

Dünya Türk Girişimciler Kurultayı

*“Küresel Güç Türkiye”*

Raporu

## İÇİNDEKİLER

GİRİŞ .....	3
AÇILIŞ OTURUMU.....	4
İNTERAKTİF OTURUM.....	6
BÖLGESEL VE ÜLKESEL OTURUMLAR.....	8
I. Amerika Oturumu.....	8
II. Avrupa-Balkanlar Oturumu.....	11
III. Komşu ve Çevre Ülkeler Oturumu.....	13
IV. Körfez Oturumu.....	17
V. Asya-Pasifik Oturumu .....	19
GALA YEMEĞİ .....	21
KÜRESEL KRİZE KÜRESEL BAKIŞLAR .....	22
SONUÇ .....	26

## GİRİŞ

(1) Bu raporun amacı, Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) ve Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) işbirliği ile düzenlenen ve dünyanın dört bir yanında faaliyet gösteren Türk iş adamlarını bir araya getiren “*Dünya Türk Girişimciler Kurultayı*”nda düzenlenen oturumlarda ortaya çıkan görüşleri ana hatlarıyla ortaya koymaktır. Söz konusu raporda, konuşmacılar kişi bazında ele alınmaktan ziyade oturumların genel olarak ele alınması yoluna gidilmiş, bu çerçevede ana fikirler ortaya konmaya çalışılmıştır.

Kurultay’da ortaya koyulan görüşlerden yola çıkarak, Kurultay’ın başlıca amaçları aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- a. Dünyanın farklı bölgelerinde faaliyet yürüten Türk iş adamlarının bir araya gelmesiyle doğacak sinerjiden faydalanarak, Türk iş adamlarının yurt dışında karşılaştığı sorunların tespiti ve bu sorunlara yönelik ortak bir çözüm stratejisi geliştirilmesi,
- b. Kurultay öncesinde katılımcılara yöneltilen anket sorularına verilen cevaplardan da anlaşılacağı üzere, yurt dışında faaliyet gösteren Türk iş adamları dağınık halde bulunmaları sebebiyle birbirleriyle işbirliği imkânlarını yeterince değerlendirememektedir. Bu çerçevede, aynı veya farklı ülkelerde faaliyet yürüten iş adamları arasında koordinasyonu arttıracak kurumsal mekanizmanın oluşturulması,
- c. Yine anket sorularına verilen cevaplardan da anlaşılacağı üzere, “Türk lobisinin” yurt dışında yeterince güce ve etkinliğe sahip olmadığı görülmektedir. Bu çerçevede, yurt dışında yaşayan Türkler arasında koordinasyonun arttırılarak; buldukları ülkelerin yaşam tarzı, alışkanlıkları, bürokrasisi v.b. koşulları hakkında bilgi sahibi olan bilinçli bir diaspora yaratılması,
- d. Türk iş adamları ve hükümet temsilcilerinin bir araya gelmesiyle doğacak sinerjiden yola çıkarak içinde yaşanılan küresel krizin nasıl fırsata dönüştürüleceği konusunda kamu ve özel sektör olarak fikir alışverişinde bulunulması ve ortak bir strateji geliştirilmesi.

## AÇILIŞ OTURUMU

- (2) Kurultayın 10 Nisan 2009 tarihli açılış oturumunda, ilk olarak DEİK İcra Kurulu Başkanı Rona Yırcalı sunuşunu gerçekleştirmiştir. Sayın Yırcalı'nın konuşması sırasında, değerli iş adamı merhum Sakıp Sabancı'nın 10. ölüm yıl dönümü münasebetiyle bir ödül töreni düzenlenerek, Güler Sabancı'ya bir plaket takdim edilmiştir. Ülke sunuşlarıyla devam edilen oturumda sırasıyla Dice Kayek markasının kurucuları Ayşe ve Ece Ege, Avustralya Türk İş Adamları Derneği Başkanı M. Ali Karamemiş, Dubai Türk İş Adamları Derneği Başkanı Cem Ataç, Türk Kazak İş Adamları Derneği Zeki Pilge, Avrupa Parlamentosu Milletvekili Vural Öger, Coca Cola Başkan ve CEO'su Muhtar Kent, TOBB/DEİK Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, Devlet Bakanı Kürşad Tüzmen ve Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Nazım Ekren birer sunuş yapmışlardır. Söz konusu sunuşlarda ortaya koyulan görüşler aşağıda sıralanmıştır:

(2.1) “*Küresel Güç Türkiye*” sloganı ile çıkılan yolda başarılı olabilmenin temelinde ekonomik alanda güçlü olmak yatmaktadır. Türk ekonomisi gücünü, yurt içinde ve dışında faaliyet gösteren değerli Türk iş adamlarından almaktadır. Etrafında doğal kaynaklar açısından zengin ülkelerin yer aldığı Türkiye, yeterli doğal kaynak kapasitesine sahip olmasa da ekonomik alanda güçlü olabilmek için enerjisini *insanından, iş adamından ve girişimci ruhundan* almaktadır.

(2.2) Türkiye'nin yurt dışında iyi temsil edilebilmesini sağlamanın yolu, Türk iş adamlarının karşılaştığı sorunları tespit ederek, bunlara etkin çözümler bulunmasından geçmektedir. Dünyanın dört bir yanındaki Türk iş adamlarının bir araya gelmesiyle doğacak sinerjiden yola çıkarak, sorunlara yönelik ortak bir strateji belirlenmesi ve bu hedefler doğrultusunda ilerleme sağlanması Dünya Türk Girişimciler Kurultayı'nın ana amacıdır. Yurt dışında faaliyet gösteren Türk iş adamları arasında koordinasyonun sağlanarak, Türkiye'nin ulusal menfaatlerini uluslararası arenada savunabilecek etkin bir diaspora oluşturabilmesi bu çerçevede ikinci amaç olarak ortaya çıkmaktadır.

(2.3) Dünyanın pek çok bölgesinde faaliyet göstererek dünyanın 15 ve Avrupa'nın 6. en iyi ekonomisi konumuna ulaşabilen Türkiye'nin, ekonomik açıdan kendisine eşsiz pazar imkânları sunan Avustralya, Körfez, Avrasya, Amerika v.b. coğrafyalarda yeterince etkin bir biçimde varlığını gösteremediği anlaşılmaktadır. Bu, gerek söz konusu pazarlara ilişkin bilgi eksikliği, gerekse de alt yapı hizmetlerinin eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Türk girişimcisinin Türkiye'yi bir marka haline

getirebilmesi için yurt dışında farklı sektörlere ve bölgelere yatırım yapmasının teşvik edilmesi büyük önem arz etmektedir. Söz konusu pazarlarda ayrıcalıklı olabileceğimiz pazar alanlarının belirlenmesi ve bu doğrultuda ortak bir strateji geliştirilerek harekete geçilmesi Türk girişimcisinin başarısı için kaçınılmazdır.

- (2.4) Yurt dışında dağınık bir şekilde faaliyet gösteren Türk iş adamları/girişimcileri arasındaki koordinasyonu arttıracak ve ortak hareket etmelerini mümkün kılacak bir kurumun tesis edilmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda Dünya Türk Girişimciler Kurultayı, bunun için önemli bir adım ve başlangıç niteliğindedir.
- (2.5) Küresel ortamda yaşanan kriz, bünyesinde risklerin yanı sıra fırsatları da barındırmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda farklı kriz deneyimleri atlatmış bulunan Türkiye'nin, edindiği bilgi deneyiminden yola çıkarak küresel krizi fırsata dönüştürmenin yollarının araması gerekmektedir. Bunun yolu tek başına hareket etmekten değil, dayanışma içerisinde ortak bir strateji belirlemekten geçmektedir. Geleceğe yönelik veriler ışığında öngörülerde bulunarak, ülke ekonomisini bu şartlara hazırlamak önceliklerimiz arasında yer almalıdır.
- (2.6) Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 100. yıl dönümüne denk gelen 2023 senesine ilişkin Türkiye'nin büyük hedefleri vardır. Bu hedeflere ulaşabilmek için yurt dışında faaliyet gösteren iş adamlarımızın birbirini rakip değil ortak olarak görmesi, birlikte iş yapmayı öğrenmesi, çocuklarımıza girişimcilik ruhunun çocuk yaşta öğretilmesi ve Türk girişimcilerinin/profesyonellerinin desteklenmesi gerekmektedir. Ancak bu yolla Türkiye kendisi için çizmiş olduğu hedeflere ulaşabilir ve dünyanın en iyi 10 ekonomisi arasında kendisine layık olan yeri alabilir.
- (2.7) Küresel güç olma yolunda ilerleyen Türkiye'nin gerekli stratejileri özel ve kamu sektörü işbirliği ile belirlemesi gerekmektedir. 2013 yılı da Türkiye için önemli bir dönüm noktası niteliğindedir. Nitekim 2013 yılı hedefleri arasında; istikrar içerisinde büyüyen, gelirini daha eşit şekilde dağıtan, küresel ölçekte rekabet ve bilgi kapasitesine sahip ayrıca Avrupa Birliği üyesi bir Türkiye yer almaktadır.
- (2.8) Doğu-batı enerji ve ulaşım koridorlarına ev sahipliği yapan; bölgesinde stratejileri belirleyen, politika üreten, uygulayan ve uygulatan bir bölge gücü olan Türkiye'nin sınırlarını zorlayarak dünya gücü olması gerekmektedir. Sürdürülebilir ve rekabet gücü yüksek bir ekonomiye sahip ülke olarak Türkiye'nin "Küresel Güç Türkiye" hedefinin, Cumhuriyet'in 100. yılında gerçekleşme potansiyeli mevcuttur. Bu çerçevede Dünya Türk Girişimciler Kurultayı, Türkiye'nin parlak geleceğine ve

Türk iş adamlarının başarısına hizmet edecek önemli bir platform görevi üstlenmektedir.

