektiren bir konu ve

Türk şirketleri bu konuda kendilerini güvence altına almak için yerel danışmanlık şirketleriyle çalışmayı tercih ediyorlar. Bununla birlikte Çin'de tüketici tercihleri hızla değişiyor; 5G, yapay zeka, nesnelerin interneti gibi teknolojiler günlük hayata daha fazla nüfuz ettikçe iş yapma şekilleri de değişiyor, örneğin alışverişlerde e-ticaretin payı hızla artarken, alışveriş merkezleri giderek boşalıyor ve artık bu yerler sadece sosyalleşme, yemek ve ortak çalışma alanları olarak var oluyorlar. Türk şirketlerinin Çin pazarında var olabilmek için hızla değişime uyum sağlayacak beceriye ve esnekliğe sahip olmaları gerekiyor.

Sonuç

Çin, Türk şirketlerinin yeni tanımaya başladıkları, kendine has zorlukları olan bir pazar. Ancak bu pazarda başarılı olan Türk şirketlerinin deneyimleri gösteriyor ki, belirli koşulları yerine getiren şirketler için bu pazarda kalıcı olmak imkânsız değil. Her şeyden önce Çinli paydaşlarla aynı dili konuşmak, Çince bilmek ya da en azından bilenlerle çalışmak ve bununla birlikte Çin operasyonlarını uzaktan idare etmeye çalışmak yerine bilfiil sahada olmak en temel şartlar. Çin'de üstenci ve ders veren bir tavır takınmak ve sadece kendi çıkarlarına odaklanmak yerine, tevazuya ve paydaşlar arası eşitlik ve karşılıklı faydaya dayalı bir anlayışı benimsemek önem kazanıyor. Bununla birlikte Çin'i ve Çinlileri iyi tanımak, sosyalleşmek, yerel kültüre ve adetlere uyum sağlamak, Çin ile iş yapmanın en temel koşulları arasında yer alıyor. Tüm bunlara ek olarak, Çin'de iş yapma ortamının ve mevzuatın hızla değişebildiğini gözden kaçırmamak ve bu tür değişikliklere her an hazır bir durumda olmak, Çin ile sürdürülebilir ve uzun soluklu bir ilişki kurmak için gerekli hususlar.



Dr. Rıza Kadılar
Çin-Türk Araştırma Merkezi
(ÇİTAM) Başkanı



ZHU Ping
Türkiye'deki Çinli Firmalar Ticaret
Odası (ÇİNSİAD) Yönetim Kurulu Üyesi,
Sinosteel Mecc Türkiye Genel Müdürü



Cüneyt Erpolat
Alibaba.com Türkiye Ülke Müdürü



Mehmet Hamza Tıgılay
ACT Havayolları Yönetim Kurulu
Üyesi



Xu Xiaobo
Huawei Kuzeydoğu Avrupa Bölgesi
Kamu ve Halk İlişkileri Başkan Yardımcısı

III. OTURUM: ÇİNLİ ŞİRKETLERİN TÜRKİYE DENEYİMLERİ VE İŞBİRLİKLERİ

Konferansın üçüncü oturumunda Çinli şirketlerin Türkiye'deki deneyimleri masaya yatırıldı. Ülkemizde faaliyet gösteren Çinli şirketlerin temsilcileri bu bağlamda Türkiye'de iş yapma anlamındaki imkanları ve zorluklarını, yerel firmalarla kurulan ortaklıkları, Çinli firmalara cazip gelen sektörleri tartıştılar ve Türkiye'ye daha çok Çinli şirket nasıl çekilebilir sorusuna yanıt aradılar.

Moderatör:

- Dr. Rıza Kadılar, Çin-Türk Araştırma Merkezi (ÇİTAM) Başkanı

Panelistler:

- Zhu Ping, Türkiye'deki Çinli Firmalar Ticaret Odası (ÇİNSİAD) Yönetim Kurulu Üyesi ve Sinosteel Mecc Türkiye Genel Müdürü
- Cüneyt Erpolat, Alibaba.com Türkiye Ülke Müdürü
- Mehmet Hamza Tıgılay, ACT Havayolları Yönetim Kurulu Üyesi
- Xu Xiaobo, Huawei Kuzeydoğu Avrupa Bölgesi Kamu ve Halk İlişkileri Başkan Yardımcısı

