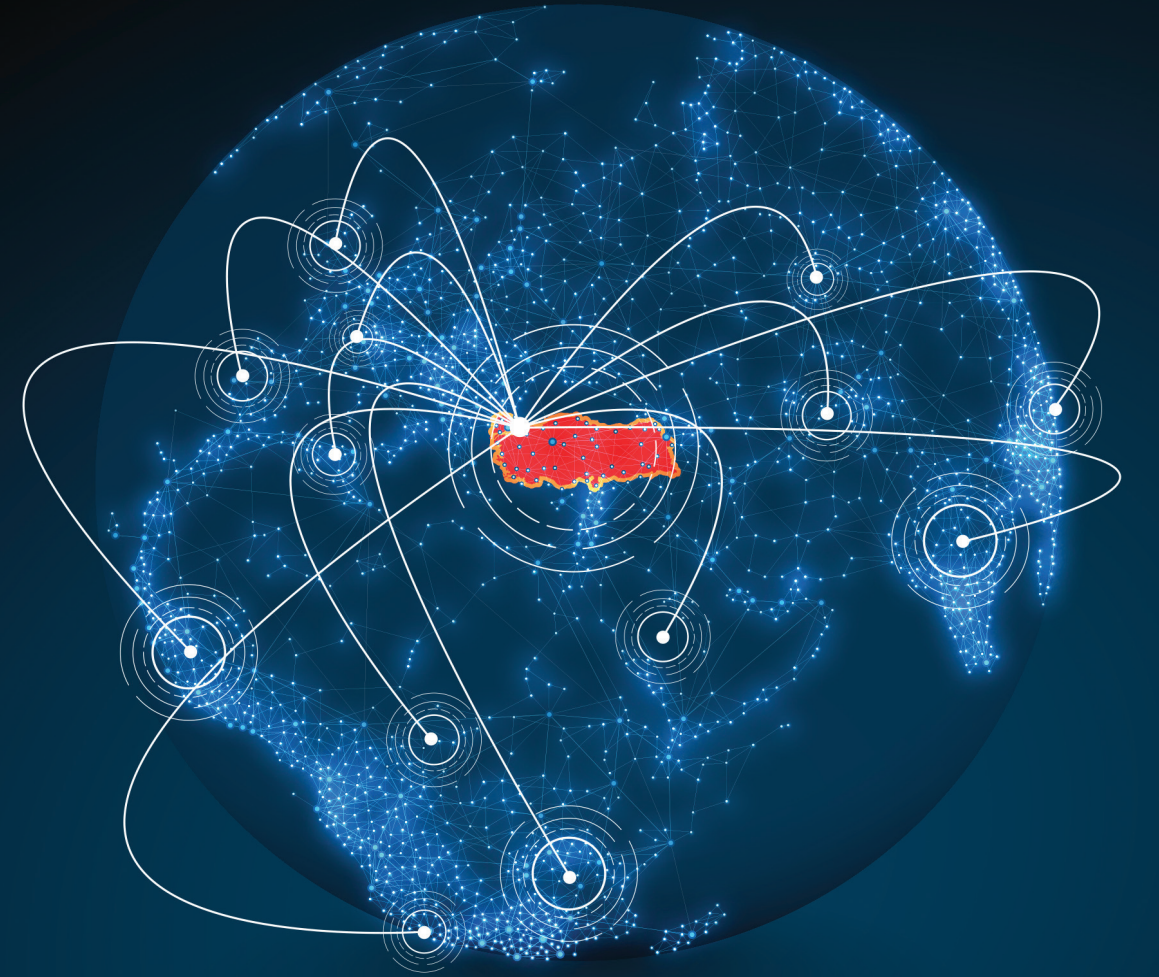


TİCARET DİPLOMASİSİ



2018 EKONOMİ RAPORU | TİCARET DİPLOMASİSİ

MUSIAD

MUSIAD

MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ
SÜTLÜCE MAHALLESİ İMRAHOR CADDESİ NO:28 BEYOĞLU - İSTANBUL / TÜRKİYE
T: +90 212 395 00 00 | 444 0 893 | F: +90 212 395 00 01



9 786054 383603

MUSIAD

EKONOMİK REFAH VE GÜVENLİK BAĞLAMINDA TİCARET DİPLOMASİSİ

2018 EKONOMİ RAPORU

[104]

EKONOMİK REFAH VE GÜVENLİK BAĞLAMINDA TİCARET DİPLOMASİSİ

2018 EKONOMİ RAPORU [104]

MÜSİAD GENEL BAŞKANI
ABDURRAHMAN KAAAN

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
OĞUZ ÖZCAN

EDİTÖR
RIDVAN KADİR YEŞİL
ENES AÇIKGÖZ

YAZARLAR
PROF.DR HALUK ALKAN
PROF.DR MUHİTTİN KAPLAN
DR.ÖĞR.ÜYESİ GÖKHAN ÖVENÇ

YAYIN KURULU
İBRAHİM UYAR
MELİKE GÜNYÜZ
OĞUZ ÖZCAN
RIDVAN KADİR YEŞİL
ENES AÇIKGÖZ
ABDULLAH PARLAR

İÇ TASARIM, BASKI VE CİLT
MAVİ OFSET / SERDAR CANLI

KAPAK TASARIMI
GNG TANITIM / CEYHUN DURMAZ

BASIM YERİ VE TARİHİ
İSTANBUL, ARALIK 2018

ISBN: 978-605-4383-60-3
Her türlü yayın hakkı MÜSİAD'a aittir.
MÜSİAD'dan izin almak veya MÜSİAD kaynak gösterilmek suretiyle telif
mevzuatı çerçevesinde alıntı yapılabilir.

MÜSİAD

MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ
SÜTLÜCE MAHALLESİ İMRAHOR CADDESİ NO:28 BEYOĞLU - İSTANBUL / TÜRKİYE
T: +90 212 395 00 00 | 444 0 893 | F: +90 212 395 00 01

EKONOMİK REFAH VE GÜVENLİK BAĞLAMINDA TİCARET DİPLOMASİSİ

İÇİNDEKİLER

BAŞKANDAN 9	
ÖNSÖZ 13	
1. ÖZET 37	BİRİNCİ BÖLÜM
2. DÜNYA EKONOMİSİ GENEL GÖRÜNÜM 41	İKİNCİ BÖLÜM
3. TÜRKİYE EKONOMİSİ GENEL GÖRÜNÜM 63	ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
4. EKONOMİYE DAİR SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ 77	DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
5. TÜRKİYE'NİN İHRACAT HEDEFLERİ BAKIMINDAN GENEL GÖRÜNÜMÜ 87	BEŞİNCİ BÖLÜM
6. EKONOMİ VE TİCARET DİPLOMASİSİ 97	ALTINCI BÖLÜM
6.1. Giriş 97	
6.2. Diplomasi, Ticaret ve Ekonomi İlişkisi 102	
6.3. Diplomasi, Güvenlik ve İktisadi Refah 102	
6.4. Ekonomik Diplomasi ve Ticaret Diplomasisi Kavramsal Çerçeve 104	
6.4.a. Ticaret Diplomasisinde Öne Çıkan Faktörler 106	

6.5. Ticari Diplomatlar Ticaretin Neresinde? Mevzuat, Algı ve Gerçeklik	109	
6.6. Ticaret Diplomasisi Tarzları	115	
6.6.a. Beklentiler: İş Adamı Diplomata Karşı	117	
6.7. Tamamlayıcı Yönüyle Kültürel Diplomasi	117	
7. DÜNYA TİCARET DİPLOMASİSİ		
ÖRNEKLERİ	121	YEDİNCİ BÖLÜM
7.1. ABD-ÇİN Ticaret Savaşı mı Diplomasi mi?	121	
7.2. Obama'nın Afrika'daki Ticaret Diplomasisi	123	
7.3. Vaka Analizi: ASEAN-Çin Havayolu Taşımacılığı	124	
7.4. Almanya Örneği	126	
7.5. İngiltere Örneği	127	
7.6. Hindistan Örneği	129	
8. TÜRKİYE'NİN İHRACAT		
KABİLİYETLERİ BAKIMINDAN TİCARET		
DİPLOMASİSİ	133	SEKİZİNCİ BÖLÜM
9. TİCARET DİPLOMASİSİ		
MODEL ÖNERİSİ	141	DOKUZUNCU BÖLÜM
9.1. Nasıl Bir Ticaret Diplomasisi	141	
9.2. Ticari Diplomatların Görevleri	143	
9.3. Dünyada Ticaret Diplomasisinden Sorumlu Kurumlar ve Temel Görevleri	145	
9.4. Türkiye İçin Ticaret Diplomasisi Model Önerisi	148	
10. SONUÇ	161	ONUNCU BÖLÜM

BAŞKANDAN

MÜSİAD, kurulduğu günden bugüne kadar, değerleri doğrultusunda yürüttüğü faaliyetlerini yalnızca bir “iş adamları derneği”nin takvimiyle sınırlamamış, aynı zamanda ülkemizin kalkınması için mevcut sorunları tespit etmek ve bunların çözümü için fikir üretmeyi de öncelikli sorumlulukları arasına almıştır. Bu bağlamda her sene hem ekonomik hem de toplumsal sorunları tartışan raporlar yayımlamıştır. Ekonomiyle akademinin, iş dünyasıyla bürokrasinin sinir uçlarını birbirine bağlayan bu raporlar, yalnızca sorun tespiti ve çözüm önerisi getirmenin ötesinde, teoriyle pratiğin irtibatını temin eden birer çalışma olması bakımından da ayrıca önemlidir.

Her yıl farklı bir konuyu ele aldığımız Türkiye Ekonomisi Raporları, ekonomide ideal duruma yaklaşmak için hangi adımların atılması gerektiğini somut önerilerle ortaya koyan nitelikli birer araştırma olarak literatürde yerini almıştır.

“Kalkınma Yolunda Yeni Eşik: Orta Gelir Tuzağı” temalı 2012 yılı raporumuz, “Güven Ekonomisinde Büyümenin Finansmanı” isimli 2013 yılı raporumuz, “Cari Açığa Karşı KOBİ’ler ve Tarım” başlıklı 2014 yılı raporumuz ve “İşgücü Piyasaları: İşsizlik Eşitsizlik” başlıklı 2015 yılı raporumuz,

gerek değindikleri sorunlar bakımından gerekse içerdikleri öngörölü yaklaşım ve ayrıntılı öneriler bakımından, dikkat çekmeyi başarmıştır.

“Ticaret Diplomasisi” başlıklı 2018 yılı raporumuzda, bilhassa 20’inci yüzyılın sonlarından itibaren etkisini hissettiren “yeni tarz diplomasi yöntemi” üzerine yoğunlaştık. Raporumuz kapsamında; mevcut küresel düzlemde etkinliğini yitirmek üzere olan, devlet ve/veya devlet temsilcilerinin neredeyse tek aktör konumunda bulunduğu klasik diplomasi tarzının yerine; STK’lar, iş dünyası temsilcileri ve ekonominin diğer birçok aktörünü de kapsayacak şekilde yürütülen Ticaret Diplomasisinin daha etkin kullanımı savunulmaktadır. Bu amaca yönelik olarak; Ticaret Diplomasisi sürecini etkin bir şekilde işleten ülke ve kurum modelleri incelenmiş, ülkemizin yapısına en uygun model olduğunu düşündüğümüz Türkiye Ticaret ve Yatırım Ofisi (TURKTAI)’nin kurulması teklif edilmiştir.

Yoğun bir emeğin ve titiz bir çalışmanın sonucunda yayımlanan bu raporun öncelikle ekonomi yönetimi olmak üzere bütün ilgililere faydalı olmasını temenni ediyor; başta Prof. Dr. Haluk Alkan, Prof. Dr. Muhittin Kaplan ve Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Övenç olmak üzere, bu çalışmada emeği geçen herkese teşekkür ediyorum.

ABDURRAHMAN KAAAN
GENEL BAŞKAN

ÖNSÖZ

Son birkaç yüzyıldır sosyal bilimler; modern ekonomi, sosyoloji ve siyaset gibi ayrı disiplinler altında beşeriyeti maddi dünyaya hapseden bir yaklaşımla ele almıştır. “Kıt kaynaklar” ve “sınırsız ihtiyaç” ifadeleri ile tanımlanan ekonomi bilimi, insanların üretmek yerine, daha fazla tüketmesine, paylaşmak yerine, tüketimlerini bireyselleştirmesine yol açmaktadır. Mevcut iktisadi düzen, kaynakların paylaşımı ve adaletli dağıtımının gerçekleşmesinden ziyade bir bölüşüm kavgası ve buna bağlı çatışma ortamını telkin etmektedir. Aynı zamanda, bu çatışma ortamında ülkelerin kendi lehine ön alma arayışı, ciddi bir borç yükü olarak toplumların karşısına çıkmaktadır. Bugün, dünya az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olarak sınıflandırılıyor ve bağımlılık ilişkileri ile hala kendi statülerinde bir sıçrama sağlayamıyorsa; bu ülkelere çizilen kalkınma planları bu eksiklik üzerinden sorgulanmalıdır. Fiziki ve beşeri kaynaklara sahip olmalarına rağmen, toplumları esaret altına alan mevcut iktisadi düzen, onları siyasi ve ekonomik olarak bir kısıka almakta, iktisadi üretim faaliyetlerini yerle bir etmekte ve kendilerine borç karşılığında sunulan iktisadi programlara mecbur bırakmaktadır.

Küresel ekonomi, krize gebe bir şekilde varlığını sürdürmekte ve ülkeleri belirli periyotlarla tekrarlayan kriz-büyüme-kriz sarmalına hapsedilmektedir. Tarih boyunca yaşanan her zorluk elbette, yeni bir başlangıcı da beraberinde getirmiştir. Bir geçiş coğrafyasında yurt tutmuş atalarımızdan bize tevarüs eden temel özelliğimiz, bu toprakların çoğu bitişini yeni bir başlangıca vesile kılma becerimizdir. Anadolu'yu zorluklar içerisinde yurt edinen atalarımızın, bizlere İstanbul şehrini miras bırakarak işaretlediği gibi; karşımıza çıkan her imkansızlığın üzerinden yeni bir hikaye yazma, coğrafyamızın “yeni başlangıç” izleğini bulma ödevini unutmuyacağız.

Son yıllarda, dünyanın siyasi, ekonomik açıdan yaşadığı belirsizlik dönemi, ülkelerin kendi ekonomik vizyonunu ve hedeflerini koyma noktasında bir fırsat barındırmaktadır. Sahip olduğumuz maddi ve manevi iklim, dünya iktisadi sistemine vizyon getirebilecek kadim bir geleneğe sahiptir. Beşeriyetin sosyal yaşamda temas ettiği her alanı “İlmi Umran” çerçevesinde değerlendiren İbni Haldun, insanlığın; tarih, toplum, ekonomi, siyaset, asabiyet ve din boyutlarını merkeze alarak bir dünya tasavvuru ortaya koymuştur. Medeniyetimizin sahip olduğu bilgi ve birikimi, iktisadi üretime dönüştürmek, günümüz dar anlayışa hapsedilen insanın, yegane çıkış noktasıdır.

Türkiye, iktisadi ve siyasi olarak sahip olduğu medeniyet birikimi ile dünyanın ihtiyaç duyduğu adil ve barışçıl bir düzeni temsil etmektedir. Türkiye'nin temsil ettiği değerleri ve dünya tasavvurunu mevcut düzenin öğeleri haline getirebilmek, elbette ülkemizin küresel düzene etki potansiyelini artırmaktan geçmektedir. Mevcut iktisadi düzende, kalkınmanın en önemli koşullarından bir tanesi üretime dayalı ihracatın artırılmasıdır. İhracat; refah düzeyi, ekonomik büyüme, ödemeler bilançosu, döviz kuru, teknoloji transferi ve kaynak dağılımı üzerindeki etkileri dolayısıyla, ülke ekonomisi için tartışmasız en önemli değişkenlerden bir tanesidir. Türkiye ekonomisini daha ileriye taşımanın yolu, üretim odaklı ihracatı artırmak olacaktır. Bu durum ihracatı geliştireceği gibi ülke içindeki üretimi de artırarak Türkiye'nin asimetrik dış bağımlılıklarını da azaltacaktır.

Türkiye'nin ihracat hedeflerini yakalaması yalnızca üreterek değil, uluslararası ilişkilerde diplomasının yönünü ticarete çevirmesiyle mümkündür. “Uluslararası düzlemde ülkesini temsil etme işi/sanatu” olarak tanımlanan diplomasının imkanlarından yararlanmak için, ülkemizin hedefleri doğrultusunda “ticaret diplomasisi” üzerine bütüncül bir stratejinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Ticaret diplomasisi, çok taraflı ticaret müzakerelerinde ülkeleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyecek kararların henüz oluşum aşamasında, ülkelerin süreçleri kendi lehine yönlendirilebilmesi adına büyük önem arz etmektedir. Günümüzde ticaret diplomasisini dış politikasında merkezi bir konuma oturtmuş olan ülkelerin (ve bu ülkelere ait firmaların); ülkeleri dışındaki yeni iş ve yatırım imkânlarının değerlendirilmesi ve mevcut ekonomik/ticari engellerin kaldırılmasında bakımından, diğer ülkelere kıyasla çok daha avantajlı bir konuma geçtikleri görülmektedir.

Türkiye'nin küresel hedefleri düşünüldüğünde ticaret diplomasisi, Türkiye'nin kapsamlı bir dış ticaret stratejisi çizilmesinde kritik öneme sahiptir. Ayrıca, ticari ilişkilerin getirdiği etkileşim sayesinde, ticaret diplomasisi; sadece ekonomik olarak değil kültürel, siyasi ve sosyal alanlarda da yeni fırsat oluşmasını sağlayacak, medeniyetimizin temsil ettiği değerleri küresel düzenin ögesi haline getirmenin kapısını aralayacaktır.

Bu bağlamda, ticaret diplomasisi kavramı ülkemiz adına yeniden değerlendirilmeli, yorumlanmalı ve Türkiye'nin eşdeğer konumda bulunduğu diğer ülkelerden küresel ticaret ortamında pozitif olarak ayrışması için çalışmalara ağırlık verilmelidir. Yukarıda değinildiği gibi; ticaret diplomasisinin dış politikanın merkezinde yer alması durumunda, diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilerin daha sağlam temeller üzerine oturtulmasının yanı sıra, yeni iş ve yatırım imkânlarının değerlendirilmesi de kolaylaşacaktır. Ticaret merkezli bir diplomasi anlayışı, söz konusu ülkeyle siyasi bağlamda geliştirilecek ilişkilerin sağlamlaştırılmasını sağlayacak ve partner ülkedeki siyasi nüfuz alanının genişletilmesinde yeni fırsat alanları oluşturacaktır.

Ticaret Diplomasinin ülkemizin ihracatına yapacağı katkı, gerek siyasi gerekse ekonomik anlamda ülkemizin etkisini arttıracaktır. Türkiye'nin ihracat rakamlarının yükselmesi ve ithalatı karşılması Türkiye ekonomisinin eşik atlaması açısından kritik öneme sahiptir. Ticaret diplomasisi bu çerçevede Türkiye'nin yeni pazarlara girişini hızlandıracak ve kolaylaştıracaktır. Bununla beraber, ticaret diplomasisi kapsamında sağlanan bölgelere ilişkin bilgi aktarımı sayesinde stratejik sektörler ve bölgeler belirlenebilecektir. Bu sayede, belirlenen sektör ve bölgelere ilişkin ihracatı artırıcı hedeflerin gerçekleştirilmesi sağlanacaktır. Bunlara ek olarak Ticaret diplomasinin yoğun ve etkin bir şekilde kullanımı, ekonomik gelişmelerin anlık siyasi gelişmeler ve konjonktürel şoklar karşısındaki kırılganlığını da azaltacaktır.

Ticaret Diplomasisi stratejisinde, sivil toplum örgütleri devletlere göre daha esnek bir yapıda olduklarından dolayı, karşılıklı ticari ilişkilerin daha kolay kurulması hususunda en etkili aktörlerin arasında yer almaktadır. Ayrıca devletlerin kapasite ve kaynak doğrultusunda farklı öncelikleri, ticari ilişkiler anlamında hızlı ve etkin bir karar alamamalarına yol açmaktadır. Bu durumların aşılması ve zamanın fırsatlarının değerlendirilmesi hususunda STK'ların inisiyatif alması gerekmektedir. Bu noktada, Türkiye imkanlarını ve kendi aktörlerini etkin bir şekilde kullanmalıdır. Bu çerçeveden bakıldığında, MÜSİAD yurtiçi ve yurtdışı teşkilat ve üye potansiyeli ile dünyanın farklı coğrafyalarında ekonomik işbirliklerine girerek ülkemizin ticaret kapasitesinin geliştirilmesi noktasından bir fırsat sunmaktadır.

Türkiye açısından bakıldığında, MÜSİAD olarak daha önce kamuoyu ile paylaştığımız "Ticaret ve Kültür Merkezleri" projesinin de muhtemel etkisiyle, farklı bölgelerde ve yeni pazarlarda ticaret ve kültür merkezleri iki ülke arasında ilişkileri artıracak ve Türkiye'nin dış politikasına olumlu anlamda katkı yapacaktır. İki ülke arasında ekonomik ilişkilerin artırılması beraberinde kültür etkileşimini de artıracak ve Türkiye'nin küresel siyasetteki duruşunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu anlamda, ekonomideki iş birliği, fikri işbirliğine dönüşebilecektir. Beraberinde de, eğitim, sağlık ve sosyal konularda da karşılıklı alışverişi artıracaktır. Ticaret Diplo-

masisi bütüncül bir strateji olarak benimsenip, merkezi bürokrasi içerisinde kurumsallaşması gerekmektedir.

Devlet ve devleti temsil eden ticari temsilcilerin koordinatör, özel sektörü temsil eden şirketlerin temel aktör ve belirleyici olacakları yeni tarz ticaret diplomasi modelinin tüm tamamlayıcı unsurlarıyla ele alınması gerekmektedir. Bugün ticaret diplomasisi başlığı altında tevیل edilebilecek birçok farklı yapının mevcut olduğunu teslim etmekle birlikte, ülkemizi konumladığımız seviye ve kendimize tayin ettiğimiz hedefler silsilesi bakımından yeterli koordinasyon ve sahasında teşkilatlanma unsurunun maalesef eksik kaldığını da belirtmek zorundayız. İhracat kapasitemizi arttırmaya odaklanmış mevcut kurumsal yapılarımızın temel eksikliği, yapılanmalarının sadece Türkiye merkezli kalması ve sahada organize bir şekilde yerel aktörlerle yakın etkileşimli bir teşkilat kurgusundan uzak olmasıdır.

Türkiye bu anlamda Belçika örneğinde bir modeli benimsemiş ancak yatırım ve ticaretin ayrı şekilde ele alınması kurumların eşgüdüm içerisinde çalışmamasına neden olmuş ve dış ticaret açısından bütüncül bir strateji izlemeyi elzem kılmıştır. Bu raporda hayata geçirilmesini önerdiğimiz yeni tarz ticaret diplomasisi eksenindeki Türkiye Ticaret ve Yatırım Ofisinin (TURKTAI) modeli, Almanya, ABD, Japonya, Güney Kore, İngiltere ve Malezya gibi ülkelerin dış ticaret kurumları ve yapısı incelenerek hazırlanmıştır. Ayrıca, TURKTAI modeli, MÜSİAD'ın sahip olduğu yaygın ve yerelde örgütlenmiş yurtdışı teşkilatı sayesinde, 56 farklı ülkeden gelen saha bilgilerinden üretilen ihtiyaç analizi doğrultusunda kurgulanarak teklif edilmiştir.

İstanbul'un 57 ülkeye sadece 4 saat gibi bir uçuşla açılan ticari potansiyelini değerlendirmek amacıyla, Genel Merkezi İstanbul'da olması planlanan TURKTAI'nin fonksiyonları şu çıktılarını gündeme getirecektir;

Türkiye'nin sahip olduğu medeniyet bilgisi ve birikimi sayesinde, mevcut düzenin reformuna katkı sağlayacak alternatif paradigmlar söz konusu olacaktır.

Mevcut yapıdaki ticaret ve yatırımın ayrı bir şekilde ele alınmasından kaynaklanan koordinasyon eksikliği ortadan kalkacaktır.

Türkiye, kendi diasporasını siyasi, ekonomik ve sosyal anlamda dağınık bir yapıdan kurtaracak ve tek bir kurumsal yapının çizeceği rota üzerinde koordine edebilecektir.

Devletle özel sektör arasında koordinasyonu sağlayacak olan TURKTAI, dış ticaret ve yatırım açısından muhataplarına güven tesis ederek Türkiye'ye gelecek yatırımcı sayısını artırabilecektir.

TURKTAI sayesinde mikro-makro anlamda elde edilen veriler ile, ülkeler hakkında geniş bir veri tabanı oluşturulabilecektir.

Türkiye ekonomisi için üretim odaklı bir ihracat stratejisi ile orta ölçekli firmaların dışa açılmasını kolaylaştıracaktır.

Yeni pazarlar, stratejik bölgeler ve sektörler belirlenebilecek; belirlenen sektör ve bölgelere ilişkin ihracatı artırıcı hedeflerin izlenebilir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.

Uluslararası ticaret ve yatırımı daha güçlü hale getirecek; risk analizi ve yatırım danışmanlığıyla gerek Türkiye'ye gelen yatırımcıya gerekse de dışa açılan ihracatçımıza güven tesis edecektir. Ayrıca gerek ihracat gerekse yatırım noktasında yerli ve yabancı muhataplara; ekonomik raporlar, market analizleri, sertifika programları vb. eğitimler düzenleyerek, karşılıklı bilgi alışverişinin sağlıklı olmasını sağlayacaktır.

Yerelde teşkilatlanmaksızın sınırlı muhataplar üzerinden faaliyet gösteren DEİK gibi kuruluşların çalışmalarına daha geniş bir ekosistem ile katkı sağlayacaktır.

Dünya'nın önde gelen fuar organizasyonlarına nitelikli iş insanlarının yönlendirilmesini kolaylaştıracaktır.

Tek elden yürütülen kapsamlı dış ticaret stratejisi ile, yerel muhataplar ile daha etkin bir iletişim kurulmasını ve lobi faaliyetlerinde daha hızlı aksiyon alınmasını sağlayacaktır.

Türkiye'nin siyasi ve sosyal olarak pozitif algısını artıracaktır. Ayrıca, Ekonomik gelişmelerin anlık siyasi gelişmeler ve konjonktürel şoklar karşısındaki kırılganlığını azaltacaktır.

Özetle, ticaret diplomasisi ekseninde önerdiğimiz, "Türkiye Ticaret ve Yatırım Ofisinin (TURKTAI)" Türkiye'nin hedeflediği yüksek refah ve ihracat seviyesine ulaşması noktasında önemli bir mihenk taşı olacaktır. Sınırlarını kısaca özetlemeye çalıştığım Ticaret Diplomasisi raporumuzun üyelerimiz, ülkemiz, ulusal ya da uluslararası tüm paydaşlarımız bakımından yeni ufuklar açmasını ümit eder, bu mütevazı çalışmanın yeni olanaklara kapı aralayacak nice farklı ve derinlikli çalışmalara vesile olmasını temenni ederim.

İBRAHİM UYAR

YURTDIŞI TEŞKİLATLANMA KOMİSYONU BAŞKANI

PREFACE

Over the last few centuries, social sciences have treated humanity in a way that confines it in the materialistic world under separate disciplines such as the modern economy, sociology, and politics. The science of Economy, defined with “scarce resources” and “unlimited need”, causes people to consume more instead of producing and to individualize their consumption rather than sharing. The current economic order, rather than the sharing of resources and fair distribution, instigates a conflict environment based on a distribution struggle. At the same time, the search for getting ahead by countries in this conflicting environment brings a serious debt burden to the societies. Today, if the world is classified as underdeveloped and developing countries and the countries cannot have a leap in their status with these interdependencies, the development plans drawn to these countries should be questioned over this shortcoming. The existing economic system capturing the societies politically and economically demolishes the economic production activities and compels them to the economic programs offered in return for debt.

The global economy continues to exist in a crisis-prone manner and confines the countries to the crisis-growth-crisis spiral that recurs periodically. Every difficulty in history has, of course, brought a new beginning. One of the main characteristics we inherited from our ancestors who have settled in this transitional geography is our ability to turn most of the ends in these lands into a new beginning. As our ancestors who have settled in Anatolia through so many fights left us to inherit the city of Istanbul, we will not forget to write a new chapter through every impossibility we encounter and to find out the next “new beginning” step of our geography.

In recent years, the period of uncertainty that the world is experiencing in terms of politics and economics includes an opportunity for countries to set their own economic vision and goals. The material and spiritual climate we have has an ancient tradition that can bring the vision to the world economic system. Ibn Khaldun, who evaluates every field in which humanity has come into contact with social life within the framework of “Ilm al-Umran (Science of Social Organization)”, has revealed an idea of a world with taking history, society, economy, politics, temper, and religion aspects of humanity into the center. The transformation of knowledge and accumulation of our civilization into economic production is the only way of liberalization of the person imprisoned in today’s narrow understanding.

Turkey represents a just and peaceful order with its civilization accumulation economically and politically that the world needs. Making the values and worldview represented by Turkey as the elements of the existing order, of course, lies in increasing the impact potential of our country in the global order. In the current economic system, one of the most important conditions of development is to increase exports based on production. Export is one of the most important variables for a country’s economy with no doubt due to its effects on welfare, economic growth, the balance of payments, exchange rate, technology transfer, and resource allocation. The way to move Turkey’s economy forward is to increase the production-o-

riented export. This situation, as well as improving exports, will reduce the asymmetric external dependencies of Turkey with increasing the production domestically.

Turkey reaching its export targets is not only possible with producing but by turning the direction of diplomacy to trade in its international relations. In order to benefit from the opportunities of diplomacy defined as “the art/work of representing the country on an international level”, a holistic strategy on “trade diplomacy” needs to be developed in line with the objectives of our country.

Trade diplomacy is of great importance for countries to influence the processes in multilateral trade negotiations in their favor in decision-making that directly or indirectly affect them. Today, countries (and firms belonging to these countries), established trade diplomacy as a central position in foreign policy, observed to have a more advantageous position compared to other countries in terms of evaluating new business and investment opportunities outside their countries and removing existing economic/commercial barriers.

Trade diplomacy, when Turkey’s global goals are considered, has a critical role in drawing a comprehensive foreign trade strategy for Turkey. In addition, trade diplomacy, with the help of interaction trade relations brought, will enable new opportunities not only in the economy but in cultural, political, and social fields, and will pave the way to make the values represented by our civilization as an element of global order.

In this context, the concept of trade diplomacy should be reassessed and reviewed for our country and should be given priority for Turkey to be separated in a positive way from the countries that have similar levels in global trade. As mentioned above, in the case trade diplomacy is at the center of foreign policy, it will be easier to seize new business and investment opportunities as well as putting the economic relations with other

countries on stronger foundations. A trade-centered diplomacy approach will ensure the consolidation of relations to be developed in the political context with the country in question and create new opportunities for expanding the political influence space in the partner country.

The contribution of trade diplomacy to our country's exports will increase our country's influence both in political and economic terms. Increasing export figures and meeting imports have critical significance for Turkey economy to pass the threshold. In this framework, trade diplomacy will accelerate and facilitate Turkey's entry into new markets. At the same time, strategic sectors and regions can be identified by the transfer of information about the regions provided under trade diplomacy. In this way, targets to increase exports to the determined sectors and regions will be realized. Furthermore, the intensive and effective use of trade diplomacy will reduce the fragility of economic developments against immediate political developments and cyclical shocks.

In the trade diplomacy strategy, non-governmental organizations (NGOs) are among the most influential actors in the establishment of reciprocal commercial relations due to their relatively flexible structure compared to governments. Moreover, different priorities of governments in terms of capacity and resources lead them to not being able to take quick and effective decisions in terms of trade relations. NGOs should take the initiative to overcome these situations and to evaluate the opportunities of time. At this point, Turkey should use opportunities and their actors effectively. From this perspective, MÜSİAD offers an opportunity to develop the trade capacity of our country by entering into economic cooperation in different regions of the world with its domestic and international organization and member potential.