## İTERAKTİF OTURUM

(3) 10 Nisan 2009 tarihinde öğleden sonra TOBB/DEİK Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu oturma başkanlığında Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Hayati YAZICI, Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Nazım EKREN, Devlet Bakanı Kürşad TÜZMEN, Devlet Bakanı Prof. Dr. M.Said YAZICIOĞLU, Devlet Bakanı Egemen BAĞIŞ'ın katılımları ile gerçekleştirilen bakanlar oturumunda, ilk olarak Kurultay öncesinde katılımcılara yöneltilen anket soruları ışığında ortaya çıkan tablo sergilenmiştir:

**“Küresel Ekonomide Türk Girişimcilerinin Rolü ve Lobi Faaliyetleri” başlığı altında sorulan sorulara verilen yanıtlar çerçevesinde ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:**

- a. Yurt dışında yerleşik Türk girişimcileri dağınık halde bulunmaları sebebiyle birbirine yeterince destek olamamakta ve birlikte işbirliği fırsatlarını değerlendirememektedir.
- b. Türkiye'nin yurt dışında yaşayan Türklere yönelik politikası yetersizdir ve geliştirilmeye ihtiyacı vardır.
- c. Türkiye'nin yurt dışındaki kamu ve özel sektör temsilcilikleri, yurt dışında yerleşik Türklerin ihtiyaçlarına yeterince cevap verememektedir, etkinliği artırılmalıdır.
- d. Türk lobisi yurt dışında yeterli güce ve etkinliğe halen sahip değildir.
- e. Yurt dışında Türk ekonomisi ve malına ilişkin yerleşmiş bir imaj mevcut olmadığı yönünde genel bir kanı olsa da nispeten olumlu bir imajın olduğu da ileri sürülebilir.
- f. Küresel kriz ortamının 2010 hatta 2011 yılından itibaren iyileşmeye başlayacağı yönünde genel bir görüş mevcuttur.
- g. Türkiye'nin küresel krizden kurtulması için alınması gereken önlemlere yönelik gelen öneriler arasında enerji maliyetlerinin düşürülerek sanayiye destek sağlanması ayrıca tüketim vergilerinin kaldırılmasıyla tüketiciye destek sağlanması yoluna gidilerek tüketimin artırılması yer almaktadır.
- h. Türkiye ekonomisinin 2009 yılı büyüme rakamlarına ilişkin genel kanı, ekonominin en az %1 küçüleceği yönündedir.
- i. 2009 yılında Türkiye'nin dış politika öncelikleri arasında öne çıkan konular: AB üyeliği, Rusya ile ilişkiler, ABD'nin Irak'tan çekilmesi ve Kuzey Irak sorunu, Afrika ve Latin Amerika Açılımları yer almaktadır.

Anketlerde ortaya çıkan tablonun katılımcılarla paylaşılmasının akabinde, Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Hayati Yazıcı, Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Nazım Ekren, Devlet Bakanı Kürşad Tüzmen, Devlet Bakanı Prof. Dr. M. Said Yazıcıoğlu ve Devlet Bakanı Egemen Bağış kendilerine yöneltilen sorulara cevap vermişlerdir.

Raporda, oturumda konuşulan konular soru-cevap şeklinde değil, ana hatlarıyla ele alınmaktadır:

**(3.1)** Türkiye son 5-6 yılda siyasi platformlarda önemli bir aktör konumuna gelmiştir. Bunda 2002 yılından beri ülkede sağlanabilen güven ve istikrarın rolü büyüktür. Karşılıklı fayda sağlamada temel rol ilişkinin niteliğinde yer almaktadır. Fayda sağlamak istiyorsak sağlıklı, sürdürülebilir ve nitelikli ilişkiler geliştirebilmemiz gerekmektedir. Bu çerçevede yurt dışında faaliyet gösteren müteşebbislerimizin öncelikli olarak kendi aralarında ve sonrasında Türkiye ile sağlıklı ilişkiler geliştirmesi şarttır.

Ürünlerin çeşitlendiği ve geçişlerin önemli hale geldiği günümüz dünyasında gümrüklerin hızlı işlemesi büyük önem arz etmektedir. Hükümet bu konuda gerekli değişim ve gelişim için çaba sarf etmektedir.

**(3.2)** Küresel olarak etkisini hissettiren krizin ne zaman biteceğine yönelik tahminlerde bulunmak yanıltıcı olabilir. Nitekim krizin başlangıcında veriler incelenerek yapılan tahminlerde öngörülen bitiş zamanı, incelenen verilerde yaşanan değişikliklerle beraber değişmiştir. Ancak yine de eldeki verilere bakarak bir tahminde bulunmak gerekirse, en kötümser ekonomistler bile hâlihazırda en ağır üç ayın atlatıldığını ve bir durulma dönemine girildiğinin sinyallerini vermektedir. Bu durulmanın akabinde bir canlanma yaşanması beklenebilir. Nitekim küresel talebi canlandırabilmek için, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere toplanan 1,1 milyar \$ kaynağın yoksul ülkelere aktarılması hedeflenmektedir.

Türkiye'nin krize ilişkin dünya ile eş zamanlı olarak uygulamaya başladığı önlemlerin etkili olduğunu söylemek mümkün. Söz konusu önlemler diğer ülkelerde uygulandığı şekliyle Türkiye'ye uyarlanmış ve uygulamaya koyulmuştur.

**(3.3)** Türkiye yurt dışındaki ataşeliklerinin sayısını arttırırken, aynı zamanda maliyetlerin yüksekliğinden kurtulabilmek amacıyla TOBB ile işbirliği içerisinde ticaret takımları kurma yoluna gitmiştir. Bu vesileyle yurt dışında faaliyet gösteren Türk iş adamlarına destek sağlamayı öngören Türkiye, aynı zamanda EXİMBANK kaynaklarını da arttırmayı başarmıştır. Bu vesileyle Türk girişimcilerine destek sağlanması ve dünya markaları yaratılması hedeflenmektedir.

**(3.4)** Yurt dışındaki Türk gençlerinin daha iyi eğitim alabilmesinin önündeki engellerin kaldırılması amacıyla Türkiye bir strateji planı hazırlamış ve ilgili kurumlarla paylaşmıştır. Kamu kurum ve kuruluşlarına gerekli görev dağıtımı yapılarak söz konusu faaliyetlerin 6 ayda bir denetlenmesi öngörülmektedir.

Dil ve din, eğitim konusunda problem yaratan iki temel alanı oluşturmaktadır. Anadilde eğitimin entegrasyonun önünde engel olarak görüldüğü Almanya örnek alındığından, verimli bir eğitimin gerçekleştirilemediği görülmektedir. Din eğitimi konusunda ise daha yerleşik bir uygulama söz konusudur. Nitelim liseyi bitiren gençlerin Türkiye'ye gelerek gerekli eğitimi aldıktan sonra din görevlisi olabilme şansı olmaktadır.

(3.5) 4 temel özgürlüğün sağlanmaya çalışıldığı AB'de Türklere uygulanan kısıtlamaları ortadan kaldırmak amacıyla geçtiğimiz aylarda Avrupa Toplulukları Adalet Divanı tarafından alınan bir karar (*Mehmet Soysal'ın açtığı davaya ilişkin alınan karar*) büyük önem arz etmektedir. Bu karar vesilesiyle, Türkiye'nin haklı olduğu konularda tek kişilik bir mücadelenin dahi ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Söz konusu karara ilişkin en önemli sıkıntı, kararın hangi alanları ve hangi ülkeleri kapsayacağına ilişkin bir belirsizliğin olmasıdır. Bu belirsizliğin giderilebilmesi amacıyla Türk hükümetinin girişimleri sürmektedir. Bu çerçevede, Avrupa Komisyonu'na kararın ne şekilde yorumlanması gerektiğine ilişkin bir tavsiye kararı açıklaması yönünde talepte bulunulmuştur. Ancak bu karardan da anlaşılacağı üzere yurt dışında çıkarlarımızı koruyabilmek, haklarımızı savunabilmek için iyi bir şekilde örgütlenmek gerekmektedir. Yurt dışındaki muadillerimizle etkin bir şekilde rekabet edebilmek için gençlerin eğitimine önem verilmesi ve gerekli eğitimi alabilmeleri yönünde teşvik edilmesi gerekmektedir.

