

Türk-Kuzey Amerika İş Konseyleri Koordinatör Başkanı Dr. Yılmaz Argüden:

Eşik yakalandığında ABD'de başarı geliyor

Amerikan pazarında başarılı olmak için mutlaka uzun vadeli düşünmek, ona göre yatırım yapmak gerekiyor. Hem de ölçekleri yakalamak gerekiyor. Bu nedenle sadece Amerika tarafından getirilen sınırlamalar değil, daha önemlisi bizim nasıl dönüşeceğimiz konusu da önemli

Röportajlar: → Mehmet Ali DOĞAN

Kuzey Amerika kıtası bugün için dünyanın en büyük ekonomisini oluşturuyor. Bu nedenle, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), dış ticaretin geliştirilmesi amacıyla kendi bünyesinde oluşturduğu yeniden yapılanmasında, Kuzey Amerika'yı ayrı bir koordinasyon olarak organize etti. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın ABD'de hedef seçtiği altı eyaleti ve Kuzey Amerika'ya ilişkin bilgileri, Türk Kuzey Amerika İş Konseyleri Koordinatör Başkanı Dr. Yılmaz Argüden'e sorduk. Türk Kanada İş Konseyi Başkanı da olan Argüden, Ekonomik Forum'un sorularını şöyle yanıtladı:

DEİK'in yeniden yapılanması çerçevesinde çeşitli koordinatörlükler kuruldu. Siz de Türk-Kuzey Amerika İş Konseyleri Koordinatör Başkanısınız. Bölgenin, ekonomik ilişkilerdeki önemini anlatabilir misiniz?

Argüden: Bir kere öncelikle şunu vurgulamak lazım ki, Amerika kıtası, özellikle Kuzey Amerika kıtası bugün için dünyanın en büyük ekonomisini oluşturuyor. Amerikan ekonomisindeki her hangi bir aksama, dünya ekonomisini etkileyecek kadar

Scowcroft onuruna yemek, Argüden'e plaket



Türk Amerikan İş Konseyi'nin (TAİK) ABD'deki karşı kanat üyesi, American-Turkish Council (ATC) Başkanı General Brent Scowcroft ve beraberindeki heyetin Türkiye'yi ziyareti anısına düzenlenen akşam yemeğinde, Türk Kuzey Amerika İş Konseyleri Koordinatör Başkanı Dr. Yılmaz Argüden'e TAİK başkanlığı sırasında göstermiş olduğu kuruluşlara yön vermekteki başarılarından ötürü bir anı plaketi verildi.
5–12 Kasım 2006 tarihlerinde Türkiye'de çeşitli temaslarda bulunan ATC Başkanı Scowcroft onuruna düzenlenen yemekte TAİK Başkanı Ferit F. Şahenk hoşgeldin mesajı verdi. Scowcroft ise ATC ile TAİK'in ortak hedefleri doğrultusundaki işbirliklerinden duyduğu memnuniyeti dile getirerek, Türkiye ve ABD arasındaki ticari ve politik ilişkilere değindi.







önemli sonuçlar doğurmaktadır. Birinci özellik, boyut olarak çok büyük bir ekonomi. Bunun yanı sıra ikinci özellik, Amerikan pazarı rekabete hazır, dünyanın en açık pazarları arasında. Avrupa pazarında çok fazla pazar kesitleri var. Dolayısıyla, Kuzey Amerika pazarlarında bir şeyi tutturduğunuz zaman çok hızlı büyüme imkanına sahip olursunuz. Bu da bu pazarın başka bir özelliği.

Amerika ile ticari ilişkilerimiz çok büyük değil. Oysa devletler olarak çok da yakın işbirliklerimiz var. Ticaretin küçük kalması, mesafeden mi kaynaklanıyor? Başka nedenler de var mı? Amerikan pazarlarına girişte nelere dikkat etmemiz gerekiyor?

Bunun birkaç tane nedeni var. Bunlardan bir tanesi şu; bu pazara girmek için uzun vadeli düşünmeniz gerekiyor. Çünkü pazarda başarılı olunduğunda, getirisi çok yüksek olduğu için herkes bu pazara girmek ister. Dolayısıyla köşe başları kapılmış oluyor. O çabayı gösterdiğiniz zaman, o eşiği yakaladığınız zaman büyük başarı yakalıyorsunuz. Mesela, Türkiye'den Mavi Jeans oraya ciddi bir yatırım yaparak, o eşiği atlayarak ciddi bir başarı gösterebildi. Bizde uzun vadeli yatırım yapma kültürü biraz daha az. Biz hemen başlayalım, hemen başarıyı yakalayalım istiyoruz, o nedenle biraz daha az.

İkincisi, bu pazarda başarılı olmak için, Türkiye gibi uzakta bulunan ülkelerin en önemli avantajı, yüksek katma değerli ürünler. Yüksek katma değerli ürünleri oraya pazarlayabilirlerse başarılı olabilirler. Çünkü katma değeri küçükse ulaşım masrafını bile karşılamakta daha fazla zorluk çekilir. Bu pazara girmek için bir kere birim maliyeti düşürmemiz gerekiyor. Dolayısıyla bizim burada daha büyük başarı yakalayabilmemiz için, daha yüksek katma değerli ürünlere ihtiyacımız var.

