

Asya pazarı için kafa kafaya verdiler

Özel sektör temsilcileri Türkiye için kritik önemi olan Asya-Pasifik pazarı ile ticari ilişkiler konusunda fikir alışverişi yapmak için bir araya geldi. Toplantıda, ağırlıklı olarak Çin pazarı öne çıkarken, bu pazarlara uzman çalışma gruplarıyla birlikte gidilmesi gerekliliği kanaati gündeme geldi.

Sibel SANCAKLI 11 Temmuz 2018

Progroup Uluslararası Danışmanlık, Türkiye'nin Asya-Pasifik pazarı ve özellikle Çin ile yaklaşık 20 milyar dolar olan dış ticaret açığının nasıl kapatılabileceği ve var olan işbirliklerinin nasıl geliştirilebileceği konusunun masaya yatırılması hedefiyle bir toplantı düzenledi.

Toplantıda konuşan Yıldız Teknik Üniversitesi Öğretim Görevlisi ve Progroup Başkanı Salim Çam, Çin'in, dünya genelinde ülkelerin ihtiyaçlarını giderecek şekilde yatırımlara girdiğini ve bu bağlamda ülkelerin ihtiyaçlarını tespit ederek maddeler halinde kendine bir envanter oluşturduğunun altını çizdi. Çin'in markalaşma konusunda böyle bir model ile lider olma stratejisi bulunduğunu aktaran Çam, Türk yatırımcıların Çin'de farkındalık oluşturabileceği hizmet ve mal ihracatına odaklanması gerektiğini vurguladı. Çam, firmaların **'tek tek' değil bir çalışma grubu oluşturarak kendilerinden sonra Çin pazarında fırsat arayacak diğer şirketlere de yol açacak bir bakış açısıyla 'bir çalışma grubu oluşturarak'** gitmesi gerektiğini de aktardı.

Türkiye ile Çin arasında ticaret dengesinin Türkiye aleyhine giderek bozulmasından kaynaklanan dış ticaret açığının kapatılmasına dair açıklamalarda bulunan Türkiye-Çin İş Konseyi Başkanı Talip Murat Kolbaşı da, Çin'in bankalarını, e-ticareti, perakende ticareti gibi alanlarını geliştirmek için büyük rakamlar hedeflediğini kaydetti. Ülkenin bu anlamda uzun vadeli hedeflerle ilerlediğini belirten Kolbaşı,

"Çinliler ciddi anlamda tüketici durumundalar. Kişisel bakım, dışarıda yemek, ev almak aldıkları evin yeri ve dekorasyonu onlar için önemli. Burada dekorasyona zaman harcamadıklarından dışarıdan gelecek ülkeler için bir fırsat var. Dijitale ve eğitime ciddi miktarlar ayırıyorlar. Çünkü çocuklarının gelişimi çok önemli" bilgilerini verdi. Kolbaşı sözlerine şöyle devam etti:

"Türkiye yıllarca turizm sektöründe, Çinlilere denizini ve güneşini sundu. Ancak Çinliler Kapadokya gibi denizi güneşi olmayan yerleri tercih ediyorlar. Dolayısıyla biz de artık bu bölgelere yönelerek turizm ve hizmet sektörüyle cari"

açığımızın bir kısmını kapatabiliriz. Zira bu sektörlere yılda yaklaşık 120 milyar dolar para harcanıyor.”

‘Çin ticaret savaşlarından zararlı çıkabilir’

Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Başkanı Turgut Erkeskin de Çin pazarı ile Türkiye’nin en büyük problemlerimizden birinin gümrüğün hantallığı ve transit yüklemeler olduğunu söyledi. Gelen malzemelerin kontrol yöntemlerinin zaman kaybına neden olduğunu ifade eden Erkeskin, 2012’nin sonunda gündeme gelen ‘Tek Kuşak Tek Yol’ projesi ile Türkiye’nin Çin’le ilişkilerinin daha iyi gideceğini düşündüklerini kaydederek **“Onlar zenginleştikçe bizim ihracatımız da artacak diye düşünüyorum. Çin ticaret savaşlarından zararlı çıkabilir”** dedi.