With the possible impact of the "Trade and Culture Centers" project we shared with the public as MÜSİAD before, business and cultural centers in different regions and new markets will improve relations between the

two countries and will contribute positively to Turkey's foreign policy. The improvement of economic relations between the two countries will also increase the cultural interaction and Turkey's stance on global politics will be understood better. In this sense, economic cooperation can be transformed into an intellectual cooperation. Meanwhile, exchanges in education, health, and social issues will be enhanced as well. Trade diplomacy should be adopted as a holistic strategy and institutionalized within the central bureaucracy.

The trade representatives and coordinators of the state and main actor and decision-makers of the companies representing the private sector need to embrace the new style trade diplomacy model with its all complementary elements. Today, although that there are many different structures that can be interpreted under the trade diplomacy title, but we must admit that the adequate coordination and organization in the field is missing in terms of the level we have positioned our country and the range of targets we have assigned to ourselves. The main deficiency of our existing structure focused on increasing our export capacity is that they remain Turkey centered and far from interacting closely with local actors in an organized way in the field.

In this sense, Turkey has adopted a model based on Belgium example, but dealing with trade and investment in a separate way caused institutions to work without coordination and has made it essential to follow a holistic strategy for foreign trade. The Turkey Trade and Investment Office (TURKTAI) model in the axis of the new style of trade diplomacy we propose to be implemented in this report is prepared by examining the foreign trade institutions and structures of countries such as Germany, USA, Japan, South Korea, England, and Malaysia. Furthermore, the TURKTAI model has been proposed in line with the analysis of needs, which is generated from field information from 56 different countries, thanks to the widespread and locally organized foreign organization of MÜSİAD.

In order to evaluate the commercial potential of Istanbul with a flight distance of 4 hours to 57 countries, the functions of TURKTAI, whose headquarters are planned to be located in Istanbul, will bring the following outputs to the agenda;

Thanks to that civilization knowledge and experience of Turkey, alternative paradigms that will contribute to the reform of the existing order will be discussed.

Lack of coordination resulting from the consideration of trade and investment separately in the existing structure will be eliminated.

Turkey will save its diaspora from a disorganized structure in the political, economic, and social sense and will be able to coordinate the on a route of a single institutional structure.

TURKTAI, which will enable the coordination between the state and the private sector, by establishing trust with counterparts in terms of foreign trade and investment will be able to increase the number of investors coming to Turkey.

Thanks to TURKTAI with the help of the data obtained in the micro-macro sense large database about countries will be able to be created.

Medium-sized firms will be facilitated to opening up to abroad with an export strategy focused on production for Turkey economy.

New markets and strategic regions and sectors can be identified, and in this way, it will be ensured that the export-oriented targets related to the determined sectors and regions will be realized in a traceable manner.

Will make international trade and investment stronger, and with the risk analysis and investment consulting required by both investors coming to Turkey or exporters opening up, it will also build trust in them. In addition, by organizing economic reports, market analysis, trainings such

as certificate programs etc., to both domestic and foreign counterparts in terms of export and investment, it will ensure the mutual exchange of information healthier.

It will contribute to the work of organizations such as DEIK, which operates on limited interlocutors without organizing locally, through a wider ecosystem.

Facilitate the directing of qualified business people to the world's leading fair organizations.

With a comprehensive centralized foreign trade strategy, it will enable more effective communication with local counterparts and faster action in lobbying.

It will enhance the positive perception of Turkey in the political and social sense. It will also reduce the fragility of economic developments in the face of immediate political developments and cyclical shocks.

In summary, The Turkey Trade and Investment Office (TURKTAI) we propose in line with trade diplomacy, will be an important milestone in achieving a high level of prosperity and exports targeted by Turkey. I hope the Trade Diplomacy report, which I have tried to briefly summarize, will open new horizons for our members, our country, and all our national and international stakeholders, and hope this modest work will be instrumental in many different and profound works that will open the door to new opportunities.

مقدمة

في عدة القرون الأخيرة أصبحت العلوم الاجتماعية؛ تشمل على أنظمة محكمة لعلوم الاقتصاد الحديث، وعلوم الاجتماع والسياسة وأمثالها من مسميات أخرى، وبشكل تسوق البشرية إلى الحياة المادية البحتة. إن التعريف للاقتصاد على أنه «الإمكانيات المحدودة» و «الاحتياجات غير المحدودة»، قد فتح الطريق أمام الناس إلى الاستهلاك بدل الإنتاج، والاستهلاك الفردي بدل الاشتراك الجماعي.

إن النظام الاقتصادي الموجود حالياً، بدل أن يعمل على صنع فرص لتقاسم المصادر والتوزيع العادل لها فإنه يكرّث على تهيئة الظروف للصراعات وما ينتج عنها من مواجهات.

في الوقت نفسه، فإن هذه الصراعات تجعل الدول في الدرجة الأولى تبحث عن مصالحها، مما ينتج عن ذلك زققع تتسبب في ديون ثقيلة على كاهل المجتمع. اليوم، تصنف الدول لدول نامية وأخرى متطورة وحتى الآن لم تجد هذه الدول رابطاً مشتركاً فيما بينها؛ لذلك يجب على الدول البحث عما ينقصها من الخطط للوصول إلى تلك الأسباب.

على الرغم من امتلاكها للمصادر البشرية والطبيعية، إلا أن المجتمعات في هذه الدول تقع تحت تأثير النظام الاقتصادي الموجود، والذي بدوره يؤثر على هذه المجتمعات اقتصادياً وسياسياً، ويقضي على دوافع الإنتاج فيها، وبالتالي يكونون مجبرين على قبول برامج اقتصادية تضعها لهم المؤسسات مقابل ديون تدفعها لهم.

النظام الاقتصادي العالمي، مستمر بما يحمله من أزمات كبيرة، ونراه يجبر دول العالم بشكل دوري على العيش وسط أزمة النهوض-وأزمة تضميد الجراح-. وعلى مدار التاريخ لا شك أن كل صعوبة يعقبها بدايات جديدة.

لقد ورثنا عن أجدادنا عبر حياتهم في جغرافية متنقلة حتى العيش ضمن وطن، ورثنا عنهم ميزاتنا الأساسية، والتي هي عبارة عن أنه عند نهاية أي أرض فإنها وسيلة لبداية أرض وحياة جديدة. فأجدادنا استوطنوا أرض الأناضول على الرغم من كل الصعوبات، فإنهم تركوا لنا إستانبول ميراثا عظيما؛ لذلك أصبحنا نحكي حكايات جديدة بعد كل صعوبة تعترضنا، فلن ننسى واجبنا على صنع «بدايات جديدة».

في السنوات الأخيرة، يعيش العالم أوضاعا مجهولة من الناحية السياسية والاقتصادية، ولكنه يحمل في الوقت نفسه فرصة للدول أن ترسم رؤيتها وأهدافها من جديد. ونحن الذين نملك منذ القديم مناخا مدينا ومعنويا، نستطيع من خلاله أن نقدم رؤية واضحة للنظام الاقتصادي العالمي.

لقد وضح ابن خلدون الحياة الاجتماعية التي تشمل كل نواحي الحياة من خلال «علم العمران»، ووضع تصورا يشمل البشرية كلها وجعل هذا التصور مركزا للبشرية من الناحية التاريخية، والاقتصادية، والسياسية، والقومية والدينية.

إن حضارتنا التي نمتلكها تستطيع من خلال تجاربها العلمية، أن تساهم في دفع عجلة الاقتصاد ليصبح اقتصادا منتجا، وتنشل الإنسان من الزاوية الضيقة التي أجبر على العيش فيها، وتكون نقطة انطلاق له جديدة بالنظر.

إن تركية، تمثل النظام العادل والسلمي الذي يحتاج إليه العالم، وذلك من خلال مؤهلاتها الحضارية التي نمتلكها والذي ينعكس اقتصاديا وسياسا.

إن النظام الاقتصادي الموجود حاليا، من أحد أهم شروطه هو الاعتماد على الزيادة في التصدير من خلال الإنتاج.

التصدير، يؤثر بشكل إيجابي على، مستوى الرفاهية، والتطور الاقتصادي، وميزانية الدفوعات، وسعر صرف العملة، وتصدير التقنية وتوزيع المصادر، وعليه فإن التصدير يعدّ واحدا من أهم المتغيرات في اقتصاد البلد. من أجل الوصول بالاقتصاد التركي لمرحلة متقدمة، فإنه لا بد من الاعتماد على التصدير عن طريق زيادة الإنتاج. فمن خلال زيادة التصدير سيدفع إلى تطوير الإنتاج داخل البلد، وبالتالي سيخفف من اعتماد تركية غير المتوازن على الخارج.

إن هدف تركية في التصدير لا يعتمد على الإنتاج وحده، بل يعتمد أيضا على علاقاتها الدبلوماسية الدولية وتحويل ذلك لصالح التجارة. إن تعريف الدبلوماسية بما يسمى «فن رفع مستوى الدولة لمصافّ الدول العالمية» والاستفادة من إمكانيات العلاقات الدبلوماسية المتاحة، وذلك يجب على تركية التفكير بتطوير إستراتيجية شاملة، تقوم على «الدبلوماسية التجارية».

إن الدبلوماسية التجارية الآن، تُعدّ قراراتها في مرحلة التكوين وذلك من خلال عقد اللقاءات التجارية وتأثيرها بين مختلف الدول بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي تحمل أهمية كبيرة عن طريق تحويل نتائج هذه اللقاءات لصالح تلك الدول. في هذه الأيام، تُعدّ الدول التي رسّخت الدبلوماسية التجارية من خلال سياستها الخارجية، (ومن خلال الشركات التي تتبع لهذه الدول)؛ نراها قد تقدّمت على غيرها في صنع فرص عمل واستثمارات خارج بلادها، وذلك العقبات بوجه الاقتصاد الموجود، وأصبحت تملك مؤهلات متقدمة نظرا لغيرها من الدول.

عندما تفكر تركية بأهدافها العالمية فإن الدبلوماسية التجارية، تحتل مكانة مفصلية من حيث رسم الخطوط لإستراتيجية تجارية خارجية شاملة. علاوة على ذلك، فإن التأثير التي تسببه الدبلوماسية التجارية عن طريق العلاقات التجارية؛ لا يشمل الاقتصادية لوحدها، بل يصنع فرصا جديدة تمتد لتشمل الساحات السياسية والاجتماعية، وفي الوقت نفسه تفتح الباب لدخول تركية كعنصر فعّال في النظام العالمي، وذلك بما تحمله من قيم في حضارتها العظيمة.

وعلى هذا الأساس يجب تقييم مصطلح الدبلوماسية التجارية من جديد في بلدنا، وكذلك يجب أن يناقش وتوضع الدراسات بشكل مركز لتتعادل تركية مع بقية الدول في جعل الأوضاع التجارية بناءة. وكما ذكرنا في الأعلى؛ عندما تتمكن الدبلوماسية التجارية أن تكون في مركز السياسة الخارجية، فإن ذلك سيسهل ترسيخ العلاقات التجارية مع باقي الدول على أسس متينة، وكذلك، سيسهل صنع فرص لأعمال واستثمارات جديدة.

إن فهم الدبلوماسية المرتكزة على التجارة، سيكرّث العلاقات مع الدولة المعنية ويطوّرها ويجعلها تقف على قاعدة صلبة وسيوسّع ساحة النفوذ مع الدولة الشريكة وسيصنع مساحات جديدة للفرص.

إن إسهام الدبلوماسية التجارية في التصدير لبلدنا سيزيد من تأثير بلدنا إن كان سياسيا أو اقتصاديا. فإن ارتفاع أرقام التصدير لتركية وتوازيها مع الواردات سيحدث نقلة متوازنة لتركية من الناحية الاقتصادية. وبالنظر إلى الدبلوماسية التجارية من هذه الزاوية سيسرّع ويسهل دخول تركية إلى أسواق جديدة. ومع هذا، فإنه من خلال الدبلوماسية التجارية ومشاركة

المعلومات التي نحصل عليها، سنعمل على إيجاد مناطق جديدة نستطيع من خلالها صنع قطاعات ومناطق إستراتيجية.

ومن خلال تلك القطاعات والمناطق الإستراتيجية سنحصل على زيادة التصدير المستهدف. علاوة على ذلك فإن الاستفادة من الدبلوماسية التجارية عن طريق استعمالها بشكل مكثف ومؤثر، مما سيخفف من تأثير الأزمات الناتجة عن السياسات الآتية والصدمات الدورية وامتصاصها.

في الإستراتيجية للدبلوماسية التجارية، فإن مؤسسات المجتمع المدني تكون مبنية على أسس أكثر سهولة، ولهذا فهي تُعد من أهم العوامل في صنع العلاقات التجارية بشكل فعّال. إضافة على ذلك فرما تساهم في تطيُّ وكبح اتخاذ القرارات التي تُتخذ أثناء العلاقات التجارية المتبادلة وذلك حسب وضع كل مؤسسة من حيث سَلَم الأولويات الخاص بها في بلدها التابعة له نسبة إلى طاقة استيعاب ومصادر ذلك البلد.

من أجل التغلّب على هذه العقبات ومن أجل الاستفادة من الفرص المتاحة يجب على مؤسسات المجتمع المدني أخذ دورها في ذلك. في هذه النقطة، يجب على تركية الاستفادة من إمكانياتها ودورها بشكل فعّال. وبالنظر من هذا الإطار فإن جمعية رجال الأعمال الأتراك المستقلين «موصياد» قد لعبت دورا مهما في هذا المجال ووقّرت فرصا كبيرة من خلال التنظيم المحكم الذي صنّعه في الداخل والخارج ومن خلال الطاقة الكبيرة لأعضائها، قد أسهمت كثيرا في رفع مستوى التجارة لبلدنا عن طريق العلاقات التجارية مع مساحة جغرافية كبيرة حول العالم.

بالنظر إلى تركية، فإن جمعية موصياد من خلال مشاريعها التي عرضتها أمام الرأي العام مثل التجارة في مناطق مختلفة وأسواق جديدة «مراكز التجارة والثقافة» فمن المحتمل أنها ستسهم في بناء وزيادة العلاقات بين البلاد وفي مناطق مختلفة وأسواق جديدة عن طريق مراكز التجارة والثقافة الجديدة، وكذلك ستؤثر إيجابا على السياسة الخارجية لتركية. كما ستساهم في زيادة العلاقات الاقتصادية ومعها الفعاليات الثقافية بين أي دولتين، ويجعل المواقف السياسية التركية عالميا أكثر وضوحا للجميع. وعليه، فإن التعاون الاقتصادي سيتحول إلى تعاون فكري. وسيصحب ذلك الاستفادة المتبادلة في موضوع التعليم، والصحة والاجتماعيات. يجب التوافق على الدبلوماسية التجارية لكونها إستراتيجية شاملة، واستيعابها ضمن مؤسسات بيروقراطية مركزية.

يجب مناقشة جميع العناصر المتممة للطرز الجديد من الدبلوماسية التجارية من قبل الدول والأشخاص المنسقين الذين يمثلون الدولة، ومن الشركات التي تمثل القطاعات الخاصة ومن جميع الأشخاص فيها.

للأسف يتوجب علينا الاعتراف أولاً أنه يوجد تقصير من توصيل فكرة الدبلوماسية التجارية وفتح الباب لتأويلات خاطئة بخصوصها، وكذلك التقصير في رفع مستوى بلدنا ومن تحقيق سلسلة الأهداف التي وضعناها لأنفسنا نحن.

إن النقص الأساسي في زيادة تصديراتنا يكمن في بنية المؤسسات عندنا، وكذلك يكمن في حصره داخل تركية، وابتعاده عن ساحة التأثير المباشر من خلال العناصر التي تعمل في هذا المجال.

تركية قد اعتمدت في هذا المجال على المثال البلجيكي لكن، في الاستثمار والتجارة قد اتبعت طرقا مختلفة، مما جعل المؤسسات المختلفة لا تعمل بشكل متوازٍ، وصار عليها ولازما أن تتبع إستراتيجية شمولية في هذا المجال.

في هذا التقرير المقدم والذي نقترح أن يفعل والذي يدور محوره حول الدبلوماسية التجارية على شاكلة مكتب التجارة والاستثمار التركي «توركتاي»، فقد عملنا على تحضيره من خلال دراستنا للمؤسسات التجارية وبنيتها للعديد من الدول مثل، ألمانيا، والولايات المتحدة، واليابان، وكورية الجنوبية، وإنكلترا وماليزية. إضافة إلى أن شكل توركتاي، قد عرضته جمعية الموصياد بعد أن جمعنا المعلومات التي نحتاج إليها عن طريق المنظمات التابعة للموصياد في الخارج وقد غطت 65 دولة.

من خلال مناقشة الاستفادة من الطاقة التجارية في 70 دولة تبعد عن إستانبول على مسافة 4 ساعات طيران فقط، فإن توركتاي سيكون مركزه في إستانبول وسيكون من وظيفته؛

- عن طريق ما تملكه تركية من معلومات حضارية وتجارب، فإن النظام الموجود سيساعد في الإصلاحات وصنع النماذج البديلة.

مناقشة الوضع التجاري والاستثمار الحاليين بشكل مختلف والتخلص من النقص الناتج عن الخلل في التنسيق.

سيخلص تركية من التشتت فيها من الناحية، السياسية، والاقتصادية والاجتماعية، وسيكون التنسيق من عمل جهة واحدة منسقة.

- سيدير توركتاي التنسيق بين الدولة والقطاع الخاص، وسيزيد من أعداد المستثمرين عن طريق زرع الثقة بالتشاور مع المخاطبين في التجارة الخارجية والاستثمار.
- من خلال توركتاي، ستُشكّل قاعدة من البيانات الصغيرة والكبيرة للدول المعنية.

- سيوفر لتركيّة إستراتيجية من التصدير الذي يعتمد على الإنتاج، كما سيوفر للشركات المتوسطة الانفتاح على الخارج.
 - سيعمل على توفير أسواق جديدة، ومناطق إستراتيجية وقطاعات جديدة أيضا، مما يتيح متابعة زيادة التصدير في هذه المناطق والقطاعات.
 - سيقوّي التجارة والاستثمار؛ وسيعمل على إنشاء الثقة للمستثمر الخارجي وللشركات التركية المنفتحة على الخارج، وذلك من خلال الاستشارات التي سيقدمها بخصوص الأضرار المحتملة. كذلك سيقدم الدراسات الحقيقية للمستثمر الأجنبي وللمصدّر التركي والتقارير الاقتصادية، وتحاليل السوق، وبرامج الشهادات المعتمدة الخ.. عن طريق التوعية التي سيقدمها.
 - سيحقق المساعدة لجمعات التجارة الخارجية «دييك» ذات الفعالية المحددة، وسيجعلها تكسب مساحات أوسع للعمل من خلالها.
 - سيهّل وصول أرباب العمل المميزين إلى المعارض المفيدة على مستوى العالم.
 - سيقدم فعاليات التواصل وتكون أكثر تأثيرا للمخاطبين المحليين لمنحهم أن يأخذوا دورهم في النشاطات المختلفة.
- سيزيد من سمعة تركية سياسا واجتماعيا. إضافة لذلك، سيخفف من تأثير الأزمات الناتجة عن السياسات الآنية والصدمات الدورية وامتصاصها.
- بالمختصر، فإن مقترحنا الذي يدور حول الدبلوماسية التجارية، «مكتب تركية للتجارة والاستثمار» (توركنتاي)، سيكون حجر الأساس لما تتوق إليه تركية من رفاه وتصدير. نتمنى أن نكون قد قدمنا الفائدة لأعضائنا، وبلدنا، ولكل المهتمين معنا داخل وخارج تركية من خلال عرضنا للدبلوماسية التجارية، كما نتمنى أن نكون قد فتحنا آفاقا جديدة لهم، ونتمنى أيضا أن نكون قد فتحنا الباب لدراسة مختلفة ومعتمّة نوعا ما.

ÖZET

Günümüz küresel ticaretinin geldiği noktada, artan rekabet şartları, azalan kâr oranlar, yükselen korumacılık eğilimleri, uluslararası ticaret alanında yaygınlaşan riskler ve belirsizlikler karşısında hükümetlerin uyguladığı geleneksel dış ticaret politikaları iş dünyasının beklentilerini karşılamamaktadır. Bugünün uluslararası ticaret ortamında başarı, bir yandan makro planda hükümetler düzeyinde iyi ilişkilerle yakından bağlantılı iken diğer yandan mikro düzeyde, hızlı ve yerinde karar almayı, çok sayıda yerel ve uluslararası rakibin davranışlarını izlemeyi, doğru tanımlanmış süreç ve uzun süreli ilişkiler geliştirmeyi, piyasaları ve tüketici eğilimlerini yakından izlemeyi zorunlu kılmaktadır. Bağımsız devletlerarası ilişkilerin müzakereler yoluyla yürütülmesi olarak tanımlanabilen diplomasi- nin güvenlik odaklı klasik uygulamaları da iş dünyasının beklentilerini karşılayamamaktadır. Kısacası küresel ekonomide son dönemde meydana gelen değişim ve dönüşümler, günümüzde dış ticarete politikalarına bakış açımızı radikal bir şekilde değiştirmeyi, geçmişten farklı olarak ticareti arttırabilmek için mikro ve makro boyutlarıyla oluşturulmuş bütüncül bir stratejinin uygulanmasını zorunlu kılmaktadır.

Bazı gelişmiş ülkelerin 1990'lı yılların sonlarında adım adım geçmeye başladıkları yeni tarz diplomasi, diğer bir deyişle "ticaret diplomasisi" ihti-

yaç duyulan bütüncül dış ticaret stratejisinin güzel bir örneğidir ve dünya ekonomisindeki sıralamasını yükseltmek hedefinde olan Türkiye'nin gündemine gelmelidir. Zira ulusal sınırlar içerisinde kalan devlet kurumları ve dış ticaret politikaları bu yeni durumla mücadele noktasında yetersiz kalmaktadırlar. Artık dış işleri veya ticaret bakanlıklarına bağlı birimler ve o birim temsilcilerinin oluşturduğu imtiyazlı gruplar veya kümeler yerine farklı farklı boyut ve çok sayıda aktörden meydana gelen "network"lerin oluşturduğu bir diplomasi ve ilişkiler dönemindeyiz.

Bu dönüşümün etkilediği kurumların başında da devletler gelmektedir. Devletler artık küresel düzlemde istedikleri sonuçları gerçekleştirecek tek önemli aktörler değildir. Geleneksel medya, internet, sosyal medya, uluslararası örgütler, uluslararası şirketler, STK'lar, üniversiteler, yerel şirketler vs. birçok aktörün belirli çıkar ve değerlerinin olduğu ve salt anlamda devlet ve ulusal çıkar bakış açısına indirgenemeyecek karmaşıklıkta bir küresel çemberin içerisinde bulunmaktayız.

Bu bağlamda az aktörden çok aktöre, hiyerarşik yapıdan esnek yapıya, düşük şeffaflıktan yüksek şeffaflığa, anlaşma odaklıdan süreç geliştirme ve bilgi toplamaya doğru dönüşen bir diplomasi modeline ihtiyaç duyulmaktadır. Klasik diplomasiyi oluşturan en temel unsur devlet temsilcisi ve o temsilcinin yakın çalışma çevresidir. Ülkenin verdiği imtiyazlı görev sayesinde ülkesi adına konuşan ve görüşmelere katılan geleneksel diplomatlar günümüz bilgi ve teknoloji koşullarında iş dünyasının beklentilerini karşılayamamaktadırlar. Merkezi bürokrasi içerisinde izole bir şekilde görevlerini yapan klasik diplomatların yerini çok çeşitli kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde olan girişimci ve iş odaklı diplomatlar almalıdır. Ticaret diplomasisini koordine eden ofis devlet tarafından kurulsa bile, bu ofiste görev yapan iş dünyası temsilcilerinin kamu çalışanlarından fazla olması önemlidir. Böylelikle, iş dünyası sahip olduğu ve geliştirdiği yeni fikir ve stratejileri doğrudan bu birim üzerinden uygulamaya geçirebilme imkanına sahip olabilecektir. Yurtdışındaki ticari temsilciliklerin de bu şekilde yeniden organize edilmesi kritik öneme sahiptir.

Bu raporda öncelikle Dünya ve Türkiye ekonomisinin genel görünümü, ekonomiyle ilgili olası riskler, Türkiye ihracatının değerlendirilmesine yer verilecektir. Dünya ve Türkiye ekonomisinin değerlendirilmesinden sonra diplomasi ve diplomasi türlerinden olan ticaret diplomasi kavramı dünya örneklerine değinilerek ele alınacaktır. Son kısımda ise Türkiye ekonomisine dair bazı sorunlar ve bu sorunlara çözüm yolları aktarılacak ve ardından Türkiye'nin uygulaması tavsiye edilen ticaret diplomasisi modeli eksenindeki ticaret ve yatırım ofisinin temel özelliklerine yer verilecektir.

Raporun tüm paydaşlara katkı sağlayacak önemli bir tartışma zemini olmasını temenni ediyoruz.

DÜNYA EKONOMİSİ GENEL GÖRÜNÜMÜ

Bu kısımda Dünya ekonomisinin genel görünümü gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler şeklinde kısaca özetlenerek büyüme oranları, yatırım seviyeleri, sermaye hareketleri, küresel ticaret, cari açık ve dış borç, emtia fiyatları ve muhtemel risk senaryoları başlıklarıyla değerlendirilecektir. Büyüme oranlarına bakıldığında dünya ekonomisinin genel bir toparlanma dönemine girdiği söylenebilir. Zira büyüme oranları bazı istisnalar dışında tüm ülkeler için pozitif sinyaller vermektedir. Güney ve Uzak Doğu Asya bloğu ülkeleri küresel ekonominin lokomotifleri olmaya uzun süre devam edecek gibi gözükmektedir. Yatırım seviyeleri artış oranı özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından hala 2008 krizi öncesinin altında seyretmektedir. Küresel ticaret artış oranları da benzer şekilde 2008 krizi öncesi dönemle kıyaslandığında neredeyse yarı yarıya düşmüş gözükmektedir. Gelişmekte olan ekonomilerde dış borç stoğu ve cari açık önemli bir risk olarak karşımıza çıkmaktadır. Enerji ve metal fiyatlarında 2016 yılından itibaren süregelen artış üretim maliyetleri üzerinde baskı oluştururken, kur kaynaklı ani değer artış veya azalışları gelişmekte olan ülkelerdeki belirsiz-

likleri artırmıştır. Finansal piyasalarda oluşabilecek ani hareketler ve bazı ülkelerin beklenmedik politika değişiklikleri, bölgesel çatışmalar ve savaş riski de küresel ticaret ve ekonomi üzerinde ciddi daraltıcı etki yapabilir.

ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşları sonucunda ikili ve bölgesel ticaret anlaşmalarının içeriği Asya'nın küresel ekonomideki pozisyonunu belirleme açısından önemli bir kırılma noktası olacaktır. Bu anlaşma aynı zamanda ABD'nin Asya ülkeleri üzerindeki gücünün devamlılığı açısından da önemlidir. Taraflar ekonomik ve ticari diplomasinin tüm bileşenlerini kullanarak kendi pozisyonlarını güçlendirmek istemektedirler.

Küresel ticaret ve finans üzerinde en belirleyici olan gelişmelerden bir tanesi de ABD merkez bankası FED'in faiz artırımına devam ediyor olması ve Başkan Trump'ın seçilmesiyle birlikte belirli sektörlere getirilen ithalat vergisi artışları, belirli firmaların üretimlerini ABD'ye kaydıracaklarını açıklamaları vs. gibi iç piyasayı güçlendirici ve korumacı adımlar atıyor olmasıdır. Artan faiz oranları karşısında finansal sermayenin tekrar ABD tahvillerine yönelmesi ve korumacılığın ABD'nin ithalatını kısıtlıyor olması, ABD ekonomisi açısından pozitif bir gelişme olabilir ve fakat gelişmekte olan ülkeler açısından negatif bir etkiye sahip olmaktadır. ABD tahvillerine talebin artması özellikle Türkiye, Arjantin, Brezilya, G. Afrika vb gelişmekte olan ülke para birimlerinin dolar karşısında değer kaybı yaşamasına yol açmıştır. Türkiye jeopolitik risklerden ötürü diğer ülkelere kıyasla bu süreçten daha fazla etkilenmektedir. Kurdaki artışlar ve oynaklık doğrudan bu ülkelerin ticaret hacimlerini de etkilemektedir. Dolayısıyla FED faiz artırımını süreci sonunda küresel ve yerel anlamda nasıl bir ticari ve finans denklemiyle karşı karşıya kalınacağı önem kazanmaktadır.

Gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH)'nin en temel belirleyicisi olması ve gelecek dönemdeki iktisadi faaliyetlerle ilgili önemli ipuçları vermesi açısından ülke yatırımları kritik öneme sahiptir. Gelişmiş ülkelerdeki yatırım büyüme oranları 2008 krizi öncesi dönemi yakalamışken, içerisinde Türkiye'nin de bulunduğu gelişmekte olan ülke gruplarında yatırım seviyesi

büyüme oranı hem 2008 krizi öncesi hem de son 20 yıllık ortalamanın altında ilerlemektedir (**Bakınız: Grafik 2.1**).

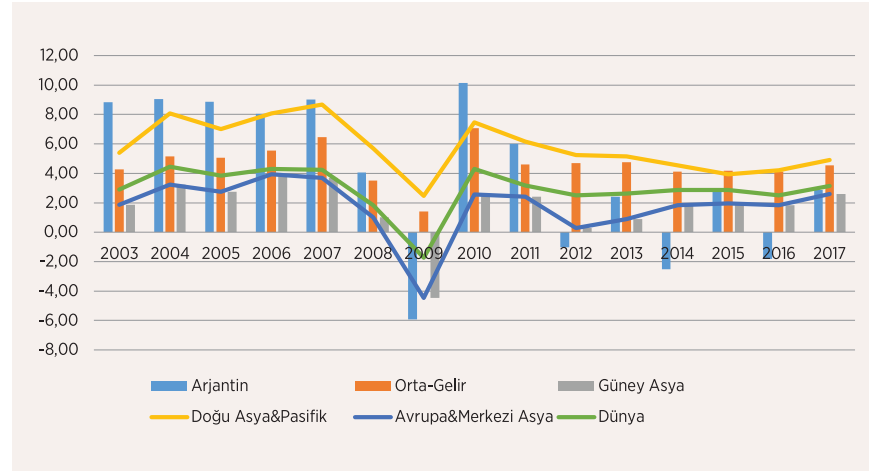
İstikrarlı ve uzun vadeli büyümenin göstergelerinden bir tanesi olan doğrudan yabancı yatırım girişlerinde de Güney Asya, Doğu Asya ve Pasifik grubu ülkeleri öne çıkmaktadır. Genel olarak ihracat büyüme oranlarına bakıldığında ise 2008 krizi öncesine kıyasla ihracat büyüme oranlarında daralma olduğu göze çarpmaktadır. Kısa vadeli sermaye hareketlerini gösteren portfolyo girişlerine bakıldığında ise özellikle ABD, İngiltere ve Japonya gibi gelişmiş ülkelere ani ve sert portfolyo yatırımları gerçekleştiği görülmektedir. Özellikle kriz sonrası dönemde çok daha fazla belirginleşen bu ani giriş ve çıkışlar gelişmekte olan ülkelerin döviz ve para piyasalarını olumsuz etkileyebilmektedir.

2.1. BÜYÜME ORANLARI

2018 yılı itibariyle neredeyse tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin büyüme oranlarında yukarı yönlü bir artış gözlenmektedir ki bu durum 2008 küresel finansal krizden sonra ilk defa yaşandı denilebilir. Asya ülkelerinin küresel ekonomideki rolü her geçen gün artmaktadır. Güney Asya, Doğu Asya ve Pasifik grubu ülkelerinin büyüme oranları dünya ortalamasının 2 kat üzerinde seyretmektedir. Büyüme oranlarındaki bu pozitif gelişmeler geleceğe dönük olumlu gelişmelerin işaretini vermektedir.

Belirli bölge ve ülkelerin son 15 yıllık büyüme oranlarına yer verilen **Grafik 2.1**'e bakıldığında ekonomik faaliyetlerdeki artış oranının 2008 krizi öncesi döneme kıyasla halen düşük olduğu çok net bir şekilde görülmektedir. Genel olarak dünya ekonomisi büyüme oranlarına bakıldığında şu özet durumla karşı karşıya kalınmaktadır. 2008 küresel krizi sonrası daralma yaşayan gelişmiş ülke ekonomileri düşük büyüme oranlarını sürdürmeye devam etmektedirler. 2018 ve takip eden dönemlerde büyüme oranlarında nispeten bir yükselme beklenmektedir.