Üçüncüsü yine bu pazarlarda başarılı olmak için büyük ölçek yakalama ihtiyacı var. Oysa Türkiye'deki sanayi, daha küçük ölçeklerden oluşuyor, büyük değil. Bu nedenlerden dolayı Kuzey Amerika pazarlarında Türkiye biraz daha küçük bir oyuncu kalmış.

Son dönemlerde ABD'ye yapılacak ihracatta izlenmesi gereken yollar üzerine TOBB ve Amerikan Ticaret Odası, Türk KOBİ'lerine seminerler veriyorlar. Ekonomik ilişkilerin ve ticaretin geliştirilmesi konusunda hep en üst düzeyde temaslar yapılıyor. Bunların sonucu nasıl yansır?

Bu biraz da sebat meselesi. Belki de bazı KOBİ'lerin ortak hareket etme meselesi.

Ölçekten kaynaklı mı?

Evet, ölçekten kaynaklı. Mesela bir örneklerden bir tanesini vermek gerekirse, Türkiye'den Amerika'ya çok ciddi mermer ihracatımız var. Ve Türk mermerleri Amerikan pazarında



→ Fotoğraflar: Hüseyin ALSANCAK

ABD'nin başlıca ekonomik göstergeleri

GSMH (Mart 2006)	12.485,7 trilyon ABD Doları
Nüfus (2003)	290 milyon
İhracat (Mart 2006)	894,1 milyar dolar
İthalat (Mart 2006)	1.678,7 milyar dolar
Dış ticaret dengesi	-806,5 milyar dolar
Enflasyon oranı-Tüketici fiyatları (Kasım 2002-Kasım 2003)	Yüzde 1,8
Enflasyon oranı-Üretici fiyatları (Kasım 2002-Kasım 2003)	Yüzde 3,4
Kişi başına milli gelir (2004)	40.047 dolar
GSYİH büyüme hızı (yüzde)	3,6





ciddi bir yer edinmiş durumda. Ama biz bunu ortak bir pazarlama şirketi ile pazarlayacak olsak, Amerikan pazarından çok daha büyük getiri sağlayabiliriz. Herkes küçük küçük getiri sağlamaya çalıştığı için, pazarlık gücü daha çok oradaki şirketlerde oluyor. Ve burada faaliyet gösteren şirketlerin katma değeri sanırlı kalıyor. Halbuki markasını daha kolay oluşturabilir, reklamını daha fazla yapabilir. Birlikte hareket edilmesiyle belki daha farklı iş imkanı doğabilir. Birlikte hareket edilmediği için daha güç olabiliyor, önemli miktarlarda ihracat yapmamıza rağmen.

Yani bizim, daha çok sektörlerimizi kendi içimizde mi yenilememiz gerekiyor?

Tabii ki. Amerikan pazarında başarılı olmak için mutlaka uzun vadeli düşünmek, ona göre yatırım yapmak gerekiyor. Hem de ölçekleri yakalamak gerekiyor. Bu nedenle sadece Amerika tarafından getirilen sınırlamalar değil, daha önemlisi bizim nasıl dönüşeceğimiz konusu da önemli.

Her sektörle ABD pazarına giremiyoruz. Hangi sektörlere öncelik verilmeli?

Bu konuda söyleyebileceğim en iyi şey, katma değeri yüksek olduğu zaman Amerikan pazarına daha kolay girmek için yatırım yapılmalı. Katma değeri düşükse yatırımımız da daha zor olur. Satış maliyeti de ulaşım maliyeti de daha yüksek olur. Dolayısıyla böylesi bir pazara girmekte daha zorluk çekilir.

Dış Ticaret Müsteşarlığı da son dönemlerde ABD pazarlarına yönelik olarak çalışmalar başlattı. Eyaletler bazında çalışmayı öneriyorlar. Sanıyorum sizlerin de önerileri dikkate alındı. Ayrıntıları merak ediyoruz. Buralarda neler yapılıyor, nasıl çalışılıyor?

Evet çok detaylı projeler hazırladılar. Altı tane eyalet için... Teksas, Georgia, Kaliforniya, New York, Florida ve Illinois... Biz de buralardaki ekonomik gelişmeleri vurgulayan broşürler hazırladık. Girişimcilerimiz www.turkeynow.org internet adresine girerlerse, eyaletlerde ve şehirlerde nasıl ticaret yapılır, Amerika'daki ticaret fuarlarına nasıl hazırlanılır, Amerika'da nasıl şirket kurulur gibi konuları öğrenebilirler. İhracatın geliştirilmesi ve teşviki konusu, Amerika'da iş yapmak gibi konular burada hem güncellenmiş olarak hem de detaylı olarak yer alıyor.