## BÖLGESEL VE ÜLKESEL OTURUMLAR

Devlet Bakanlarının oturum başkanlıklarında ve beş bölge temelinde yürütülen oturumlarda, programlarda öngörüldüğü şekilde önceden belirlenen isimler birer sunuş yapmışlardır. Soru&cevap bölümünde söz alan katılımcılardan çok küçük bir kısmı doğrudan soru yöneltme eğilim içerisinde olmuştur. Katılımcılar genel olarak söz alarak kendi kurumlarını tanıtmışlar ve bakanlarımıza muhatap sorular yöneltmişlerdir.

### I. Amerika Oturumu

(4) Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Nazım Ekren'in oturum başkanlığında gerçekleştirilen Amerika oturumunda, programda öngörülen sekiz isim; DTM Anlaşmalar Gn. Md.V. Yüksel AKÇA, Türk-Brezilya İş Konseyi Başkanı Aykut

EKEN, Türk – Amerikan İş Konseyi Başkan Yardımcısı Şerif EGELİ, ATCOM Amerikan Türk Ticaret Odası-Kurucu Başkan ve CEO Prof. Dr. İhsan IŞIK, ATAA Gelecek Dönem Başkanı Günay EVINCH, CSIS Türkiye Projesi Bülent ALİRIZA, TACCI Başkanı Sevil ÖZİŞİK, Türk - Amerikan Ticaret ve Endüstri Odası Başkan Yrd. Atakan ARICA kısa birer sunuş gerçekleştirmişlerdir. Yapılan sunuşlarda da ortaya çıktığı üzere, Türkiye için önemli fırsatları bünyesinde barındıran Latin Amerika pazarının ayrı olarak ele alınmasının daha faydalı olacağı ortaya koyulmuştur. Amerika oturumunun anket sonuçları aşağıdaki şekildedir;

Amerika oturumunda ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- (4.1) Gerek ABD gerekse Latin Amerika'ya ilişkin ekonomik veriler incelendiğinde söz konusu pazarın Türkiye için önemli fırsatları bünyesinde barındırdığı görülmektedir. 2000'li yıllardan önce ABD'nin uyguladığı kota sınırlamaları sebebiyle söz konusu pazara sınırlı erişimi olan Türkiye; 2000'li yıllardan sonra ABD'de görülen ticareti komşu ülkelerle gerçekleştirme ve üçüncü ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) imzalayarak imtiyazlar tanıma gibi etkenler sebebiyle yeteri kadar pazardan faydalanma imkânı bulamamıştır. Türkiye açısından bakıldığında ise, pazara yönelik bilgi eksikliği ve Türk lirasının değer kazanması gibi etkenler Türkiye'nin bölgede etkin olmasını engellemiştir.
- (4.2) Ekonomik ilişkilerin sınırlı kaldığı ABD ile siyasi ve savunma alanlarda işbirliğinin gelişmesi mümkün olabilmıştır. Özellikle ABD'de Obama'nın göreve gelmesiyle bu ilişkileri farklı alanlara taşımanın önü açılmış görünmektedir.

Nitekim Türkiye'ye yaptığı ziyarette Obama, ilk sinyalleri verilmiştir. Türkiye ile ABD arasında ekonomik işbirliğinin artırılması yönünde bir strateji belirlerken önem arz eden bir husus, Türkiye'nin ısrarla yıllardır üzerinde durduğu ve ekonomik olarak Türkiye için önem arz eden bir husus *nitelikli sanayi bölgeleridir (Qualified Industrial Zones - QIZ)*. Bu kavramın ilk gündeme geldiği dönemde Türkiye'nin mukayeseli rekabet avantajını ortaya çıkartan tekstil ve hazır giyim sektörlerinde böyle bir girişim başarılması mümkün olmamıştır. Ancak Obama'nın yönetimi devralmasıyla birlikte bu konu tekrardan gündeme gelmiş bulunmaktadır ve üzerinde durulması gerekmektedir. Bu çerçevede Ürdün ve Mısır'daki QIZ'lerde ortaya çıkan önemli istihdam artışı Türkiye için dikkatle incelenmesi gereken bir modeldir.

Bunun yanı sıra Türkiye-Irak sınırında bir serbest ticaret bölgesi de hem Türkiye, hem Irak, hem de Orta Doğu'nun üretim ve yatırım konusunda ABD ile ekonomik ilişkilerinde yeni bir sayfa açabilme kapasitesine sahiptir.

**(4.3)** Son dönemde dünyanın yükselen ekonomileri arasında sayılan birkaç ülkenin Latin Amerika'dan olması bölgeyi Türkiye açısından önemli hale getirmektedir. Türkiye'nin bölgede pek çok temsilciliği ve ilişkisi bulunmaktadır ancak pazarda etkin bir şekilde varlığını gösterememektedir. Uzaklığın en önemli engel olarak görüldüğü pazara erişim konusunda bir takım adımlar atılmaktadır. (Örn: Sao Paulo'ya doğrudan uçuşlar geçtiğimiz haftalarda başlamıştır) Söz konusu pazarda Türkiye'nin ayrıcalıklı olacağı alanların belirlenerek (*toplantıda ayrıcalıklı olunabilecek alanlar arasında inşaat, madencilik, gıda, kuyumculuk vb. sektörler sıralanmıştır*) bu çerçevede ortak bir strateji ile harekete geçilmesi gerekmektedir. Gerek Türk iş adamlarının bölgeye yatırım yapmasının gerekse de bölgeden ülkemize yatırım yapılmasının alt yapısının tesis edilmesi yönündeki çalışmalara hız verilmesi gerekmektedir.

**(4.4)** Latin Amerika ile tesis edeceğimiz ekonomik ilişkilerin yanı sıra Türkiye, kültürel ve tarihi bağları münasebetiyle etkin olduğu Orta Doğu ve Orta Asya gibi bölgelerde Latin Amerikalı iş adamlarının temas kurabilmesinde kendilerine yardımcı olabilme kapasitesine sahiptir.

**(4.5)** Türkiye'nin 2023 yılı için belirlemiş olduğu dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisine girebilme hedefini gerçekleştirmesi için ABD ile ekonomik ilişkilerin tesis edilmesi büyük önem arz etmektedir. ABD ile ekonomik münasebetler kurulmadan dünyanın 15. en büyük ekonomisi olmayı başarabilmiş Türkiye'nin,

söz konusu ilişkiyi tesis etmesi gelişimine ivme katacaktır. Türkiye bu hedefi başarabilmek yolunda ilerlerken Çin ve Hindistan örneklerini aklında tutmalıdır. Nitekim Avrupa'nın 200 yılda başarabildiği ekonomik büyümeyi söz konusu ülkeler çok kısa süre içerisinde tamamlamayı başarabilmişlerdir.

- (4.6) ABD'de faaliyet gösteren Türk iş adamlarının dernekler bünyesinde toplanması ve etkin bir şekilde içinde buldukları ülkenin her alanına nüfuz etmeye çalışması gerekmektedir. Yarım milyon Türk asıllı vatandaşın bulunduğu ABD'de etkin bir şekilde lobi faaliyetleri yürütebilmek ve ulusal çıkarlarımızı koruyacak bir diaspora tesis edebilmek için örgütlenme ve koordinasyon önemlidir. Karar alma sürecinde tüm kesimlerin etkin bir şekilde katılım sağladığı ABD'de, Türklerin gerek özel gerek kamu ve sivil toplum aracılığıyla etkin lobi faaliyetleri yürütmesi gerekmektedir.

## II. Avrupa-Balkanlar Oturumu

- (5) Devlet Bakanı Egemen Bağış'ın oturum başkanlığında gerçekleştirilen Avrupa Oturumunda programda öngörülen yedi isim; DTM Avrupa Birliği Genel Müdürü Cemalettin DAMLACI, İKV Başkanı Haluk KABAALIOĞLU, ÖGER Turizm Yönetim Kurulu Başkanı, AB Parlamentosu Milletvekili Vural ÖGER, MÜSİAD – Almanya Federasyonu, Genel Başkan Ali UZUN, TOBB Lojistik Sektör Meclis Başkanı Çetin NUHOĞLU, Türk Alman Sanayi ve Ticaret Odası (TDIHK) İkinci Başkanı Nihat SORGEÇ, Türk Alman Sanayi ve Ticaret Odası (TDIHK) YK Üyesi ve Otomotiv Komisyonu Başkanı Ahmet YILMAZ kısa birer sunuş yaptıktan sonra, soru&cevap kısmında katılımcılara söz hakkı tanınmıştır.