GRAFİK 2.1 SON 15 YILLIK GSYH BÜYÜME ORANLARI (%)



TABLO 2.1 REEL GSYH BÜYÜME ORANI (%)

Reel GSYH Büyüme Oranı (%)	2015	2016	2017e	2018f	2019f	2020f
Dünya ¹	2,8	2,4	3,0	3,1	3,0	2,9
Doğu Asya ve Pasifik (EAP) ²	6,5	6,3	6,4	6,2	6,1	6,0
Avrupa ve Merkezi Asya (ECA) ¹	1,0	1,7	3,8	2,9	3,0	3,0
Latin Amerika ve Karayipler (LAC) ¹	-0,6	-1,5	0,9	2,0	2,6	2,7
Orta-Doğu ve Kuzey Afrika (MNA) ^{1,3}	2,8	5,0	1,8	3,0	3,2	3,2
Güney Asya (SA) ^{1,4}	7,1	7,5	6,5	6,9	7,2	7,2
Sahraaltı Afrika (SSA) ^{1,5}	3,1	1,3	2,4	3,2	3,5	3,6

KAYNAK: DÜNYA BANKASI

Dünya ekonomik büyümesi 2017 yılı için ortalama % 3 olarak tahmin edilmektedir. Asya ülkeleri genel dünya ortalamasının 2 katından fazla büyüme oranlarına sahipken, Latin Amerika ve Orta Doğu/K. Afrika bölgeleri ise dünya ortalamasının altında büyümektedirler. Doğu Asya, Pasifik ve Güney Asya ülkeleri gelecek dönemlerde de küresel ekonominin büyüme lokomotifine olmaya devam edeceklerdir (Bakınız: Tablo 2.1). Bu açıdan ABD ile Çin arasındaki küresel ticaret savaşlarının nasıl sonuçlanacağı Asya

bloğunun dünya ekonomisindeki önemini ve gücünü daha da belirgin hale getirecektir. ABD ve Çin dışında, Japonya, ASEAN Birliği ve Hindistan bölgesinin diğer önemli aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'ye komşu olması bakımından kritik bir öneme sahip olan İran ekonomisi 2016 yılında yaşadığı % 13,4'lük büyümenin ardından % 3,5 ile % 4 arasında seyretmesi beklenen bir büyüme oranına doğru yakınsamaktadır (Bakınız: Tablo 2.2). 2016 yılı içerisinde nükleer müzakereler konusunda ABD ile oldukça pozitif bir iklim yakalayan İran, bu pozitif havanın kısa sürmesinden etkilenmiş gözükmektedir. ABD'nin tek taraflı olarak nükleer müzakerelerden çekilmiş olması ve ciddi ekonomik yaptırımlar tehdidi İran ekonomisinden sonra en çok Türkiye ve Rusya'yı etkileyecektir.

Dünya ekonomisinin üretim merkezi durumundaki Çin benzer rolünü önümüzdeki dönemde de sürdürmeye devam edecektir. Çin ile birlikte yüksek büyüme oranlarını sürdürebilmeyi başaran Hindistan Asya bölgesinin diğer önemli gücü olarak kendisini göstermektedir. Nitelikli beşeri sermaye ve artan AR&GE yatırımlarıyla birlikte ekonomik, ticari ve kültürel diplomasiyi etkin bir şekilde kullanabilmeyi başaran Hindistan'ın önümüzdeki 3 yıl ortalama % 7,2 büyüme oranı gerçekleştirmesi beklenmektedir (Bakınız: Tablo 2.2).

TABLO 2.2 REEL GSYH BÜYÜME ORANI (%)

Reel GSYH Büyüme Oranı (%)	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f
ABD	2,9	1,5	2,3	2,5	2,2	2
Gelişmiş Ülkeler	2,2	1,6	2,3	2,2	1,9	1,7
Gelişmekte Olan Ülkeler	3,6	3,7	4,3	4,5	4,7	4,7
Çin	6,9	6,7	6,9	6,4	6,3	6,2
Brezilya	-3,5	-3,5	1,0	2,0	2,3	2,5
Hindistan	8,0	7,1	6,7	7,3	7,5	7,5
İran	-1,3	13,4	3,6	4,0	4,3	4,3
Rusya	-2,8	-0,2	1,7	1,7	1,8	1,8

KAYNAK: DÜNYA BANKASI

Dünya ekonomisinin genel görünümü ve öne çıkan bazı noktalara değindikten sonra gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin büyüme oranları özet bir şekilde analiz edilmeye çalışılacak ve hangi iktisadi bileşenle büyümenin gerçekleştirildiği incelenecektir.

ABD ve Gelişmiş Ekonomiler

Gelişmiş ekonomilerin 2017 yılı içerisinde GSYH büyüme oranları açısından toparlandığını söylemek mümkündür. 2017 yılında gelişmiş ülke ekonomileri beklentilerin yaklaşık 0.4 puan üstünde ortalama % 2,3 büyüme oranına sahip olmuşlardır (**Bakınız: Tablo 2.2**). Büyümenin temel tetikleyicisi olarak karşımıza ihracat ve sermaye harcamaları çıkmaktadır. Önümüzdeki yıllarda (2018-2019/2019-2020) ise gelişmiş ülkelerdeki büyüme oranlarının % 1,8 ila % 2 ortalama bandında seyretmesi beklenmektedir.

Gelişmiş ekonomilerin başını çeken ABD'deki büyüme oranı 2017 yılı için yaklaşık 2,3 olarak gerçekleşmiştir (**Bakınız: Tablo 2.2**) ve büyümenin ana motoru olarak özel yatırımlar ve tüketim karşımıza çıkmaktadır. Ücret artışları ve dolayısıyla hanehalkı gelirlerinde yaşanan toparlanma tüketim harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini açıklamaktadır. Bu gelişmelere rağmen özel tasarruflarda yaşanan düşüş ABD ekonomisinin temel karakteristiğini yansıtmaktadır. ABD merkez bankası (FED)'in para politikasını normalleştirme süreci 2017 ve takip eden dönemde de devam edecek gibi gözükmektedir. Trump göreve geldiği ilk yıl yaptığı korumacı hamlelerle çoğu ABD'li'den yüksek not almayı başarmış gözükmektedir. ABD'lilerin % 54'ü Trump'un ilk yılki ekonomi politikalarından memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Cumhuriyetçiler dışında Demokratların % 20'si de Trump'un ilk yılki performansı ile ABD'yi daha müreffeh bir ülke yaptığını düşünmektedirler.¹ ABD ekonomisindeki toparlanmanın sürüyor olması küresel ekonomi ve talep açısından önümüzdeki dönemlere pozitif olarak yansıtacaktır.

Euro Bölgesi

Küresel talepteki artış, özel sektör kredilerindeki genişleme ve AB'nin ülke merkezli iktisadi ve finansal politikaları 2017 yılı içerisinde Euro Böl-

gesi GSYH'nın beklentilerin 0,7 puan üzerinde % 2,4 büyümesine neden olmuştur. Bazı üye ülkeler istisna olsa da Euro Bölgesi işsizlik oranı 2009 yılından bu yana en düşük seviyesine ulaştı. Takip eden yıllarda Euro Bölgesi iktisadi büyüme oranlarının ortalama % 1,6 ila % 2 arasında seyretmesi beklenmektedir. Euro Bölgesi iç talebinin yetersizliği ve çalışan yaş nüfusundaki daralma önümüzdeki dönemlerin temel sorunu olmayı sürdüreceği gibi gözükmektedir. Buna karşın AB Merkez Bankası'nın FED karşısındaki soğukkanlı faiz politikası ve finansal duruşu Euro Bölgesi'nin en güçlü yönlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Euro Bölgesi'nin en önemli ekonomisi olan Almanya 2017 yılında ortalama % 2,2 büyüme gerçekleştirdi. Bu oran 2011 yılından itibaren ülkenin gerçekleştirdiği en yüksek büyüme oranıdır. Almanya büyüme rakamları üzerinde en fazla etkiye sahip olan bileşenler ihracat ve yatırım şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Almanya'nın önümüzdeki yıl da benzer bir iktisadi performans göstermesi beklenmektedir.

Çin ve Japonya

Tüketim harcamalarına bağlı olarak iç talepte meydana gelen artış ve yatırım seviyesindeki yükselme neticesinde Japonya ekonomisinin 2017 yılı içerisinde yaklaşık % 1,7 civarında büyüme gerçekleştirmesi beklenmektedir. Küresel talepteki artış da Japon ihracatı üzerinde pozitif etkiye sahip olsa da nihai anlamda ithalat kaleminde gözlenen yükseliş neticesinde net ticaretin büyümeye etkisi oldukça sınırlı kalmıştır. Enflasyonun % 1'in altında seyretmeye devam ettiği Japonya'da merkez bankası politika faiz oranlarını değiştirmeme noktasında kararlı gözükmektedir. Önümüzdeki dönemde Japon ekonomisinin büyüme oranının % 1,3 civarında düşmesi beklenmektedir. Özellikle 2019 Ekim ayında yürürlüğe girecek tüketim vergisi artışı büyüme üzerinde negatif etkiye sahip olacaktır. Yaşlanan nüfus ve daralan iş gücü uzun dönem büyüme üzerinde kısıt oluşturan temel unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

2017 yılı içerisinde beklentilerin üzerinde % 6,9 oranında büyüyen Çin, dünya ekonomisinin ana eksenini oluşturmaya devam edecektir. Gerçekleştirilen mali reformlar ve ihracattaki artış Çin iktisadi büyümesinin temelini

¹ <http://news.gallup.com/poll/232046/americans-continue-rate-trump-highest-economy.aspx>

oluşturmaktadır. Devlet destekli yatırımlardan özel sektör eksenli yatırımlara doğru geçiş süreci de Çin'in diğer pozitif yönü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sıkı mali ve para politikasına rağmen finans dışı sektörün net borcu (GS-YH'nın yaklaşık % 260'ı) artmaya devam etmiştir. Ayrıca tüketici fiyat endeksi artış gösterse de hedeflenen seviyenin altında kalmıştır. Sıkı regülasyonlar neticesinde özellikle büyük kentlerdeki konut fiyat artışları yavaşlamaya devam etmiştir. Çin ekonomisinin sahip olduğu cari fazla da ise daralma yaşanmıştır. Önümüzdeki dönemlerde de Çin ekonomisinin benzer büyüme oranlarına sahip olacağı öngörülmektedir. Finansal sektör kırılganlığı, jeopolitik riskler, ticaret yaptığı gelişmiş ülkelerin korumacı politikaları ve yaşanan nüfus Çin ekonomisinin uzun vadeli riskleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Rusya

Son üç yılın aksine 2017 yılında pozitif büyüme oranı yakalayan Rusya ekonomisi küresel gelişmelerden olumlu etkilenmiş gözükmektedir. 2016 yılında % 2,8 daralan Rusya ekonomisi 2017 yılında ortalama % 1,7 büyüme oranı gerçekleştirmiştir (**Bakınız: Tablo 2.2**). Enerji fiyatlarındaki sert düşüş ve Batı ülkelerinin ekonomik yaptırımlarından ötürü 2015 ve 2016 yılında daralanan Rusya ekonomisi tarım ve madencilik sektörlerindeki büyüme ve petrol fiyatlarındaki artışla beraber pozitif bir ekonomik görünüme sahip oldu. Özellikle Rusya'nın tarım ürünlerine uyguladığı ithalat yasağı iç piyasasındaki tarımsal faaliyetleri olumlu yönde etkilemiş gözükmektedir. Enerji fiyatlarındaki ani ve sert düşüşün sona ermesi ve fiyatlardaki toparlanma, bankacılık sektörü desteği, kurdaki esneklik, mali politika destekleri Rusya ekonomisi üzerinde pozitif etkiye sahip olmuştur.

Gelişmekte Olan Ekonomiler

Gelişmekte olan ekonomiler tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin toplam iktisadi faaliyetler içerisindeki payına veya enerji ihracatçısı/ithalatçısı olmaları veya jeopolitik risk seviyelerine göre birbirlerinden oldukça farklılaşabilmektedirler. Tüm bu farklılıklara rağmen özet ve genel olarak şu bilgiler paylaşılabilir.

Gelişmekte olan ülkelerin büyüme oranı 2017 yılı içerisinde yaklaşık % 4,3 oranında gerçekleşmiştir (**Bakınız: Tablo 2.2**). Yukarı yönlü olumlu

seyrin temelinde emtia ihracatı, özel tüketim ve yatırımlar yer almaktadır. Özellikle endüstriyel üretim ve satın alma müdürleri paritesi verileri baz alındığında, önümüzdeki dönemlerde de benzer yüksek büyüme oranlarının gelişmekte olan ülke grupları için geçerli olacağı izlenimi vermektedir. Büyümenin emtia ihraç eden ülkeler açısından daha yüksek olması beklenmektedir. Arjantin, Brezilya, Nijerya ve Rusya gibi durağanlıktan çıkıp büyüme trendine giren ülkelerin 2017 yılı içerisinde beklentilerin ortalama 0,8 puan üzerinde büyümesi beklenmektedir.

Gelişmekte olan ülke gruplarının ekonomik analizinde enerji ithalatı veya ihracatı yapımları en temel farklılığı oluşturmaktadır. Petrol ve enerji fiyatlarındaki durağanlık/yükselme veya üretimdeki azalma/artış enerji ihracat eden ülke gruplarının büyümeleri üzerinde doğrudan negatif/pozitif etkiye sahip olabilmektedir. Örneğin, Nijerya ekonomisindeki büyümenin dayandığı faktör petrol üretimindeki artıştır. Metal ihraç eden ülkeler de (Ermenistan, Zambiya) benzer şekilde metal fiyat artışından ötürü büyüme oranlarında toparlanma yaşamışlardır.

Euro Bölgesindeki emtia ithalatçısı ülkeler de benzer şekilde 2017 yılı içerisinde toparlanma yaşamışlardır. Örneğin, Polonya ve Macaristan gibi ülkeler AB'nin yapısal fonlarının desteğini arkalarına alarak iktisadi faaliyetlerini genişletmeyi başarmışlardır.

Küresel ticaret ve imalat sektöründeki gelişmeler, iyileşen finansal koşullar ve artan emtia fiyatları neticesinde gelişmekte olan ekonomilerin 2018 ile 2020 dönemleri arasında ortalama % 4,5 ila % 4,8 civarında büyüme oranlarına sahip olacağı tahmin edilmektedir.

2.2. YATIRIM VE SERMAYE GİRİŞLERİ

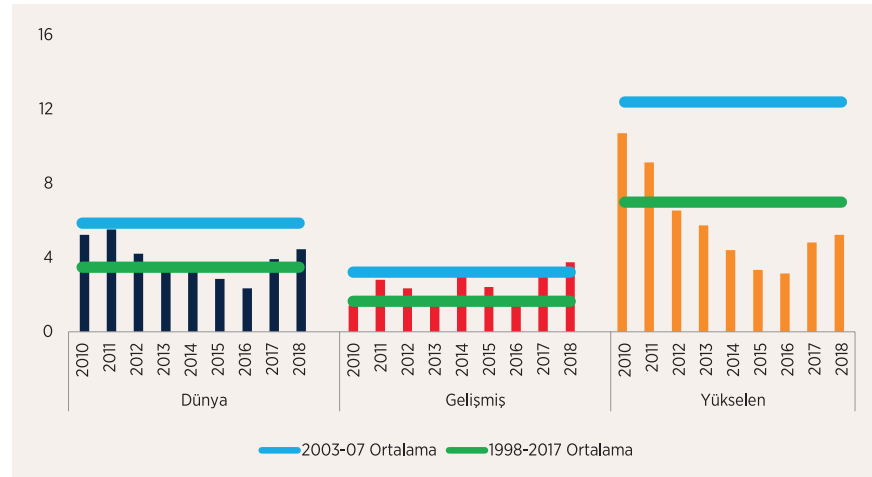
Yatırım seviyesi büyüme oranındaki artma/azalma özellikle gelecek dönemki büyüme oranlarının seyriyle ilgili önemli ipuçları vermektedir zira yatırım seviyesindeki büyüme sadece cari dönem değil gelecek dönemki iktisadi faaliyetlerin de artacağı anlamına gelmektedir. Ayrıca doğrudan istihdamı arttıran ve reel sektörle ilgili bir faktör olarak diğer büyüme bileşenlerinden daha kritik öneme sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerin yatırımları

rim büyüme oranlarını arttırmak ve bu yatırımları tamamlayacak alt-yapı, beşeri sermaye, teknoloji v.s. konularında stratejik hamleler yapmak önem arz etmektedir.

Dünya, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerine yatırım seviyeleri açısından bakıldığında ise şöyle bir tablo ile karşı karşıya kalınmaktadır: 2007/2008 Krizi öncesi dönemle kıyaslandığında yatırım büyüme oranları halen hedeflenen seviyelerin altında kalmaktadır (**Bakınız: Grafik 2.2**).

Son 4 yıllık periyotta dünya genelinde doğrudan yabancı yatırımlar toplamında bir düşüş gözlenmektedir. Gelişmekte olan ülke grupları içerisinde ise yukarıdaki grafikten de anlaşılacağı gibi Avrupa ve Merkezi Asya dışında durağanlık ya da düşüş kendisini hissettirmektedir. Örneğin, içerisinde Türkiye'nin de bulunduğu Avrupa ve Merkezi Asya ülkelerinde 2015 yılında toplam 54 milyar dolarlık doğrudan yabancı yatırım gerçekleşmişken bu rakam 2016 yılında 158 milyar dolara, 2017 yılında ise 159 milyar dolara yükselmiştir (**Bakınız: Grafik 2.4**).

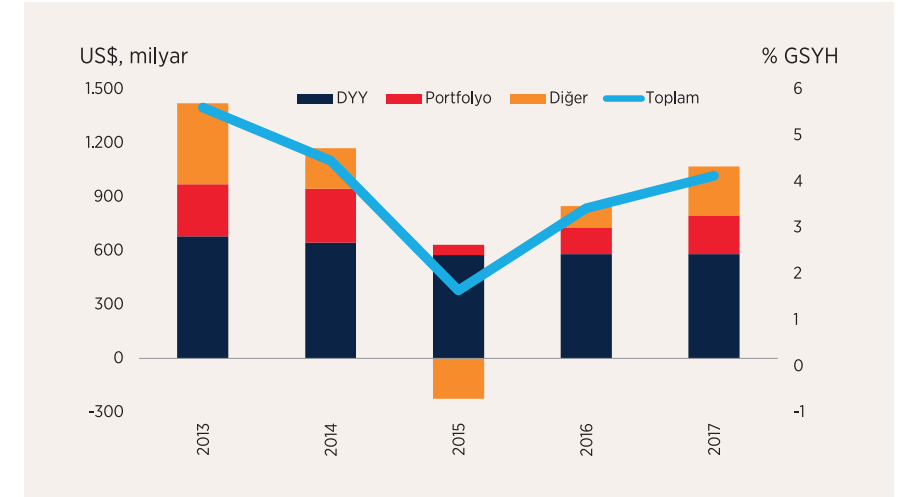
GRAFİK 2.2 YATIRIM SEVİYESİ BÜYÜME (%)



KAYNAK: DÜNYA BANKASI

Örneğin, kriz öncesi dönemde gelişmekte olan ülkelere % 12 civarında seyreden yıllık yatırım büyüme oranları mevcut dönemde ortalama % 5 oranında gerçekleşmektedir. Gelişmiş ülke grupları ise gelişmekte olan ülkelere kıyasla hem kriz öncesi büyüme oranlarını yakalamış hem de son 20 yıllık yatırım büyüme oranı seviyelerini aşmış görülmektedir (**Bakınız: Grafik 2.2**).

GRAFİK 2.3 YÜKSELEN EKONOMİLERE GERÇEKLEŞEN SERMAYE GİRİŞLERİ



KAYNAK: BIS

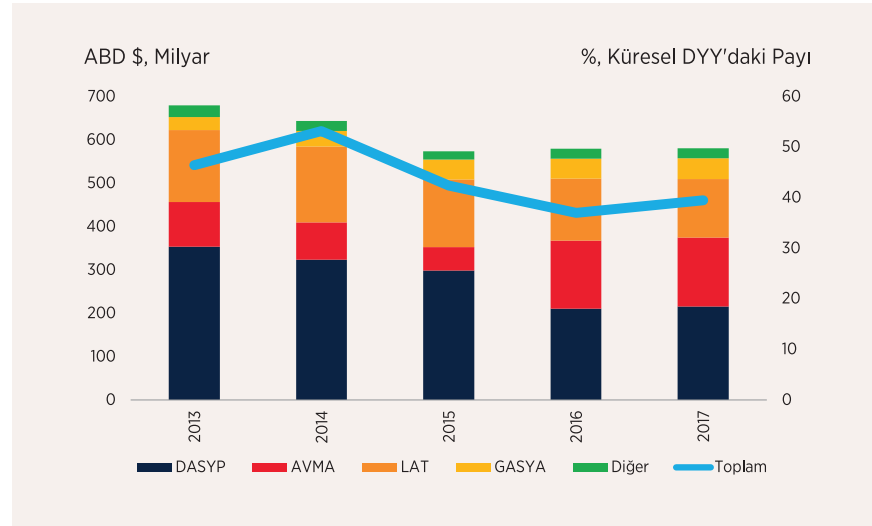
Gelişmekte olan ülkelere gerçekleşen sermaye girişleri toplamına son 4 yıllık dönemde bakıldığında özellikle 2015 yılında ciddi bir azalma olduğu görülmektedir (**Bakınız: Grafik 2.3**). Portfolyo girişlerinden kaynaklanan daralmanın en temel sebebi gelişmiş ülke tahvil ve borsalarının cazip hale gelmesidir.

Yükselmekte olan ülkelere yönelik dünya ölçeğinde gerçekleşen doğrudan yabancı yatırım seviyeleri 2013 yılından itibaren durağan ya da inişli bir seyir içerisindedir. Yukarıdaki grafikten (2.3) de anlaşılacağı gibi gelişmekte olan ülkelere 2013 yılında toplam 680 milyar dolarlık DYY gerçekleşmişken, bu seviye 2017 yılında yaklaşık 580 milyar dolardır.

2015 yılında azalan portfolyö girişleri 2016 ve 2017 yılında yükselmiştir. Toplam sermaye girişlerinin gelişmekte olan ülke ekonomileri içerisindeki (GSYH'daki) payı ise 2017 yılı içerisinde yaklaşık % 4 civarında gerçekleşmiştir (**Bakınız: Grafik 2.3**). Genel olarak, 2015 dönemi ile kıyaslandığında yükselen veya gelişmekte olan ülkelere yönelik sermaye girişlerinin GSYH'ya oranında 2017 yılında artış gözlenmektedir.

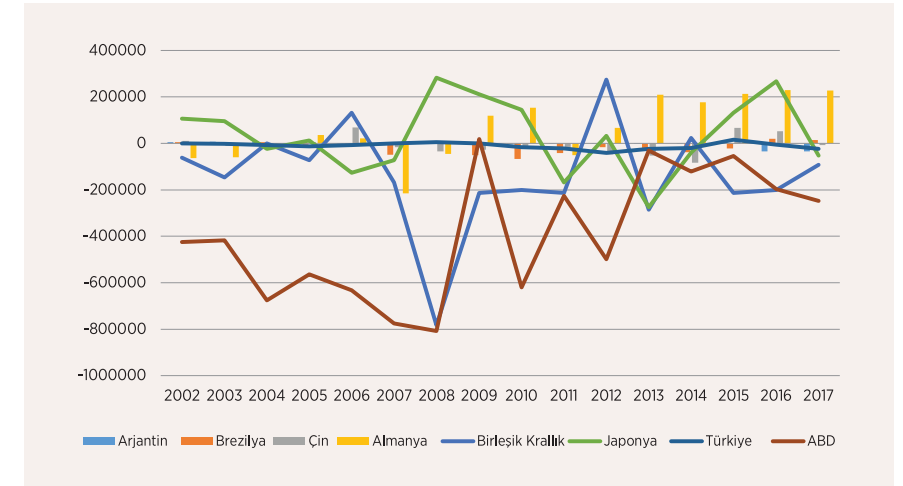
Sermaye girişleri içerisinde ülkeler açısından uzun vadeli ve yapısal dönüşümleri sağlama noktasında kritik öneme sahip olan doğrudan yabancı yatırım girişlerine bakıldığında ise **Grafik 2.4** ile karşılaşılmaktadır. Doğrudan yabancı yatırım girişlerinde Doğu Asya ve Pasifik grubu ülkelerinin bariz bir şekilde diğer bölgelerden pozitif olarak ayrıştığı göze çarpmaktadır.

GRAFİK 2.4 DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMIN (DYY) BÖLGELERE GÖRE DAĞILIMI



(AVMA:AVRUPA VE MERKEZİ ASYA, GASYA: GÜNEY ASYA, DASYP: DOĞU ASYA VE PASİFİK, LAT: LATİN AMERİKA, DİĞER: DYY, PORTFOLYÖ, REZERV DIŞI FİNANSAL İŞLEMLER)

GRAFİK 2.5 PORTFOLYÖ YATIRIMLARI (NET, MİLYON ABD DOLARI)



KAYNAK: IMF

Sermaye girişlerinde önemli bir yer tutan kısa vadeli sıcak para (portfolyö) hareketlerine bakıldığında ise (**Grafik 2.5**) yıllara göre ters yönlü değişen sert hareketlerin olduğu göze çarpmaktadır. Bu gerçeklik, finansal piyasalardaki beklenmedik gelişmelerin özellikle yükselen ekonomilerin iktisadi göstergelerini negatif etkilemesine neden olabilir. Doğrudan yabancı yatırımlarının ise diğer iki bileşene kıyasla daha dengeli seyrettiği ve bazı bölgelerde özelleştirmeler ve regülasyonlara bağlı olarak arttığı görülmektedir. Örneğin, Cezayir ve Tunus gibi Kuzey Afrika ülkelerinde hayata sokulan özelleştirme planları ve iş yatırımlarını kolaylaştıran düzenlemeler yatırım girişlerini pozitif etkilemiştir.

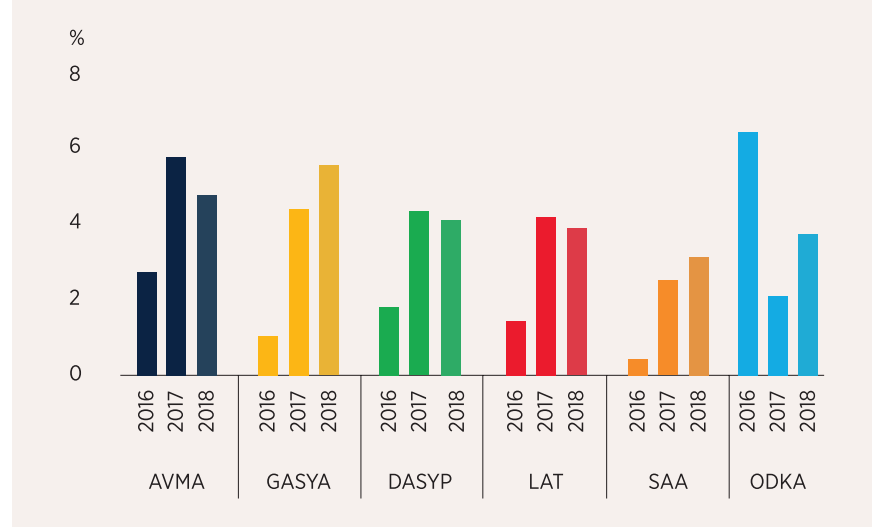
2.3. KÜRESEL TİCARET

Yaklaşık 2 yıl süren durağanlığın ardından 2016 yılı ortasından itibaren küresel ürün ticareti hacminde önemli bir genişleme yaşandı. Özellikle makine, elektronik ve metal ürün gruplarında öne çıkan küresel ticaretteki genişlemenin en temel sebebi gelişmekte olan ülkelerdeki ihracat ve gelişmiş ülkelerdeki ithalat artışıdır. Orta-Doğu'da yaşanan durağanlığın sebebi ise petrol fiyatları ve üretiminde yaşanan değişimle açıklanabilir. 2017 yılı

için küresel ticaretteki artışın beklentilerin üzerinde yaklaşık % 4,3 büyümesi beklenirken, 2018-2019 dönemi bu artışın % 4 civarında olacağı tahmin edilmektedir.

Küresel ticaretin önündeki temel kısıtlar olarak bölgesel riskler, finansal piyasalardaki oynaklıklar ve ticaretin önündeki engeller karşımıza çıkmaktadır. Hiç şüphesiz Dolar kurunda yaşanan değer artışı küresel ticaret üzerinde ciddi bir etkiye sahip olmuş ve gelişmekte olan ülke ihracatlarını yerel para cinslerinden pozitif etkilemiştir.

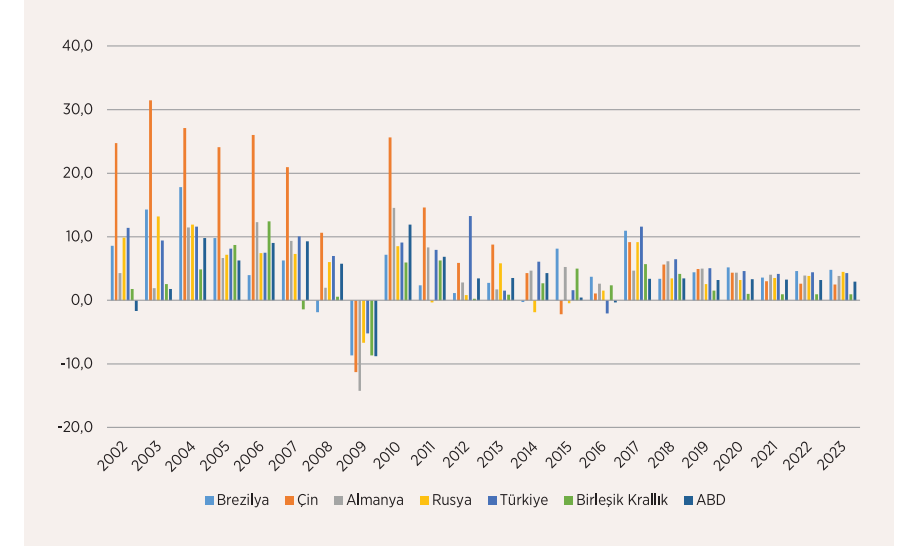
GRAFİK 2.6 İHRACAT BÜYÜME ORANI (YÜKSELEN EKONOMİLER)



KAYNAK: DÜNYA BANKASI
(AVMA:AVRUPA VE MERKEZİ ASYA, GASYA: GÜNEY ASYA, DASYP: DOĞU ASYA VE PASİFİK, LAT: LATİN AMERİKA, SAA: SAHRAALTI AFRİKA, ODKA: ORTA-DOĞU VE KUZEY AFRİKA)

Yukarıdaki grafikten de (2.6) görüleceği gibi Orta-Doğu ve Kuzey Afrika bölge ülkeleri dışındaki gelişmekte olan ekonomilerde ihracat büyüme oranları 2016 yılına kıyasla ortalama 4 puan yükselmiştir. En yüksek büyüme oranları Güney Asya ülkelerinde yaşanmışken, Orta-Doğu ve K. Afrika bölge ülkelerinde ihracat büyümesinde ortalama 4 puanlık bir düşüş yaşanmıştır.

GRAFİK 2.7



KAYNAK: IMF

2002 ile tahmini 2023 arası dönemde bazı ülkelerin ihracat büyüme oranlarına bakıldığında grafiği (2.7) 2008 krizi öncesi ve sonrası şeklinde 2'ye ayırıp, değerlendirmek daha doğru olacaktır. 2008 krizi öncesi dönemde genel olarak yüksek ihracat büyüme oranlarının yaşandığı göze çarparken, kriz sonrası periyotta yüksek ihracat büyüme oranları yerini ortalama % 5 civarında gerçekleşen oranlara bırakmıştır. Türkiye ekonomisinin özellikle 2012 ve 2017 yılındaki ihracat büyüme oranları diğer ülkelere net bir şekilde pozitif olarak ayrılmaktadır.