Türkiye'de aktif olan büyük ölçekli Çin firmaları çoğunlukla hizmet sektöründe faaliyet gösteriyorlar ve bu anlamda bankacılık, elektronik ticaret, lojistik

ve teknoloji gibi alanların ön plana çıktığı görülüyor. Türkiye'deki Çinli firma yetkilileri Konfüçyüs felsefesine atıfta bulunarak "erdemli insan servet elde etmek ister ama bunu doğru yoldan yapar; biz de hem kazanmak hem de kazandırmak için yasalara uygun ve kurallara bağlı bir şekilde ticaret yapıyoruz" ifadesini kullanıyorlar. Bugüne değin Çinli firmaların Türkiye'de yapmış oldukları faaliyetlere bakıldığında bu ifadelerde ciddi bir haklılık payı olduğu görülüyor. Çinli firmalar Türkiye'de iyi bir kurumsal vatandaş olmak için çaba gösteriyorlar, Türkiye'deki Çinli Firmalar Ticaret Odası (ÇİNSİAD) gibi oluşumlar bünyesinde güç birliği yaparak ortak bir konum oluşturuyor ve ortak hareket etme kabiliyeti geliştiriyorlar ve belki de hepsinden önemli Türkiye'deki faaliyetleri ve ürettikleri hizmetler, ülkemizin kendi ekonomik kalkınmasına da önemli bir katkıda bulunuyor.

Elektronik ticaret

Çin, elektronik ticaret konusunda dünyada bir numaralı ülke konumuna gelmiş durumda ve sektörün öncü aktörlerinden Alibaba.com, yaklaşık 10 yıldır Türkiye'de faaliyet gösteriyor. Bu şirketin faaliyetlerinin üç ana ayağı var: 1. Ticaret yapan şirketler için bir elektronik ticaret platformu oluşturmak; 2. Lojistik imkanları sağlamak; 3. Ödeme akışlarını gerçekleştirmek. Çin ile iş yaparken esnek olmak ve değişen şartlara kolayca uyum sağlayabilmek büyük önem taşıyor ve bu noktada elektronik ticaretin önemi ortaya çıkıyor. Alibaba.

com gibi şirketlerin bu alanda Türkiye'ye katacakları ve Türkiye'den öğrenecekleri çok şey olduğu ifade edilirken, Amazon.com gibi Çin dışından gelen elektronik ticaret platformlarının Türkiye pazarına giriş yapmaları rekabetin ve dolayısıyla kalitenin artması açısından olumlu karşılanıyor. Türkiye'de ticaretin henüz sadece yüzde 4,5-5 kadarı elektronik ticaret üzerinden gerçekleşiyor, ancak Alibaba.com gibi şirketlerinin sunduğu imkânlar bu rakamın artmasını sağladığı gibi Türkiye'deki ihracatçıların bu uluslararası platformu kullanarak yaklaşık 190 ülkeye erişebilmesini de sağlıyor. Bu imkân özellikle KOBİ'ler için hayati önem taşıyor.

Burada dikkat edilmesi gereken husus, elektronik ticaret ile ilgili mevzuatın Türkiye'de henüz yeterince olgunlaşmamış olması. Özellikle elektronik ticaret vasıtasıyla yapılan ihracat ve ithalatın vergilendirilmesi gibi konularda regülasyonların ekonomik faaliyeti teşvik edecek şekilde düzenlenmesi elektronik ticaretin daha gelişmesini ve bu anlamda daha güçlü bir altyapı oluşmasını sağlayacak. Şirket temsilcilerinin de belirttikleri gibi bu sektörde Çin ile çalışırken kısa vadeye odaklanmak yerine 10, 20 hatta 30 yıllık uzun vadeli planlar yapmak gerekiyor.

Lojistik

Türkiye küresel çapta bir lojistik merkez olabilmek için çok uygun bir coğrafi konuma sahip. Bu durum Çinli firmaların Türkiye'ye lojistik alanında yatırım yapmalarını cazip kılıyor. Lojistik altyapısının iyileştirilmesi, bu kapsamda stratejik öneme haiz olan demiryollarında yatırımların artırılması, limanların demiryolu bağlantılarının sağlanarak daha etkin bir şekilde kullanılmaları, uçak filolarının kapasitelerinin artırılması, ve tüm bunların yanı sıra lojistik merkezlerin geliştirilerek yapay zeka ve

robot teknoloji kullanılarak bu alanda verimliliğin artırılması, Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu ve özellikle de Kuşak ve Yol Girişimi'nin sağlamış olduğu imkânlar faydalanılarak Çin ile işbirliği içerisinde hayata geçirilebilecek konular. Çinli lojistik şirketi temsilcileri "Çin'in desteğiyle Türkiye'yi bir lojistik merkezi haline getirmek" ifadesini kullanıyorlar. Bunun hayata geçirilebilmesi için mevzuatta gerekli iyileştirmelerin yapılması ve bürokratik engellerin aşılması gerekiyor.