### **Avrupa-Balkanlar Oturumu'na yönelik düzenlenen anket sonuçları çerçevesinde ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:**

- Türk lobisi, Avrupa yeterli güce ve etkinliğe sahip değildir.
- Avrupa'da Türk ekonomisi ve mallarına ilişkin yerleşik imajın olumlu olduğu söylenebilir.
- Avrupa'da Türk iş adamlarının karşılaştığı sorunların başında Türkiye ve Türk ürünlerinin tanınmamasından doğan güven eksikliği ve vize/çalışma izni gelmektedir.
- Türkiye'nin AB üyeliği önündeki en önemli engelin kültürel farklılıklar ve kamuoylarının yanlış yönlendirilmesi olduğu görülmektedir.
- Türkiye'nin AB süresine olan destek %78,5 seviyesindedir.

Avrupa oturumunda ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- (5.1) Bugün AB üyesi ülkelerde Birliğe yönelik destek oranı % 60'lar civarındayken, aynı oran Türkiye'de %78'ler seviyesindedir. Birlik içerisinde bu oranın düşük

olmasının temel sebebi kurumsal karar alma sürecinin ve mekanizmalarının ağır işlemedir. Nitekim Lizbon Antlaşması'nın onay sürecinde görülen sıkıntılar, AB'nin daha etkin bir şekilde ilerleyebilmesi için hızlı karar alması gerektiğini gözler önüne sermiştir. Ancak AB'ye olan bu desteğin düşük olması Birliğin sonunun geldiği şeklinde yorumlamak yanlıştır. Nitekim tarihin en kapsamlı barış projesi niteliğindeki AB'nin yaşadığı sorunları atlatabilmesi mümkün olabilecektir.

(5.2) Bugüne kadar AB ile müzakerelere başlayan ancak sonunu getiremeyen ülke bulunmamaktadır. Türkiye'nin 45 yıldır süren macerası AB'nin oyalama politikalarının yanı sıra Türkiye'nin de hatalarından da kaynaklanmıştır. Şu an AB süreci hâlihazırda hızlı bir şekilde ilerlemektedir. Önümüzdeki seçimsiz geçecek 3 yıllık süre iyi değerlendirmeli ve sivil-asker, iktidar-muhalefet işbirliği içerisinde sürece ilişkin gereken adımlar atılmalıdır. AB'ye tam üye olma konusundaki inancın Avrupa hukukunun en önemli ilkelerinden olan "ahde vefa" ilkesi çerçevesinde devam etmesi gerekmektedir.

(5.3) Türkiye AB'ye üye olarak halen girememiş olsa da Türk insanı yoğun bir şekilde AB'ye girmiş bulunmaktadır. Nitekim Avrupa'da yaşayan Türk kökenli vatandaşların nüfusu 5,5 milyon civarındadır. Türk vatandaşlarının, Avrupa ülke ekonomilerine olan katkısı 80 milyar dolar civarındadır. İlk yıllarda yurt dışına yapılan göçler, ekonomik sebeplerden ötürü kırsal kesimden yapılmaktaydı. Ancak günümüzde göçmen profilinin değiştiği gözlemlenmektedir. Nitekim şu an Türkler pek çok alanda etkin bir şekilde faaliyetlerini yürütmektedir. Şu an Avrupa'da bulunan Türk kökenli vatandaşların, aynı Hint ve Çin kökenli diasporanın uyguladığı gibi bu ülkelerde elde ettikleri kazancı ülkelerine de faydalı olacak şekilde kullanması yönünde çaba sarf ettiği gözlemlenmektedir. Özel sektör ve hükümet bu alanda birlikte çalışarak diğer diasporalara benzer etkin diaspora oluşturulması sağlanmalıdır.

Bu doğrultuda Avrupa'da yaşayan Türkler ve faaliyet gösteren iş adamlarından beklenen örgütlenme, dayanışma ve eğitimidir. Avrupa'da oluşturulacak diaspora, Türkiye'ye yönelik ön yargıların giderilmesi ve ulusal menfaatlerin korunması açısından büyük önem arz etmektedir.

(5.4) AB ile ekonomik ilişkilerin Türkiye'deki toplam hacmi %70'ler civarındadır. Gümrük Birliği'nin uygulamaya geçilmesinin akabinde hasıl olan vize ve karayolu kotaları gibi engeller söz konusu pazara erişim açısından sorun teşkil

etmektedir. Bu engellerin kaldırılabilmesine yönelik faaliyetlere başlanmıştır. Bunda hükümetin çalışmaları kadar sivil toplum örgütlerinin de lobicilik faaliyetleri etkili olmaktadır.

- (5.5) AB'nin üçüncü ülkelerle tahsis etmiş olduğu STA'ların Türkiye tarafından üstlenilmesine ilişkin bir takım sıkıntılar yaşanmaktadır ve Türkiye bu konuda yalnız bırakılmaktadır. Bu noktada girişimcilerin önünü açmak ve hukuki zemin sağlamak gerekmektedir. Bu olumlu gelişmelere rağmen önemli ticari ortaklar olmalarına rağmen Meksika, Cezayir ve Güney Amerika Cumhuriyeti ile anlaşma yapmak mümkün olmamıştır. Bu durum trafik sapması denilen durumun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ancak, AB'nin bu sorunu çözmek konusunda gümrük birliğinden kaynaklanan yükümlülükleri bulunmaktadır.
- (5.6) Lojistik sektörünün Türkiye'ye sağladığı pek çok avantaj bulunmaktadır ve Türkiye'nin jeostratejik önemi lojistiğin gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır. Gelişmiş devletlerde ulaştırma politikalarının tüm sektörlerle katma değer sağladığı görülmektedir. Hâlihazırda karayolları konusunda yapılan düzenlemeler ile Türkiye, AB standartlarına ulaşmış durumdadır ancak kota sorunu ve malların serbest dolaşımına ilişkin bir sıkıntı olduğu açıktır. Buna ilişkin çalışmalar daha önce de vurgulandığı üzere devam etmektedir.
- (5.7) Romanya'dan katılan bir iş adamı; Türkiye'de işsizlikten yakınılırken, Romanya'da projelerin iş gücü eksikliği nedeniyle sonlandırıldığını ifade etmiştir. İş gücü potansiyeli yüksek bir ülke olarak Türkiye'nin, Romanya'daki bu açıktan neden faydalanamadığı konusunda yapılan fikir alışverişinde vize sorununun başlıca engel olarak ortaya çıktığı görülmüştür. Ayrıca Macaristan'dan katılan bir iş adamı, Avrupa veya Balkanlarda yerleşik Türk diasporasının neden diplomat, büyükelçi v.b. nitelikteki işlerde yer alamadığına ilişkin sorular üzerine Egemen Bağış, 17 yılını ABD'de geçirmiş bir kişi olarak şu an bakanlık yaptığını vurgulayarak; Türklerin önünde hiçbir engel olmadığını ancak yurt dışında bulunan Türklerin daha aktif bir şekilde her alana yönelmesi gerektiğinin vurgusunu yapmıştır.

### III. Komşu ve Çevre Ülkeler Oturumu

- (6) Devlet Bakanı Kürşad Tüzmen oturum başkanlığında gerçekleştirilen Komşu ve Çevre Ülkeler oturumunda programda öngörülen yedi isim kısa birer sunuş yapmış ve

soru&cevap kısmında katılımcılara söz hakkı tanınmıştır. Oturumun başlangıç kısmında Sn. Tüzmen, oturum için düzenlenen anket sonuçlarını katılımcılarla paylaşmıştır:

**Komşu ve Çevre Ülkeler Oturumu'na yönelik düzenlenen anket sonuçları çerçevesinde ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:**