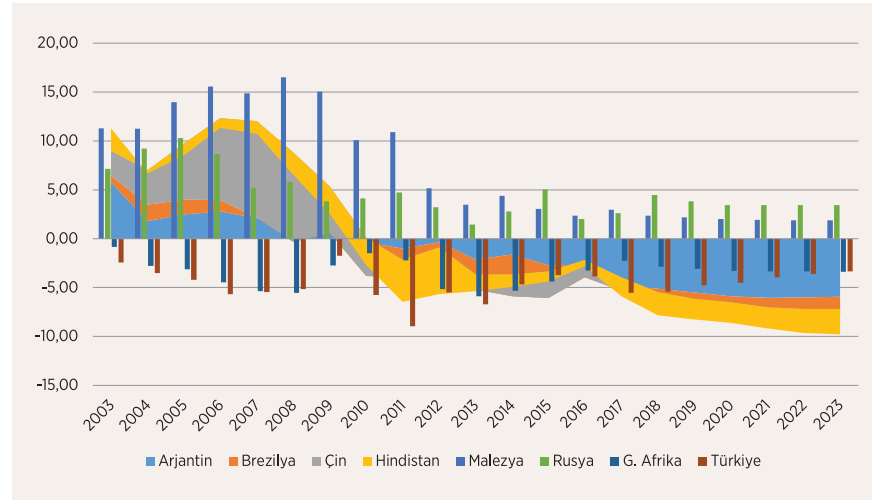
2.4. CARİ AÇIK VE DIŞ BORÇ

Ödemeler dengesinin en kritik bileşenlerinden bir tanesi olan cari denge dönem dönem mal ve hizmet sektörü ticaretindeki aşırı farktan ötürü risk teşkil edebilmektedir. Cari açığın ülke ekonomisine oranına yani cari açık/GSYH rasyosuna bakıldığında Arjantin, Güney Afrika ve Türkiye gibi ülkelerin cari açık/GSYH oranlarının negatif seyrettiği görülmektedir. 2023 yılına kadarki projeksiyonlara göre bu gösterge Türkiye ve Güney

Afrika için daha düşük oranlara doğru kayarken, Arjantin için ise yükselecektir (**Bakınız: Grafik 2.8**).

Ülkelerin toplam dış borç stoğuna bakıldığında ise 2002 ile 2014 yılları arasında birçok yükselmekte olan ülkenin borçlarında artış gözlenirken, son iki yıllık dönemde toplam dış borçların durağan bir seyir izlediği gözlenmektedir (**Grafik 2.9**).

GRAFİK 2.8 CARİ DENGE / GSYH (%)



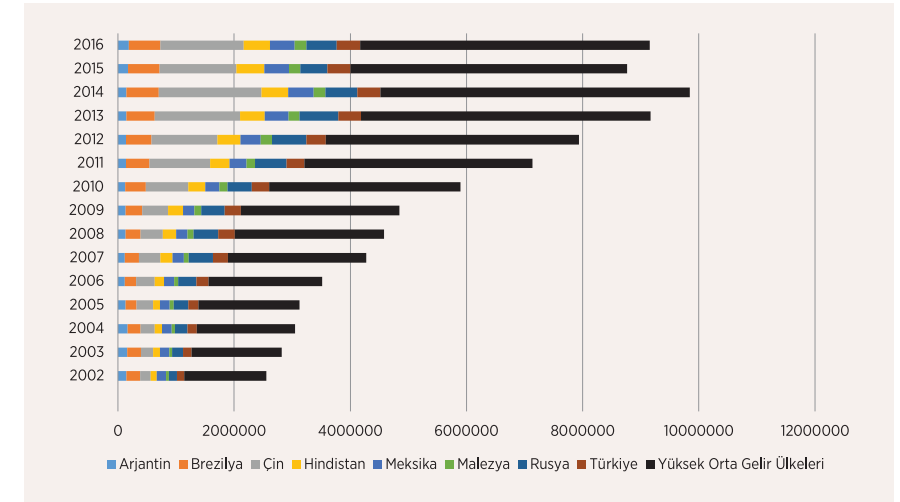
KAYNAK: IMF

Yüksek ve orta gelirli ülkelerin dolar cinsinden kamu ve özel sektör toplam dış borç stokları 2002 ile 2014 yılları arasında düzenli olarak artmıştır. 2015 ve 2016 yıllarında ise dış borç stoku toplamında göze çarpan bir artış söz konusu olmayıp, hatta düşüş yaşanmıştır. Son 14 yıllık periyotta Arjantin'in toplam dış borç stoku yaklaşık % 33 artmışken, bu oran Brezilya için yaklaşık % 120'dir. Benzer periyotta Türkiye'nin toplam dış borcu yaklaşık % 210, Çin'in ise % 670 artmıştır.

Kısa vadeli dış borçların toplam dış borçlara oranı yüksek ve orta gelirli ülkelerde ortalama % 34'tür. Bu oran 2002 yılında % 16 idi. Kısa vadeli borçların toplam borçlara oranı açısından en riskli ülke Çin olarak karşımı-

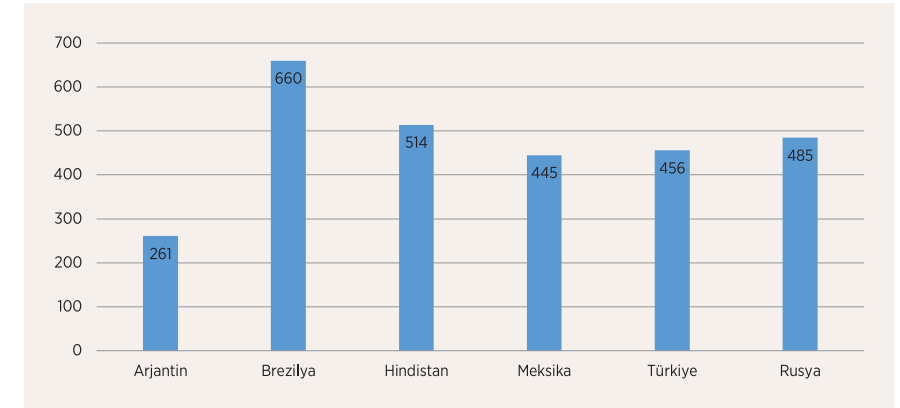
za çıkmaktadır. Çin 2011 yılında % 74 olan bu oranı 2016 yılında % 56'ya kadar düşürmeyi başarmıştır. Kısa vadeli borçların toplam borçlara oranı açısından Türkiye ekonomisi % 24 ile ortalamanın altında seyretmektedir (**Bakınız: Tablo 3.1**).

GRAFİK 2.9 TOPLAM DİŞ BORÇ STOĞU (MİLYON ABD DOLARI)



KAYNAK: DÜNYA BANKASI

GRAFİK 2.9.A TOPLAM DİŞ BORÇ (MİLYAR ABD DOLARI; 2018 2. ÇEYREK)

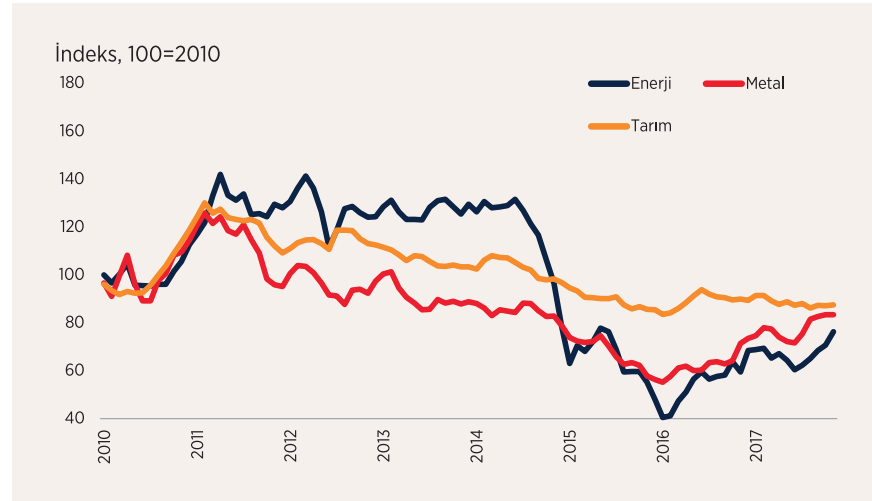


Grafik 2.9.a'da ise 2018 yılı 2. çeyreğine kadarki dönemde belirli ülkelerin dış borç stoğu yer almaktadır. Örneğin, 2016 yılına göre Brezilya'nın toplam dış borcu 110 milyar dolar artarak 660 milyar dolara ulaşmıştır. Toplam dış borç seviyeleri tek başına ekonomiler açısından risk oluşturmamakla birlikte etkin ve verimli sektörlerde ve ihracatı artırıcı şekillerde kullanılmadığı takdirde uzun vadeli bazı iktisadi sorunlara yol açabilmektedir.

2.5. EMTİA FİYATLARI

Enerji grubu ve metal ürünleri fiyatları doğrudan bu ürünü ithal ve ihraç eden ülkelerin ödemeler dengesini etkilemekle ve aynı zamanda üretim maliyetleri üzerinde baskı oluşturmaktadır. Tarım ürünleri fiyatlarındaki hareketler ise enflasyon ve üretim kapasitesini etkilemesi açısından kritik öneme sahiptir.

GRAFİK 2.10



2010 ile 2011 arasında ortalama % 33 artan tarım, enerji ve metal fiyatları takip eden 2011 ile 2016 yılları arasında genel olarak düşüş yaşamıştır (**Bakınız: Grafik 2.10**). Son 1,5 yıllık periyotta ise enerji, metal ve tarım ürünleri fiyatlarında yükselme izlenmiştir. Her ne kadar tarım

ürünleri nispeten daha durağanlık gösterse de, metal ve özellikle enerji grubunda ortalama % 100'e varan fiyat artışları yaşanmıştır. 2014-2016 yılları arasında petrol fiyatlarındaki sert düşüşten oldukça ciddi etkilenen petrol ihracatçısı ülkelere ihracatını çeşitlendirmeyi başaranlar ve esnek kur rejimindekiler diğerlerine göre daha başarılı bir ekonomik performans sergilemişlerdir denilebilir. Son 1,5 yıllık yükseliş periyodunda ise enerji ithal eden ülkeler bu durumdan kaçınılmaz olarak negatif etkilenmişlerken özellikle büyük bir finansal krizin eşiğinde olan Rusya ise bu artışları kendisi için fırsata çevirebilmeyi başarmıştır. Fiyatlardaki bu sert yükselişin benzer bir şekilde yaşanması öngörülmektedir ve fiyatlarda yaşanan bu yükseliş genel olarak piyasalarda uzun vadeli toparlanma olarak algılanmaktadır. Petrol ve enerji ürünleri tüketiminde özellikle OECD ve Asya ülkeleri kaynaklı artışa paralel olarak bu ürünlerin üretiminde veya ihracatında herhangi bir sorunla karşılaşılması fiyatların yukarı yönlü artmasını tetikleyebilir. Üretici ülkelerdeki jeopolitik riskler ve İran'a uygulanacak ambargo sonrası İran ihracatının azalması fiyatların yukarı yönlü tetiklenmesini etkileyebilecek faktörlerden bazılarıdır.

TABLO 2.3 EMTİA BİRİM FİYATLARI (ABD DOLARI)

	Doğal Gaz (Avrupa)	Çay (Ortalama)	Kahve (Arap)	Sığır Eti	Şeker (Avrupa)	Pamuk	Demir
2015	7,26	2,71	3,53	4,42	0,36	1,55	55,9
2016	4,56	2,64	3,61	3,93	0,36	1,64	58,4
2017	5,65	3,1	3,32	4,22	0,37	1,84	71,8
2018	7,15	2,91	3,01	4,23	0,4	1,99	74,7

KAYNAK: DÜNYA BANKASI

Türkiye açısından önemli bir hammadde olan demir fiyatları yakından incelendiğinde ise 2015 yılında ortalama 55 ABD Doları seviyelerinde olan demirin ton fiyatı, 2017 yılında 71,8 ABD Dolarına kadar artmıştır (**Tablo 2.3**). Genel olarak dünya metal fiyatlarında 2018 yılı sonuna kadar talepten kaynaklanan % 9'luk bir artış beklenmektedir. Metal fiyatlarının aksine tarım ürünlerinde ise % 1 ila % 2 civarında artışlar yaşanması ihti-

mal dahilinde gözükmetedir. Ekim alanları nispeten azalan buğday gibi ürün gruplarında ise dünya genelinde % 8 ila 10 arasında yükselme beklenmektedir.

2.6. RİSKLER

Küresel ticaret ve ekonomi üzerinde etkili olabilecek en büyük risk finansal piyasalarda oluşabilecek ani hareketler ve bazı ülkelerin beklenmedik politika değişiklikleridir. Bunların dışında bölgesel çatışmalar ve savaş riski de küresel ticaret ve ekonomi üzerinde ciddi daraltıcı etki yapabilir.

Çin ile ABD arasındaki ticari görüşmeler, İngiltere'nin AB'den ayrılma sürecinin netleşmesi, Rusya ve Batı Bloğu arasındaki gerginlik, serbest ticaret anlaşmalarının gözden geçirilmesi, gümrük vergileri ve ticaret kotaları tartışmaları öne çıkan risk başlıklarıdır.

Tüm bunlarla birlikte, Orta-Doğu ve Doğu Asya özelindeki jeopolitik tansiyon ve iç savaş orta vadede dünya ekonomik görünümü üzerinde karabulut şeklinde dolaşmaya devam edecektir. İç savaş ve çatışmalar dışında belirli ülkelerdeki genel seçim sonuçları da siyasi belirsizliğin artmasına veya azalmasına neden olabilecektir. Tüm bunlardan da önemlisi savaş ve çatışmalardan kaynaklı iç ve dış göç baskısı özellikle çatışma bölgelerine komşu olan ülkeler üzerinde kırılgan etkilere sebep olabilir.

ABD ve gelişmiş ülke merkez bankalarının faiz oranlarını arttırmaya devam etmeleri ve buna karşın gelişmekte olan ülkelere fon çıkışı da diğer bir risk unsurudur. Bu durum gelişmekte olan ülkelere kur oynaklığı ve faiz artışına neden olacağı için özellikle iç yatırımları negatif etkileyebilir. Bu durum karşısında gelişmekte olan ülkelerin nasıl bir mali ve para politikası izleyecekleri önem teşkil etmektedir.

Gelişmiş ülkeler açısından önümüzdeki dönemleri etkileyecek en önemli faktör hiç şüphesiz yaşlı nüfus ve bununla mücadele yöntemleri olacaktır. Yaşlanan nüfusa karşı işgücü katılım oranını arttırmaya yönelik reformlar gelişmiş ülkelerdeki gündemini koruyacaktır. Gelişmiş ülkeler özelindeki diğer bir konu ise verimlilik seviyelerinin oldukça yüksek olmasından ötürü ekonomik büyüme oranlarının durağanlaşma riskidir.

Eğitim niteliğinin artırılması, AR&GE teşvikleri, yüksek kaliteli kamu altyapıları ve regülasyonlar, bankacılık sektörü bilançolarının güçlendirilmesi, özel yerli ve yabancı doğrudan yatırım, verimliliğin artırılması konuları ise gelişmekte olan ülkelerin gündemlerindeki yerini koruyacaktır.

Petrol fiyatlarında yaşanabilecek ani yükseliş ve düşüşler hem ihracatçı hem de ithalatçı ülkelerin para ve mali piyasalarına olumlu ya da olumsuz şekilde yansıtılabilir. Bu açıdan belirli bir ürüne bağımlı olan ülkelerin ithalat ya da ihracat ürünlerini veya noktalarını çeşitlendirmesi önem arz etmektedir.

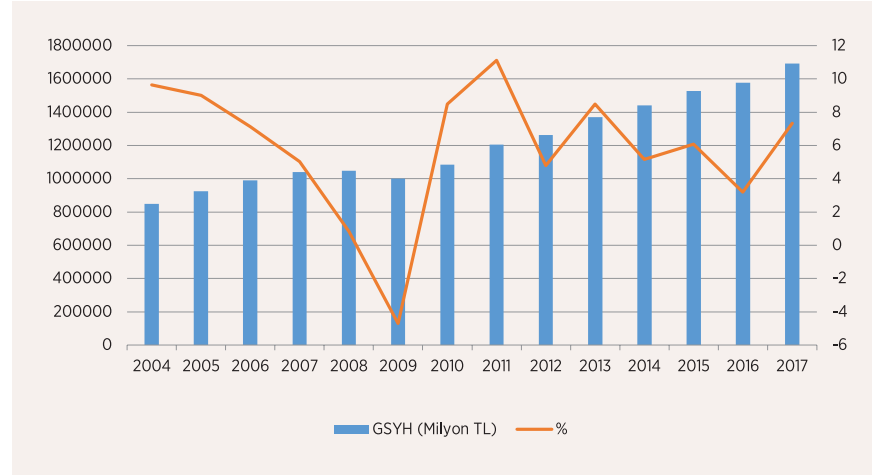
Tüm bu riskler ekonomik ve ticari diplomasinin oynayabileceği kritik rolün önemini ortaya çıkarmaktadır.

TÜRKİYE EKONOMİSİ GENEL GÖRÜNÜMÜ

Türkiye ekonomisi yaklaşık son 15 yıllık dönemde özellikle bankacılık ve finans sektörü reformları ve siyasi istikrar neticesinde birçok gelişmekte olan ülkeden pozitif ayrışmayı başarmıştır. Son 5 yıllık dönemde Türkiye’de peşi sıra gelen birtakım içsel ve dışsal gelişmeler (Gezi Olayları, 17-25 Aralık, Rusya Uçak Krizi, 15 Temmuz Darbe Teşebbüsü, Referandum, Güney Sınırlarındaki Gelişmeler, Batı Bloğuyla yaşanan gerginlik vs) ister istemez ekonomi üzerinde bazı negatif etkiler oluştursa da bu etkiler belirli yönleriyle çok sınırlı kalmış ve ekonomik göstergeler tekrardan kendisini toparlayabilmiştir. Buna karşın, dış borç stoğu, cari açık, döviz kuru kaynaklı oynaklık, para politikasındaki belirsizlikler, iç tasarrufların yetersizliği, konut sektörünün toplam yatırımlar içerisindeki payı, enflasyon v.s. gibi bazı temel makro göstergeler yapısal reform ihtiyacını ortaya koymaktadır. Bu kısımda, yukarıda bahsi geçen içsel ve dışsal gelişmeler ışığında, birtakım temel iktisadi ve finansal göstergeler kullanarak Türkiye ekonomisinin geldiği nokta ve gidebileceği mesafe incelenmeye ve ekonomiye dair sorunlar kısmında (9.Bölüm) ise bazı politika tavsiyeleri paylaşılmaya çalışılacaktır.

Türkiye ekonomisi 2009 yılında yaşadığı % 4,7'lik daralmanın ardından takip eden tüm yıllarda pozitif büyüme oranlarını gerçekleştirmeyi başarmıştır. Özellikle 2011 yılındaki % 11'lik büyüme oranı son 15 yıllık döneme damgasını vurmaya başarmıştır. Son 5 yıllık periyotta ise Türkiye ekonomisi ortalama her yıl % 4,5-5 bandında ekonomik pastayı büyütebilmiştir (**Bakınız: Grafik 3.1**).

GRAFİK 3.1



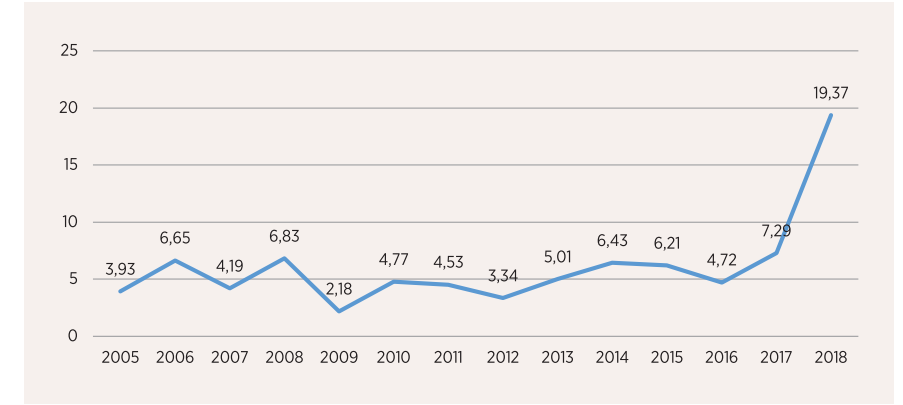
KAYNAK: TÜİK

Son olarak açıklanan verilere göre Türkiye ekonomisi 2017 yılında yaklaşık % 7,4 büyümüştür ve bu oran % 5 olarak kabul edilen potansiyel büyümeden oldukça yüksektir. Büyüme rakamlarının detaylarına baktığımızda tarım sektörünün payının % 4,7; sanayi kesiminin % 8,8; inşaatın ise % 8,9'luk bir paya sahip olduğu görülmektedir. Büyümeye asıl katkı yapan kesimin inşaat olduğu göze çarpmaktadır. Gelir yöntemiyle bakıldığında ise en fazla katkı yapan bileşenin net ihracat olduğu görülecektir.

Kur kaynaklı ihracat artışıyla birlikte genişlemeci mali politikalarının 2017 yılı büyümesi üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Kredi garanti fonu vasıtasıyla kredi genişlemesi ve enflasyonun hedeflenenden oldukça yüksek çıkması iç talep ve 2017 yılı büyümesinde etkili olmuştur.

2018 ve takip eden yıllarda benzeri yüksek büyüme oranlarını sürdürmek bazı göstergelerin daha fazla risk oluşturmaya neden olabilir. Bunlar: yabancı para birimleri karşısında değer kaybeden TL, yüksek enflasyon, artan cari açık ve dış borç stoku.

GRAFİK 3.2 TÜFE (% YILLIK EYLÜL)

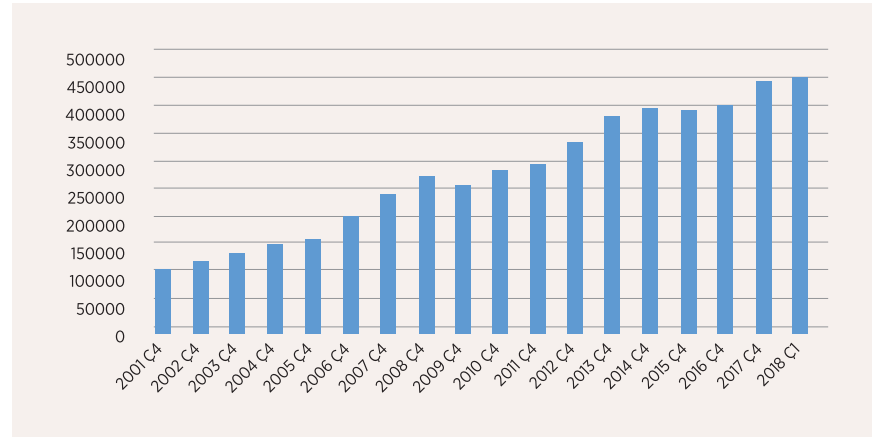


KAYNAK: TCMB

Fiyatlar genel seviyesindeki yüzde artışı gösteren enflasyon oranları Türkiye ekonomisi için halen hedeflenen tek haneli ve % 5 seviyelerinin oldukça üstünde seyretmektedir. Son 15 yıllık dönemde TÜFE açısından en düşük % 4,3 seviyelerini gören fiyat artışları son 6 çeyrekte % 10 ila % 12 bandında iniş çıkış yaşamaktadır (**Grafik 3.2**). 2018 Eylül ayı enflasyon rakamlarına göre ise 2017 yılı Aralık ayına göre enflasyon % 19,37 çıkmıştır. Bu artışların temel sebebi kur kaynaklı maliyetlerin artmasıdır. Enflasyon oranlarının hedeflenen seviyelerden yüksek olması belirsizliği arttıran ve ülkedeki genel yatırım ortamını ve üretimi olumsuz etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye ekonomisinde enflasyon oranlarının yüksek olmasını doğrudan etkileyen iki faktör bulunmaktadır: Döviz kurundaki artış neticesinde Türk Lirası'nın aşırı değer kaybetmesi ve temel gıda fiyatlarındaki artış. Özellikle TÜFE içerisinde gıda ve alkolsüz içeceklerin payının yaklaşık % 21 olduğu dikkate alındığında bu kategorideki artışlar doğrudan enflasyon üzerinde yukarı yönlü baskı oluşturmaktadır.

Enflasyon oranlarındaki artış yatırım maliyetlerini ve talebi olumsuz etkilemektedir. Bu doğrultuda fiyat seviyesine doğrudan müdahale edilebilir araçlarına sahip olan merkez bankasının faiz politikası yoluyla kuru ve fiyat seviyesini ayarlayabilmesi iktisadi olarak kritik bir öneme sahiptir. Düşük enflasyon hedeflemesini sağlamak uzun vadeli bir kararlılık gerektiren bir süreçtir ve kısa vadede işsizliğin artması ve büyüme oranlarının küçülmesi gibi negatif etkilere sahip olması siyasi açıdan risk oluşturabilmektedir. Bu açıdan enflasyonla mücadele maalesef zaman almaktadır.

GRAFİK 3.3 TÜRKİYE TOPLAM DIŞ BORÇ STOĞU (MİLYON ABD DOLARI)



KAYNAK: TCMB

Türkiye'nin 2018 1. çeyrek itibarıyla toplam dış borç stoku yaklaşık 466 milyar dolar civarındadır (**Grafik 3.3**). Bu miktarın yaklaşık % 30'u yani 130 milyar dolarlık kısmı kamu kesimine, 308 milyar dolarlık geri kalan kısmı ise özel sektöre aittir. Son 15 yıllık periyotta dış borç stokumuz 129 milyar dolardan 438 milyar dolara yükselmiştir ve 2017 yılı itibarıyla toplam dış borç stokumuz GSYH'nin ortalama % 52'sine denk gelmektedir. 2002 yılında kamu kesiminin payı % 50 iken 2017 sonu itibarıyla bu oran % 30'a düşmüştür.

Net dış borç stokunun GSYH'ya oranı % 33 civarındadır ve bu oran 2002 yılında yaklaşık % 37,5 seviyelerindeydi. Hem net hem de brüt top-

lam dış borç stokumuzun GSYH'ya oranlarında 2002 yılına kıyasla ufakta olsa bir düşüş gözlenmektedir. Dış borç stokunu azaltmanın en temel yolu Türkiye'ye yönelik doğrudan yabancı sermaye yatırımları çekmekten geçmektedir.¹

TABLO 3.1 KISA VADELİ DIŞ BORÇ/TOPLAM DIŞ BORÇ (%)

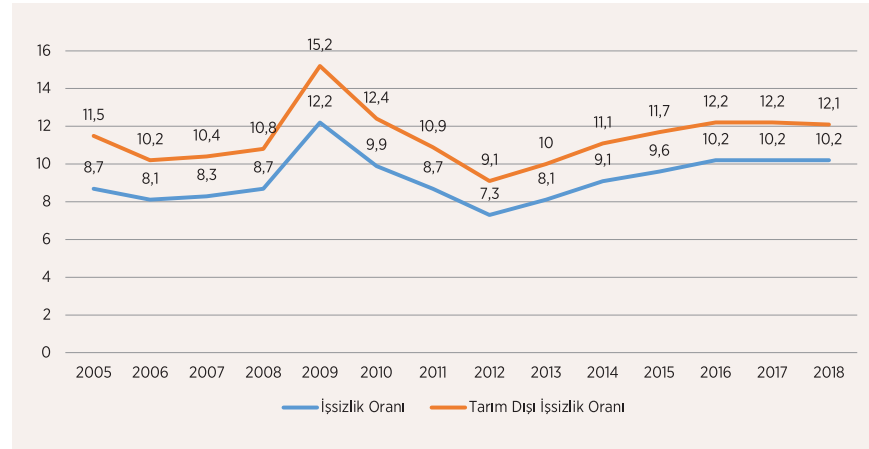
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Arjantin	10	14	16	27	24	16	15	14	13	18	18	25	19	34	25
Brezilya	10	10	11	13	10	16	14	14	19	10	7	7	10	10	11
Çin	35	43	47	52	54	55	49	54	70	74	70	73	70	62	56
Hindistan	4	5	6	7	16	18	19	18	19	23	24	22	19	17	18
Meksika	15	14	12	13	15	14	12	13	18	18	22	23	21	16	13
Malezya	17	17	19	20	17	27	36	37	38	45	48	42	40	40	41
Rusya	12	16	12	11	13	24	18	13	14	13	14	13	11	9	9
Türkiye	13	16	19	22	20	17	18	18	26	27	30	33	33	26	24
Yüksek Orta Gelir Ülkeleri	16	18	20	23	24	26	25	24	32	34	33	36	36	31	29

KAYNAK: DÜNYA BANKASI

Kısa vadeli borçların toplam borçlara oranı açısından Türkiye ekonomisi % 24 ile yüksek ve orta gelirli ülke grubu ortalamasının altında seyretmektedir (**Bakınız: Tablo 3.1**). Dış borç stoku ve bu stokun GSYH'ya oranı diğer benzer ülkelerle kıyaslandığında tek başına risk teşkil edecek seviyede değildir.

¹ 2018 yılı 1. Çeyreği itibarıyla Türkiye'de kısa vadeli borçların toplam borçlara oranı % 26 civarındadır. Raporun yazım aşamasında, diğer ülkelerin 2017 verileri Dünya Bankası tarafından açıklanmamıştır.

GRAFİK 3.4 İSTİHDAM (% YILLIK)



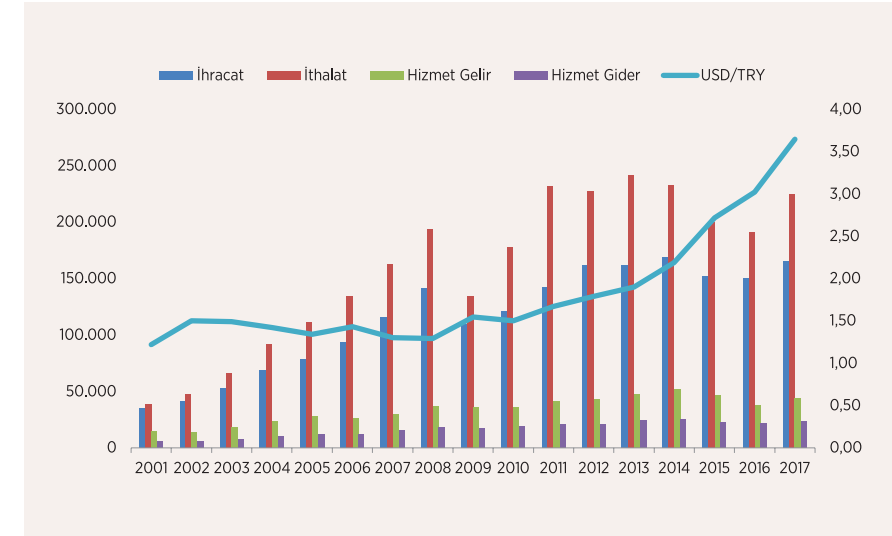
KAYNAK: TCMB

Türkiye ekonomisinin en temel yapısal sorunlarından bir tanesi hiç şüphesiz işsizlik oranıdır. Son 15 yıllık periyoda bakıldığında Türkiye'deki işsizlik oranının yaklaşık % 10 seviyeleri etrafında dalgalandığı, tarım sektörü dışındaki oranın ise % 12 civarında seyrettiği net bir şekilde gözlenmektedir (**Grafik 3.4**). Genç işsizlik oranı ise yaklaşık % 19 civarında seyretmektedir.

Özellikle nitelikli ara eleman bulma noktasında sıkıntı yaşayan iş dünyası ile beklediği ücreti alamayan iş gücü arasında yani emek piyasasını oluşturan arz ve talep dinamiklerinde bir uyumsuzluk veya eşleşme problemi olduğu aşikârdır. Türkiye'de üniversitelerin yaygınlaşmasıyla birlikte eğitim düzeyinin artması neticesinde masa başı iş isteyen yani beyaz yakalı çalışan olmak isteyen bir işgücü piyasası oluşmaktadır. Bu durum işsizlikle mücadelede kısa vadeli çözümlerden ziyade eğitim sistemini de içine alan uzun vadeli bir perspektifle istihdam konusuna eğilmeyi gerekli kılmaktadır.

İstihdam ile büyüme arasındaki ilişkide oldukça önemlidir. İktisadi büyümenin istihdam oluşturacak şekilde sağlanması bu açıdan büyük önem arz etmektedir. Bunun için de GSYH içerisindeki yatırım kalemine yönelik çalışmaların yapılması işsizlikle mücadele diğer önemli husus olacaktır.