Bir kere hedef nokta seçmek çok sağlıklı bir şey. Çünkü çok büyük bir pazar. Bu pazara

Amerika'nın ilgilendiği Türk ürünleri

Türk küçük ve orta ölçekli işletmelerinin (KOBİ) ABD'de İş Ortaklığı oluşturma ve küresel pazarda daha etkili rekabet etme yeteneklerini güçlendirmeyi amaçlayan, Türkiye-ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi Projesi gelecek vaadediyor. ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı tarafından finanse edilen proje, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ve ADD Ticaret Odası (US Chamber of Commerce) tarafından yürütülüyor. Bu proje kapsamında hazırlanan raporlarda ABD'li firmaların daha çok Türk yazılımları, mobilya, otomobil parçaları, mermer ve aydınlatma ürünlerine ilgi gösterildiği vurgulanıyor. Peki bu sektörlerimizi ABD'lilerin algılayışı nasıl? Aşağıda Türkiye-ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi Projesi kapsamından yapılan bir anketin özetlenmiş sonuçlarını bulacaksınız:

OTOMOTİV PARÇALARI:
Görüşme yapılan kişiler, Türkiye'deki otomotiv parçası üreten KOBİ'lerin, ABD'deki OEM, OES ve satış sonrası parça tedarik etme yönünde düşük büyüme potansiyeline sahip olduğunu düşünüyor. KOBİ'lerin Türkiye'de daha büyük parça tedarikçileriyle, imalatçılarıyla ve diğer KOBİ'lerle iş birliği yapmalarını veya ortaklık kurmalarını tavsiye ediyorlar.

YAZILIM GELİŞTİRME:
Türkiye'de hali hazırda faaliyet gösteren birçok firma Türkiye'deki yazılımcıların kalitesinden oldukça memnun iken özellikle Ankara ve İstanbul'da, ABD'de görüşme yapılan bilgi teknolojisi ve vergiden muaf yazılım sanayiinde yer alan insanlar bilgi teknolojisi hizmetleri tedarikçisi olarak Türkiye konusunda oldukça az bilgiye sahip.

MERMER-DOĞALTAŞ:
ABD'ye ihraç edilen Türk traverten blokları, plakalar ve kiremitlerinin kalitesinin iyi olduğu, rekabetçi fiyatlarla satıldığı ve genel olarak iyi değerde bulunduğu

belli giriş noktalarında, sağlam ilişkiler kurmak, pazarın gerisine de genişlemek açısından büyük fayda sağlayacaktır. Bu nedenle çeşitli kriterlere bakılarak bu altı tane eyalet seçildi. Bir; Türkiye'den ulaşım imkanı olarak daha kolay olması, iki; liman veya havalimanı olan eyaletlerin olması, üçüncüsü; eyalet olarak bu eyaletler çok büyük. Mesela Kaliforniya tek başına bir devlet olsa, dünyanın en büyük beşinci ekonomisi olacak bir ekonomi. Dolayısıyla çok büyük ekonomi, bu bahsettiklerimiz. Bu nedenle bu seçimlerin çok sağlıklı seçim olduğunu düşünüyorum.

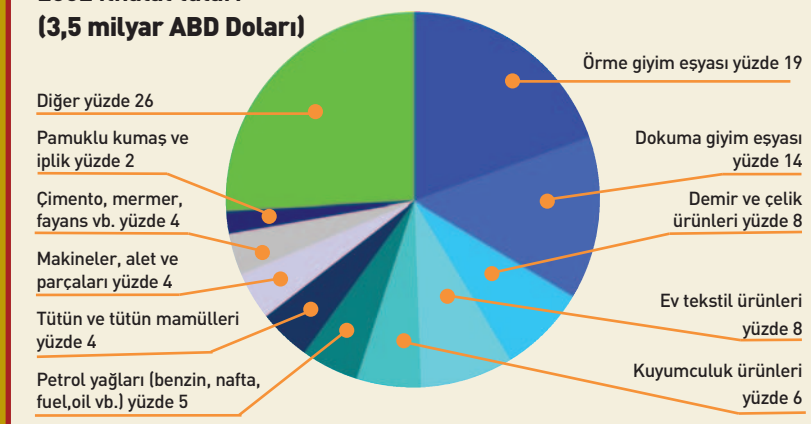
ABD dışında, Kanada ve Meksika ile de dış ekonomik ilişkileri değerlendirebilir miyiz?

Kanada da dünyanın en büyük yedi sekiz ekonomisinden birisi. Biliyorsunuz G-8'in üyelerinden biri. Amerikan ekonomisi ile de çok entegre olmuş bir ekonomi. Bu nedenle, aslında NAFTA nedeniyle Kuzey Amerika ekonomisi çok entegre olmuş pazarları oluşturuyor.

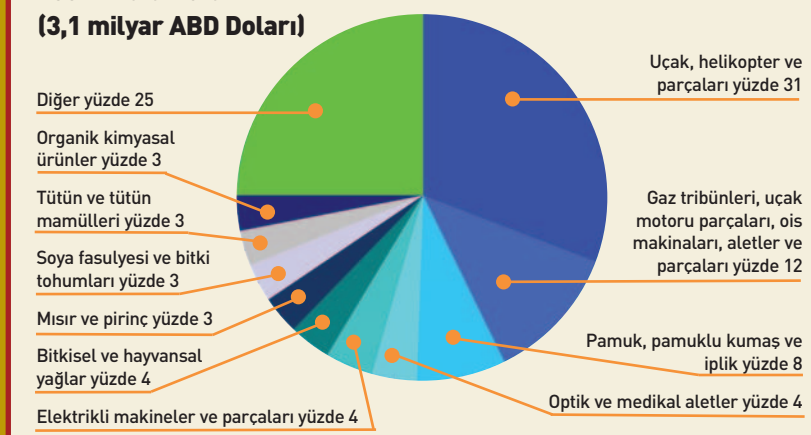
Meksika'yı da katıyor muyuz bu yoruma?