- a. Türk lobisi, Türkiye'nin komşu ve çevre ülkelerinde yeterli güce ve etkinliğe sahip değildir.
- b. Komşu ve çevre ülkelerdeki fonların ve şirketlerin Türkiye yatırım yapmasının en önemli nedenleri arasında; Türkiye'yi siyasi açıdan riskli görmeleri ve Türk hukuk sistemine olan güvensizlikleri ayrıca Türkiye'yi ve ekonomisini yeterince tanımamaları görülmektedir.
- c. Küresel krizden tüm dünya gibi bölgede etkilenmiştir. Bu durum, bölgede korumacı eğilimlerin artmasına ve ticaretin olumsuz etkilenmesine neden oldu.
- d. Türkiye ve bölge ülkeleri arasında imzalanması planlanan Tercihli Ticaret Düzenlemeleri ve STA'lar, Türk iş adamlarının iş hacimlerini arttırmasının yanı sıra, bölge ülkeleri arasında Türkiye ilişkin bir rekabet ortamı da yaratacaktır.
- e. Türkiye ile ticaret ve yatırım olanakları açısından potansiyele sahip ülkeler arasında hidrokarbon zengini (Rusya, Irak, İran, Libya, Cezayir ve Azerbaycan) ülkeler ve Orta Asya ülkeleri sayılabilir.
- f. Komşu ve çevre ülkelerle iş yaparken karşılaşılan sorunların başında; vize, çalışma izni ve ikamet sorunları, gümrüklerde ve lojistik/taşımacılık alanında karşılaşılan sorunlar ve iş yapma kültürünün farklılığı gelmektedir.
- g. Türkiye, küresel kriz ortamında komşu ve çevre ülkelerle işbirliğini kesinlikle arttırmalıdır.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinin akabinde sunuşların yapıldığı oturumda ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- (6.1) Türkiye komşu ve çevre ülkeler stratejisinde büyük bir başarı yakalanmıştır. Türkiye'nin bulunduğu coğrafyanın sunduğu imkânlar, doğru kullanıldığı takdirde Türkiye açısından büyük bir fırsat sunmaktadır. Türkiye'nin 2007 yılında bölgede yaptığı ihracat 7 milyar dolarken, 2008'de bu rakam 57 milyar dolara ulaşmıştır. İçinde bulunduğumuz coğrafyada pek çok farklı bölge bulunmaktadır. Bu bölgelere ilişkin alt stratejiler geliştirilerek çeşitli projeler hayata geçirilmiştir. Aynı zamanda 40 farklı ticaret bakanının ağırlanacağı İstanbul Zirvesi bölgeye yönelik ticari anlaşma ve görüşmeler için iyi bir zemin oluşturacaktır. Akıllıca yapılmış hamlelerle Türkiye'nin bölgesel güç olmaktan çıkıp küresel bir güç olması hiç de uzak bir ihtimal değildir.
- (6.2) Türkiye'nin bugün büyük bir ekonomiye sahip olmasında kuşkusuz kalkınma yardımlarının büyük payı vardır. Türkiye belirli noktalarda hala yardım alan bir ülke, ancak bugün almış olduğu yardımları doğru kullanarak hem dış politika

anlamında hem de dış ticaret anlamında büyük bir bölgesel aktör de olmayı başarmış bir ülkedir. Komşu ve çevre ülkelere TİKA vasıtasıyla yapılan yatırımlar Türkiye'nin etkinliğini arttırmak için önemli bir araç görevi görmüştür.

- (6.3) Komşu ve bölge ülkelerle ilgili 2000 yılından beri aktif bir politika izlenmektedir. Bölgede kalıcı olabilmek belirli bir strateji çerçevesinde hareket etmek büyük önem arz etmektedir. Türkiye bunu başarılı bir şekilde yerine getirebilmiş ve stratejisini belirlerken bölgedeki ekonomik ve siyasal gelişmeleri göz önüne almıştır. Türkiye'nin izlediği stratejinin amacı, bölge ve komşu ülkeleriyle çok yönlü ticari ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesinin yanı sıra bölgemizde refah ve istikrarın sağlanmasıdır.

Bölgesel bazda kalıcı olabilmek için Türkiye'nin izleyeceği stratejide öngörülen adımları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Bölge ülkeleriyle mal, hizmet ve sermaye akışının serbestleştirilmesini öngören anlaşmaların imzalanması,
- Bölgedeki ekonomik altyapıların ulaştırma ve gümrük başta olmak üzere uyumlaştırılması,
- Bölgesel bazda ekonomik mevzuatın uyumlaştırılması,
- Pazara giriş ve tanıtım programları ile ihracatımızın desteklenmesi,
- Bölgesel bazda lojistik imkânlarının geliştirilmesi,
- Bölgede üretilen petrol ve doğalgazın ülkemiz üzerinden Avrupa'ya taşınmasını öngören projelerin hayata geçirilmesi,
- Müteahhitlik firmalarımızın bölge ülkelerindeki faaliyetlerinin özel programlarla desteklenmesi,
- Türkiye'ye yabancı sermaye akışını hızlandıracak koşulların oluşturulması.

- (6.4) Orta Doğu 130 milyonluk nüfusu ve gelişmemiş sanayisi ile büyük bir pazar niteliği taşımaktadır. Enerji ve ucuz iş gücü bakımında imkânları olan bölgede, Türkiye'nin öncelikli var olan potansiyeli kullanmak adına STA yapma yoluna gitmesi gerekmektedir. Bölgeyle ticaretin önünde var olan engeller arasında hukuki alt yapı eksiklikleri, istikrarsızlık ve bürokratik engeller sayılabilir. Yerel bir ortakla yatırım yapılması, hem sermaye bulunması, hem de bürokratik açıdan zaman kazanılması bakımından önem taşımaktadır.

- (6.5) 1990'ların başında SSCB ile Türkiye arasındaki ticaret 200 milyon dolarken; bugün Rusya ile Türkiye arasındaki ticaret büyüklüğü 35 milyar dolardır. 1972'de SSCB'den Türkiye'ye 15 turist gelirirken; bugün Rusya'dan Türkiye'yi

ziyaret eden turist sayısı 2.5 milyon civarındadır. İki ülke arasındaki ticaret hacminin artışını şu sebeplerle açıklamak mümkündür:

- Kültür yakınlığı/ birliği,
- İşadamlarının edindiği tecrübe,
- Her düzeyde iyi ilişkiler,
- Birbirlerinin imkânlarını tanıma.

Türkiye ile Rusya arasında ticarete konu olabilecek alanları ise şu şekilde sıralamak mümkündür: Enerji-doğalgaz, turizm, demir yolları, petrol- maden, toplu konut, beyaz eşya, yeni sanayi, orman ve tarım. Söz konusu alanların kliring anlaşmaları yoluyla çoğaltılma yoluna gidilebilir.

- (6.6) Küresel krizin etkisi ile Mısır ve Türkiye büyüyen iki pazar haline gelmiştir. Mısır'da hâlihazırda yatırımlar altın çağını yaşamaktadır. Her iki ülkenin de krizlere dayanıklı dinamik bir ekonomik yapısı vardır. Mısır, ayrıca düşük enerjili ve ucuz iş gücünün bulunduğu bir ülkedir. Türkiye, bölgede özellikle tekstil ve hazır giyim konusunda 1 milyar dolarlık yatırıma sahip, 2 yıl içinde bu rakamın 2 milyar dolara çıkması beklenmektedir. Turizm ve inşaat ve tarım teknolojileri konusunda yapılacak bilgi ve deneyim aktarımı ile daha büyük bir ticari hacim yakalanabilir.
- (6.7) Türkiye, Orta Asya'da 1991 sonrasında etkili olmaya başlamıştır. Bölgede karşılaşılan sorunların başında küçük girişimcilerin sermaye bulmada yaşadığı sıkıntılar ve EXIMBANK'ın yeterli desteği sağlayamaması gelmektedir. Daha çok tarım, hizmet, gıda ve günlük tüketim ürünleri alanında yatırım yapılan bölgeye ilişkin finansal ve sektörel analizlerle, daha çok yatırım yapılması teşvik edilmelidir. Türkiye'nin bölgede bir diğer eksikliği de Rusça bilen personel azlığıdır. Bu sebeple Rusça bilen kadroların eğitimi Türkiye için daha yararlı olacaktır.
- (6.8) Bölge ülkeleri arasında, Türkiye ile dış ticaret hacmi artarak devam eden bir ülke de Sudan'dır. Sudan, Çin'den sonra en fazla büyüme oranına sahip ülkedir. Petrol ve doğal gaz açısından zengin kaynaklara sahip ülkede Türkler, daha çok inşaat, demir-çelik, mobilya ve tarım alanında faaliyet gösterebilmektedir. Sudan'da Türk mallarına ilişkin yapılan değişiklik (7 Ocak – 9 Nisan Karma Toplantıları sonucu alınan karar ile Türk mallarının AB malları ile değil, Çin malları ile aynı referansla fiyatlandırılmasına ilişkin değişiklik), özellikle müteahhitlik alanında

Türklerin elini oldukça rahatlatmıştır. Sonuç olarak Sudan, Türkiye için önemli bir partner olarak görülmektedir.

- (6.9) Bu oturumda gerçekleştirilen soru&cevap bölümünde Afganistan'da yerleşik bir Türk iş adamı söz alarak, Türkiye-Ermenistan arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi ve sınırın açılması yönünde gelişebilecek bir politikanın Türkiye-Afganistan ilişkileri açısından oldukça tehlikeli bir gelişme olacağı vurgusunu yapmıştır. Kürşad Tüzmen, hâlihazırda Ermenistan ile yürütülen görüşmelerde sınırın açılması yönünde bir gelişme olmadığını ayrıca Karabağ sorunu çözülmeden de böyle bir gelişmenin tek taraflı olarak olamayacağını belirtmiştir.