GRAFİK 3.5 DIŞ TİCARET (MİLYON ABD\$)/KUR



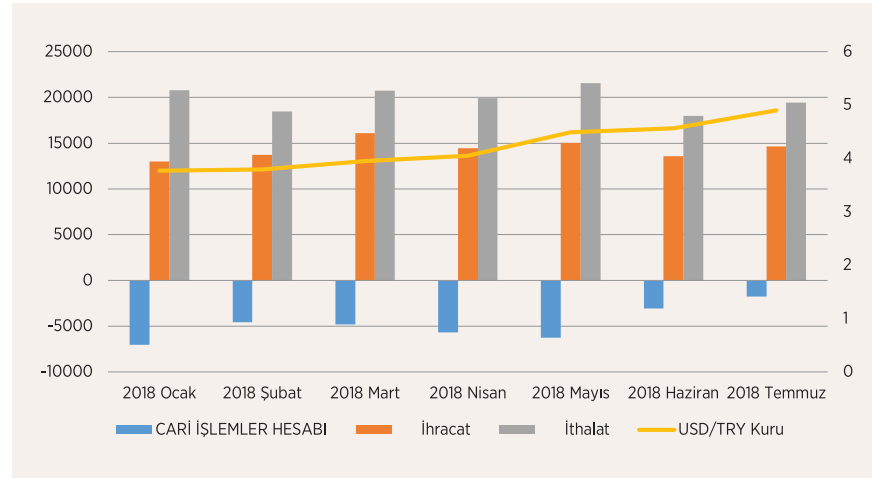
KAYNAK: TCMB

Türkiye ekonomisinin dış ticaret rakamlarını ve Dolar/TL kurunu gösteren yukarıdaki tablodan da görüleceği gibi yaklaşık son 16 yıl içerisinde yıllık ihracat seviyemiz 35 milyar dolardan 165 milyar dolara, ithalat rakamları ise 38 milyar dolardan 225 milyar dolara yükselmiştir. Benzer dönemde döviz kuru ise 1,22 TL den 3,70 TL'ye yükselmiştir (**Grafik 3.5**). Başka bir ifadeyle kur yaklaşık % 200, ihracat % 400, ithalat ise % 500 artmıştır. Mal ticaretindeki artışa rağmen hizmet sektöründeki gelir ve gider kalemlerinin görece daha az arttığı direkt göze çarpmaktadır.

Özellikle 2009 yılı ve sonrası dönemde küresel krizin etkisiyle küresel ticarete yaşanan daralma Türkiye ekonomisini de etkilemiş gözükmektedir. Zira 2010 sonrası dönemde ithalat ve ihracat rakamlarımız belirli bir bant içerisinde aşağı ve yukarı yönlü hareket etmektedir. Dünya ekonomisi kısmında yer alan ihracat değişim oranları grafiğine bakıldığında benzer şekilde Brezilya, Çin, Almanya, Rusya, İngiltere ve ABD ihracat değişim oranlarının da Türkiye gibi 2008 krizi sonrası belirgin bir şekilde daraldığı görülmektedir. Dolayısıyla ihracat seviyelerindeki temel durağanlığın sebe-

bi küresel ekonomideki gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Küresel şartlar dışında en büyük ticaret pazarımız olan AB ile yaşanan gümrük birliği tartışmaları, tam üyelik müzakerelerinin askıya alınması, göçmen sorunu vs. faktörlerin dış ticaret rakamlarımızı dolaylı olarak olumsuz etkilediği iddia edilebilir. Benzer şekilde komşu coğrafyalarımızda yaşanan çatışma ve iç savaşlar dış ticaretimiz üzerinde daraltıcı rol oynamıştır.

GRAFİK 3.5.A 2018 GÖRÜNÜMÜ, DIŞ TİCARET



Yukarıdaki grafikte ise (3.5.a) 2018 yılı ilk 7 aylık süreçte Türkiye'nin dış ticaret kalemlerinin özet görünümü yer almaktadır. İlk 7 aylık dönemde Türkiye yaklaşık 98 milyar dolarlık ihracat, 137 milyar dolar civarında ise ithalat gerçekleştirmiştir. Bu 7 aylık dönemdeki dış ticaret açığı yaklaşık 40 milyar dolardır.

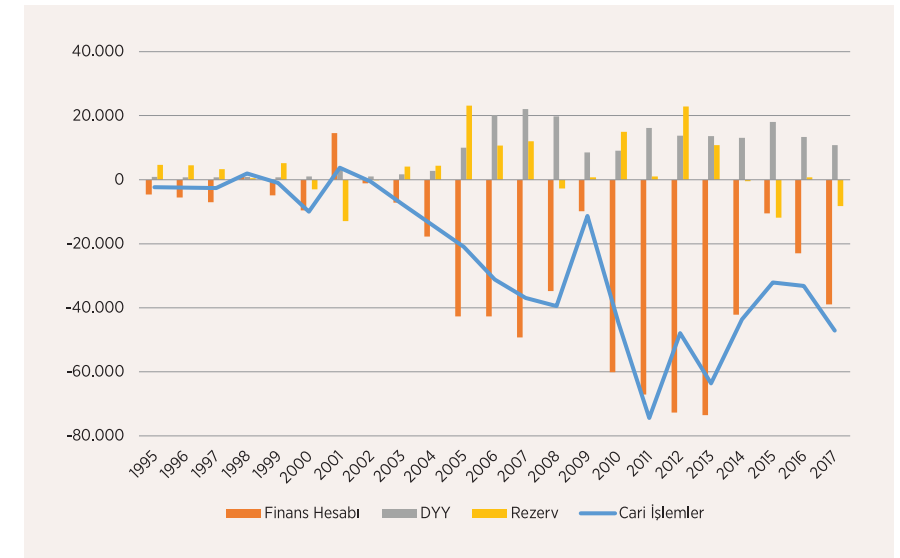
İthalat ve ihracat rakamları arasındaki farkın artması doğrudan cari açık sorunu ve onun finansmanını gündeme getirmektedir. 2017 yılı itibarıyla Türkiye'nin cari açığı 47 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (**Grafik 3.6**). Son 15 yıllık döneme bakıldığında, Türkiye ekonomisinin cari açığın GSYH'ya oranı açısından en riskli olduğu dönem 2011 yılıdır. Bu oran 2011 yılında yaklaşık % 9 civarındaydı.

2018 yılı detayları için Grafik 3.6.a'ya bakınız.

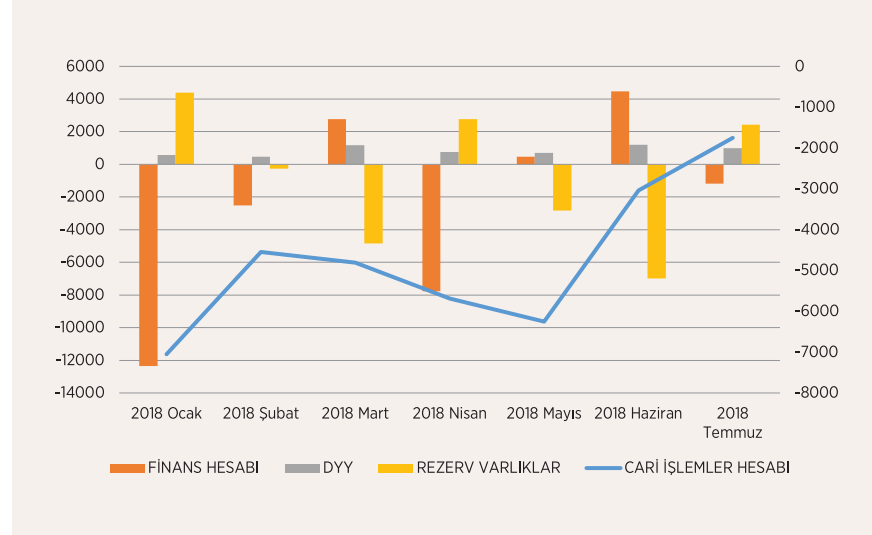
Türkiye'de cari açığın GSYH'ya oranı 2017 yılında ortalama % 5,5 civarında gerçekleşirken, benzer oranlara 2006, 2007, 2008 ve 2010 yıllarında da sahip olduğu göze çarpmaktadır. Geçmiş oranlar dikkate alındığında mevcut dönemki cari açığın GSYH'ya oranı tek başına risk teşkil etmeyecektir.

Türkiye ekonomisi 2017 yılındaki 47 milyar dolarlık cari açığını 38 milyar dolarlık finans hesabı ve yaklaşık 8 milyar dolarlık merkez bankası rezervleriyle finanse etmiştir. Finans hesabı üzerindeki doğrudan yabancı yatırımlar net olarak 2017 yılında 10,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

GRAFİK 3.6 ÖDEMELER DENGESİ (MİLYON ABD DOLARI)



GRAFİK 3.6.A ÖDEMELER DENGESİ 2018 GÖRÜNÜMÜ (MİLYON ABD DOLARI)



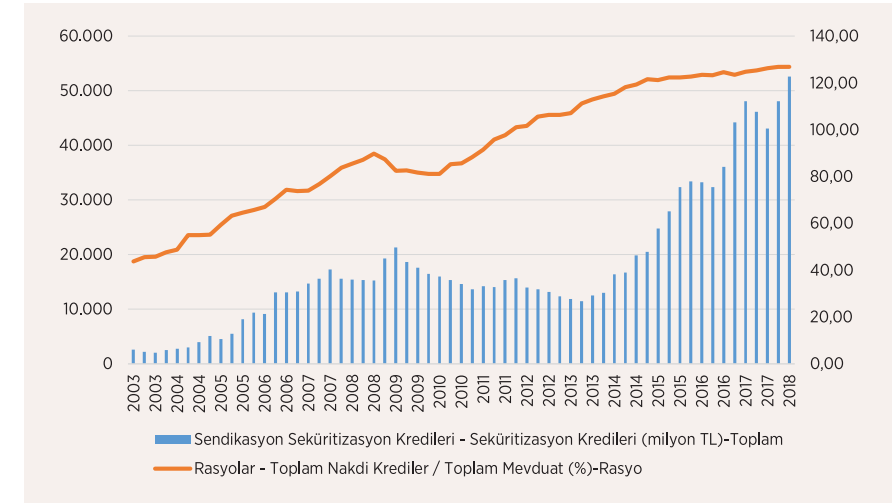
GRAFİK 3.7 PORTFÖY YATIRIMLARI (NET, MİLYON ABD DOLARI)



Cari açığın finansmanında en sağlıklı yöntem tabii ki doğrudan yabancı yatırım seviyesinin artırılmasıdır. En riskli finansman ise sıcak para şeklinde tanımlanan portföy hareketleridir. Portföy yatırımlarının 2017 yılında net 25 milyar dolar (Grafik 3.7) seviyelerinde gerçekleşmesi buna karşın doğrudan yabancı yatırım seviyesinin durağan kalması cari açığın finansmanı açısından risk oluşturabilir. Cari açık seviyesiyle ilgili pozitif

taraf ise cari açığın GSYH'ya oranının % 5,4 civarında gerçekleşmesidir. Bu oran bir önceki grafikten (3.6) de görüleceği gibi 2011 yılında yaklaşık % 10 civarındaydı.

GRAFİK 3.8 BANKACILIK SEKTÖRÜ



KAYNAK: BDDK

2001 krizi sonrası gerçekleştirilen reformlarla birlikte Türkiye ekonomisi güçlü bir bankacılık ve finans sektörü altyapısını sahip oldu. Hızlı bir şubeleşme ve teknoloji merkezli ürün geliştirme yoluna giren bankacılık sektörü sahip olduğu yüksek kârlılık oranlarıyla ülke ekonomisinin temel dinamolarından biri haline geldi. Bankacılık sektörünün temel gelir kalemi hiç şüphesiz kredi faizleridir. Türkiye ekonomisinde tasarruf oranlarının düşük olması ister istemez bankacılık sektörünün mevduat seviyelerini istediği gibi arttırmasını engellemekte ve bu yüzden sektör ya özsermaye artışı ya da yurtdışından döviz cinsinden kredi çekme yolunu tercih etmektedir. Yukarıdaki grafikten de görüleceği gibi sektörün toplam kredi/mevduat rasyosu son 2 yıldır % 100 ün üzerinde seyretmektedir. Bu açıdan güçlü bir görünüme sahip olan bankacılık sektörünün en temel problemi mevduat olarak karşımıza çıkmaktadır. Yurtdışından kredi temini de kurdaki artıştan ötürü en büyük risk olarak göze çarpmaktadır. Sektör her ne

kadar kurdaki artışa karşı eş zamanlı riski azaltıcı ürünleri devreye soksa da mevduat sorunu uzun vadede sektör önündeki en büyük engel olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.1.TÜRKİYE EKONOMİSİYLE İLGİLİ RİSKLER

Türkiye ekonomisiyle ilgili temel riskleri 5 ana başlık altında toplamak mümkündür. Küresel ekonomi ve gelişmiş ülkelerde yaşanabilecek olumsuz ve beklenmedik yapısal haber akışları, komşu coğrafyalardaki çatışma ve savaş ortamının yaygınlaşması ve belirsizliğin artması, siyaset kurumunun popülist ve kısa vadeyi düşünen açıklama ve hamleleri, siyasi istikrarın bozulması, kritik iktisadi göstergelerin geleceğe yönelik risk sinyali vermesi. Bu başlıklar kapsamına giren risk konularından bazıları şunlardır:

- ABD'nin İran'a uygulayabileceği olası ambargo veya yaptırımlar başta ikili ticari ilişkiler ve enerji ithalatı ve fiyatları olmak üzere birçok noktada Türkiye'yi olumsuz etkileyebilme ihtimali
- Başta Suriye olmak üzere güney komşulardaki çatışma bölgelerinin derinleşmesi ve yeni insani krizlerin ortaya çıkması
- Petrol ve enerji fiyatlarındaki yükselişin devam etmesi
- Döviz kurundaki ani ve sert yükselişler
- Siyaset kurumunun popülist açıklamaları ve kısa vadeli teşvikleri
- Ekonomiye dair uzun vadeli yaklaşımların yerini kısa vadeli söylem ve hamlelere bırakması
- Cari açığın GSYH'ya oranının % 10'u aşması
- İhracatımızın güçlü olduğu ülkelerle yaşanabilecek gerginlikler
- Kısa vadeli dış borçların toplam dış borçlara oranının artması
- Konut stoğu fazlalığından ötürü şirketlerde yaşanacak iflasların bankacılık sektörü görünümünü negatif etkileyecek olması
- Bankacılık sektörü yurtdışı borçlanmalarının kur riskinden ötürü ekstra risk oluşturması

- İstanbul merkezli büyük bir deprem sonucu yaşanabilecek kaos
- Denk bütçeden taviz verecek politika veya harcamalar
- Kamu ve özel sektör denetim mekanizmalarının yetersizliği
- Nitelikli ara eleman arzı noktasında özel sektörün ihtiyaçlarının karşılanamaması
- Ekonomi kurumlarının itibarının zedelenmesi
- Eğitimin niteliğini arttıracak stratejilerin atılmaması ve gecikmesi v.s.

Türkiye ekonomisi ve ihracatı açısından öne çıkan risk başlıklarından bazılarıdır. Burada ifade edilen birtakım risk başlıklarıyla ilgili çözüm önerilerine **9. Bölümde** yer verilmiştir.

EKONOMİYE DAİR SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye ekonomisiyle ilgili bazı sorunlar ve bu sorunların çözümüne ilişkin öneriler paylaşılacaktır. Türkiye ekonomisinin barındırdığı sorunların bir kısmı sadece Türkiye'ye özgü iken, bazıları ise genel olarak yükselmekte olan ekonomilerin içerisinde olduğu süreçlerin bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'ye özgü sorunların bir kısmı ise yapısal olarak adlandırılan ve uzun vadeli bir projeksiyonla ele alınması ve çözülmesi gereken bir karakteristiğe sahiptir. Özellikle altyapı, eğitimde nitelik artışı, sağlık, kalifiye ara eleman, yabancı dil bilgisi ve kullanımı gibi konular ekonominin çeşitlenmesinde temel teşkil edecek faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyaset kurumunun yapacağı reformları da bu merkezde gerçekleştirmesi yaşam standartları seviyesini doğrudan belirleyecektir.

Günümüz dünyasında öne çıkan en temel iktisadi faktör beşeri sermaye yatırımlarıdır. Fiziksel sermaye yatırımlarının verimli kullanımını doğrudan belirleyen nitelikli beşeri sermaye yatırımları ekonomilerin önceliği olmalıdır. Hiç şüphesiz, eğitim kurumlarının inşası okula kayıtlı kişi sayısını arttırmaktadır ancak bundan daha önemlisi bu kurumlardan elde

edilen eğitimin niteliği ve beşeri sermayeye katkısıdır. Bu açıdan beşeri sermaye birikimi özellikle gelişmekte olan ülkelerde yetersiz kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler özelindeki beşeri sermaye ve eğitim niteliği sorunsalı Türkiye ekonomisinin de en temel yapısal problemi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Beşeri ve fiziksel sermaye yatırımlarıyla doğrudan ilişkili olarak, Türkiye'nin temel ekonomik sorunlarından bir tanesi işsizliktir. Eğitim sisteminde niteliğin artması, dil eğitimine önem verilmesi ve girişimcilik uygulamalarının aktarılması gençlerin kendi işlerini kurmasına zemin hazırlayacaktır. Üniversite mezunu gençlerin büyük çoğunluğu özel sektör veya kamuda istihdam edilmeyi beklemektedir. Kendi işini kurmak isteyen gençlerin en büyük sorunu sermaye yetersizliği ve uluslararası pazarlara açılacak yetkinlikte dile sahip olamamalarıdır. Devlet ve özel sektör desteğiyle kurulacak bir platform üzerinden gençler arasında ortak iş yapma becerileri de geliştirilebilir. Devlet veya özel sektör burada ortaklıktan doğan riskleri azaltacak ve tarafların birbirlerine olan güvenini arttıracak politikalar ve enstrümanlar geliştirebilir.

Türkiye'nin diğer bir ekonomik sorunu cari açıktır. Ödemeler dengesi bileşenlerine bakıldığında hizmet sektörü gelirlerinin oldukça düşük kaldığı görülmektedir. Türkiye hem turizm hem sağlık hem doğa hem kültür vs. yönleriyle hizmet sektöründe dünyanın önemli destinasyonlarından biri haline gelebilir. Türkiye'nin hizmet sektörü gelirini arttıracak girişimlere öncelik verilmelidir.

Enflasyonla mücadele tavizsiz bir şekilde devam etmelidir. % 5 civarındaki fiyat seviyesi artış oranını yakalamak ve sürdürmek tek başına merkez bankasının başarabileceği bir hedef değildir. Enflasyon para politikası kaynaklı olabileceği gibi üretim kaynaklı da ortaya çıkabilir. Bu açıdan özellikle tarım ve gıda ürünlerinin üretimi, taşınması noktalarında verimliliği arttıracak stratejiler geliştirilmelidir.

Tarımla uğraşan küçük ölçekli üreticiler ve kırsal bölgede yaşayan nüfus her geçen gün azalmakta, genç neslin büyük çoğunluğu tarımsal üre-

timle uğraşmak istememektedir. Tarımsal üretimin büyük ölçekli araziler içerisinde ve verimli bir şekilde yapılması için sadece tarım arazilerinin bölünmesinin engellenmesi ve birtakım basit teşvikler yeterli gelmemektedir. Belirli ürün gruplarına verilen fiyat desteklerinin büyük ölçekli tarımsal üretim yapan çiftçilere yaygınlaştırılması ve genç çiftçilere çeşitli teknoloji altyapısı desteği verilmesi kritik öneme sahiptir.

Kamunun çeşitli sektörlerde aracı şirketler vasıtasıyla sağladığı teşviklerde ciddi denetim eksikliği bulunmaktadır. Bu teşviklerde aracı şirketler kamu kaynaklarından maksimum şekilde istifade edip, teşvikten yararlanması gereken kesimler ise mağdur edilebilmektedir. Örneğin, çiftçi hibe programları. Ticarete konu olacak teşviklerde benzer sıkıntının yaşanmaması için yaptırım gücü olan sıkı denetim uygulamalarının hayata geçirilmesi önemlidir.

Konut sektörünün toplam yatırımlar içerisindeki payının artıyor olması ekonomide bazı dengesizlikler oluşturabilir. Konut sektörü hem istihdam hem de hanehalkı mesken ihtiyacını karşılaması açısından önemli bir işleve sahiptir. Bu iki önemli işlevi dışında, yüksek gelir gruplarının yatırım yani ileriki dönemlerde yüksek fiyatla satma maksadıyla konut satın almaları konut fiyatlarında talep kaynaklı artışlara neden olmuştur. Konut fiyat artışları inşaat firmalarının iştahlarını arttırmış ve bunun neticesinde özellikle bazı büyük illerde konut stoğu fazlalığı ortaya çıkmıştır. Konut stoğu fazlalığını eritmek için hükümetin devreye soktuğu düşük konut kredisi faiz oranları kamu bankaları üzerinde ekstra risk oluşturmaktadır zira bankacılık sektörünün en temel sorunu mevduatların yetersizliğinden ötürü yurtdışından döviz cinsinden borçlanarak iç piyasaya TL cinsinden kredi vermektir. Bunun neticesinde döviz kurundaki ani sert yükselişler bankacılık sektörü risk görünümünü negatif etkileyebilir. Stok fazlalığı aynı zamanda sektördeki önemli şirketleri iflasın eşiğine getirmiştir. Bu şirketler kredilerini yeniden yapılandırmak için bankalarla görüşmektedirler. Görüleceği gibi konut sektörünün toplam yatırımlar içerisindeki payının artması hem konut fiyatları, hem konut stok fazlalığı, hem şirket iflasları, hem bankacılık sektörü görünümü, hem kamu kaynaklarının etkin kullanımını sorununu ortaya çıkarabilmektedir. Dolayısıyla konut sektöründeki

büyüme ve gelişmeler yakından takip edilerek şehirlerin gelecek dönemki ihtiyaçları ve nüfus projeksiyonları rasyonel bir şekilde tespit edilmeli ve sektörün toplam yatırımlar içerisindeki payının belirli bir oranı aşması durumunda gerekli dengeleme mekanizmaları devreye sokulmalıdır.

TL'de yaşanan ani değer kaybı ve kazançları ticarete konu tarafları ve uzun vadeli projeksiyonları olumsuz etkilemektedir. Kurdaki ani artışlar karşısında olası zararları ve iflasları azaltmak için özellikle KOBİ vasfındaki firmaların belirli finans eğitimlerinden geçmesi önemlidir.

Türkiye'nin hedeflenen ihracat ve ticaret seviyelerine yükselebilmesi için ekonomik, ticari ve kültürel diplomasi birlikte ele alınmalıdır. Özellikle kültürel diplomasi uzun vadede ülke lehine ciddi pozitif getiriler sunabilmektedir. Türkiye'nin dünyaya sunabileceği kültürel diplomasi temaları tespit edilmeli ve bu bağlamda uzun vadeli tanıtım, pazarlama çalışmaları yapılmalıdır. Ticari ve kültürel diplomasi uygulamaları açısından da yurtdışındaki başarı öyküleri yakından takip edilmeli ve Türkiye'ye uyarlanabilmelidir. Özellikle kültürel diplomasi bağlamında Hindistan ve Çin örnekleri öne çıkmaktadır.

Türkiye'nin ticaret kapasitesini arttırmak için diplomasi de özellikle ticari diplomasi de dijital platformlar yaygın şekilde kullanılmalıdır. Dijital platformlar üzerinden Türkiye'deki şirketlere diğer ülkelerdeki fırsatlar, yatırım olanakları ve alt sektör ürün grupları tanıtılmalıdır. Diplomasinin en önemli araçlarından bir tanesi olan dilin etkin kullanımına önem verilmelidir. Ticari diplomat yetiştirme ve diplomasi süreçlerinde iş dünyasının tecrübelerinden, ekonomi ve finans eğitimlerinden teorik ve uygulamalı olarak yararlanılmalıdır.

Bürokrasi içerisinde ticaretten sorumlu birimlerde ve özellikle yurtdışı ticari temsilciliklerde iş dünyasından üst düzey yetkililerin veya tecrübeli çalışanların kısa dönemli istihdamının önünün açılması gerekmektedir. Bu şekilde iş dünyasındaki gelişmeler, iş yapma biçimleri, teknoloji uygulamaları, ticari görüşmeler vs. ticari diplomatlar ve temsilcilikler tarafından yakından takip edilir.

Ülkeler arası siyasi polemikler ticarete konu tarafları olumsuz etkilemektedir. Siyasi demeçler, kısa vadede bazı anlaşmalar ve ikili ticari görüşmeleri üzerinde olumsuz etki yapmaktadır.

Güçlü ve güvenilir bir hukuk sisteminin var olması ve var olduğu algısı oldukça önemlidir. Yabancı yatırımcıların karar alma mekanizmalarını etkileyen en önemli faktörlerden bir tanesini özel mülkiyet dokunulmazlığı oluşturmaktadır.

Mevzuat ve kanunlar değişse bile bu değişimin bürokrasideki uygulamalarının yetersiz olması veya geç kalması diğer bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özellikle enerji sektöründe üretimi artırma girişimlerine ve yeni yatırımlara rağmen enerji tüketimi veya tasarrufu konusunda yeterli farkındalık bulunmamaktadır. Cari açık üzerinde en fazla etkiye sahip olan sektörün enerji olduğunu düşündüğümüzde, enerji tüketimi ve tasarrufu noktalarında çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.

AR&GE, bilgi ve iletişim teknolojileri her sektörü doğrudan etkilemekte ve aynı zamanda üretimde katma değeri arttırmaktadır. AR&GE, bilgi ve iletişim teknolojileri noktasındaki düzenlemeler, teşvikler arttırılarak devam etmelidir. Türkiye bu konuda halen dünya ortalamasının altındadır. Türkiye'deki bilgi ve teknoloji yoğun sektörlerinin temel sorunlarından bir tanesi de nitelikli işgücüdür.

Türkiye işgücü piyasasının en temel sorunlarından bir tanesi nitelikli ara elemandır. Teknik lise mezunu olan ve belirli bir iş tecrübesinden sonra nitelikli ara eleman vasfını kazanabilecek gençlerin büyük çoğunluğu üniversite eğitimi almayı tercih etmektedir. Üniversite mezunu kişiler ise piyasanın ihtiyaç duyduğu nitelikli ara eleman vasfında çalışmak istemektedir. Dolayısıyla eğitim sistemini bütüncül bir bakış açısıyla ele almak, teknik lise eğitiminin kalitesini arttırmak, belirli lisans bölümlerini kapatmak, lisans bölüm kontenjanlarını azaltmak atılması gereken adımların başında gelmektedir.

KOBİ vasfındaki firmaların en büyük sorunlarından bir tanesi işlerini geliştirecek yeterli sermayeyi bulamamalarıdır. Bu durum firmaların uzun vadeli yatırım ve ticaret projeksiyonları geliştirmelerini engellemekte ve firmaları mevcut iş hacimlerini ve ilişkilerini muhafaza etmeye sevk etmektedir. Firmaların ihtiyaç duydukları sermayeyi sağlayacak modellerin veya ortaklıkların geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

Türkiye örneğinde görülmektedir ki KOBİ vasfındaki aile şirketleri özellikle 3. Nesil sonrası ciddi kurumsallaşma problemi yaşamaktadırlar. Şirketlere gerekli danışmanlık hizmeti sağlanarak profesyonel ve kurumsal bir yapıya kavuşmaları teşvik edilmelidir. Bu tarz şirketlerin profesyonel yönetim tarzından uzak kaldığı gözlenmektedir.

Özellikle KOBİ vasfındaki şirketlerin uluslararası pazarlara girme noktasındaki iştahsızlığı ve çekinceleri diğer önemli sorunlardan bir tanesidir. Bu konuda ticaret diplomasi birimlerinin vereceği rehberlik hizmetleri ve teşvikler etkili olabilir.

Dış ticarete konu olan ürünlerdeki standartların belirsizliği ve denetim eksikliği göze çarpan diğer eksikliklerden bir tanesidir. İhracata konu olan ürünlerde yerel denetimlerin ve akreditasyon sisteminin yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

Türkiye'nin uluslararası tanınırlığını arttıracak markalara ihtiyacı bulunmaktadır. Marka oluşturmak yerine belirli sektörlerde küresel markaların satın alınması yoluna girilebilir.

Bilgi ve veri bankası yetersizliği. Herhangi bir sektör veya ülkeyle ilgili tüm aktörlerin yer aldığı dijital platform hizmeti sağlanmalıdır. Bu platform talep durumunda daha özel bilgileri aktörlerle paylaşmalıdır.

Küresel ticarete önemli payları olan ülkelere bakıldığında hem gelişmiş ülkelerle hem de komşu ülkeleriyle çok yoğun bir ithalat ve ihracat ilişkisine girdikleri görülmektedir. Türkiye'nin bu açıdan komşu ülkeleriyle ticaret ve yatırım ekseninde iyi ilişkiler geliştirmesi oldukça önemlidir.

İhracata yönelik büyük ve bütüncül hedeflerle birlikte mutlaka alt sektör gruplarının yakın bir şekilde takip edilmesi ve belirlenen hedefleri tutturup, tutturmadıklarının denetlenmesi gerekmektedir. Katma değeri ve istihdam gücü yüksek sektörlerde hedefleri tutturmaları durumunda ekstra teşviklerin verilmesi gündeme getirilmelidir.

Ticaret diplomasi ekseninde şirketlerin ihracat kapasitelerini geliştirici adımlar atılmalıdır. Danışmanlık, ülke tanıtımı, finans, insan kaynağı, lojistik, sözleşme imzalama vs. konularında şirketlerin doğrudan muhatap bulabilecekleri aktif ve girişimci birimlere ihtiyaç vardır.

Ekipmanların ve makinelerin modernizasyonu hem şirketlerin verimliliğini arttıracak hem de ülkeye teknoloji transferi sağlayacak bir konudur. Ekipman ve makine modernizasyonu ve teknoloji transferiyle ilgili şirketlere uzun vadeli düşük maliyetli krediler sağlanmalıdır.

Belirli bir sektörde ve ülkede başarılı olmuş firmaların başarı hikayelerinin yaygınlaştırılıp, hızlı bir şekilde uygun bir senaryo ile potansiyel aktörlerle paylaşılması çok önemlidir. Böylelikle, başarı hikayelerinden esinlenecek diğer şirketlerin ülke ekonomisi ve ticaretine katkı yapması için pozitif bir atmosfer oluşturulur.

Özgün tasarımı ve katma değeri yüksek ürün gruplarının teşvik edilmesi. Sektöre veya ihracata yeni girecek firmaların düşük birim fiyatlı ürünler yerine yüksek birim fiyatlı ürünlere yönelmeleri tavsiye edilmelidir.

Türkiye ekonomisinin hem üretim hem de finansal anlamda başkenti olan İstanbul her geçen gün daha zor yaşanacak bir şehir halini almaktadır. Bu durum sağlık, zaman kullanımı, verimlilik düşüşü vs. gibi sorunları ortaya çıkarmaktadır. Türkiye ekonomisinin hedeflerini yakalamasının diğer bir yolu da İstanbul dışındaki şehirlerin gelişmesidir. Birçok gelişmiş ülkede nüfus ve sanayinin orantılı dağıldığı göze çarpmaktadır. Başka bir ifadeyle, ülkenin ekonomik olarak yükünü tek bir şehir veya bölge çekmemelidir.

Teşviklerle ilgili uygulamada yaşanan sorunlar. Firmaların en büyük şikayeti teşviklerden yararlanmak istedikleri fakat aşırı bürokratik süreç-

lerden ve fiiliyatta yaşanan sorunlardan ötürü teşvik başvurularını tamamlayamamalarıdır. Ayrıca belirli bölgelerde teşviklerin ekonomik ve ticari prensipler dışında siyasi dengeler gözetilerek verilmesi ciddi hayal kırıklıkları yaratmaktadır.

Fiyat odaklı politikalar yerine kalite odaklı politikalara geçilmesi küresel pazarda uzun vadeli kazanç sağlayabilir. Fiyat avantajını korumak için kalite ve içerikten verilecek tavizler uzun vadede ülke ekonomisine ve dış ticarete zarar vermektedir.