Meksika biraz daha az ama onu da katıyoruz. Özellikle Kanada ve Amerika çok birbirleriyle entegre olmuş. Öyle ki Kanada'nın ihracatının yüzde 90'ı Amerika'ya yapılıyor. Sınırın öbür tarafı için yapılan bir sürü işlem var, maliyet var. Dolayısıyla Kanada pazarı da Türkiye için önemli. Aynı zamanda bu ülkelerde bilgi birikimi de yüksek. Bilgi birikimiyle hem Türkiye'de hem de üçüncü ülkelerde birlikte iş yapma imkanları da var.

Türkiye'den ABD'ye ihraç edilen ilk 10 ürün grubu



Türkiye'ye ABD'den ithal edilen ilk 10 ürün grubu



düşünülüyor. Türk traverteni açık krem / kahverengini tercih eden ABD pazarındaki yerini sağlamlaştıran açık renge sahip. Traverten pazarında Türkiye'nin İtalya, İsrail veya Meksika gibi diğer kaynaklardan daha iyi fiyatlar sağladığı, ancak Çin'e nazaran daha pahalı olduğu düşünülüyor.

MOBİLYA:
Görüşme yapılan bireyler Türk mobilya tedarikçilerinin kendilerini ABD'de pazarlamadıklarını ve Türkiye'nin – doğru veya yanlış bir şekilde – küresel mobilya sanayisindeki bir oyuncu olarak algılanmadığına işaret ettiler. Bununla birlikte, görüşmeye katılan bireyler Türkiye'nin döşeme, yatak üretimi, yatak kılıfı ile perdelik kumaş konularında bilindiğini de kaydettiler.

AYDINLATMA-TEÇHİZAT:
Diğer ürün gruplarının bazılarında olduğu gibi genel olarak Türk imalatçılar ABD aydınlatma pazarında bilinmiyor. Görüşme yapılan ABD firmalarının büyük bölümü ticari fuarlarda Türk aydınlatma ürünlerini gördüklerini veya Türk firmalarla karşılaştıklarını hatırlamadılar. Türk aydınlatma sanayisi ile aşina olan ve görüşme yapılan bireyler imalatçıların ABD pazarıyla yeterince uyumlu olmadığını belirttiler.







Türk-Amerika
İş Konseyi Başkanı
Ferit Şahenk:

TAİK, Anadolu'dan ABD'ye köprü oldu

Türk ekonomisinin güçlenmesi, doğrudan yatırımların artması, kolektif girişimler gibi olumlu gelişmeler ve TAİK katkıları ile Türkiye'nin ABD ile olan ticaret hacminin kısa zamanda en az Türkiye - AB seviyelerine ulaşacağına inanıyoruz.

NEDİR? Türk-Amerikan İş Konseyi (TAİK)

1985 yılında "U.S. Chamber of Commerce (Amerikan Ticaret Odası)" ile imzalanan anlaşma ile DEİK çatısı altında kurulan ilk iş konseyi olan Türk-Amerikan İş Konseyi (TAİK), Türkiye ile ABD arasında ticari ve sınai işbirliği ile ortak yatırımların artırılması, üçüncü ülkelerde Türk-Amerikan işbirliği imkanlarının değerlendirilmesi, ticareti ve ortak girişimleri kısıtlayıcı mevzuat ve uygulamaları tespit ederek, bunların kaldırılması veya iyileştirilmesi yönünde ilgili merciilere tavsiyelerde bulunulması ile Türkiye'nin ve Türk ekonomisinin ABD'de tanıtımına katkıda bulunulması amacıyla çalışmalarını sürdürüyor.
İş konseyi faaliyetleri arasında, başkan yardımcıları başkanlığında kurulmuş olan inşaat, enerji, ICT, bankacılık ve finans, tekstil ve hazır giyim, medya, yatırım, tarım- gıda, turizm, sivil toplum örgütleri ile ilişkiler ve savunma sektörlerine ilişkin komitelerin yürüttüğü çalışmalar bulunuyor.
Türk-Amerikan İş Konseyi'nin, ABD'deki American-Turkish Council (ATC) ile birlikte Washington'da düzenlediği Ortak Yıllık Konferans, Türkiye-ABD ekonomik işbirliğine ilişkin en geniş forum. Enerji, inşaat ve proje geliştirme, savunma, telekomünikasyon ve ulaştırma, tarım ve gıda, tekstil, finans ve bankacılık, turizm sektörlerinde ve Türkiye'deki ve ABD'deki yatırım ve ticaret olanakları konularında gerçekleştirilen oturumlarda iş dünyası ve resmi yetkililer biraraya gelerek ekonomik ve politik alanda bilgi alışverişini gerçekleştirmekte ve iş imkanlarını değerlendiriyor. Her yıllık konferans sırasında TAİK yürütme kurulu, ABD Kongre üyeleri, hükümet temsilcileri, düşünce kuruluşları, uluslararası finans kuruluşları ile ABD'li basın temsilcilerini ziyaret ederek fikir alışverişinde bulunuluyor. İş konseyi faaliyetlerinde Türkiye'nin ABD'de tanıtımına büyük ağırlık veriliyor. Bu kapsamda New York, Chicago, Houston, Colombus, San Francisco, Boston, New Orleans, Charlotte ve Manchester'da ikili işbirliği imkanlarını konu alan seminerler düzenlendi. Ayrıca, Türkiye'yi ziyaret eden Amerikalı işadamları, kongre üyeleri, senatörler ve kongre danışmanları için çeşitli brifingler ve toplantılar da organize ediliyor. ABD Başkanı Bill Clinton, Hillary Clinton ve ABD Kongre Başkanı D. Hastert, TAİK'in ağırladığı kişiler arasında yer alıyor.
Devlet ve özel sektör temsilcilerinin biraraya geldiği Türkiye-ABD İş Geliştirme Konseyi'nde de Türk-ABD İş Konseyi, Türkiye'deki özel sektörü temsil ediyor.
Türk-Amerikan İş Konseyi, Eylül 1999'dan itibaren Washington D.C'de de bir danışman bulunduruyor.