Teknoloji

Çin'in teknoloji firmalarının Türkiye'de aslında uzun bir geçmişleri var; örneğin Huawei, ülkemizde 17 yıldır faaliyet gösteriyor. Bu firmalar Türkiye'de Ar-Ge faaliyetlerine yatırım yaparak ve araştırma laboratuvarı kurup burada Türk ve Çinli mühendislerin birlikte çalışmalarını sağlayarak, Türkiye'nin kendi teknolojik kapasitesini geliştirmesine de katkı sağlıyorlar. Çinli firmalar tarafından bakıldığında Türkiye stratejik ve bölgenin bilgi ve iletişim teknolojileri üssü olma potansiyeline sahip bir pazar olarak görülüyor. Türkiye'nin sahip olduğu kalifiye genç nüfus, bu anlamda Türkiye'nin en büyük avantajı olarak değerlendiriliyor ve bu gençlerin yeni teknolojiler alanında yetiştirilmeleri, yaratıcı zihinlerin desteklenmesi ve yaratıcılığı inovasyona dönüştürecek stratejilerin oluşturulması için devlete büyük görevler düşüyor. Aynı zamanda Çinliler dahil olmak üzere yabancı teknoloji şirketlerinin Türkiye'de faaliyetlerini geliştirebilmeleri için başta vergi düzenlemeleri olmak üzere mevzuatta iyileştirmeler yapılmasının faydalı olacağı ifade ediliyor.

Sonuç

Lojistik, teknoloji, elektronik ticaret ve finans gibi sektörler, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma süreci açısından hayati öneme haiz alanlar ve bu sektörlerde Çinli firmaların Türk pazarında faaliyet göstermeleri,

sadece bu firmaların kazanç elde etmesini değil, sağladıkları imkanlarla Türkiye'nin de buradan katma değer elde etmesini, kendi kalkınma kapasitesini artırmasını mümkün kılıyor. Çinli lojistik firmalarının faaliyetleri Türkiye'de fiziksel altyapının gelişimi için fayda sağlıyor, elektronik ticaret firmaları KOBİ'lerin ihracata yönelmesini kolaylaştırıyor, teknoloji firmaları ekonomimizin orta gelir tuzağından kurtulması için gerekli olan teknolojik atılımı yapmasına katkıda bulunuyor. Bir de konunun finans boyutu var ve başta Türkiye'de faal olan ICBC ve Bank of China gibi Çinli banka ve finans kuruluşlarının sağladığı finansman imkanları Türkiye'de projelerin hayata geçirilebilmesinde önemli bir rol oynuyor. Çinli firmalar Türkiye'nin sadece coğrafi konumuna değil, aynı zamanda genç ve kalifiye insan gücüne de yatırım yapıyorlar ve iş yapma ortamının iyileştirilmesi durumunda Türkiye'deki faaliyetlerini daha üst seviyelere taşıyabileceklerini ifade ediyorlar.



IV. OTURUM: KAMU PERSPEKTİFİNDEN TÜRKİYE-ÇİN İLİŞKİLERİ

Konferansın son oturumunda Türkiye'nin kamu kurumlarından temsilciler devletin Çin ile olan ilişkilere bakış açısını değerlendirdiler ve ilgili bakanlıkların Çin'e yönelik eylem planları ve yol haritaları ile ilgili bilgiler paylaştılar.