#### IV. Körfez Oturumu

- (7) Devlet Bakanı Prof. Dr. Said Yazıcıoğlu'nun oturum başkanlığında gerçekleştirilen Körfez Oturumunda programda öngörülen yedi isim; TOKİ Başkanı Erdoğan BAYRAKTAR, DTM İhracat Genel Müdürlüğü Genel Müdür V. Ziya ALTUNYALDIZ, Türk-Körfez İş Konseyleri Koord. Başkanı Korhan KURDOĞLU, TEPAV Direktörü Prof. Dr. Güven SAK, Ziraat Bankası Genel Müdürü Can Akın ÇAĞLAR, Türk – Katar İş Konseyi Başkanı /Müteahhitler Birliği Başkan Yrd. Emin SAZAK, Katar İşadamları Derneği Başkanı Muammer ARIKAN kısa birer sunuş yapmışlardır. Oturumun başında diğer pek çok oturumda olduğu gibi, oturuma ilişkin anket sonuçları katılımcılarla paylaşılmıştır:

**Körfez Oturumu'na yönelik düzenlenen anket sonuçları çerçevesinde ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:**

- Türk lobisi, Körfez ülkelerinde yeterli güce ve etkinliğe sahip değildir.
- Körfez ülkelerindeki fonların ve şirketlerin Türkiye yatırım yapmasının en önemli nedenleri arasında; Türkiye'yi siyasi açıdan riskli görmeleri ve Türk hukuk sistemine olan güvensizlikleri ayrıca Türkiye'yi ve ekonomisini yeterince tanımamaları görülmektedir.
- Türk özel sektörü, Körfez bölgesinin sunduğu fırsatların henüz farkına varamamıştır. Bölgeye yönelik adımlar yeni yeni atılmaya başlansa da halen yetersizdir.
- Balkanlarda, Karadeniz'de, Kafkasya'da, Orta Asya'da Körfez şirketleriyle ortak yatırım yapma yoluna gidilebilir. Bunun yanı sıra Körfez sermayesini Türkiye'ye çekmeye odaklanmak da oldukça makul bir seçenektir.
- Körfez ülkelerinde Türkiye'ye ve ekonomisine ilişkin olumlu bir imaj mevcuttur.

Söz konusu oturumda ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- (7.1) Körfez bölgesi petrol gelirleri ve artan finansman kaynaklarıyla sön dönemin önemli küresel aktörlerinden biri haline gelmiştir. Bölge yüksek satın alma gücü

seviyesiyle önemli bir pazar niteliği taşımaktadır. Bölge ülkelerinden Katar ciddi doğal gaz rezervlerine sahiptir; Suudi Arabistan ise dünyanın en fazla petrol rezervine sahip olan ülke konumundadır. Bunlara ek olarak Katar ve Kuveyt, petrol rezervleri bakımından dünyanın ilk on ülkesi arasında yer almaktadır.

- (7.2) Bölgeye yönelik düzenlenen anket sonuçlarında da görüldüğü üzere, bölgeye yönelik en önemli sorun Türk girişimcilerin Körfez bölgesinde yeterince tanımamasıdır. Ayrıca bölgede yapılan pazar araştırmalarının sınırlı olmasıdır. Bu anlamda ticari faaliyetlerin artırılması konusunda son dönemde önemli çalışmalar yapılmaktadır. Fuarlara katılım özendirilmekte ve ticari heyetler organize edilmektedir. İkili ticari ilişkilerin hukuki zemini hâlihazırda tesis edilmiş durumdadır. İlgili yatırım ve vergi anlaşmaları imzalanmaktadır. Türk yatırımcısının her zaman fırsat olarak görüldüğü Körfez ülkelerine Türk iş adamlarının yatırım yapması aynı zamanda Körfez iş adamlarının da Türkiye'ye iş yapmasına yönelik teşvikler arttırılmalıdır.
- (7.3) 2008 yılında Körfez bölgesinden Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı yatırımlar yüzde 500 artmıştır. Ancak bölgenin potansiyeli düşünüldüğünde daha fazla yatırım çekmek mümkündür. Körfez'in sahip olduğu büyük sermaye proje avındadır. Bölgedeki ülkeler, ellerindeki petrodollarları nerede ve hangi şekilde yatırıma dönüştürebileceklerinin yollarını aramaktadır. Bölgeden Türkiye'ye yabancı sermaye çekilebilmesine ilişkin çalışmalar yürütülmelidir. Yabancı sermaye ancak proje ile ülkeye çekilebilir. Bölge ülkelerine Türkiye'nin sağlam bir liman olduğu anlatılmalıdır, nitekim Türkiye yabancı yatırımcılar için en cazip ilk 15 ülke arasında yer almaktadır. Aynı zamanda TOKİ portföyü kullanılarak Körfez bölgesinden sermaye çekilebilir. TOKİ bu konuda en üst düzeyde bürokratik kolaylık ve esneklik sağlamaktadır. Ancak, *Körfez ülkeleri ile ikili ilişkiler geliştirilmeden ve sosyal yapı sağlamlaştırmadan* bölge ile iş yapmak ve TOKİ'den bölgede faydalanmak zor gözükmektedir.
- (7.4) En önemli birikimlerinden biri girişimcilik olan Türkiye'nin, bölgedeki pazarı fark ederek oradaki köprü başlarını tutması ve orta vadede bölgede varlık göstermesi önem arz etmektedir.
- (7.5) Kriz sonrası dönemde rekabet çok daha artacak, rekabet koşulları ağırlaşacak ve alıştığımız şartlarda olmayacaktır. Körfez bölgesi ise bu rekabetin en yoğun olacağı alanlardan biridir. Bunun nedeni, korumacı eğilimlerin en yoğun olduğu dönemde rekabet alanında herkesin kendisinden olanı korumaya çalışmasıdır.

Petrol rezervlerine sahip Körfez ülkelerinde biriken döviz rezervi sayesinde krizde en optimist büyümenin bölgede olacağı gözükmektedir. 2002 yılında Türkiye'nin Körfez bölgesine ihracatı % 4 seviyesinde iken bu oran 2009 yılında % 10'a çıkacaktır. Bu önemli bir aşamadır, ancak artık bunu devam ettirmek çok daha zor olacaktır. Bu nedenle, girişimcilerin arkasında durmak, girişimcilere destek olmak gerekmektedir. Bu aşamada koordinasyon ve destekleyici politikalar önem kazanmaktadır.

- (7.6) DEİK tarafından stratejik bölge olarak ilan edilen Körfez bölgesine, Türk bankalarının gitmesi öncelikli finansman desteğini sağlayabilecektir. Bu çerçevede Ziraat Bankası, Körfez dış ticaret hacminden pay almak istemektedir. Türk yatırımcıların Körfez bölgesindeki yatırımlarına ve Körfez bölgesinden Türkiye'ye gelecek yatırımlara destek olunması amaçlanmaktadır. Özellikle gıda ve tarım alanındaki yatırımlara destek verilmelidir.
- (7.7) Bölgede iş yapan müteahhitler, 70'li yıllarda daha çok konut yapımı yönünde faaliyet göstermekteyken, son dönemlerde katma değeri daha yüksek olan yol, iş merkezi, hava alanı, boru hattı gibi projelere yönelmişlerdir. Ancak hala daha bölgedeki pazardan yeterince pay alınamamaktadır. Bölgeye ilişkin bir takım sorunlar olduğu gözlemlenmektedir.

## V. Asya-Pasifik Oturumu

- (8) DEİK İcra Kurulu Başkanı Rona YIRCALI başkanlığında gerçekleştirilen Asya-Pasifik oturumunda programda öngörülen altı isim; DTM İhracat Genel Müdürlüğü Genel Müdür Yrd. V. Zülfikar KILIÇ, Türk – Hindistan İş Konseyi Başkanı Cefi J. KAMHİ, Türk – Pakistan İş Konseyi Başkanı Ali İRVALI, Silk&Cashmere CEO'su Ayşen ZAMANPUR Avustralya Türk İşadamları Derneği Başkanı Mehmet Ali KARAMEMİŞ, MUSİAD Singapur Temsilcisi Uğur BAYHAN kısa birer sunuş yapmışlardır. Oturumun başında diğer paralel oturumlarda olduğu gibi, anket sonuçları katılımcılarla paylaşılmıştır:

### **Asya Pasifik Oturumu'na yönelik düzenlenen anket sonuçları çerçevesinde ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:**

- Türk lobisi, Asya Pasifik bölgesinde yeterince güçlü ve etkin değildir.
- Türk ekonomisi ve Türk malına ilişkin bölgede yerleşik bir imaj bulunmamaktadır. Sınırlı yönde gelişen imajın da olumlu olduğu görülmektedir.
- Asya Pasifik bölgesi de küresel krizden dünya ile aynı şekilde etkilenmiştir. Kriz sonucunda bölgedeki korumacı eğilimin arttığı ve bunun ticareti olumsuz şekilde etkilediği düşünülmektedir.
- Asya Pasifik ülkeleri ile imzalanması planlanan STA'ların Türk iş adamlarının ticaret hacmini artıracığına yönelik inanç yüksektir. Söz konusu artışın yanı sıra, bölge ülkeleri arasında Türkiye'ye yönelik bir rekabet ortamı da sağlanabilecektir.