Türkiye ile Amerika Birleşik Devletleri (ABD) arasındaki ilişkiler; demokrasi, özgürlükler, insan hakları ve serbest ticaret gibi ortak idealler temeline dayanıyor. İki ülke arasında pek çok alanda yakın işbirliği söz konusu. Ancak bu ilişkiler yakın zamana dek, ekonomik ve ticari ilişkilere yeterince yansımadı. Bunun nedenlerini Doğuş Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Türk-Amerikan İş Konseyi (TAİK) Başkanı Ferit Şahenk'e sorduk. Ekonomideki son beş-altı yıldır kaydedilen istikrarlı büyüme, dünyayla entegrasyon kararları, IMF ile yürütülen mali politikalar, enflasyonun ve yüksek faizin disiplin altına alınması gibi faktörlerin Türkiye'de yatırım ortamının iyileşmesini sağladığını belirten Şahenk, bunun sonucu olarak da dünya devlerinin ülkemize gelerek, yatırım yapmaya başladığını söyledi. Bunun önümüzdeki dönemde de artarak devam edeceğini belirten Şahenk'in Ekonomik Forum'a verdiği cevaplar şöyle:



→ Fotoğraf: Belgin ÇÖLERİ

ABD, 13 trilyon dolarlık ekonomik büyüklüğe ulaşmış bir ülke, Türkiye ile ticaret hacmi 2005 yılı itibarıyla 11 milyar dolar dolayında bulunuyor. ABD'nin 1,7 trilyon dolarlık ithalatında Türkiye'nin oranı ise sadece binde 3 düzeyinde. Bu rakamlardan ABD ile Türkiye'nin siyasi ve askeri alanlardaki yakın işbirliklerinin, ekonomik alana pek yansımadığı sonucu çıkıyor. İlişkilerin iki ülke arasındaki ticaret hacmini büyütmesi için neler yapılması gerekir?

Şahenk: Türkiye bugün altyapısıyla, iş dünyası ile Amerika'yla ticaret potansiyelini çok daha rahat ve hızlı hayata geçirecek güce sahiptir. Bilhassa IMF'nin 2001 yılında başlayan faaliyetleri ve AB ile olan entegrasyon çalışmaları Türkiye'nin anlaşılabilirliğini ve belirli altyapılarını ne kadar geliştirdiğini dünya memleketlerine göstermiştir. Türkiye, 1980'den 2000 yılına kadar olan süreçte muhtelif zorlukları aşmak için çalışmıştır. ABD ile olan ikili ticarette ABD pazarındaki rekabet koşullarının AB'ye göre çok farklı olması, ölçeklerin büyük olması, bu şartların KOBİ'ler tarafından bilinmemesi, lojistik engeller, standart farklılıkları gibi konular, ticaretin belirli sınırlar çerçevesinde kalmasına neden olmuştur.

2001 yılı itibariyle, Türkiye'nin ve Türk şirketlerinin geçmişte küreselleşme anlamında yapması gereken değişimleri yapmaya başlaması ve bu değişimi tanıtabilmesi ticaretin gelişmesine katkı sağlamıştır. Küreselleşmenin etkisiyle artan bilgi paylaşımı ve ilgi oluşumundan Türkiye, yaptığı değişimler ve tanıtım çalışmalarıyla olumlu etkilenmiştir.