Moderatör:

- Noyan Rona, TÜSİAD Şangay Ağı Koordinatörü ve Garanti BBVA Şangay Temsilcilik Ofisi Baş Temsilcisi

Panelistler:

- Namık Güner Erpul, T.C. Dışişleri Bakanlığı Asya Pasifik Genel Müdürü
- Onur Gözet, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı
- İsmail Hakkı Murtazaoğlu, T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, TCDD Genel Müdür Yardımcısı
- Mustafa İlker Özdem, T.C. Pekin Büyükelçiliği Eski Ticaret Müşaviri ve T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Ticaret Uzmanı

kazanmasını sağladı. Türkiye'nin kamu kurum ve kuruluşları da Çin ile ilişkilerin geliştirilmesine sıcak bakmakla kalmıyorlar, kendi çalışma alanlarına düşen konularda somut adımlar atılıp ilerleme sağlanabilmesi için eylem planları hazırlayıp devreye sokuyorlar. Bununla birlikte, Türkiye ile Çin arasındaki ilişkilerde sorunlu konular da mevcut ancak üst düzeyde düzenli olarak yapılan görüşmeler ve sürdürülen diyalog sayesinde bu konularda mesafe alınabiliyor.

2019 yılının Ağustos ayında düzenlenen Büyükelçiler Konferansı'nda Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun açıkladığı "Yeniden Asya" girişimi, Türkiye'nin dış politikasında Asya coğrafyasına yeni bir açılıma işaret ediyor. Küresel ekonomi, siyaset ve güvenlik alanlarında giderek ön plana çıkan bir Asya kıtası karşısında Türkiye'nin de kendisini doğru bir şekilde konumlandırması büyük önem taşıyor. "Yeniden Asya" girişimi, Türkiye'nin Çin ile olan ilişkilerinin geliştirilmesi açısından da faydalı bir çerçeveye sağlayabilir. Ancak bu girişimi, Türkiye'nin Batı'dan uzaklaşması ya da dış politikada yaşanan bir eksen kayması olarak da nitelendirmemek gerekir. Türkiye'nin amaçladığı Doğu ile Batı arasında bir tercih yapmak değil, hem Doğu hem Batı ile karşılıklı fayda prensibi doğrultusunda yapıcı ilişkiler kuran küresel bir aktör olmaktır.

Türkiye ile Çin Halk Cumhuriyeti'nin birbirlerini resmen tanıdıkları 1971 yılından bu yana düzenli bir ilişkileri var. İki ülke arasındaki ilişkiler 2010 yılında stratejik ortaklık seviyesine yükseltildi ve son yıllarda taraflar arasındaki diyalogun da güçlendiği gözlemleniyor. Kuşak ve Yol Girişimi, Türkiye ile Çin arasındaki ekonomik ilişkilerin yeni bir ivme

Ticaret ilişkileri

Türkiye'nin Çin ile ticaretinde halen büyük bir açık söz konusu. Bu da beraberinde bu açığın nasıl kapatılabileceği ve Çin ile nasıl daha dengeli bir ekonomik ilişki kurulabileceği gibi soruların yanı sıra "ticari açığımız göz önünde bulundurulduğunda, bu şekilde Çin'in kalkınmasını finanse edersek ülke olarak nasıl kalkınacağız?" ve "Çin, gerektiği şekilde Türkiye ile ticari ilişkilerinde bir denge kurulması için çaba sarf ediyor mu?" gibi soruları da getiriyor. Mevcut durumda ortada Türkiye'nin uzun vadede sürdüremeyeceği bir durum var ve Türkiye'nin bu tablo karşısında bir taraftan ihracatını artırıp ticaret açığını kısmen de olsa daraltırken diğer taraftan yatırımlar ve turizm gibi alanlarda Çin'den daha fazla getiri sağlayarak bir denge oluşturmak için çaba göstermesi gerekiyor.

Çin, Ticaret Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu hedef ülkelerden birisi konumunda. Bakanlığın hazırlamış olduğu Çin Eylem Planı, bu ülkeyle olan ticaretin geliştirilmesi için izlenecek olan yol haritasını ortaya koyuyor. Çin ile ticaret yapan şirketler bakanlık bünyesindeki 'Turquality' ve diğer desteklerden faydalanabiliyorlar. Şangay'da ilki 2018 yılında yapılan İthalat Fuarı'nda Türkiye'nin gerek ülke temsili gerekse şirketlerin katılımı açısından güçlü bir şekilde yer alması önem taşıyor. İki yıldır bu fuara bakanlık, Ticaret Bakan Yardımcısı seviyesinde katılıyor. Diğer yandan, Türkiye'den Çin'e ihracatın artırılması konusunda karşılaşılan mevzuat kaynaklı sorunlara Çin tarafı ile müzakere yoluyla çözüm getirilmesi için çabalar sürdürülüyor. Halen tarım ürünlerinin ihracatı konusunda Çin'in karantina süreleri (yaş meyve sebzeler için) sebebiyle sıkıntılar yaşanıyor. Yaş meyve sebze ihracatı Çin'in mevzuatı nedeniyle mümkün değil. Balık ve su ürünlerinde biraz açılım sağlanmış durumda. Ancak tavuk, süt, et, yaş meyve alanlarında ihracat halen mümkün değil.