Üniversite-sanayi işbirliğinin yetersizliği. Birkaç üniversite dışında Türkiye çapında yaygınlaşmış bir üniversite-sanayi işbirliği modeli bulunmamaktadır. Üniversite yönetimlerinde o ilin veya bölgenin önemli şirketlerinin üst düzey yöneticilerinin ya da sahiplerinin yer almalarını sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır. Üniversite yönetiminde yer alacak iş dünyası temsilcileri kamu üniversiteleri ve sanayi işbirliğinin yaygınlaşmasını hızlandıracaklardır.

Siyaset kurumunun kısa vadeli ve popülist açıklamaları ekonomi ve ticaret üzerinde olumsuz ve yıkıcı etkiler meydana getirebilmektedir. Kurumların kalıcı olduğu gerçeği üzerinden kurumsallaşmanın öne çıkarılması gerekmektedir.

Türkiye'nin devlet kurumlarının teşkilatlanma yapısını ve personel kanununu diplomasinin daha etkin kullanılabilmesi ve özel sektör yetkililerinin görevlendirilebileceği şekilde acilen değiştirmesi gerekmektedir.

Küçük ölçekten büyük ölçeğe ekonomi ve ticaretle ilgili tüm sorunların tespit edilerek hem mikro hem de makro bağlamlarında analiz edilmesi ve bu analizler neticelerinde uzun vadeli ve bütüncül yapısal reformların hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Aksi takdirde pansuman tedbirler kısa vadede olumlu sonuçlar doğuruyor gibi görünse de uzun vadede başka sorunlar şeklinde kendisini gösterebilmektedir.

Türkiye ekonomisinin cari ve yapısal sorunlarının çözümüne odaklanan ve yeni bir başarı hikayesi olarak adlandırılan Yeni Ekonomi Prog-

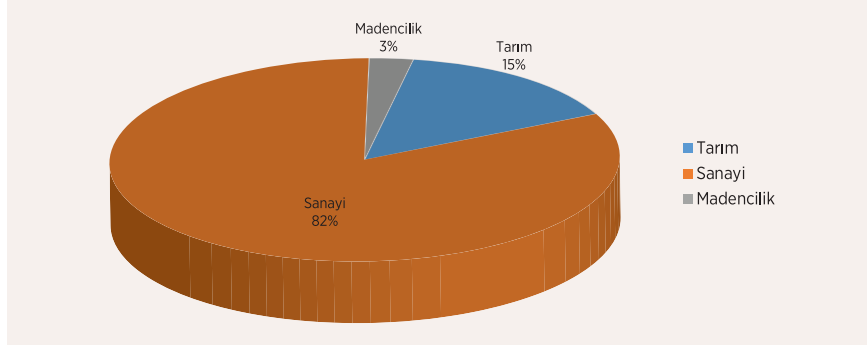
ramı (YEP) 3 yıllık bir projeksiyonla hazırlanmış ve Eylül 2018 tarihinde kamuoyuyla paylaşılmıştır. Program çerçevesinde ortaya konulan 3 yıllık hedeflerin gerçekçi ve uygulanabilir olduğu görülmektedir. Dengelenme, disiplin ve değişim şeklinde 3 temel üzerinde oturtulan ekonomi programının enflasyon, büyüme ve işsizlik gibi göstergelerde hedeflenen seviyeleri yakalaması mümkün gözükmemektedir. Türkiye ekonomisi tarihinde birçok iktisadi paket ve program açıklanmıştır. Bu tarz paket veya programlar çeşitli teşviklere, korumacı yaklaşımlara, mali disipline, özelleştirmelere ve fiyat istikrarına vurgu yapmaktadır. Bu programların eğitimde nitelik problemi, istihdam, cari açık, yetersiz sermaye, verimsiz sektörler, dış borç vs. gibi Türkiye'nin yapısal sorunlarını çözme noktasında ne kadar başarılı olduğu tüm paydaşlar tarafından bilinmektedir. Dışa açık bir ekonomik büyüme modelini sürdürmek isteyen Türkiye'nin özellikle dış borç kullanımını noktasında çok daha verimli ve ihracat kapasitesini artırıcı strateji ve eylem planlarına yönelmesi gerekmektedir. İhracat kapasitesinin artırılması yapısal bir sorun olarak nitelenen cari açığın düşmesini sağlayacak, ekonomik büyümeyi olumlu etkileyecek, ülke içi döviz talebini düşüreceklerdir. Bu çalışmada önerilen yeni tarz ticaret diplomasisi eksenindeki TURKTAI ofisinin ülkenin ihracat kapasitesini artırma noktasında önemli bir misyonu olacağı düşünülmektedir.

TÜRKİYE’NİN İHRACAT HEDEFLERİ BAKIMINDAN GENEL GÖRÜNÜMÜ

Türkiye ekonomisinin ihracat rakamları 2008 ile 2017 yılları arasında 140 ila 165 milyar dolar arasında inişli çıkış ama dar bir bant içerisinde hareket etmektedir. 2001 ile 2008 yılları arasındaki periyotta ise istikrarlı bir artıştan söz etmek mümkündür. İhracat rakamlarının istenildiği seviyelere yükselememesinde, 2008 finansal krizi kaynaklı dünya talebindeki daralma ve Türkiye’ye komşu olan ülkelerdeki çatışma ve siyasi belirsizliklerin ciddi bir etkisi olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Dünya ticaretinde başarılı olan ülkeler incelendiğinde, bu ülkelerin hem komşularıyla hem de Çin, ABD, Doğu ve Güney Asya ülkeleriyle yüksek seviyelerde ticari ilişkiler geliştirdikleri göze çarpmaktadır.

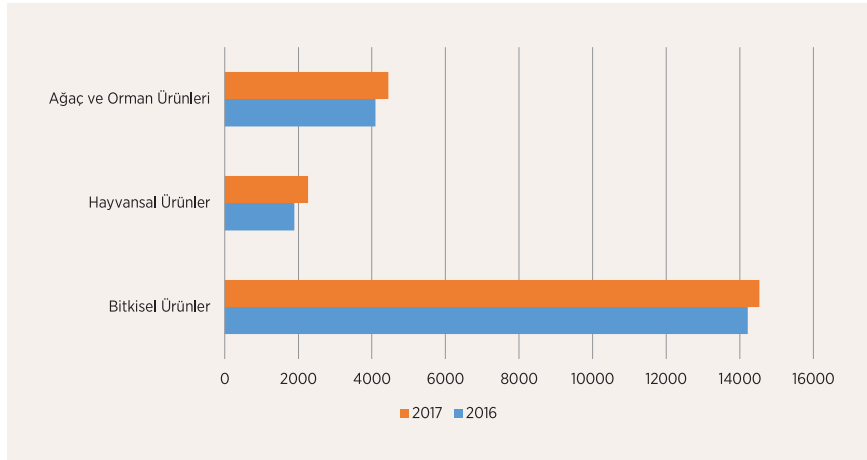
Türkiye’nin ihracat rakamları detaylı incelendiğinde şöyle bir tabloyla karşı karşıya kalınmaktadır.

GRAFİK 5.1 ANA SEKTÖRLERE GÖRE İHRACAT PAYLARI (2017)

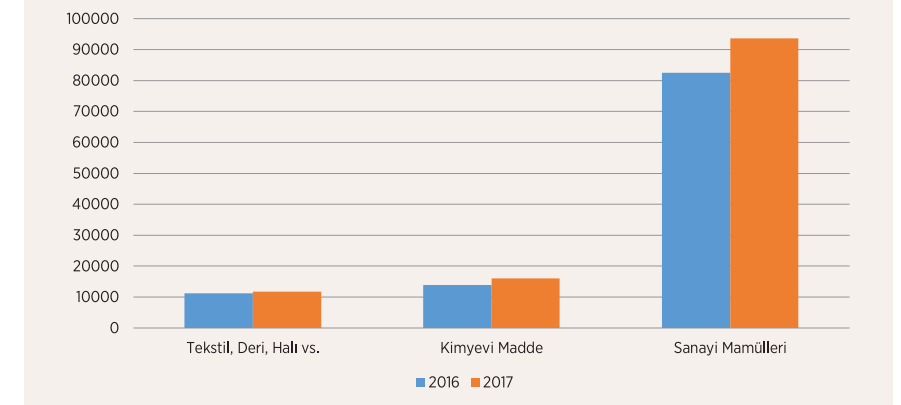


Türkiye ekonomisinde ihracata konu olan 3 temel sektör içerisinde sanayinin ağırlığı % 82 iken, tarım sektörünün ihracat içerisindeki payı % 15 civarındadır (5.1). Bu sektörleri alt ürün grupları açısından incelediğimizde ise tarım sektörü içerisinde bitkisel ürünlerin (zeytinyağı, meyve, sebze vs.) ağırlığının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bitkisel ürünlerin 2017 ihracatımıza katkısı yaklaşık 14,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Hayvansal ürünler kategorisine giren tavuk ve tavuk ürünlerinin payı ise sanılanın aksine oldukça düşük seviyelerdedir.

GRAFİK 5.2 TARIM SEKTÖRÜ ALT BİLEŞENLERİ İHRACAT (MİLYON DOLAR)

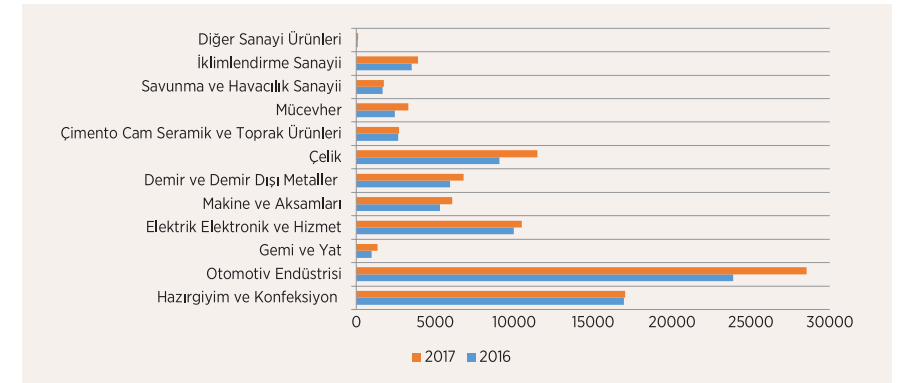


GRAFİK 5.3 SANAYİ ALT GRUBU İHRACAT (MİLYON DOLAR)



İhracatımız içerisindeki payı % 82,5 olan sanayi sektörü grafiğini dikkate aldığımızda kimyevi madde ve tekstil, deri vs. grubunun oldukça düşük kaldığı buna binaen sanayi ürünleri alt bileşenlerinin ise 90 milyar dolarlık bir hacme ulaştığı görülmektedir. Sanayi ürünleri arasında ise otomotiv endüstrisinin diğer ürün gruplarına göre oldukça ayrıştığı gözlenmektedir (Bakınız: **Grafik 5.4**). Tüm sektör ve alt ürün gruplarını bir araya getirdiğimizde Türkiye ekonomisinin ihracat hacmin en fazla etkileyen ürün gruplarının otomotiv ve oto yedek parça ile hazır giyim ve konfeksiyon kategorilerinden oluştuğu görülmektedir. Bu iki grubun toplam ihracatımız içerisindeki payı yaklaşık % 28'ler civarındadır.

GRAFİK 5.4 SANAYİ MAMÜLLERİ ALT BİLEŞENLER İHRACATI (MİLYON DOLAR)



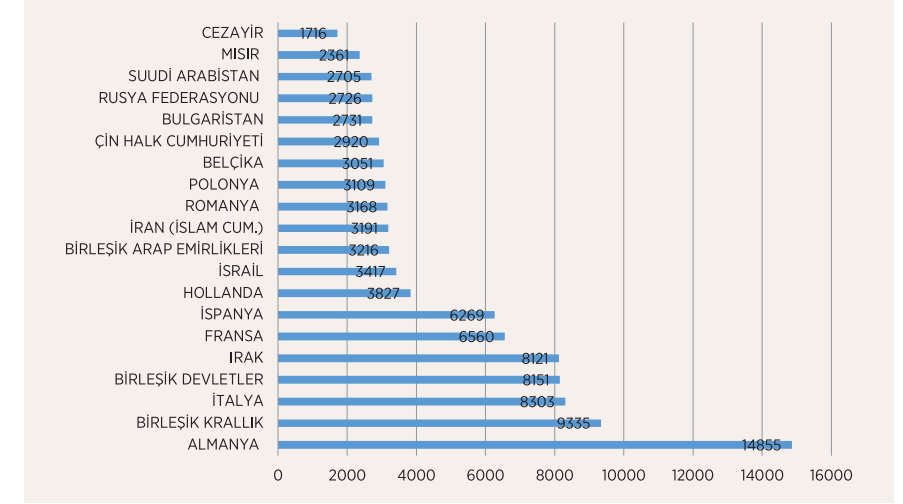
Türkiye ihracat rakamları il bazında ele alındığında ise karşımıza aşağıdaki tablo çıkmaktadır. Toplam ihracatımızın yaklaşık % 40'ı İstanbul merkezli gerçekleştirilmektedir. Otomotiv endüstrisinin ihracatımızdaki payı dikkate alındığında İstanbul'dan sonra Bursa ve Kocaeli illerinin gelmesi beklenmektedir zira bu iller oto sanayi ve yan sanayi bağlamında gelişmiş durumdadırlar. İzmir ise toplam 8,7 milyar dolarlık hacim ile ihracatımızdaki 4. ili oluşturmaktadır (Bakınız: **Tablo 5.1**).

İstanbul, Kocaeli, Bursa ve İzmir dışındaki illerimizin ihracata yaptığı katkı oldukça sınırlı kalmıştır. Bu dört ilden sonra Ankara, G. Antep ve Sakarya illeri sadece 5 milyar dolar ve üstü ihracat hacimlerine sahiptirler. Bahsi geçen 7 ilimiz toplam Türkiye ihracatının yaklaşık % 70'ini gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla Türkiye ihracatını arttırmanın diğer bir yolu da diğer illerin özellikle sınır ve liman kentlerimizin ihracata katkılarının artırılmasından geçmektedir.

TABLO 5.1 İHRACATTA ÖNE ÇIKAN İLLER-2017-MİLYON DOLAR

İSTANBUL	62703
BURSA	14058
KOCAELI	12537
İZMİR	8758
ANKARA	6591
GAZİANTEP	6553
SAKARYA	5218
MANISA	4002
DENİZLİ	3067
HATAY	2336
ADANA	1808
KAYSERİ	1614
KONYA	1565
MERSİN	1529
TRABZON	1196
ANTALYA	1196

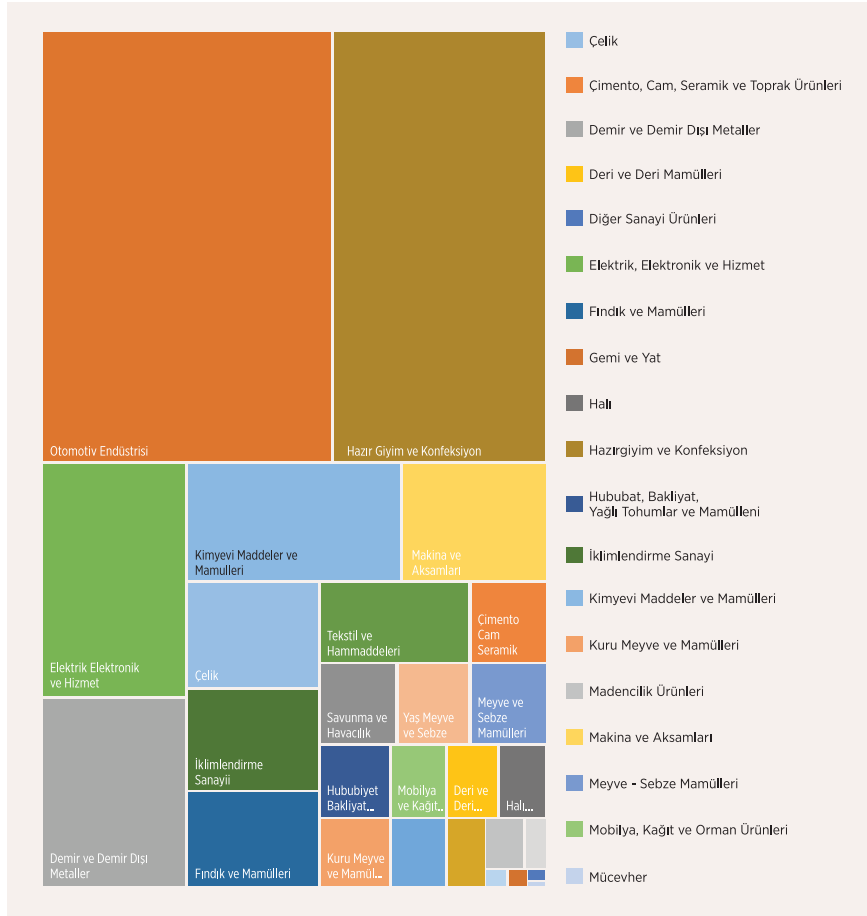
GRAFİK 5.5 İHRACATIMIZDA İLK 20 ÜLKE (2017; MİLYON DOLAR)



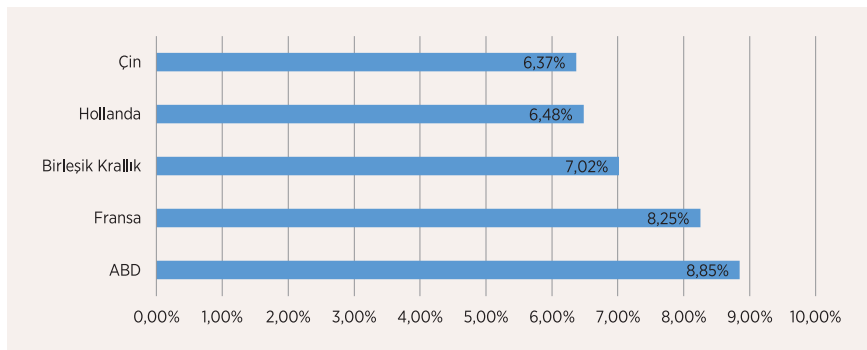
Türkiye ekonomisinin en büyük ihracat yaptığı ülke 14,8 milyar dolar ile Almanya'dır. Almanya'yı sırasıyla İngiltere, İtalya, ABD ve Irak izlemektedir. Bu rakamlar ışığında Avrupa'nın ihracatımız açısından önemli bir pazar olduğu göze çarpmaktadır. Uçak krizi sonrası ticari ilişkilerin düzeltildiği Rusya ile ihracatımız 2,7 milyar dolar seviyelerindedir. Rusya Türkiye'nin ihracat sıralamasında 17. sırada yer almaktadır. İspanya, Fransa, Hollanda, Belçika, Bulgaristan gibi ülkeleri de kattığımızda Avrupa Birliği'nin Türkiye ihracatındaki önemi daha da artmaktadır.

5.1 ALMANYA DIŞ TİCARET GENEL GÖRÜNÜM

En yüksek ihracat hacmine sahip olduğumuz Almanya ile yapılan ticaretin detaylarına aşağıdaki tablodan ulaşmak mümkündür. Otomotiv endüstrisi ve hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri grubu Almaya ihracatındaki en büyük payları oluşturmaktadır. Özellikle birim geliri yüksek olan otomotiv endüstrisi ürünlerinin ihracatı ister istemez ihracat rakamları üzerinde daha fazla etkiye sahip olmaktadır. Tarım veya bitkisel ürünlerin ise birim gelirleri düşük olduğu için hacim miktar olarak yüksek ihraç edilseler bile ihracat rakamları üzerindeki etkileri sınırlı kalmaktadır. Bundan ötürü ihracat rakamlarını arttırmanın diğer bir yolu da birim getiri açısından yüksek değeri olan ürün gruplarına yönelmekten geçmektedir.



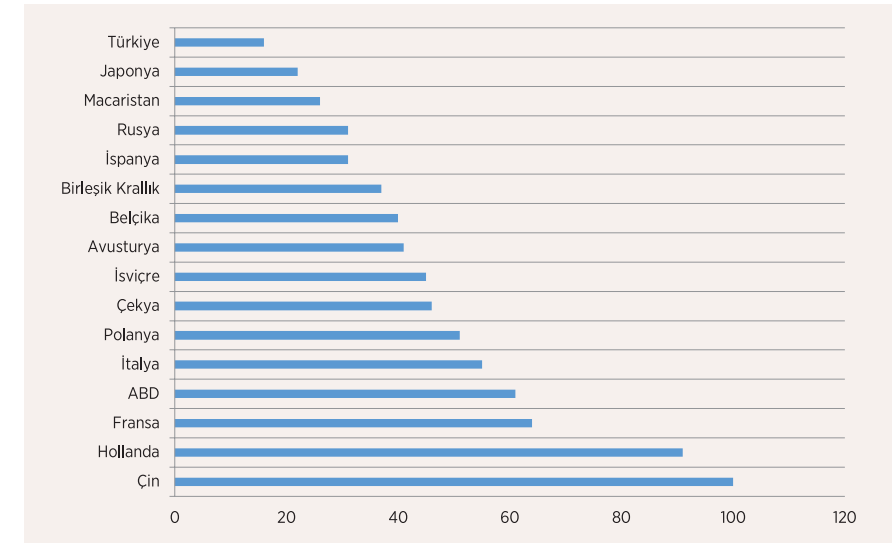
GRAFİK 5.6 ALMANYA İHRACAT DETAYLARI (2017)



Türkiye'nin en büyük ihracat ilişkisine sahip olduğu Almanya'nın en büyük ticaret ortaklarını sırasıyla ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda ve Çin oluşturmaktadır (5.6). Almanya toplam ticaretinin % 40'ını bu 5 ülkeyle gerçekleştirmektedir. ABD ve Çin dünyanın en büyük ekonomileri olmaları, Fransa ve Hollanda ise Almanya'ya komşu olmaları açısından tabloda dikkat çekmektedirler.

Dolayısıyla Türkiye'nin ihracat rakamlarını ve dış ticaretini hedeflediği şekilde arttırmasının diğer bir yolu da hem komşu ülkeler nezdinde hem de AB, ABD ve Çin gibi güçlü ekonomiler özelinde odaklanmaktan geçmektedir.

GRAFİK 5.7 ALMANYA'NIN EN BÜYÜK TİCARET ORTAKLARI

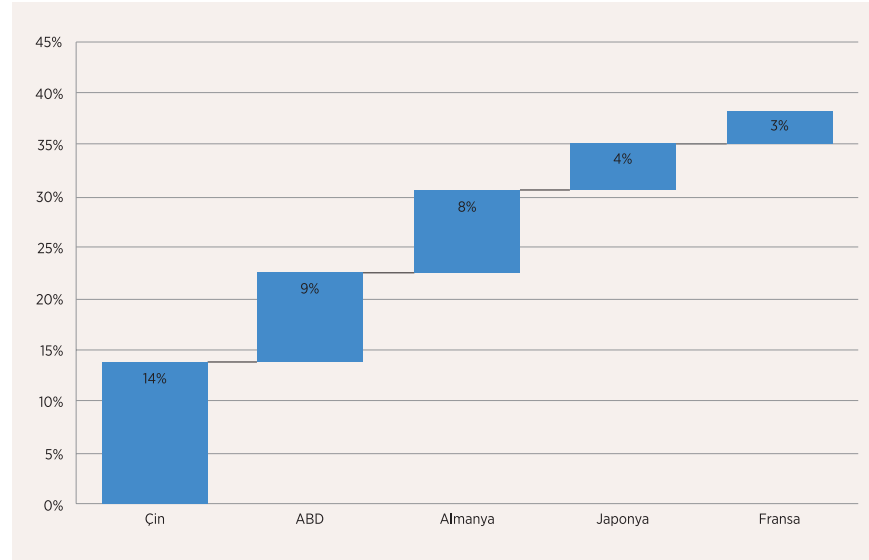


2017 yılı itibariyle Almanya'nın toplam ithalatı 1 Trilyon Euro, ihracatı ise 1 Trilyon 279 milyar Euro civarında gerçekleşmiştir. Dolar bazlı mukayesede 2017 yılı dikkate alındığında Almanya Türkiye'nin yaklaşık 10 katı fazla ihracat gerçekleştirmiştir.

Türkiye en büyük ihracatını gerçekleştirdiği Almanya'nın ithalat sıralamasında 16. Sırada yer almaktadır (5.7). Bu sıralama ticaretin karşılıklı

bir alış-veriş olduğu gerçeği altında oldukça düşüktür. Türkiye'nin ihracat açısından iyi ilişkilere sahip olduğu ülkelerin ithalat sıralamasında da üst sıralarda yer alması gerekmektedir ki hedeflenen ihracat seviyeleri yakalanabilsin. Örneğin, Almanya'nın ithalatında önemli yere sahip olan ülkeler ve o ülkelerin ticaret ürünleri fiyat, kalite, vergi ve lojistik açıdan analiz edilmelidir. Analiz sonuçları ışığında Türkiye ekonomisinin rekabet edebileceği bir ürün grubu bulunursa o ülke pazarına girilme stratejisi izlenmelidir.

GRAFİK 5.8 EN YÜKSEK İHRACAT YAPAN 5 ÜLKE



Dünya ekonomisinin ihracat bakımından saç ayağını oluşturan 5 ülke sırasıyla Çin, ABD, Almanya, Japonya ve Fransa'dır. Çin toplam küresel ihracatın % 14'ünü, Almanya ise yaklaşık % 8'ini gerçekleştirmektedir. Fransa'nın küresel ihracattaki payı ise yaklaşık % 3 civarındadır (**Grafik 5.8**). Türkiye'nin ihracat seviyelerini yükseltebilmesinin diğer bir yolu da kaçınılmaz olarak rakip olacağı bu ülkelerin ihraç ettiği ürün gruplarını ve pazarlarını iyi analiz etmesinden geçmektedir. Bazı durumlarda nihai üründen ziyade o ürünün ara mallarının üretimi ve ihracatı daha doğru bir strateji de olabilir.

Türkiye'nin ihracat kapasitesini artırabilmesi için küresel üretim ve ticaret merkezinin Çin ve Güney Asya merkezine kaydığı gerçeğini dikkate alarak uzun vadeli bir projeksiyon çizmesi kaçınılmazdır. Bu bölgelerin sahip olduğu avantajlar ülke bazında çok iyi bir şekilde analiz edilerek Türkiye'nin öne çıkan tarafları veya potansiyelleri vurgulanmalıdır. Küresel ticarete başarılı olan ülkeler dikkatle incelendiğinde komşu ülkelerle çok yoğun ekonomik ve ticari ilişkilerin geliştirildiği göze çarpmaktadır. En başta Bulgaristan, Yunanistan, Suriye, Irak, İran, Azerbaycan, Gürcistan ve Ermenistan olmak üzere AB, Rusya ve Orta-Doğu ülkeleriyle yakın siyasi, ekonomik, ticari ve kültürel ilişkiler geliştirilmelidir. İkili, bölgesel ve çoklu iktisadi ve ticari fırsatların geliştirilmesi için ticaret diplomasisinin tüm ayakları etkin ve koordineli bir şekilde kullanılmalıdır. Bu açıdan küresel ekonomide öne çıkan ülkelerin ticaret diplomasisini nasıl kullandıklarını analiz etmek önem kazanmaktadır.

EKONOMİ VE TİCARET DİPLOMASİSİ

6.1. GİRİŞ

İhracat, refah düzeyi, ekonomik büyüme, ödemeler bilançosu, döviz kuru, teknoloji transferi ve kaynak dağılımı üzerindeki etkileri dolayısıyla ülke ekonomisi için tartışmasız en önemli değişkenlerden bir tanesidir. Bu nedenle hedefi makro istikrar ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek olan ülkeler dış ticaret stratejilerine özel önem vermiş, ihracatı arttırmaya yönelik teşvik politikalarını uygulamaya koymuşlardır. Bununla birlikte, dünya ekonomisinde son dönemde meydana gelen değişim ve dönüşümler, dış ticarete bakış açımızı radikal bir şekilde değiştirmemizi, geçmişten farklı olarak ihracatı arttırabilmek için planlı programlı bütüncül bir stratejinin oluşturulmasını ve uygulanmasını zorunlu kılmaktadır.

SON YILLARDA MEYDANA GELEN GELİŞMELER

Son dönemde meydana gelen gelişmelerin başında küreselleşme ve bilişim teknolojilerindeki ilerlemeler gelmektedir. Kısaca bilişim teknolojilerinde yaşanan devrime bağlı olarak ülkeler arasındaki ekonomik, siyasi, sosyal, kültürel ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi olarak tanımlayabi-

leceğimiz küreselleşme dolayısıyla ülkeler arasındaki ilişkiler çok boyutlu hale gelmiştir. Küreselleşmeyle birlikte ülkeler arasındaki ilişkilerde rol alan oyuncu sayısı, konu sayısı hızla artmış, bu ilişkilerin düzenlenmesinde kullanılan yöntemler farklılaşmış ve çoğalmıştır. Bütün bunlara bağlı olarak ilişkiler çok karmaşık bir ortamda yürütülmeye başlanmış, hatta yurtiçi ve uluslararası konular arasındaki ayrım bulanıklaşmıştır.

Geçmişte ülkeler arası ilişkiler güvenlik odaklı ve sınırlı miktar malın konu olduğu ticari ve diplomatik ilişkilerden meydana gelirken, günümüzde kolay iletişim ve ucuz seyahat sayesinde, haberler ve olaylar hızlı bir şekilde yayılmakta, işadamları, bilim insanları, artistler, siyasetçiler, düşünce kuruluşları kolayca sınır ötesine geçebilmekte, ülkelerin liderleri, bakanları çok sayıdaki zirvelerde sıklıkla görüşme imkanı bulabilmektedirler. Yeni medya sayesinde kapalı kapılar ardındaki görüşmeler çok hızlı yayılmakta, geçmişte yalnızca yurtiçinde ulusal dış politikaların oluşturulmasında rol oynayan milletvekilleri bugün uluslararası kurumlar aracılığıyla görüşlerini uluslararası düzeyde duyurmaya çalışmaktadırlar. Kısacası, bilişim teknolojilerindeki gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkan küreselleşme dünyayı küçültmüş, rekabeti arttırmış, ülkeler arasındaki fırsatları ve çatışma alanlarını büyütüştür.

İkinci olarak, küreselleşen dünyada tüketici tercihlerinde de çok önemli değişimler meydana gelmiştir. Tüketiciler hızlı iletişim araçları sayesinde ürünlerin fiyatları, kaliteleri, ve özelliklerinden hızla haberdar olabilmektedirler. Aynı küreselleşme ile birlikte tüketiciler aynı zamanda çok seçici hale gelmişler ve tüketici zevk ve tercihlerinde hızlı ve önemli değişimler meydana gelmeye başlamıştır. Haliyle günümüzde üreticilerin pazara yakın olmaları ve pazarı, tüketici tercihlerini sürekli olarak takip ediyor olmaları zorunluluk haline gelmiştir.

Üçüncü olarak, toplam üretim açısından geçmişte sanayileşmiş batı ülkeleri ile az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri arasında gelir düzeyleri açısından var olan uçurum, gelişmekte olan ülkelerde son yıllarda yaşanan hızlı büyüme oranları sonucu kapanmaya başlamıştır. Hatta bu gelişmelere bağlı olarak günümüzde dünyanın ekonomik merkezinin Asya'ya kaymak-

ta olduğu bariz bir şekilde görülmeye başlanmıştır. Bu gelişmelerde sırasıyla 80'li ve 90'lı yıllarda yaşanan ticari ve finansal küreselleşmenin etkileri yadsınamaz.

Dördüncü olarak, son dönemde yeni gelişen ekonomilerin dünya ekonomisindeki rolü ve öneminin arttığı gözlemlenmektedir. Yeni gelişen ekonomiler geçmişte yalnızca tarım ürünleri ve emek yoğun hafif sanayi ürünleri üretiminde uzmanlaşmış ve bu ürünlerin ihracatçısı, yatırım malları, sanayi ürünleri, teknoloji yoğun ürünlerin ithalatçısı konumunda idiler. Gelişmekte olan ve yeni gelişen ekonomilerin günümüzde yatırım malları, teknoloji yoğun ürünler üreticisi ve ihracatçısı konumuna gelmeleri bir yandan uluslararası piyasalarda rekabetin artmasına yol açarken diğer taraftan bu durum bilhassa gelişmiş ülke ekonomileri tarafından tehdit olarak algılanmış ve uluslararası korumacı eğilimlerin artması sonucunu doğurmuştur. Başlangıçta korumacı eğilimler tarife dışı engeller olarak karşımıza çıkmışken, Başkan Trump'la birlikte ticaret savaşlarına dönüşme temayülü göstermektedir.