Söz konusu oturumda ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- (8.1) Çin ve Hindistan dünya gündemine oturmuş iki ülke olarak göze çarpmaktadır. Sekiz trilyonluk ticaret hacmine sahip Asya Pasifik bölgesinde en alt gelir seviyesinden en üst seviyeye kadar ülkelerin bulunduğu göz önünde bulundurulurken, her türlü malın bölgeye ihracı mümkün olabilmektedir. Ancak yine de bölgede işbirliği ve rekabet alanlarının tespit edilmesi ve buna yönelik stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir. Asya-Pasifik Stratejisi kapsamında bugüne kadar olumlu sonuçlar alınabilmesi mümkün olmuştur.
- (8.2) Bölge ülkeleri arasında Çin ve Hindistan ön plana çıkan iki ülkedir. Daha sonra Afganistan ve Pakistan öncelikli ülkelerdir. Vietnam da göz ardı edilmemelidir. Japonya ve G. Kore ile olan ilişkiler iyileşerek devam ettirilmelidir.
- (8.3) Türkiye’de Çin’e yönelik hâkim bakış açısını değiştirmek gerekmektedir. Çin artık fason üretim yapan ucuz ülke değildir. Çin, en yüksek değerde marka sertifikası vermektedir. İstikrarlı ve hızlı büyüyen Çin, fasoncu ve ucuz bir ülke olmayı bırakarak marka satma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. Türkiye, Çin’in yatırımlarından gerekli payı alamamaktadır. Çin’e yönelik bakış açısını değiştirerek stratejik ortaklık modeli kurma yoluna gitmeli ve pazardan pay kapmalıyız. Katma değeri yüksek mallara yönelerek, Çin örneğinde görüldüğü üzere, markalar yaratmak gerekmektedir.
- (8.4) Bölgeye yatırım yapan iş adamlarını bir arada tutacak bir kurumun oluşturulması, bölgede faaliyet gösteren müteahhitlerin birbirleriyle rekabetinin önünü tıkayarak işbirliği yapmalarını sağlayacaktır. Ayrıca bölgeye sektörel bazda düzenlenecek heyet ziyaretlerinin çok büyük faydası olacağı düşünülmektedir.

- (8.5) Singapur coğrafi konumu gereği köprü vazifesi görmektedir. Sağlam bir bankacılık alt yapısına sahip olan ülkenin, Çin ve Hindistan ile ticaret hacmi oldukça geniştir. Bölgede 2015'e kadar tek bir pazar oluşması ve bu pazarın başına Singapur'un geçmesi öngörülmektedir. 2015'e kadar bir Türk finans kurumunun Singapur'a gelmesi bu çerçevede yararlı olacaktır. Ticari ilişkiler kurarak Singapur ile işbirliği sağlanması gelecekte atılacak adımlar için ön hazırlık niteliği taşıyacaktır.
- (8.6) Asya-Pasifik pazarı helal gıda için oldukça iyi bir pazardır. Bu pazarın önümüzdeki dönemde 500 milyar dolarlık bir hacme ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu pazarın, Türk yatırımcılar tarafından değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (8.7) Papua Yeni Gine dünyaya açılmakta zorlanan, saklı kalmış ve doğal güzelliklere sahip bir ülke olarak bölgede dikkat çekmektedir. Çok zengin altın madenlerine ve kauçuk hammaddesine sahip ülkede, son yıllarda turizm sektörüne verilen önem artmış ve bu bölgeye yatırımlar başlamıştır. Bu ülke, Türk yatırımcılarının değerlendirebileceği bir pazar olabilme potansiyelini bünyesinde barındırmaktadır.
- (8.8) Çin'de Türk bankaları doğrudan operasyon yapamamaktadır. Türk bankaları Çin bankalarını muhabir banka olarak kullanmaktadır. Çin'de son dönemde artan bir servet birikimi olduğu göze çarpmakta ve döviz rezervlerinde ciddi bir artış gözlenmektedir. Genel ekonomik ilişkiler çerçevesinde Çin'de var olan birikimleri yatırım olarak çekebilmenin yolları aranmalıdır.
- (8.9) Pakistan'da önümüzdeki dönem enerji açığının artacağı tahmin edilmektedir. Enerji alanında aktif olarak faaliyet gösteren 16 şirket bulunmaktadır. Türkiye'den de ZORLU grubu bu ay enerji alanına dâhil oldu. Tekstil sektöründe hızla artan bir gelişim gözlenmekte ancak makine ihtiyacı olduğu görülmektedir. Bu iki alanda ülkede var olan açık, Türk yatırımcılar tarafından değerlendirilmelidir.

## **GALA YEMEĞİ**

- (9) T.C. Cumhurbaşkanı Sn. Abdullah Gül'ün onur konuğu olarak katıldığı Gala Yemeği'nin başlangıcında, DEİK İcra Kurulu Başkanı Rona Yırcalı, TİM Başkanı Mehmet Büyükekçi, TOBB/DEİK Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, Devlet Bakanı Kürşad Tüzmen teşekkür mahiyetinde kısa birer konuşma gerçekleştirmişlerdir. Diğer

konuşmacıların görüşlerine rapor içerisinde geniş şekilde yer verildiği için bu bölümde sadece Mehmet Büyükekşi ve Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün konuşmalarında öne çıkan unsurlar ele alınmıştır:

- (9.1) Türkiye'nin ihracatında yaşanan gelişmeler Türk iş adamları/girişimcilerinin eseridir. Türk girişimcisinin dışa açılmasıyla birlikte, 2001 yılında 30 milyar dolar olan ihracat rakamı, 2008 sonunda 132 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Benzer şekilde 2001 yılında 1 milyar \$ üzeri ihracat yapan sektör sayısı 8'ken, bugün bu sayı 19'lara ulaşmıştır. Satılan mal sayısı ise 5'ten 25'e çıkmıştır.

Küresel kriz sebebiyle dış ticarete yaşanan kayıplar Türk girişimcisinin gözünü korkutmamalıdır. 2023 yılında 500 milyar dolarlık ihracat hedefi olan Türkiye'nin, bu seviyeye ulaşma potansiyeli mevcuttur. Getirdiği risklerin yanı sıra bünyesinde barındığı fırsatlarla da dikkat çeken küresel kriz ortamında ileri teknolojiye yatırımlara yönelmek gerekmektedir.

- (9.2) 80 ülkeden 2000 Türk iş adamının katılımıyla gerçekleşen Dünya Türk Girişimciler Kurultayı, dünyanın dört bir yanında faaliyet gösteren Türk iş adamlarının bir araya gelmesi, birbirini tanıması ve işbirliği fırsatları geliştirmesi yönünde atılan önemli bir adımdır.

Türkiye, güçlü silahlı kuvvetlerinin yanına güçlü ekonomisini de yerleştirerek; soft power olarak sadece bulunduğu bölgenin değil, tüm dünyanın dikkatini çeken bir konuma gelmeyi başarmıştır. Bugün Türkiye'ye yatırım yapan pek çok yabancı iş adamı, Türkiye'ye güven duymaktadır ve yatırımlarını bunun için ülkemize yöneltmektedir.

Kamu ve özel sektörün işbirliği ile Türk iş adamının yurt dışında yaşadığı zorluklar önlenmeye; yabancı yatırımın önündeki engeller kaldırılmaya çalışılacaktır.

## KÜRESEL KRİZE KÜRESEL BAKIŞLAR

- (10) Coca Cola Başkan ve CEO'su Muhtar Kent oturum başkanlığında gerçekleştirilen "Küresel Krize Küresel Bakışlar" oturumunda, programda öngörülen dört kişi; CISCO Doğu Avrupa ve Merkezi Asya Bölgesi Başkan Yardımcısı Kaan TERZİOĞLU, P&G Kafkasya ve Orta Asya Bölge Başkan Yardımcısı ve P&G Türkiye Genel Müdürü Saffet KARPAT, TAV Havalimanları ve İnşaat Şirketleri

CEO'su Sani ŞENER, Türk – Rus İş Konseyi Başkanı Cem KOZLU birer sunuş gerçekleştirmişler ve kendi firmalarının krize ilişkin aldığı tedbirleri katılımcılarla paylaşmışlardır. Söz konusu oturumda ortaya çıkan görüşleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

**(10.1)** Hâlihazırda içinde yaşadığımız küresel kriz, sadece kredisini ödeyemeyen insanları değil, yatırım bankaları, bankalar ve şirketleri etkilemiştir. Dünyanın en büyük şirketler sıralaması içerisinde 6. sırada yer alan ve 80 ülkede 100 bin çalışanı bulunan P&G küresel kriz öncesinde ve sonrasında yaptığı stratejik planların sonucu olarak aldığı önlemlerle piyasasını genişletmeyi ve korumayı başarmıştır. Bu çerçevede izlenen şirket politikasının içinde barındırdığı unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Nakit Akışı,
- Kârlılık,
- Pazar Payı,
- Yenilikçilik-inovasyon.