Türk ekonomisinde son beş-altı yıldır kaydedilen istikrarlı büyüme, son iki hükümet döneminde alınan dünyayla entegrasyon kararları, IMF ile yürütülen mali politikalar ile enflasyon ve yüksek faizin disiplin altına alınması, Türkiye'de yatırım ortamının iyileşmesini sağlamıştır. Yatırım ortamındaki bu değişimin olumlu sonuçlarını Türkiye, GE ve Citibank gibi dünya devlerinin ülkemize gelerek, yatırım yapmasıyla yaşamıştır. Benim inancım bu örneklerin önümüzdeki dönemde artarak devam

Türkiye-ABD dış ticareti (milyar dolar)

	İhracat	İthalat	Denge	Toplam Tic.
1996	1,778	2,847	- 1,069	4,625
1997	2,021	3,539	-1,419	5,560
1998	2,543	3,505	-963	6,048
1999	2,629	3,217	-588	5,517
2000	3,042	3,720	-378	6,762
2001	3,055	3,095	-40	6,150
2002	3,516	3,113	403	6,629
2003	3,202	2,439	763	5,641



edeceğidir. Bu kapsamda biz TAİK olarak hedeflerimizi üç ana başlık altında toplamaktayız. Bunlardan ilki Türkiye ile Amerika arasındaki ticaretin gelişebilmesi için mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirileceği platformlar yaratmak ve Türk ve Amerikan şirketlerinin karşılıklı pazarlarda, birbirlerini daha kolay tanıyarak, daha fazla cesaretle iş yapma olanaklarını teşvik etmektir.

TAIK olarak ikinci hedefimiz ise ülkemize gelmeye başlamış olan doğrudan yatırımın artmasını sağlayacak altyapının hazırlanmasına, Türkiye'nin büyüyen sektörlerinde, dışarıdan know – how getirecek ve Türkiye'yi bir merkez olarak görüp, bölge ve dünya piyasalarına üretim ve hizmet satacak olan kurumların Türkiye'ye getirilmesine katkıda bulunmaktır. Bu iki ülke arasındaki işbirliğini geliştirirken Türkiye'deki istihdamın da gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Bir diğer amacımız ise Türk ve Amerikan şirketlerinin, üçüncü ülkelerde, bilhassa Doğu Avrupa'da, Türki cumhuriyetlerde ve Ortadoğu'da beraber iş yapma imkanlarının yaratılmasına katkıda bulunmaktır.

Biz TAİK olarak, bu hedeflerimizi gerçekleştirme yolunda kolektif bir yaklaşım ile hareket edilmesi gerektiğini düşünüyoruz. Türk-Amerikan ekonomik ilişkilerinin geliştirilmesine hizmet eden tüm kuruluşların işbirliği yapmaları, "güçlerini birleştirmeleri" ve Türkiye'deki yapısal değişiklikleri ve olumlu gelişmeleri ABD kamuoyuna düzenli olarak yansıtma amacı ile çalışmaları gerektiğine inanıyoruz.

Bu çerçevede Dış Ticaret Müsteşarlığımız da 2006 yılında "ABD Stratejisi" ilan ederek, seçilmiş eyaletlerde Türkiye, Türk ürün ve hizmetlerinin tanıtılmasına büyük katkıda bulunmaktadır. Bu vesile ile çok büyük önem verdiğimiz KOBİ'ler de ABD pazarını tanıma fırsatı bulmaktadır.

Türkiye ile ABD arasındaki "dış ekonomik ilişkileri", diğer ülkelerin "dış ekonomik ilişkileri"nden ayıran yönler nelerdir?

Türkiye ile ABD arasındaki ilişkiler demokrasi, özgürlükler, insan hakları ve serbest ticaret gibi ortak idealler temeline dayanmaktadır. Türkiye ve Amerika arasındaki ilişkiler geriye dönüp baktığımızda uzun bir geçmişe sahiptir. Bu iki ülke, dünyanın birçok sorununda, yanyana, bu sorunların çözümleri için işbirliği içinde olmuştur. Bugünse artık Türkiye ve Amerika arasındaki pozitif ilişkilerin önemi daha da artmış durumdadır. Türkiye ile ABD, Balkanlar, Kafkasya, Ortadoğu ve Orta Asya'da barış, istikrar ve güvenliğin pekiştirilmesi, ayrıca NATO'nun genişlemesi ve diğer uluslararası kurumların güçlendirilmesi gibi pek çok konuda aynı görüştedir ve birlikte çalışmaktadır.

Ekonomik ve ticari ilişkilerin artması ise ülkeler arası diplomatik ve siyasi ilişkilere güç vermektedir. 2000 yılından beri, Türkiye'nin küreselleşme konusundaki yeni yaklaşımları, ulaşım ve teknoloji gibi etkenler ile memleketler arası me-

Yatırımcı çekmek kadar, mevcut yatırımcılar da mutlu edilmeli

Uluslararası sermayenin Türkiye'ye ilgisini artırmak için ülkemizde yatırım ortamının nasıl olması gerekir?

Uluslararası sermayenin ülkemize ilgisinin artması için küresel yatırımcıların ihtiyaçlarına cevap verecek temellere sahip olunması gerekmektedir. Türkiye artık nerede olduğu için değil ne olduğu için ilgi çeken, bölgesinde merkez olabilecek bir konumdadır. GE-Garanti eşit ortaklığı ve Citibank'ın Akbank'ın yüzde 20'sine ortak olması, Cisco Systems'ın Türkiye'ye 275 milyon dolar yatırım yapacağını açıklaması, büyük perakende zincirlerinin Türkiye'ye olan ilgilerinin artması, Türkiye'nin bugün geldiği konumu ve potansiyelini göstermektedir. Gelişen yatırım ortamının yukarıda bahsedildiği şekilde yurtdışında geniş bir şekilde tanıtılması gerekmektedir.