Beşinci olarak, uluslararası ticaretin ve yatırımların önemli bir bölümü (yaklaşık yüzde 80), üretim paylaşımını yöntemiyle ulus aşırı firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir. Artan üretim paylaşımı, ara mal ticaretinin önemini de her geçen gün daha da artırmaktadır. Günümüzde artık bir ürünün üretiminde birçok farklı ülkeden gelen katma değerler kullanılmakta ve ihracat yapan ülke de sattığı mal ya da hizmetin ancak belli bir yüzdesini ülke içinde üretmektedir. Bu açıdan ihracat artışının sağlanabilmesi için küresel küresel değer zincirine dâhil olmak ve hatta bu değer zincirinde katma değeri yüksek olan ara malların üretiminde uzmanlaşmak çok önemli hale gelmiştir.

Özetle son dönemde yaşanan bu değişim ve gelişmeler bir yandan uluslararası ticarete rekabeti ve ülkeler arasında karşılıklı bağımlılığı artırırken, diğer yandan kâr oranlarında azalışa, tarife dışı engellerle korumacılık eğilimlerinde artışa, uluslararası ticaret alanında belirsizliklere yol açmıştır. Risklerin arttığı ve hızlı bir şekilde yön değiştirebildiği bu ortamda ülkelerin ekonomik güvenliğinin (enerji, mal, ham madde, emek

vs. arzının güvenli ve uzun vadeli şekilde garanti altına alınması ihtiyacı sağlanması birincil öncelik haline gelmiştir. Ayrıca, konuya ilişkin yapılmış olan ekonometrik çalışmaların bulguları, uluslararası ticaret ile uluslararası politika arasında yakın bir ilişkinin olduğunu, işbirliği ve dayanışmayı artırıcı eylemlerin ikili ticari akımları artırırken çatışmaları artırıcı eylemlerin ticari akımları azalttığını göstermektedir. Daha da önemlisi uluslararası ticaret, yatırım ve para hareketlerindeki artışların savaş, terör vs. çatışmaları azalttığını ortaya koymaktadır.

Bütün bu gelişmeler ve bilgiler ışığında, ülkelerarası ilişkilerin, uluslararası siyasi diplomatik ilişkilerden ziyade ekonomik ağırlıklı uluslararası ekonomik ilişkilere dönüştüğünü söyleyebiliriz. Artık gelişmiş ve yükselmekte olan ülkeler için mal ve hizmet ticareti, sermaye girişleri, doğrudan yabancı yatırımlar, yurtdışı kredi borçlanması vs. iktisadi bileşenler temel dış politika amaçları haline gelmiştir. Geçmişte siyasi diplomatik ilişkiler ekonomik ilişkileri belirlerken bugün diplomatik ilişkilerin ana konusu ve belirleyeni ülkelerin ekonomik çıkarları ve hedefleri olmuştur.

YENİ ORTAMDA BAŞARI İÇİN NELER YAPILMALI?

Bugün politika yapımcılarının karşı karşıya kaldığı temel soru, “son yıllarda dünya ekonomisinde yaşanan değişim ve dönüşümler dikkate alındığında ülkenin refah düzeyini arttırmak için nasıl bir strateji uygulanmalıdır?” sorusudur. Doğru stratejinin belirlenebilmesi için oluşturulacak stratejiye ait birkaç önemli tespitin yapılması ve yeni dünya ekonomik düzenine ilişkin birkaç noktanın daha açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. İlk olarak, ülkenin refahı ve ekonomisi açısından önemi de dikkate alınarak, oluşturulacak stratejinin odağında dış ticaret yer almalıdır. Dış ticarete başarı için de istikrar gereklidir ve haliyle aranan strateji yeni küresel ortamda ticarete istikrar ortamını sağlayacak olan bir strateji olmalıdır.

İkinci olarak, yukarıda açıklanan sebeplerden dolayı özellikle rekabatin yüksek olduğu küresel ortamlarda şirketlerin tek başlarına bu süreçlerden ciddi kazanımlar elde etmesi kolay değildir. Bu nedenle oluşturulacak stratejide hangi şartlarda ve durumlarda devletin şirketlere destek olacağı ve devletin desteğinin ne şekilde olacağı açıkça yer almalıdır.

Üçüncü olarak, oluşturulacak stratejide devlet-şirket işbirliğinin nasıl oluşturulacağı ve sürdürülebileceği açıklanmalı ve bu mekanizma belirlenmelidir. Zira devletlerin yani ülkelerin ekonomik çıkarları doğrudan yerli şirketlerin ticari faaliyetlerine bağlıdır. Bu açıdan devlet ve şirketler arasında hem ülkenin hem de şirketlerin karşılıklı kazan-kazan gerçeğine dayalı bir işbirliği ve yakınlaşma süreci gerçekleştirilmelidir. Küresel ticaret kurallarının değiştiği günümüz ortamında bu işbirliği daha da önem kazanmaktadır.

Dördüncüsü, oluşturulacak strateji günümüz süreç ve ilişki geliştirme, hızlı ve yerinde karar alma ihtiyacını karşılayabilecek bir strateji olmalı. Çok değişkenli çok boyutlu günümüz ortamında, artık devlet merkezli klasik tarzda siyasi diplomasi yapmak iş dünyasının beklentilerini karşılayamamaktadır. Ulusal sınırlarla çevrili devlet kurumları bu yeni durumla mücadele noktasında yetersiz kalmaktadırlar. Artık dış işleri veya ticaret bakanlıklarına bağlı birimler ve o birim temsilcilerinin oluşturduğu imtiyazlı gruplar veya kümeler yerine çok aktörlü, çok boyutlu “network” yapıların oluşturduğu bir diplomasi ve ilişkiler yapısı oluşturulmalıdır. Bu bağlamda az aktörden çok aktöre, hiyerarşik yapıdan esnek yapıya, düşük şeffaflıktan yüksek şeffaflığa, anlaşma odaklılıktan süreç geliştirme ve bilgi toplamaya doğru dönüşen, uluslararası ilişkilerde artan konuları ve aktörleri uyumlaştıracak olan bir stratejiye ihtiyaç duyulmaktadır.

YENİ DÜNYADA BAŞARININ FORMÜLÜ: TİCARET DİPLOMASİSİ

Bu yeni ortamda ihracat artışında sürekliliğin sağlanabilmesi ancak, bazı gelişmiş ülkelerin 1990’ların sonlarından itibaren adım adım geçmeye başladıkları bütüncül bir strateji olan “ticaret diplomasisi” ile mümkün olabilir. Diğer bir deyişle çözüm, diplomasiinin merkezine ticaretin yerleştirilmesi yani ticaret diplomasisidir. Ticaret diplomasisi günümüz küresel ortamında çatışmaları azaltmaya ve refah artışı sağlamaya yönelik, merkezinde network organizasyon yapısının olduğu bir stratejidir. Ticaret diplomasisi, genel olarak kamunun veya kamu hizmeti sağlayıcılarının iş dünyası, ticaret odaları, sanayiciler ile karşılıklı bir anlayış içerisinde uluslararası ticaret ve yatırım ortamını kendi ülkeleri lehine geliştirmelerini

ifade etmektedir. Bir yönüyle ticaret diplomasisi, ülkelerin dış politikalarının odağında yer alan klasik güvenlik diplomasının yerini ülkelerin ticari hedeflerin aldığı, diplomaside radikal bir paradigma değişimini ifade eder.

6.2 DİPLOMASİ, TİCARET VE EKONOMİ İLİŞKİSİ

Dış politikanın temel araçlarından bir tanesi olan diplomasi, herhangi bir devletin çeşitli iletişim yollarını kullanarak dış ilişkilerini yönetmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Uluslararası bir çerçevede yürütülen diplomasi faaliyetleri ikili, çoklu, bölgesel, ülke içi ve dışı olacak şekilde gerçekleştirilmektedir.

Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle birlikte 1990'lı yıllar ekonomi diplomasisiyle ekonomik güvenliğin iç-içe geçtiği yeni bir döneme girdi. Eski komünist bloğu ülkelerin dünya ekonomisine entegre olması, enerji kaynakları üzerindeki güç savaşlarının belirginleşmesi, küresel ısınma ve uluslararası terörizmin yükselişi vs. gibi faktörler, insanlar, bölgeler ve ülkeler arasındaki ilişki biçimini farklı boyutlara taşıdı. Yeni dünya diğer bir yönüyle yeni iktisadi ve ticari fırsatların ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Yeni dünyanın diplomasisi salt anlamda siyasetten artık ekonomi ve ticaretin yön verdiği, aynı zamanda güvenlik kaygılarının da dikkate alındığı bir tarza dönüştü. Küreselleşmenin artması eş zamanlı olarak herhangi bir noktadaki riskin de hızlı bir şekilde başka ülkelere yönelmesini kolaylaştırmaktadır.

Küreselleşen dünyada ülkelerin ekonomik güvenliği uluslararası ekonomik ilişkilere dönüşmüştür. Hiç şüphesiz ülkelerin dış politikalarında kullandığı dil ve araçlar bu dönüşümden doğrudan etkilendi. Artık gelişmiş ve yükselmekte olan ülkeler için mal ve hizmet ticareti, sermaye girişleri, doğrudan yabancı yatırımlar, yurtdışı kredi borçlanması vs. iktisadi bileşenler temel dış politika amaçları haline geldi. Dış politikadaki bu dönüşüm ülkeler arası ilişkilerde ticaret ve ekonomi diplomasisinin yükselişi anlamına gelmektedir.

6.3. DİPLOMASİ, GÜVENLİK VE İKTİSADİ REFAH

Ülkeler, kurumlar veya şirketler arası diplomasi kanallarının yaygınlaşması ve bu kanalların etkin bir şekilde kullanılması güvenlik ve refah

konularında doğrudan birtakım pozitif sonuçların elde edilmesini sağlamaktadır. Bu açıdan uluslararası ticaret ile uluslararası politika arasındaki ilişkiyi ölçmeye çalışan ekonometrik çalışmaların bulguları diplomasının önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmalarda 3 temel sonuçla karşılaşmaktadır:

- Çatışmayı arttırıcı eylemler (savaş, terör vs.) ticari akımlarını oldukça azaltmaktadır
- İşbirliği ve dayanışmayı arttırıcı eylemler ikili ticari akımlarını arttırmaktadır
- Uluslararası ticaret, yatırım ve para hareketlerindeki artış savaş, terör vs. çatışmaları azaltmaktadır.

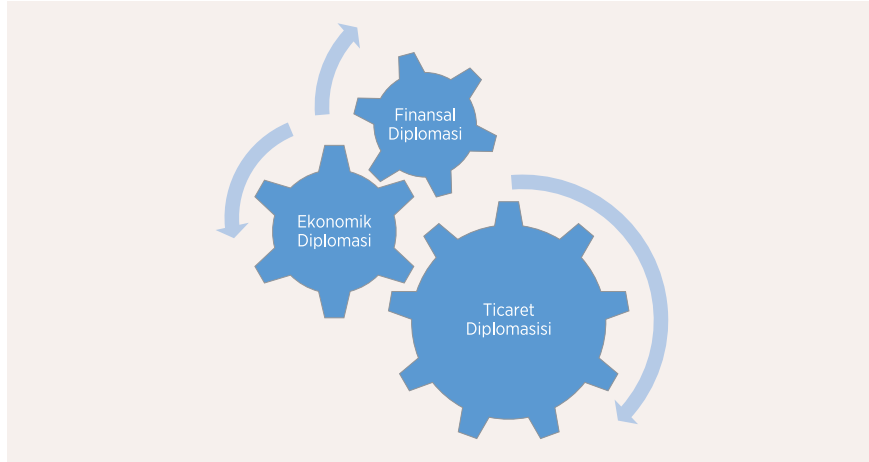
Büyükelçilik ve konsolosluk açmanın ticaret üzerindeki etkisini gösteren birtakım ampirik çalışma sonuçları da ekonomi diplomasisinin etkisini göstermesi açısından önemlidir. Örneğin, büyükelçilik açmanın gümrük vergilerinde ortalama % 2 ila % 8 arasında bir düşüşe yol açtığı tahmin edilmektedir. Yapılan tüm çalışmalar özet bir şekilde ele alındığında, özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde uluslararası ticaret ve politika birbirlerini doğrudan etkileyen ve iç içe geçmiş faktörler olmuşlardır.

Dünya'daki başarılı ticaret diplomasisine en iyi örnek verilebilecek ülke hiç şüphesiz Amerika Birleşik Devletleri'dir. Hatta ABD'nin ulusal çıkarının temelini ticaret diplomasisine dayandığını söylemek mümkündür. Kopp "*Ticari Diplomasi ve Ulusal Çıkar*" başlıklı kitabında ABD dış politikasının temel hedefi dünyadaki tüketicilerin tercihi ve dünya üreticisi olma vasfını genişletmek olmalıdır demektedir. Öyle ki, iç güvenliği sağlamak ikincil plana koyulmaktadır. Güvenlik ve refahın ABD dış politikasının birbirleriyle bağlantılı temel iki hedefi olduğu düşünüldüğünde ticari diplomasi hem ihracat hacminin genişletilmesi hem de ABD dış politikasının aktif bir şekilde kullanılması imkânı sağlamaktadır.

Diplomasi ve refah ilişkisini göstermesi açısından gelecek dönemleri etkileyecek en büyük unsur Asya ülkelerinin uluslararası ticaretteki payı-

nın artmaya devam edecek olmasıdır. Farklı kültürlerle ve değerlere sahip olan ve bir kısmı eskiden komünist sistemle yönetilen bu ülkeler ABD ve Batı'nın şekillendirdiği uluslararası ticaret kurallarını ve kurumlarını değiştirme gücünü ve etkisini barındırmaktadırlar. Zaten günümüzdeki ABD-Çin arasındaki ticaret savaşlarının ve diplomasinin arka planında da bu gerçeklik yatmaktadır.

6.4. EKONOMİK DİPLOMASİ VE TİCARET DİPLOMASİSİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE¹



Ekonomik diplomasi kavramı, yurt dışı iktisadi faaliyetlerle ilgili süreçleri, yöntemleri ve uluslararası karar alma mekanizmalarını kapsamaktadır. Bu süreç ve yöntemlere dahil olan aktörler sadece kamu ve kamuya bağlı birimler değil, aynı zamanda özel sektör kuruluşlarıdır.

Ekonomik diplomasi genel olarak 3 temel ayağa oturmaktadır:

- a) Siyasi gücün ve ilişkilerin uluslararası ticaret ve yatırımları desteklemek ve geliştirmek için kullanımı. Örnek; İtalya Başbaka-

¹ Literatürde finansal, ekonomik, ticari ve ticaret diplomasisiyle ilgili farklı tanımlar mevcuttur. Bu tanımlamalar bazı durumlarda yalnızca kapsam farklılıklarını gösterirken, bazı durumlarda bu kavramların birbiri yerine kullanıldığı tanımlar ve hatta zıt anlamlar içeren tanımlamalar da vardır. Bu çalışmada en geniş anlamıyla ticaret diplomasisi Türkiye özelinde ihracatın ve yatırımların artırılması için kamu/özel sektör işbirliğinin yurtdışındaki faaliyetlerinin ve kullanacağı enstrümanlarının etkinleştirilmesi şeklinde kullanılmaktadır. Ticaret ve ticari diplomasi kavramları farklı anlamlar içeriyor olsa da, bu çalışmada eş anlamlı olarak kullanılacaktır.

nı'nın ENİ enerji şirketinin Kazakistan'da yaşadığı sorunu çözmek için siyasi gücünü kullanması.

- b) Ekonomik varlıkların ve ilişkilerin güvenlik ve karşılıklı işbirliği yönünde kullanımı. Örnek; Çin'in şirketlerini petrol, gaz ve diğer doğal kaynaklar üreten ülkelere yönlendirmesi ve buralarda yatırım yapmalarını teşvik etmesi. Eş zamanlı olarak, petrol ve doğal gazı sahip olan ülkelerle Çin arasındaki diplomasinin geliştirilmesi ve Çin'in bu ülkelere finansal yardım yapması. Angola ile Çin arasında yapılan finansal yardım anlaşması gereği birtakım krediler sağlanması dışında Çinli şirketler Angola'da tren yolu, hastane ve telekomünikasyon yatırımları gerçekleştirdi ve gerçekleştirmeye devam etmektedir. Bunun karşılığında Angola petrol üretiminin % 25'ini Çin'e ihraç etmektedir.
- c) Uluslararası siyasi ve iktisadi iklimi düzenleyecek doğru yöntem ve araçların geliştirilmesi. Örnek; OECD, DTÖ gibi kuruluşların etkin kullanımı.

TİCARET DİPLOMASİSİ

Ekonomik diplomasiden farklılaşan ticaret diplomasi ise genel olarak kamunun veya kamu hizmeti sağlayıcılarının iş dünyası, ticaret odaları, sanayiciler vs. ile karşılıklı bir anlayış içerisinde uluslararası ticaret ve yatırım ortamını ülkeleri lehine geliştirmelerini ifade etmektedir. Ticaret diplomasisiyle ilgili faaliyetlerin çoğu yabancı ülkelerdeki temsilcilik, odalar, elçilik, konsolosluk, şirketler vs. üzerinden gerçekleştirilmektedir. Ticaret diplomasisinde en önemli faktör olarak karşımıza ticari diplomatlar ve şirketler çıkmaktadır. Ticari diplomatlar ülkelerin ticari ateşeleri olabileceği gibi, ticari danışman, ticari temsilci, seçilmiş lobi şirketleri, ajanslar, STKlar vs. şeklinde kişi ya da kuruluşlar da olabilir.

Genel olarak ticaret diplomasi faaliyetleri iki temel çerçeveden oluşmaktadır: Ticaretle ilgili politika yapım süreçlerini ilgilendiren faaliyet ve süreçler; ihracat ve yatırımları destekleyici ve teşvik edici faaliyet ve süreçler. Ticaret ile ticari diplomasi arasındaki temel fark ise şudur: Ticari kavramı sadece ticaretle ilgili konuları değil, yatırım, turizm, mülkiyet hakları

vs. ekonomik yönü olan diğer alanları da kapsadığı için çok daha geniş bir anlama sahiptir. Ticaret ise doğrudan iki veya ikiden fazla taraf arasında gerçekleştirilen mal veya hizmet alış-verişini ifade etmektedir ki bu ülkeler arası olduğunda ihracat veya ithalat yani dış ticaret anlamına gelmektedir. *Bu çalışmada ticaret ve ticari diplomasisi kavramları Türkiye özelinde ihracatın ve yatırımların artırılması için kamu/özel sektör işbirliğinin yurtdışındaki faaliyetlerinin ve kullanacağı enstrümanlarının etkinleştirilmesi şeklinde, genişletilmiş bir anlamda kullanılmaktadır.*

6.4.A.TİCARET DİPLOMASİSİNDE ÖNE ÇIKAN FAKTÖRLER

Ticaret diplomasisinde en önemli faktör diğer birçok alanda olduğu gibi insandır. Bu hizmeti sağlayacak kişi veya ekibin yetenek ve tecrübeleri sonucu ortaya çıkan performans doğrudan ticari diplomasi konusu olan işin sonucunu etkilemektedir.

Ticaret diplomasisinde devletin etkinliği diğer önemli unsurdur. Kısa vadeli siyasetten ve bürokrasiden etkilenen devlet hizmetleri birçok durum ve açıdan verimsiz performans gösterebilmektedir. İş dünyasının ve ticaretle ilgili konuların rasyonel, hızlı vs. boyutları düşünüldüğünde devletin bu alanda hizmet sağlayan birimlerinin hem iş dünyasındaki, hem ülke içi hem de ülke dışındaki etkinliği, tarafları nasıl bir motivasyon ve kolaylaştırıcı tavırla sürece dahil edeceği kritik bir öneme sahiptir.

Ticaret diplomasisiyle ülkenin dış politikası ve bu politikaya uygun ticari hedefleri uyumlu olmalıdır. İhracat destek ve teşvikleri, hangi alanlarda yatırım işbirliğine gidileceği veya kredi verileceği vs. diğer birçok alandaki hedeflerin net ve hesap verilebilir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Diplomatların veya dış temsilcilik çalışanlarının iş dünyası hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları dikkate alındığında politika ve hedeflerdeki belirsizlikler özellikle yurtdışı birimlerdeki birtakım yanlışlıklara neden olabilmektedir. Bazı durumlarda diplomatlar bu belirsizlikleri kendi şahsi çıkarları için kullanabilmektedirler.

İş dünyası yurtdışındaki ticari faaliyetleri için kimi durumlarda özel sektörden danışmanlık ve hukuk desteği almayı tercih etmektedir. Bu te-

mel sebebi işlerin hızlı ve profesyonel yönetilecek olmasıdır. Bu açıdan ticari misyon veya temsilciliklerin neden tercih edilmesi gerektiği çok net bir şekilde iş dünyasını ikna edecek bir dille ifade edilmelidir. Diğer türlü, bazı temsilcilikler iş dünyası açısından sadece işlerini zorlaştıran ve zaman kaybı meydana getiren yerler olarak algılanır.

Ticaret diplomasisinde süreç ve süreç yönetimi özellikle ticari görüşmelerin belirli bir aşamasından sonra daha da önem kazanmaktadır. Kamuya açık olmayan belirli özel bilgilerin ve belgelerin temin edilmesi, ticari faaliyetle ilgili finansal kâr/zarar durumunun ortaya çıkması gibi durumlar sürecin gidişatında kırılma noktaları olabilmektedir. Bu açıdan ticaret diplomasi ekibi, hem ev sahibi hem kendi ülkesindeki aktörleri ve diğer unsurları doğru bir yol haritası ve motivasyonla nihai noktaya ulaşma konusunda gerekli gayreti gösterebilmelidir.

Yurtdışındaki ticari temsilcinin yetenekleri, devletin kurumsal kapasitesi, ticaret ve dış işleri bakanlıklarının rolü ve etkinliği, yabancı ülkedeki organizasyonel, kültürel ve hukuki yapı ticaret diplomasi modelinin öne çıkan diğer faktörleridir.

Ticaret diplomasisi belirli ülkelerde ticaret teşvik programlarının bir parçası olarak algılanmaktadır. Bu ülkelerde ticaret diplomasisi uzmanlaşmış ve teknik bilgi desteğinin verildiği bir fonksiyonu görmektedir. Belirli ülkeler ise ticaret diplomasisini dış politikalarının temel enstrümanı olarak görmektedirler. Bakanlıklardan, yurtdışı temsilciliklere, yerel şirketlerden yabancı şirketlere, ülkenin tanıtımından çeşitli konferans ve seminerlere birçok alanda aktif ve etkin çaba sarf etmektedirler. Dünya örnekleri bölümünde belirlenen ülkeler daha detaylı incelenecektir.

Ticaret diplomasisinde ülkeleri diğerlerinden farklılaştıran en büyük unsur devlet ve bürokrasinin teşkilatlanma biçimi ve yapısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ticaret diplomasisinden sorumlu bir teşkilatlanmanın olması kadar bu teşkilatın bakanlığa bağlı ancak bakanlıktan özerk bir şekilde çalışması gerekliliği öne çıkmaktadır. Ticaret diplomasisi yapısının hangi bakanlık bünyesinde olacağı da farklılık gösterebilmektedir. Fransa

ve Rusya örneklerinde ticaret diplomasinden sorumlu bakanlık doğrudan Ticaret Bakanlığı olmuşken, Dış İşleri Bakanlığı'na bağlı uygulama örnekleri de bulunmaktadır. İtalya ve Almanya örneklerin de ise her iki bakanlığın ortak yürüttüğü bir ticaret diplomasisi teşkilatlanması bulunmaktadır.

Ticaret diplomasisinin diğer önemli saç ayağını yurtdışı temsilcilikler oluşturmaktadır. Kalkınma ajansları örneğinde olduğu gibi ülkeler özelinde kurulacak veya yeniden organize edilecek ticaret diplomasisi temsilcilikleri iş adamlarını, hükümet yetkililerini, hukukçuları, yatırım ve danışmanlık firmalarını vs. bir araya getirebilecek özerkliğe sahip olabilmeli bir nevi özel bir şirketin şubesi şeklinde fonksiyon gösteren ama devleti temsil eden muhteva barındırmalıdır. Birçok Avrupa ülkesi örneğinde özel ve devlet işbirliği şeklinde yapılmış temsilcilikler bulunmaktadır. Temsilcilikler belirli ürün gruplarının tanıtımından, ülkelerin ihracat ve ithalat gereksinimlerine, lojistikten, vergi yapısına, ödeme şeklinin belirlenmesinden sözleşme imzalanmasına, teşviklerden eğitimlere, konferanslardan iş ziyaretlerine birçok konuda aktif rol üstlenecek şekilde tasarlanmalıdır.

Yurtdışı ticaret diplomasisi temsilciliklerinde çalışanların niteliği diğer önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Sivillerin, resmi devlet temsilcilerinin ve iş adamlarının bir arada çalışabileceği temsilciliklerde görevlilerin eğitimi, dil becerileri, motivasyonu, zihin yapıları, tecrübeleri doğrudan temsilciliğin işlevini ve etkinliği etkileyecek unsurlardır. Burada diplomatlar, iş dünyasından temsilciler ve sivil çalışanlar arasındaki denge nasıl olacağı ve iş tanımlarının belirlenmesi de önem kazanmaktadır. Ticaret diplomasisine ayrılan bütçe, yukarıda belirtilen çalışan niteliğini ve temsilciliklerin etkinliğini doğrudan etkileyecek bir faktördür.

Ticaret diplomasisi ülkeler açısından ciddi katma değer meydana getiren bir süreç olarak ta görülebilir. Hükümetlerin hedefleriyle iş dünyasının hedeflerinin uyumlu olması bu katma değeri olabildiğince artırma imkanı sağlamaktadır. Hükümetlere burada düşen en büyük rol iş dünyasının hedeflerine uygun ve çözüm/bilgi odaklı ve kolaylaştırıcı bir şekilde özellikle doğrudan yabancı yatırım, ihracat, turizm ve bilgi/teknoloji transferi alanlarında teşvik edici bir ortam hazırlamaktır.

Ülkeye doğrudan yabancı yatırımların çekilmesi, ülke açısından hem yabancı para girişi, hem istihdamı pozitif etkileyecek uzun vadeli yatırım, hem ülke riskinin azalması, hem ülke algısının pozitif dönüşmesi hem de teknoloji transferi anlamına geldiği için ticari diplomasinin en fazla odaklanması gereken mecradır.

Ticaret diplomatları veya konuyla ilgili sorumluluk üstlenen şubeler ticari fırsatlar, siyasi ve hukuki sistem noktasında da potansiyel yatırımcıları ve ticaret insanlarını tatmin edecek düzeyde bilgiye sahip olmalıdır. Bilgi düzeyi özellikle ülkenin öne çıktığı sektör gruplarında daha da detaylanmalıdır.

6.5. TİCARİ DİPLOMATLAR TİCARETİN NERESİNDE? MEVZUAT, ALGI VE GERÇEKLIK

Ticaret diplomasisinde en önemli faktör diğer birçok alanda olduğu gibi insandır. Bu hizmeti sağlayacak kişi veya ekibin yetenek ve tecrübeleri sonucu ortaya çıkan performans doğrudan ticaret diplomasisinin konusu olan işin sonucunu etkilemektedir. Ticari diplomatların üstlendikleri roller ve diplomasiye yüklenen anlamın daha iyi anlaşılması için bazı ülkelerden anekdotlar paylaşılacaktır.

- İş şirketler tarafından yapılır. Hükümetlerin yapması gereken kapıları açık tutmaktır (Avustralyalı sanayici).
- İş adamlarını tanıştıırırız ve işimiz orada biter. İş yapmak bizim görevimiz değildir (Güney Amerikalı bir ticari diplomat).
- Ticari diplomasi çoğu zaman bire bir ilişki demektir (Anglo-Sakson bir Ticari diplomat).
- Ticari diplomasi danışmanlık hizmeti sunmaktır. Bundan ötürü şirketlerden bu hizmet karşılığı para talep edilmelidir (Ticari bir diplomat).
- Ticari diplomasi hizmetleri yeni gelen ve özellikle KOBİ yapısına sahip ve ihracat tecrübesi olmayan şirketler için daha uygundur (Fransa).

TİCARİ DİPLOMATLARIN ZAMAN KULLANIMI

Aşağıdaki tabloda² ticari diplomatların resmi çalışma saatlerinin ne kadarını hangi alanlarda kullandıkları görülmektedir. Anket esasına göre alınan bu bilgiler ülkeleri ticari diplomasiye bakış açısını yansıtmaya açınsından da oldukça önemlidir.

TABLO 6.5.1 TİCARİ DİPLOMATLARIN KONULARA GÖRE ZAMAN KULLANIM TABLOSU

	Ticaret Konuları	Doğrudan Yabancı Yatırım	Devlet İşleri	İş Dünyasıyla İlgili Bilgi, İstihbarat	İş İhtilaflarını Çözmek	İş Görüşmeleri Düzenlemek
Almanya	5	30	65			
ABD	60			40		
Japonya	20	70	10			
Çin	15	10	40	25	10	
Fransa	10	10	15	60	5	
Kanada	30	20		50	Konsolos	
Güney Kore	25	25		50		
Avusturya	30			50	20	
Brezilya			70			
Polonya	25	13	12	50		
İrlanda	10			50		40
İsviçre	10			40	10	40

İngiliz bir ticari ateşe yukarıdaki zaman kullanımıyla ilgili ankete katılmamasına karşın şu ifadeleri kullanmıştır “Geleneksel anlamda ticari ateşelerin rolü giderek azalmaktadır. İş dünyasındaki mevcut koşullar içerisinde birçok bilgiye piyasa kuralları içerisinde şeffaflıkla ulaşılabilen ve elektronik ortamda birçok veriye kolaylıkla erişim sağlanmaktadır”.

² Kostecki, Michel ve Naray, Olivier (2007), Commercial Diplomacy and International Business, Discussion Papers in Diplomacy, Hollanda Uluslararası İlişkiler Enstitüsü

Diplomatların vakit kullanım tablosuna bakıldığında ABD’li diplomatların vakitlerinin çoğunu ticaret konularına ayırdıkları geriye kalan kısmında ise iş dünyasıyla ilgili bilgi ve istihbarat toplama faaliyetlerinde buldukları görülmektedir. Japon diplomatların ise asıl mesailerini doğrudan yabancı yatırım konuları oluşturmaktadır.

Genel olarak ticari diplomatların vakitlerinin çoğu iş dünyasıyla ilgili bilgi ve istihbarat elde etmekle geçmektedir denilebilir. Diğer ülkelerden farklılaşan Almanya, Brezilya ve Çinli diplomatlar vakitlerin çoğunu buldukları ülke ile kendi ülkeleri arasındaki hükümetler arası işlerle meşgul olmaktadır. Bunun bir sebebi geleneksel ticari diplomasiye olan ihtiyacın azalması olabilir zira ülkelere ait ihracat, yatırım ve teknoloji teşvik birimleri geleneksel anlamdaki ticari diplomatların işlevini çok daha fazla görebilmektedir.

Diplomatların vakitlerini kullandıklarını alan olarak bilgi ve istihbarattan sonra diğer önemli unsurlar olan doğrudan yabancı yatırım ve ticari konuları gelmektedir. Tablo ayrıca ülkelerin kendi ihtiyaç ve projeksiyonları doğrultusunda ticari diplomasiyi yönlendirebilmelerinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Ticari konulara ve teşviklere yoğunlaşan ABD diplomasisi doğrudan yabancı yatırımları genel olarak eyaletlere bırakmıştır. İngiltere’de ise yüksek diplomasi çalışanları ile ticari diplomasi arasında çok yakın bir çalışma ilişkisi bulunmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlarla birlikte ticaret ve diğer yatırım konuları İngilizce büyükelçi ve konsolosların vakitlerinin en az % 50’sini almaktadır.