Çin artık giderek daha fazla tüketen ve iç tüketim ile büyümeyi amaçlayan bir ülke. Bu durum Çin'e ihracat yapacak ülkeler için de önemli fırsatlar oluşmasını sağlıyor. Ancak Çin'i tek bir pazar olarak ele almamak, eyaletler arasındaki farklılıkları dikkate alarak ihracat stratejilerini buna göre belirlemek gerekiyor. Bu konuda Ticaret Bakanlığı ile sektörel meslek örgütleri arasında çalışma grupları oluşturulmasının strateji oluşturma ve uygulama noktasında faydalı olacağı değerlendiriliyor.

Kuşak ve Yol Girişimi

Türkiye'nin yer aldığı orta koridor, Kuşak ve Yol Girişimi içerisinde Çin'den en büyük ticaret ortağı olan Avrupa Birliği'ne demiryolları üzerinden yapılan ticaretin Rusya'dan geçmeden yapılabilmesi noktasında bir fırsat sunduğu için önem kazanıyor. Çin'in ekonomik ağırlığı Pasifik Okyanusu kıyısındaki eyaletlerde; buralarda çok ciddi bir yatırım üretim var ve mallar buralardaki limanlardan aslında rahat bir şekilde deniz yoluyla Avrupa pazarlarına ulaştırılabilir. Ancak Çin'in iç kesimlerindeki bir malın Batı'ya sevinde demiryoluyla ürünü limana getirmek gerekiyor bu da ilave bir lojistik gereksinim oluşturuyor. Çin'in üretimi iç kesimlere kaydıkça orta koridorun değeri ve önemi artacak ve bu nedenle Türkiye'nin orta koridor için yapacağı çalışmalarda iç kesimlerde bulunan eyaletlerin çok önemli paydaşlar olacağı değerlendiriliyor. Ticaret Bakanlığı'nın yakın bir geçmişte Chengdu ve Chongqing'de Çinli yetkililer ve firmalarla gerçekleştirmiş olduğu görüşmelere ilginin bu yüzden yüksek seviyede olduğu düşünülüyor.

Türkiye'nin Kuşak ve Yol Girişimi üzerinde kilit bir konumda yer alması, ülkemiz sınırları içerisinde Çin ile hayata geçirilecek ortak projeler üzerinden demiryolu altyapısının geliştirilmesini de gündeme getiriyor.

Halen Türkiye'de saatte 250 km hızla yolcu taşıyacak toplam 1,900 km'lik hattın ve saatte 200 km hızla yolcu ve yük taşıyacak toplam 1,600 km'lik hattın inşası devam ediyor. TCDD'nin amacı Çin ile ilişkileri geliştirmek, Türkiye'nin bir geçiş ülkesi olduğunun altını çizerek hem doğu-batı, hem de kuzey-güney eksenlerinde yeni hatların inşasını tamamlamak olarak vurgulanıyor.

Turizm ilişkileri

Türkiye her ne kadar dünyadaki diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında en çok turist çeken 6. ülke konumundaysa da turizm geliri açısından sıralamada oldukça gerilerde kalıyor. Ülkemizin turizm gelirlerini artırma konusunda Doğu Asya ve özellikle de Çin'den gelecek olan turistler ayrı bir önem taşıyor. Bu yüzden Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yeni turizm stratejisinde bu bölgelere bir ağırlık verilmesi söz konusu.

Çin'de 2018'in 'Türkiye Turizm Yılı' olarak ilan edilmesi ve bu kapsamda birçok etkinlik yapılması Çin'den ülkemize gelen turist sayısını olumlu yönde etkiledi. 2018 yılında yaklaşık 400 bin Çin vatandaşı Türkiye'yi ziyaret ederken, 2019'un ilk 10 ayında 377 bin rakamına ulaşıldığı görülüyor ve 2019 yılının 450 bin Çinli ziyaretçi ile tamamlanması öngörülüyor.