Türkiye'de 2001 yılından sonra makroekonomik istikrarın sağlanması yönünde atılan adımlarla yatırım ortamının iyileştirilmesi konusunda çok önemli mesafeler alınmıştır. Enflasyonun tek haneli rakamlara düşmesi, sürekli ve yüksek büyümenin sağlanması, kamu açıklarının ve kamu borcunun makul seviyelere inmesi Türkiye'de yatırım ortamının gelişmesi için uygun bir altyapı oluşturmuştur.

2005 yılında Avrupa Birliği ile müzakerelerin resmen başlaması ve Türkiye'nin AB ile müzakere sürecindeki ülke konumuna gelmesi, beklendiği gibi yabancı yatırımcıların Türkiye ile daha yakından ilgilenmeleri sonucunu doğurmuştur. Geçmiş dönemlerde, yerli ve yabancı yatırımcıların yatırım kararlarında siyasi istikrar önemli bir rol oynamıştır. Son beş yılda yapılan reformlar sayesinde, kamunun ekonomi içindeki etkinliği azalmış, Merkez Bankası, BDDK ve diğer düzenleyici ve denetleyici kurumların oluşturulmasıyla ekonomi ve siyaset arasındaki bağ zayıflamıştır. Bu durum yatırımların sürdürülebilirliğinin bir garantisi olmaktadır. Geçtiğimiz beş yılda yatırım ortamının geliştirilmesi konusunda ciddi adımların atılmış olmasına rağmen Türkiye'nin bu konudaki çalışmaları devam etmelidir. Önümüzdeki dönemde yapılması gerekenler aşağıda sıralanmıştır.

- AB müzakere sürecinde aksamaya meydan vermeden çalışmalar devam etmeli ve gerekli reformlar yapılmalıdır. Bu sürecin sağlıklı ilerlemesi için Türkiye'nin belirli konulardaki hassasiyetleri dikkate alınarak iki taraf da üzerine düşenleri yerine getirmelidir.
- IMF niyet mektubunda da öngörüldüğü gibi, vergi sistemini basitleştirecek, vergi tabanını genişletecek, kayıtdışı ekonomiyi ve vergi kaçaklarını azaltacak kapsamlı bir vergi reformu yapılmalıdır.
- İstihdam ve enerji maliyetleri üzerindeki yüksek vergi yükleri ve mali sektördeki aracılık maliyetleri yatırımları özendirecek düzeye çekilmelidir.
- Enerji sektörünün serbestleştirilmesi ve rekabet ortamının geliştirilmesi konusunda atılan adımlara devam edilmelidir. Elektrik dağıtım şirketlerinin özelleştirilmesi bu sektördeki verimliliği ve rekabet ortamını geliştirecektir.
- Özelleştirmelere hız kesmeden devam edilmelidir. Ayrıca Türkiye'nin cazibesini önemli ölçüde artıracak olan, ülkemizin genç nüfusuna yönelik eğitim reformu gibi konularda AB standartlarına ulaşma çalışmaları fayda sağlayacaktır.
- Ülkeye yeni yabancı yatırımcı çekmek kadar, mevcut yabancı yatırımcıların da Türkiye'ye yatırım yapmış olmaktan ve bu ülkede faaliyet göstermekten mutlu olmalarını sağlamak gerekmektedir. Yeni gelecek yatırımcılar için yatırım ortamı ve makrodengeler ne kadar önemliyse, mevcut yatırımcıların memnuniyet durumu da o kadar önem taşımaktadır.

safelerin kısalması, Türk ekonomisinin güçlenmesi, doğrudan yatırımların artması, kolektif girişimler gibi olumlu gelişmeler ve TAİK katkıları ile Türkiye'nin ABD ile olan ticaret hacminin kısa zamanda en az Türkiye - AB seviyelerine ulaşacağına inanıyoruz.

Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca son dönemlerde ABD pazarına ilişkin olarak, eyaletleri hedef alan yeni stratejiler belirlendi. DEİK'in bu konudaki yaklaşımı nedir?

ABD'nin çok büyük bir ülke olması ve eyaletler arası çeşitli farklılıklar bulunması nedeniyle, ikili ticareti artırabilmek için, her eyaletin ayrı bir ülke olarak değerlendirilmesi ve odaklı yaklaşım, doğru bir strateji olacaktır. Ayrıca Türkiye'nin ABD'de marka olabilmesi için pazarlama stratejisini "B2C" olarak düşünmesi uygun olacaktır. Türkiye'nin ve Türk ekonomisinin ABD'de tanıtılması ve iki ülke arasındaki ekonomik ilişkileri geliştirmeye yönelik hedefleri çerçevesinde TAİK'in 21 seneyi aşkın gerçekleştirdiği faaliyetler arasında, eyaletler bazında sektörel işbirliğini geliştirmeye yönelik toplantılar düzenlemek, Türk işadamlarını ilgili sektörde işbirliği fırsatı olan eyaletlere götürerek birebir görüşme fırsatları ile buluşturmak, içerik geliştirmek için ilgili kuruluşlara destek vermek halihazırda mevcuttur. Yeni yönetim olarak da söz konusu birebir pazarlama yaklaşımını uygulayarak benzer hedeflere hizmet eden diğer kuruluşlara örnek, kolektif girişimlere öncü olabileceğimize inanıyoruz.