Uygulanan politika içerisinde müşteri farklılıkları göz önüne alınarak, 3 faktöre göre çalışmalar yürütülmektedir:

- Maliyet: depolama, hızlı/ yavaş dönen mallar kendi içerisinde ayrılarak müşteriye yönelik bir yaklaşım uygulanmaktadır.
- Mağaza içi iletişim müşterileri farklılaştırır, bu noktada bu iletişim kanalının kullanımı maksimum düzeye çıkarılmaya çalışılmaktadır.
- Lider marka denilen ürünlerin (ucuz ve yeteri kadar güvenilen) değerleri anlatılmaktadır.

Yukarıda anılan stratejiye paralel olarak, P&G'nin dikkate aldığı unsurlar aşağıda sıralanmaktadır:

- Uzun vadeli düşünme,
- Müşteri bazlı ayrıcalık yapmama-eşitlik ve hakkaniyet,
- Sürdürülebilir fiyatlar-pazarda varlık göstermek,
- Hızlı karar alma ve alınan kararı en kısa sürede uygulama,
- Tüketicieye müşteriye yakın olma- ziyaretler gerçekleştirme.

**(10.2)** Tıpkı P&G gibi TAV da küresel krizin sinyallerini almaya başladığı anda gerekli önlemleri alarak varlığını korumaya ve büyümeye devam etmiştir. Bu çerçevede

TAV'ın önemsemediği unsurlar olarak, özellikle insanın eğitilmesi sonrasında yetenekleri ve becerileri çerçevesinde doğru alana yönlendirilmesinin sağlanması bakımında ciddi bir öneme sahip olan insan kaynakları ön plana çıkmaktadır. İnsan kaynakları konusunda işletme içerisinde sevilen iş-becerilerin örtüşmesi sağlandığı noktada gerekli olan motivasyonu sağlamak da kolaylaşır. Böylece işletme içerisinde gerekli ayarlamaları yapmak, çalışanların dinamizmini arttırmaktadır.

Son yıllarda işletmelerde en çok önem verilen alanlardan biri haline gelen AR-GE sonucunda elde edilen yöntemlerle (verilerin analitik analizi ve operasyonel kullanımı), işten çıkarma olayları minimum düzeye indirilmiş durumdadır. Ayrıca bilgi sermayesi de kademe kademe fiziksel sermayenin önüne geçmeye başlamıştır.

**(10.3)** Küresel krizde CISCO'nun kullandığı tedbirler ele alındığında; kriz ortamında iki ekipten yararlanıldığı görülmektedir: Mavi ve kırmızı ekip. Kırmızı ekip, zarardan kaçış yolları ve savunma metotları geliştirirken; mavi ekip, kriz ortamında yararlanılabilecek alanları ve fırsatları ortaya çıkarmaktadır. Krizlere hazırlıklı yakalanmanın liderlerin temel görevleri arasındadır. Bunun için;

- 5 kat hızlı artışlı bir üretkenlik yakalanmalı,
- Son teknolojik gelişmeler sürece bir an önce entegre edilmeli,
- Gerekli alanlarda yeteri kadar verimlilik sağlanmalı ve verimliliği artıracak yöntemler geliştirilmeli (bu oran şirketlerde %10–15 civarında olmalıyken; devletlerde % 3-5'lik bir oran yakalanmalıdır),
- Gerekli tasarruf önlemleri alınmalı, bu tasarruflar neticesinde var olan sermaye doğru yatırımlara kanalize edilmeli,
- Müşteri hizmetlerine önem verilmeli, yakalanacak birliktelik ile var olan rekabet koşulları içerisinde doğru adımlar ve atılımlar yapılmalıdır.

**(10.4)** Küresel krizi fırsata dönüştürmek amacıyla geleneksel davranış kalıplarını terk etmesi ve yeni iş kalıpları ortaya koyması gerekmektedir. Yani krizi bir felaket olarak ele alınmak yerine bir fırsat alanı olarak değerlendirmek gerekmektedir. Farklı iş kalıplarının ortaya koyulmasına ilişkin birkaç örnek:

Yeni Bir Hedef ve Donanım: Coca-Cola tarafından yürütülen “Seni yalnız bırakır mıyız sandın?” sloganıyla yürütülen kampanyada, bakkal, marketler zinciri ve ara toptancılar hedef kitle olarak belirlenmiştir. Eğitim ve donanım sunarak, distribütörün sürece hazırlanması ve promosyonlarla destek sağlanması

öngörülmektedir. Bu çerçevede müşteri sürece ortak edilerek, kendisine bilgi ve özgüven aktarımı sağlanmaktadır.

Kriz ortamında farklı stratejilere örnek olarak, “Duru” sabun üreticilerinin “duru hemşerim” sloganıyla bölgesel ilgi yakalamaya yönelik stratejisi verilebilir.

Yine McDonald’s tarafından yürütülen “24 saat açığız” kampanyası çerçevesinde klasik işten çıkarma yöntemi yerine farklı yöntemlerin denemesi yönüne gidildiği görülmektedir.

Ters Strateji: Kriz aynı zamanda yüksek nitelikli insanların da şirketlerinde yaşanan sıkıntılar sonucunda farklı iş arayışlarına girdikleri zaman dilimleridir. Özellikle çok uluslu şirketlerde yaşanan eleman çıkarma işlemleri sonrasında doğru hamlelerle yüksek nitelikli kişilerin, farklı şirketlerin bünyesine katılması söz konusu olabilmektedir.

İttifaklar Kurma: Farklı alanlarda faaliyet gösteren işletmelerin kriz ortamında çıkabilmek amacıyla, müşterinin ilgisini çekebilecek ortaklıklara girişmesine yönelik izlenen stratejidir. Örnek olarak Mc Donald’s ve Genç Turkcell arasında gerçekleştirilen ittifak verilebilir.

**(10.5)** Küresel kriz ortamında Coca-Cola’nın aldığı önlemler incelendiğinde üç noktaya vurgu yapıldığı görülmektedir:

- Pazarlama,
- Müşteri odaklı uygulamalar,
- Ürün ve ambalajlar üzerinde çalışma yürütme, ürün portföyünde değişikliğe gitme.

**(10.6)** Yukarıda çok uluslu şirketlerin izlediği stratejilerden yola çıkarak genel olarak şu yöntemlerin izlenmesi gerektiğini söylemek mümkündür:

- Zaman kaybetmeme,
- Esnek olma,
- Tüketici ve müşteri beklentilerini doğru algılama,
- Çalışanlarla sıkı bir iletişim, çalışanlarla zaman geçirme,
- Transformasyona önem vermek.

## SONUÇ

- (11) İki gün süren Dünya Türk Girişimciler Kurultayı'na ilişkin katılımcıların genel izlenim ve değerlendirmelerinin olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. Nitekim söz konusu Kurultay, dünyanın farklı ülkelerinde faaliyet gösteren çok sayıda Türk iş adamının ortak bir platformda bir araya getirilmesi, fikir-alışverişinde bulunmalarına imkân sağlanması ve kendilerine işbirliği imkânları yaratılması gibi unsurları bünyesinde barındırarak bir ilk olma özelliği taşımaktadır.
- (12) Özellikle Kurultay'ın ikinci günü öğleden önce gerçekleştirilen ikili iş görüşmeleri, yurt dışında yerleşik 400 Türk asıllı firmanın stand açarak Türkiye'de veya yurt dışında faaliyet gösteren farklı firmalarla bir araya gelmesi yönünde atılan önemli bir adım olarak takdir toplamıştır. İkili görüşmelere ilişkin yöneltilen temel eleştiriler arasında zaman kısıtı ve firmaların sektörlere ayrılmasında izlenen geniş kategorizasyon yöntemi yer almıştır. (Örn: "İnşaat" alanında faaliyet gösteren bir firmanın "Mühendislik-Danışmanlık" başlığı altında ele alınması vb.) Sektörlerin daha iyi belirlenmesi ve dar tutulmasının vakit kaybının önüne geçeceği pek çok katılımcı tarafından dile getirilen bir husus olarak dikkat çekmektedir.
- (13) Organizasyonun büyüklüğü göz önüne alındığında, organizasyonel aşamada yaşanan aksaklıkların çok ufak düzeyde kaldığını söylemek mümkündür. Nitekim genel itibariyle katılımcıların Kurultay'dan memnun ayrıldıklarını gözlemlemek mümkün olmuştur.
- (14) Dünyanın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren Türk iş adamları arasında koordinasyonu sağlayacak kurumsal bir mekanizmanın oluşturulmasına vesile olacak olan Kurultay'ın önümüzdeki yıllarda da düzenlenmesi, katılımcıların hemfikir olduğu bir konudur.