Turizm ilişkilerinin gelişmesinde ulaşım imkanları büyük önem taşıyor. Çin'den Türkiye'ye uçuş sayılarının artması turizmin gelişmesi açısından hayati bir rol oynuyor. Özellikle China Southern Havayolları'nın İstanbul uçuşlarına tekrar başlaması, Sichuan Havayolları'nın başlattığı uçuşlar ve Türk Havayolları'nın İstanbul-Xi'an seferlerini başlatması kayda değer gelişmeler. Diğer yandan, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın da bakanlığa bağlı bir kuruluş olarak kamu ile özel sektör işbirliğine katkı

sağlayan bir yapıyla ülke tanıtımına bir süreklilik ve güvence getireceği düşünülüyor.

Türkiye'nin Çin'den daha fazla turist çekmesinin karşısındaki en büyük engel Çince bilen rehber sayısının yeterli olmaması ve konaklama personelinin Çince bilmemesi. Bu alanda gelişme sağlanması ve bununla birlikte Çinli turistlere sunulan ürün çeşitliğinin ve kalitesinin artırılması ile Çin'den gelen turist sayısından daha yukarı seviyelere ulaşmak mümkün olabilir.

Sonuç

Türkiye sadece özel sektör değil devlet seviyesinde de Çin ile olan ilişkileri iyi bir seviyede tutmak, Çin'in ekonomik yükselişinden ülkemiz için azami fayda sağlamak konusunda kararlılık gösteriyor. Bu amaç doğrultusunda Dışişleri Bakanlığı'nın 'Yükselen Asya' girişimi, Ticaret Bakanlığı'nın 'Çin Eylem Planı', Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Doğu Asya ve Çin'i merkeze koyan 'Yeni Turizm Stratejisi' gibi açılımlar faydalı birer yol haritası sunuyor. Ancak burada önemli olan bu planlarda detaylandırılmış olan adımların kararlı ve koordine bir şekilde atılması. Her bakanlık, her kamu kurumu, Çin'e yönelik kendi alanında çalışmalar yapıyor ancak genellikle birbirinden bağımsız olarak sürdürülen bu çalışmaların koordine edilerek optimal faydayı sağlayabilmesi için üst kurul şeklinde bir yapılanma gerekiyor. Aynı zamanda Çin ile ilgili çalışmalarda kamu ile özel sektör, akademi ve sivil toplum arasındaki koordinasyon sağlayacak mekanizmalara da ihtiyaç duyuluyor. Bu mekanizmaların hayata geçirilmesi sayesinde Türkiye'nin Kuşak ve Yol Girişimi'ndeki konumunu perçinlemesi ve girişimin ülkemize sağladığı katma değeri artırması mümkün olacaktır.



I MEDYA YANSIMALARI



I MEDYA YANSIMALARI



TÜSİAD GENEL SEKRETERİ DR. BAHADIR KALEAĞASI - ULUSAL KANAL GÜN ORTASI PROGRAMINA KONUK OLDU



CHİNİ ANLAMAK, CHİN İLE İŞ YAPMAK KONFERANSI - ULUSAL KANAL



I KONUŞMACILARLA MÜLAKATLAR

- Andrea Goldstein
- Alp Üstüngör
- Altay Atlı
- Denise Zhou Dan
- Haiyan Zhang
- Murat Kolbaşı
- Onur Yavuz
- Özlem Özünler
- Tuncer Köklü
- Zhu Ping



I TÜSİAD PROJE EKİBİ



HALE HATİPOĞLU

Genel Sekreter Yardımcısı - Dış ilişkiler

TAMER ŞEN

Direktör - Küresel Ekonomik İlişkiler

ASLI BAŞKARACAOĞLU

Kıdemli Uzman - Küresel Ekonomik İlişkiler

BAŞAT ŞİMŞEK

Uzman - Küresel Ekonomik İlişkiler

ZEYNEP ALAÇAM ÖZGÜDER

Yönetici Asistanı - Küresel Ekonomik İlişkiler

ORTAKLIĞINDA / IN PARTNERSHIP WITH

TUSIAD



ALTIN SPONSOR / GOLD SPONSOR



ETKİNLİK SPONSORLARI / EVENT SPONSORS



KAHVE ARASI SPONSORU / COFFEE BREAK SPONSOR



İÇERİK ORTAĞI / KNOWLEDGE PARTNER



MEDYA ORTAKLARI / MEDIA PARTNERS



EKOTÜRK

KATKILARIYLA / WITH THE CONTRIBUTION OF

cimtas