Türk KOBİ'lerin ABD'ye ihracatta izlemesi gereken yollar sizce neler olur? ABD'nin ihracatta uyguladığı kotalar dikkate alındığında, öncelikli sektörler hangileri olmalı?

ABD'ye ihracat konusunda atılacak tüm adımlarda KOBİ'lerin önemli bir yeri olacağını kabul etmek gerekmektedir. İhracat yapmak isteyen KOBİ'lere önerilerimizi kısaca şöyle özetleyebiliriz:

KOBİ'lerimiz ihracata başlamadan evvel ilgili sektör kuruluşu ve Türkiye'de çalıştığı bir banka danışmanlığını mutlaka almalıdır. İhraç sonrasında dokümantasyon ve ödeme ile ilgili risklere karşı Türkiye'de çalışılan bankalar bu konuda danışmanlık verebilmektedir. Bunun yanı sıra ihracat alacaklarının sigortalanması tarafında yine bir finansal kurum ile işbirliği yapılması KOBİ'ler açısından önemli olarak değerlendirebilir. İhracat yapılacak ülkenin hukuk sistemini bilmek ve mümkünse o ülkede bir hukuk bürosu ile çalışılmasında fayda olabilir. Bunların dışında, ihracatı yapılacak ürün ile ilgili ithalatçı ülkede talep edilecek sertifika, garanti gibi belgelerin temin edilmesine yönelik çalışma yapılmasında fayda olacaktır. Yukarıda da değindiğimiz gibi KOBİ'ler, ihracat yapmayı planladıkları ülkeleri TAİK ve benzeri kuruluşlar ile daha yakından tanıma fırsatı bulmaktadır. Burada ön çok üzerinde durduğumuz KOBİ'lerin ihracat yapılacak ülke ile ticari ilişkileri geliştirmeye yönelik bu gibi kuruluşların hizmetlerinden faydalanmalarıdır. Bu yönde ülkemizde de birçok kurum tarafından çalışmalar yapılmakta ve kılavuz niteliğinde dokümanlar hazırlanmaktadır.



ABD ile Türk KOBİ'lerinin iş ortaklıklarının güçlendirilmesi konusunda TOBB tarafından yapılan çalışmaları nasıl değerlendiriyorsunuz?

TOBB, Türkiye-ABD ekonomik ve ticari ilişkilerinin gelişimine katkı sağlamak amacıyla, ABD Ticaret Odası işbirliği ile "Türkiye-ABD İş Ortaklıklarının Güçlendirilmesi" projesi ile KOBİ'lerin ABD pazarına girmelerinin ve ABD pazarında kalıcı olmalarının yanı sıra Türkiye ve üçüncü ülkelerde ABD firmalarıyla işbirliği imkân ve kurallarının Türk girişimcilerine aktarılmasını amaçlamaktadır. TAİK olarak Türkiye'nin ABD'de tanıtılmasını, İstanbul'un ve büyük firmaların lokomotif görevini görmelerini ve özellikle de Anadolu şehirlerindeki firmaların ve ülke çapındaki KOBİ'lerin ABD'de iş yapmalarını hedeflemekteyiz. Bu amaçla, TAİK'in 20. kuruluş yılı faaliyetleri arasında ABD Büyükelçiliği ve DTM işbirliği ile "Anadolu-ABD Köprüsü" toplantıları başlatılarak 10 Anadolu ilinde ABD pazarının şartları tanıtılmış, fuarlara hazırlık ve çeşitli konularda işadamları bilgilendirilmiş ve ABD pazarında halihazırda yaşanan sorunlar ABD'nin ilgili makamlarına iletilmiştir. Bu toplantılara devam etmeyi planlamakta, TOBB'un da bu faydalı girişimini desteklemekteyiz.

ABD'nin dünya ithalatındaki payı

	1980	1990	2000
Sanayi malları ithalatı	11,2	15,4	20.0
Kimyasal mallar	6,2	7,7	12,7
Hazır giyim	16,4	24,1	31,6
Demir ve çelik ürünleri	10,1	9,5	7,0
Makina ve nakliye ekipmanları	12,1	17,5	21,6
Otomotiv ürünleri	20,3	24,7	29,4
Ofis makinaları ve telekom ekipmanları	15,9	21,1	22,5
Tekstil	4,5	6,2	9,4
Tarım ürünleri ithalatı	8,7	9,0	11,0
Hizmet ithalatı	-	12,0	13,8
Taşımacılık	-	13,6	15,8
Seyahat	-	14,6	15,5
Diğer	-	8,2	11,3

Kaynak: DEİK-Amerika'da İş Yapmak broşüründen