KAMU HİZMETİ OLARAK TİCARET DİPLOMASİSİ

Ticaret diplomasi bir kamu hizmeti olması açısından bazı yönleriyle eleştirilmektedir. Bu eleştirilerin kaynağı hiç şüphesiz kötü tecrübelerdir. Türkiye için önerilecek yeni ticaret diplomasi modeli özel sektöre biçilecek rolle bu kötü anekdotların çoğunu ortadan kaldırma imkanı olacaktır. **Bu olumsuz anekdotlardan bazıları:**

- Ticari diplomatlara ne gerek var ki, sadece diplomatik prestijlerini kullanmaktadırlar ve performanslarını ölçecek bir kriter yok.
- İhracatçılar diplomatlar gibi aynı dili kullanmıyorlar.
- Diplomatlar iş adamları gibi zamanları verimli kullanmıyorlar.
- Diplomatlar ekonomik ve ticari meselelere çok genellemeci bakıyorlar ve çoğu zaman iş dünyasının endişelerini anlamıyorlar.
- Diplomatlar verimsiz ve bürokratik çarkın bir parçası.
- Ticari diplomatların çoğu vakitlerini ticaretten ziyade siyasi ve sosyal meselelerle doldurmaktadırlar. Ticari temsilci olmalarına rağmen işlerini iyi yapamıyorlar yapmak isteseler bile vakit bulamıyorlar. İş adamlarına yardımcı olacak bir öncelikleri yok.
- Ticari diplomatlar sadece yakın arkadaşlarına yardımcı oluyorlar dolayısıyla bu durum diplomatik alanda yozlaşma dışında bir şey üretmiyor.
- Serbest bir piyasada diplomatlara gerek yok. Alıcılar ve satıcılar diplomatlar olmadan birbirlerini bulabilirler.

Ticari diplomasının kamu hizmeti olmasının bazı avantajları da bulunabilir. Bu avantajlar Türkiye için önerilecek yeni ticaret diplomasisi modelinde kamunun olması gerekliliğini de meşrulaştırmaktadır.

Bilgi ve istihbarat: Büyükelçilik veya konsolosluk üzerinden bilgi ve istihbarata daha kolay elde edilebilir. Diplomatların dokunulmazlığının olması bilgi ve istihbarat konularını daha da kolaylaştırmaktadır.

Medyada görünürlük ve ülke algısı: Gazete, televizyon, internet vs iletişim kanallarında büyükelçilerin görünürlüğü daha fazladır. Bu durum doğrudan ticareti ve ülke algısını etkileme yönüne sahiptir.

Üst düzey yöneticilerle doğrudan temas: Özellikle karar alma süreçlerinde bulunan üst düzey şirket yöneticilerine doğrudan ulaşma imkanı olan büyükelçiler ve konsoloslar, alınan ticari ve yatırım kararları üzerinde etkili olabilmektedirler.

İtibar: Diplomatlar herhangi bir ticari ve yatırım konusunda söz verdikleri takdirde iş dünyasına göre daha fazla itibara ve inandırıcılığa sahip olabilmektedirler. Özellikle yabancı yatırımcılar açısından yerel özel sektör temsilcilerine göre diplomatlar daha inandırıcı olabilmektedir.

Ölçek Ekonomisi ve Başlangıç: Özellikle ticari ve ekonomik konularda rehberlik yapacak kuruluşların ilk etapta yabancı ülkelerde faaliyette bulunmalarının birtakım kültürel, sosyal ve ekonomik zorlukları vardır. Hizmeti sağlamak için kullanılacak binanın merkezi bir lokasyonda olması ve çeşitli personel istihdamı devletlerin bütçesi açısından sorun teşkil etmeyebilir.

Devlet ve Politika Desteği: Diplomatlar devlet destekli ticari teşvik programlarının bir temsilcisi olarak buldukları için hem ev sahibi hem de merkez ülke katılımcıları açısından muhatap alınmaktadır. Devlet ile iş dünyası arasındaki sinerjinin ortaya çıkmasında aktif rol oynama potansiyelleri ve politika değişim sürecine yapacakları katkı da ayrıca önemlidir.

Ticari diplomasi hizmetlerinden yararlanan şirketlerin yapısı ve ekonomik büyüklüğü ülkeden ülkeye ve şartlara göre değişmektedir. Ancak genel olarak bu hizmetten yararlanan şirketler KOBİ yani Küçük Orta Boy İşletme ölçeğinde faaliyet göstermektedirler. Büyük ölçekli veya uluslararası yapıdaki şirketler ticari diplomasi hizmeti almak yerine daha çok tüm süreçleri kendi bünyeleri veya danışmanlık firmaları üzerinden geliştirmektedirler.

İngiltere gibi bazı ülkeler hem KOBİ'lere hem de büyük ölçekli firmalara bu hizmeti sağlamaktadırlar. KOBİ'lere yönelik hizmetler daha çok teknik destek ve bilgi eksikliktir. Büyük ölçekli şirketler ise büyük çaplı yatırımlar da ve doğrudan yabancı yatırım alanlarında tarafların bir araya getirilmesi şeklinde diplomasının konusu olabilmektedir.

Ticari diplomasi hizmetinin hangi kriterlerle ne tarz ve ölçekteki şirketlere nasıl sağlanacağı konusu kritik hassasiyete sahiptir. Bu açıdan ülkelerin belirleyeceği kriterlerin şeffaflığı, belirli şirketlerin öne çıkartılması

maması, hangi sektörlere öncelik verileceği ve bu hizmetten ücret alınıp alınmayacağı karar verilmesi gereken önemli konular arasındadır.

Ülkeler kendi ihtiyaçlarına göre örneğin istihdam artırıcı veya bölgesel kalkınma veya yüksek teknoloji yatırımı gerektiren veya yeni başlayanlar şeklinde kriterler belirleyebilmektedirler. Bazı durumlarda diplomatların seçici davrandıkları da gözlenmektedir. Örneğin, ticari veya yatırımla ilgili bir konuda belirli eğitim şartlarını sağlamayan veya tecrübesi olmayan firmalar tercih edilmemektedir. Tüm bu meselelerdeki temel soru şu: kriterler veya filtreleme süreçleri objektif olarak yapılmakta mıdır? Örneğin, Güney Amerika ülkelerinin AB'deki bazı ticari temsilcilikleri kendi ülkelerindeki filtreleme sisteminin esnekliğinden şikayet etmektedirler. Esnek filtreleme sisteminden ötürü ticareti yapmak imkanı olmayan şirketlerle muhatap olduklarını ve bunun ciddi bir zaman kaybı olduğunu belirtmektedirler.

Çoğu ülke ticari diplomasi hizmeti sunduğu şirketlerden ücret almaktadır. Ülkelerin prestiji ve sağlanacak hizmetin kalitesini artırmak için makul bir ücret alınması gerektiğini bazı örneklerde karşımıza çıkmaktadır. ABD ise belirli aşamalarda ve kategorilerde kendi şirketlerinden ücret talep etmektedir. Özellikle piyasa araştırması ve ticari görüşmelerde yer alma noktasında doğrudan ücret talep edilmektedir. İrlanda, İsveç ve Fransız ticari diplomatlar da özellikle şirketlerden talep gelmesi durumunda belirli ücretler uygulamaktadır.

Ücretlendirmenin olmasının diğer önemli avantajı ise diplomatların kendi yakınlarına bile bu hizmeti sağlarken daha dikkatli davranmalarını sağlamaktır. Ücretlendirme ayrıca kamu kaynaklarının israf edilmesini de önleme kapasitesine sahiptir. Ticari diplomatlar veya elçilikler doğrudan belirli ticari konularla ilgili piyasa araştırması yapmak yerine anlaşmalı oldukları şirketler vasıtasıyla bu hizmeti sağlamaktadırlar.

Ücretler diplomatların veya bu hizmeti sağlayan ekibin performansını ölçmek için de kullanılabilir. Ücret dışında kamu kesiminden, iş dünyasından temsilcilerden çeşitli görüşler alınarak ve yapılan ticari ve iktisadi faaliyetlerin gelişimi takip edilerek diplomatların performansı değerlendirilmelidir.

6.6. TİCARET DİPLOMASİSİ TARZLARI

Ticaret diplomasi hizmeti sağlayan ülkeler incelendiğinde genel olarak 3 farklı tarzla karşılaşılmaktadır:

Girişimci ve İş Odaklı: Aktif bir şekilde iş geliştirme merkezli çalışan diplomat tipi. Bakanlığın beklentilerinden ziyade iş dünyasının beklentilerini dikkate alan ve o perspektifte çalışan bu tarz diplomatlar girişimci özelliklerine sahiptirler. Şirketlere, yöneticilere oldukça yakın çalışmaktadırlar. Genellikle ücret karşılığı bu hizmetleri vermekteler ve iş dünyasının en sevdiği diplomat tarzına sahiptirler.

Sivil Çalışan: Büyükelçilik veya konsolosluk bünyesinde istihdam edilen ve sadece belirlenen görevi yapan sivil ticari temsilcilerdir. İş görüşmelerinden uzak durmaktadırlar ve mesailerinin çoğunu temsil ettikleri ülkenin büyükelçilik veya konsolosluk binasında geçirmektedirler. Bu tarz diplomatlar ticari faaliyetlerin desteklenmesinden ziyade ticari meselelerde politikaların geliştirilmesi veya aksaklıkların giderilmesi noktalarında masa başı çalışmaktadırlar. Bakanlıkla iş dünyası arasında köprü görevi üstlenmektedirler.

Klasik Ticari Diplomat: Eğitim ve kariyer odaklı, geldiği ülkeyi temsil eden klasik diplomat profilidir. İş dünyasıyla ilgili konularda daha az teknik bilgiye sahiptirler. Yetkilerinden kaynaklı iyi ve etkili bir çevreye sahiptirler. Bu çevrelerini kimi durumlarda iş geliştirmek için kullanabilmektedirler. Ticari diplomasiden ziyade genel diplomatik görevleri ekseninde belirli bir dengeyi gözeterek görevlerini yapmaktadırlar. Temel odaklandıkları nokta bakanlığın memnuniyetidir.

Diplomatların hangi tarz içerisinde görev yapacakları hiç şüphesiz tecrübeleri, eğitimleri, iş dünyasıyla ilişkileri, devletin yapısı, dış işlerinin organizasyonel yapısı, bütçeleri vs. birçok faktör tarafından belirlenmektedir. ABD, Kanada, İngiltere, G. Kore, Japonya gibi ülkelerin ticari diplomatları daha çok iş dünyası odaklı ve girişimci bir tarzla hizmet vermekteler.

İrlanda gibi bazı ülkeler ise 4-5 yıllık kariyerlerinden sonra ticari diplomatların belirli bir süre için özel sektörde çalışmalarını şart koşmaktadır.

Bu şekilde iş dünyasının dinamikleri ve bakış açısı diplomatlar tarafından doğrudan tecrübe edilmiş olmaktadır.

TİCARET DİPLOMASİSİNDE BÜROKRATİK YAPILANMA

Ticaret diplomasinin etkinliğini belirleyen diğer önemli faktör ise bürokratik yapılanmasıdır. Özellikle hangi bakanlık altında bu hizmetin verileceği diplomasinin etkinliğini ve içeriğini etkilemektedir. Dış İşleri Bakanlığı bünyesinde hizmet veren diplomatlar olduğu gibi doğrudan Ticaret Bakanlığı çatısı altında bu hizmeti sağlayan ülke örnekleri de bulunmaktadır. Her iki bakanlığın ortaklaşa hizmet sağladığı diplomatik misyonlar da bulunmaktadır. Örneğin, Avustralya, Kanada gibi ülkeler dış işlerini ve ticareti tek bir bakanlık üzerinden yürütmektedirler. İngiltere Ticaret ve Yatırım ajansı ise hem Dış İşleri hem de Ticaret Bakanlığı'na bağlı bir şekilde hizmet sağlamaktadır. ABD'nin ticari diplomasi hizmetleri ise Ticaret Bakanlığı bünyesinde gerçekleştirilmekte ancak diplomatlar büyükelçi ve konsoloslara düzenli rapor sunmaktadırlar. Şunu belirtmek gerekir ki, ABD örneğinde ticari diplomatların dış işlerine olan bağımlılığı özellikle 1990'larla birlikte azalmaya başlamıştır. Ticari diplomatların girişimcilik ve iş dünyası refleksi göstermelerine ortam hazırlanmıştır. Ayrıca ABD adına ticari diplomasi hizmeti sağlayan ekibin büyük çoğunluğu özel sektör tecrübesine ve işletme eğitimine sahip kişilerden oluşmaktadır. Ticari diplomatlar aynı zamanda federal düzeyde 12 ticaret teşvik ajansı ile çok yakın işbirliği içerisinde görevlerini icra etmektedirler.

Japonya ve G. Kore örneğinde ise ticari diplomasi hizmeti sivil diplomatlar tarafından sağlanmaktadır. Kore ve Japonya ticaret ve yatırım teşvik ajansı bünyesinde çalışan sivil diplomatlar büyükelçilerle çok yakın işbirliği içerisinde ticaret bakanlığına düzenli rapor vermektedirler.

İki başlı organizasyonel yapıların yani hem dış işleri hem de ticaret bakanlıklarının müdahil olduğu ticari diplomatik misyonların en büyük sorunu belirsizliktir. Kurumlar arası koordinasyon problemlerinden kaynaklı görev tanımı yetersizliği, denetimsizlik ve aşırı bürokratik işler zaman içerisinde diplomatların hedefsiz ve risksiz bir tavır takınmalarına yol açabilmektedir.

6.6.A. BEKLENTİLER: İŞ ADAMI DİPLOMATA KARŞI

Ticaret diplomasıyla ilgili diğer bir konu da kamunun bu alanda sağladığı veya sağlamayı taahhüt ettiği bilgi ile iş dünyasının beklentilerinin ve ihtiyaç duyduğu bilginin örtüşmesidir. İş adamları diplomatların girişimci ve iş odaklı olmalarını beklemektedir. Bu açıdan diplomatların da bu kalifikasyonlara sahip kişilerden seçilmesini beklemektedirler.

Örneğin, ticari görüşmeler sırasında problem yaşanması durumunda ticari diplomatların genellikle yaptıkları şey kendi ülkelerinden gelen iş adamlarına avukat listesi vermektir. Bu tarz bir sorunla karşılaştıklarında iş adamlarının beklentisi ise diplomatların endişelerini aktif bir şekilde hem karşı tarafa hem de resmi yetkililere iletmeleridir. Avukata veya hukuk yoluna başvurulmadan önce diplomatların sorunun çözümü noktasında maksimum çaba sarf etmeleri diğer bir beklentidir.

Piyasa araştırmalarında ise diplomatların sağladıkları genel olarak makroekonomik göstergeler ve raporlardır. Genel ticarete dair vergiler ve hukuki altyapı talep doğrultusunda iş adamlarına sağlanmaktadır. İş adamlarının diplomatlardan beklentisi ise bunların ötesinde doğrudan reel ve yaşanmış başarı veya başarısızlık hikayeleri, spesifik sektör ve ürün raporları, cazip yatırım projelerinin tespiti, karar alma süreçlerini etkileyecek tehdit ve risklerin belirtilmesi vs'dir.

Sonuç olarak, ticaret diplomasisiyle ilgili aktarılan literatüre, uygulamaların olumlu ve olumsuz sonuçlarına ve iş dünyasının beklentilerine baktığımızda Türkiye ekonomisinin hem kamu hem de özel sektörü de içine alacak şekilde ticaret diplomasisi eksenli yeni bir modele geçmesi büyük önem arz etmektedir.

6.7 TAMAMLAYICI YÖNÜYLE KÜLTÜREL DİPLOMASİ

Ekonomik, ticaret ve ticari diplomasinin en önemli tamamlayıcılarından bir tanesi kültürel diplomasıdır. Belirli durumlarda kültürel diplomasi ekonomik ve ticari diplomasiden daha da etkili olabilmektedir. Uluslararası ilişkilerde, istenilen sonuçları elde etmek için başkalarının davranışlarını etkileme kapasitesi şeklinde tanımlanan gücün çeşitli kullanım kategorileri

bulunmaktadır. Gücün 3. yüzü veya yumuşak hali şeklinde ifade edilen kültürel diplomasi ise ülkelerin sahip oldukları kültürel ve sosyal değerlerin belirli hedefleri gerçekleştirmek amacıyla kullanılmasına işaret etmektedir. Birçok ülke sahip olduğu kültürel değerler üzerinden uluslararası markasını oluşturma çabasına girmektedir. Kültürel diplomasi alanına yapılan yatırımların karşılığı genel olarak uzun vadede ülkeye pozitif olarak yansımaktadır.

Ülkeler arası ticari ilişkileri etkileyen birçok faktör vardır. Maliyetler, vergi, serbest ticaret anlaşması, lojistik, yakın coğrafya, birlik üyelikleri, ortak veya yakın dil kullanımı, kültürel/sosyal ortaklıklar, tamamlayıcı ara mal üretimi, ürün kalitesi, ikili anlaşmalar vs. Ticareti etkileyen bu faktörlerin hemen hemen hepsinin ekonomik sebepleri veya kaygıları bulunmaktadır.

Tüm ekonomik ve ticari faktörlerle birlikte, ülkelerin hedefledikleri ticaret hacimlerini yakalamaları için sahip oldukları kültürel değerleri çok etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Örneğin, Çin dünya genelinde yaklaşık 300 noktada Konfüçyüs Enstitüleri açmıştır. Buradaki amaç hem kendi kültürünü tanıtmak hem de dilini yaygınlaştırmaktır. Çin'de yaşanan birtakım insan hakları ihlalleri ve kötü çalışma koşullarına dönük uluslararası algı da bu şekilde kırılmaya çalışılmaktadır.

Kültürel diplomasi alanındaki diğer örnek ise Hindistan'dır. Yaklaşık 20 yıl önce uygulanan uluslararası ekonomik yaptırımlar karşısında Hindistan'ın takındığı en önemli tavırlardan bir tanesi kültürel diplomasi araçlarıdır. Yoga, Hindistan dizileri, Bollywood filmleri, spiritüel ve egzotik yönünün vurgulanması, dans ve klasik müzik tüm bunlar Hindistan kültürünün öne çıkan ve uluslararasılaşmış unsurlarıdır. Tüm bunlarla birlikte Hindistan ortak kültür ve mirası paylaştığı yakın coğrafyasındaki ülkelerle sık sık başbakanlık düzeyinde resmi ziyaretler gerçekleştirmektedir. Yurtdışındaki Hint diasporasını etkin kullanmak ta Hindistan'ın diğer önemli kültürel diplomasisi aracıdır.

Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkenin Almanya olmasının bir sebebi de Almanya'da 3 milyon civarında Türk'ün yaşamasıdır. Belirli bir-

takım ekonomik koşul ve şartların oluşmasının ardından aynı dili, kültürü ve geçmişi paylaşan insanlar ülkeler arasında ticaretin gelişmesi kadar doğal bir şey olamaz. Türkiye'nin ticari diplomasının en önemli tamamlayıcısı ve geliştiricisi olan kültürel diplomasi alanında dünyaya sunabileceği birçok değeri bulunmaktadır.

DÜNYA'DA TİCARET DİPLOMASİSİ ÖRNEKLERİ

Çalışmanın bu bölümünde ticaret diplomasisini başarıyla uygulayan ülke örneklerine yer verilecektir. Kamu otoritesinin nasıl bir yapılanma içerisinde ve hangi araçları kullanarak ticaret diplomasisini koordine ettiği, özel sektör ve dış temsilciliklerin bu süreçlerin neresinde ne şekilde yer aldığı incelenmeye çalışılacaktır.

7.1 ABD-ÇİN TİCARET SAVAŞI MI DİPLOMASİ Mİ?

Son yıllarda ABD büyük bir çaba harcayarak Trans-Pasifik Ortaklığı üzerinden uluslararası ticaretin yeni kurallarını hayata geçirmek istemektedir. Sadece piyasaya giriş koşullarını ve serbest ticaret şartlarını değil aynı zamanda işgücü, çevre, kamu iktisadi teşebbüsleri, mülkiyet hakları, internet kullanımı vs. konularını da içine alacak geniş ve kapsamlı bir ticari anlaşmayla hem kendi ticaretini geliştirmek ve oyunun kurallarını kendi lehine belirlemek hem de Asya-Pasifik bölgesindeki gücünü korumayı amaçlamaktaydı. Bu şekilde bölgedeki ve küresel ticaretteki en büyük rakibi olan Çin'i de bir nebze olsa sınırlamış olacaktır.

2016 yılı ABD seçim kampanyasının imzalanması düşünülen Trans-Pasifik anlaşması hem Demokratlar hem de Cumhuriyetçiler tarafından ciddi

bir şekilde eleştirildi. Özellikle Trump anlaşmanın ABD için büyük bir felaket olacağını belirtti. Trump'a göre bu anlaşma ABD'deki küçük bir grubun çıkarlarına hizmet edecek, ABD'li firmalar işlerini daha fazla deniz aşırı ülkelere kaydıracak ve ülkedeki reel ücretler düşük kalmaya devam edecektir.

23 Ocak 2017 tarihinde imzaladığı kararnameyle Başkan Trump, ABD'nin 12 ülkenin yer aldığı Trans-Pasifik Ortaklığı'ndan çekildiğini açıkladı. Bu kararın ardından Trump ülkesine yeni iş imkanları kazandıracak, çalışanların ücretlerini iyileştirecek şekilde adil ikili ve çoklu ticaret anlaşmaları ve yeni müzakereler yapmaya hazır olduğunu belirtti.

Halihazırda ikili ticaret görüşmeleri ABD ile Avustralya, Güney Kore, Japonya, Malezya, Yeni Zelanda ve Singapur arasında devam etmektedir. Her ne kadar Trump, Pekin'i eşit olmayan ticaret uygulamalarından ötürü tehdit etse de, ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşlarından en fazla zarar görecektir ABD olacaktır. Gergin ortama rağmen, her iki tarafta aralarında anlaşmazlığa düştükleri gümrük vergileri ve yatırım konularında orta bir noktada buluşup, masaya oturabilirler. Temel meselelerden bir tanesi de Çin'in ABD ticaret açığını nasıl finanse edeceğidir.

Çin ise ABD'nin bu tavrına karşı bölge ülkeleriyle farklı ticari ortaklıklar geliştirme yolunu tercih etmiş gözüküyor. Geniş Kapsamlı Bölgesel Ekonomik Ortaklık ve Asya-Pasifik Serbest Ticaret bölgesi gibi iki önemli inisiyatif devam etmektedir. Çin'in desteklediği ve ASEAN ülkeleri tarafından yürütülen Geniş Kapsamlı Bölgesel Ekonomik Ortaklık görüşmeleri Trans-Pasifik Ortaklığı'na ciddi bir alternatif olarak durmaktadır.

2010 yılından beri hem Trans-Pasifik hem de Geniş Kapsamlı Bölgesel Ekonomik Ortaklık görüşmeleri Asya-Pasifik bütünleşmesi açısından ciddi bir heyecan yarattı. Ekonomik önemi dışında, bu iki farklı ticari görüşmeler Washington ile Pekin arasında stratejik ticaret diplomasi araçları olarak görüldü. Hem ABD hem Çin doğrudan ve dolaylı görüşmeler yoluyla birbirlerine mesajlar verdi. 2017 yılındaki ani kararlar Çin'in bölgedeki gücü artma eğilimine girmiş gibi gözükmektedir.

Öte yandan, diğer bölge ülkeleri ise ABD'nin görüşmelerden çekilmesinden memnun kalmamış gibi gözükmektedir zira ABD ile Çin ortaklığı diğer ülkelerin çıkarlarına hizmet eden en güçlü çözümdür. Nitekim ABD'nin Ocak 2017 kararından sonra Çin'in bölgesel ticari entegrasyon konusunda daha hızlı ve sert adımlar attığı gözlenmektedir. Çin'in genişlemeci ekonomi ve ticaret politikalarından rahatsız olan bazı ASEAN ülkeleri yeni ABD yönetimiyle ikili ticaret anlaşması imzalamaları da an meselesidir.

Son olarak, Güney Kore ile Kuzey Kore arasındaki yakınlaşmanın en çok hangi ülkeye yarayacağını da zaman gösterecektir. ABD ile Çin arasındaki ticaret savaşlarının seyri ve nasıl bir uzlaşa sağlanacağı ticaret diplomasisi ve diplomatlar açısından da önemli bir test olacaktır.

7.2 OBAMA'NIN AFRIKA'DAKİ TİCARET DİPLOMASİSİ

Afrika kökenli Obama'nın 2008 yılında ABD Başkanı olarak seçilmesi, ABD ile Afrika arasında yeni ilişkilerin başlayacağı sinyali olarak da algılandı. Her ne kadar ilk döneminde Afrika'ya yönelik beklentiler karşılanmamış olsa da, Obama ikinci dönemiyle birlikte Güçlü Afrika planını hayata soktu. Öncelikle Afrika Büyüme ve Fırsatlar Antlaşmasını yenileyen Obama yönetimi, ilk defa ABD-Afrika Liderler Zirvesi düzenledi. Bu zirve, ABD ile Afrika ülkeleri arasındaki ekonomik ve ticari ilişkilerin derinleşmesine zemin oluşturdu. Ayrıca ABD'li yatırımcılara Afrika pazarına açılma ve yatırım yapma sinyali verildi. 44 ülkenin yer aldığı Afrika kıtasında her ülke kendi başarı hikayesini oluşturup, farklı ekonomik büyüme projeksiyonlarına sahiptir. Bazı ülkeler yatırım açısından riskli kategoride yer alırken, bazıları ise uluslararası şirketler ve ülkeler için uygun yatırım ve ticaret fırsatları sunabilmektedir.

Yolsuzluk, kötü yönetim, çevresel sorunlar, salgın ve ölümcül hastalıklar, derin kamu ve özel sektör borçları, siyasi istikrarsızlık genel olarak Afrika ülkelerinin sahip olduğu ortak karakteristiklerdendir. Tüm bu zorluklara rağmen dünyada en hızlı büyüyen 12 ekonomiden 6'sı Afrika'da yer almaktadır. Tüm risklere rağmen Afrika pazarı, Başkan Obama'nın yeniden başlattığı ticari diplomasi girişimiyle ABD'li şirketlere yeni fırsatlar sunmaktadır.

Obama, 2012 yılında hayata geçirdiği yeni Afrika stratejisiyle Afrika ülkelerine yönelik ticaret ve yatırım hamlelerine öncelik verilmesini istedi. Bu bağlamda 2014 yılında Washington'da Afrika liderlerinin katıldığı bir zirve ile ticaret, yatırım ve iyi yönetim konuları ele alındı. Her ne kadar geç kalınmış olsa da, ABD'nin düzenlediği bu zirvenin asıl amacı bölgedeki rakipleri olan Çin, AB ve Hindistan ile aynı şartlarda rekabet edebilmek olarak algılandı. Zirve sonrası Ticaret Bakanlığı'nın himayesinde 90'dan fazla ABD'li firmanın katıldığı ABD-Afrika İş Forumu düzenlendi. Bu forumda yaklaşık 14 milyar dolarlık iş anlaşması yapıldı.

İş Forumu'nun hemen ardından özel sektörden de 15 iş adamının yer aldığı "Afrika'da İş Yapmak" konseyi kuran Obama, bu konsey üzerinden ABD'li şirketlere Afrika'daki yatırımlar, fırsatlar, riskler, finans vs. konularında yardımcı olmayı amaçladı. Ruanda, Gana, Etiyopya, Nijerya ABD'nin özel ilgilendiği ve delegasyon yolladığı ülkeler arasında yer aldı. 2009 ile 2013 yılları arasında ABD'nin Afrika yaptığı mal ve hizmet ihracatı % 40 artarak, toplamda 50 milyar Dolara ulaştı. Bunun dışında Sahra-Altı Afrika ülkelerinin ulusal enerji stratejilerinin belirlenmesinde ABD hükümetinin desteğiyle özel şirketler yakından ilgilenmektedirler. Ulusal enerji stratejisiyle ilgili ABD'nin özel şirketlerle birlikte ayırdığı toplam bütçe 43 milyar dolar civarındadır.

ABD'nin Afrika'daki ülkelerle ticari ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi konularında destek verecek Ticaret Bakanlığı'ndan Ticaret Temsilciler Ofisi'ne kadar çok geniş bürokratik yapılanması bulunmaktadır. Bu birimler hem Afrika hükümetleriyle yakın temas içerisinde kalarak ülkelerinin ABD'li yatırımcılar için nasıl cazip hale gelecekleri noktasında destek vermekte hem de ABD'li firmaları kârlı ve cazip Afrika ülkelerine yatırım noktasında teşvik etmektedirler.

7.3 TİCARET DİPLOMASİSİ VAKA ANALİZİ: ASEAN-ÇİN HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI

ASEAN¹ ülkeleriyle Çin arasında 2010 yılında yapılan havayolu taşımacılığı anlaşması neticesinde daha serbest bir piyasa rejimine doğru geçiş oldu. Ancak bu anlaşma öncesinde Çin'in ASEAN ülkelerine kıyasla mut-

lak üstünlüğü bulunmaktaydı. Bu dezavantajlı durumu kendi lehlerine dönüştürmek isteyen ASEAN ülkeleri blok olarak hareket ederek Çin'e karşı pazarlık güçlerini arttırmaya çalıştı. Bu zamana kadar Çin ile ASEAN ülkeleri arasında ikili olarak yapılan anlaşmaların artık Çin ile ASEAN ülkeleri arasında toplu olarak yapılması kararlaştırıldı. Eskiden mevcut olan uçuş kısıtlamaları yerini daha serbest ve gelişmiş bir hava taşımacılığına dönüştürdü. Eski ikili anlaşmalar teknik olarak Çin ile bireysel bazda ASEAN ülkeleri arasında olsa da, Çin'in büyük oyuncu olması neticesinde diğer ASEAN ülkeleri bu durumdan negatif etkilenmekteydiler çünkü Çin kendi havayolu taşımacılığını merkeze alarak bireysel bazda anlaşmalar yapmaktaydı. Kendi kapasitesi ve yoğunluğunu dikkate alarak diğer ülkeleri konumlandırıyor ve anlaşmayı da bu çerçevede yapıyordu. Bu durum Çin ile ASEAN ülkeleri arasındaki iktisadi ve siyasi güç dengesizliklerinin kaçınılmaz olarak reel bir yansımasıydı.

2010 yılında ASEAN ülkelerinin blok olarak katıldığı anlaşmayla tüm bu dengesizlikler ASEAN ülkeleri lehine çözülmeye başlandı. Bu anlaşma neticesinde örneğin, Singapur Havayolları herhangi bir Çin kentine sınırsız bir şekilde uçuş hakkını elde etti. Buradaki tek kısıt güzergahtaki havayolunun yoğunluğu olarak belirlendi. Benzer şekilde Çinli havayolları da Çin'deki herhangi bir nokta ile ASEAN ülkelerindeki noktalar arasında sınırsız aktarma yapma hakkı elde etti.

2010 yılında yapılan yeni anlaşma ASEAN ülkeleri açısından ciddi bir kazanım gibi gözükse de, hava-siyaseti güç dengesizliğini halen kendisini hissettirmektedir. Örneğin, bir ASEAN ülkesine ait havayolu firması sınırsız olarak kendi ülkesindeki bir noktadan Çin'e uçuş yapma hakkına sahip ancak başka bir ASEAN ülkesi üzerinden aktarmalı olarak bu uçuşu yapma imkanı bulunmamaktadır. Tersisi durum ise Çin için geçerli değildir.

Çin ile ASEAN ülkeleri arasında yaşanan bu asimetri ASEAN ülkelerinin tek bir piyasa gibi davranma becerisi kazanamamalarından kaynaklanmaktadır. Bu birlikteliğin sağlanamamasının nedeni Çin'den ziyade ASEAN ülkelerinin birlikte hareket ederek elde edecekleri ticari kazanımların farkında olamamalarıdır.

1 Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler, Singapur, Brunei, Vietnam, Laos, Myanmar ve Kamboçya.

ASEAN ülkelerinin havayolu piyasası örneğinde Çin ile yaşadıkları ticari dengesizliğin benzeri Avrupa Birliği ile ABD arasında bulunmaktaydı. AB üye ülkeleri kendi aralarında havayolu taşımacılığı noktasında birlik sağlayarak 2007 yılında ABD ile yeni bir anlaşma imzaladılar. Bu anlaşmaya göre herhangi bir AB üye ülkesine ait havayolu firması AB içerisindeki herhangi bir noktadan bağlantı yaparak ABD'deki herhangi bir noktaya uçuş yapma hakkı elde etti.

ASEAN ülkelerinin havayolu taşımacılığındaki hedefi AB ile ABD arasında imzalanan anlaşmaya benzer hakları elde etmektir. Ancak, burada üye ülkeler ve ASEAN ile Çin arasındaki ticaret diplomasininin hangi aletlerinin nasıl kullanılacağı önem kazanmaktadır. Zira küçük ölçekli ekonomiye sahip üye ülkelerle büyük ölçekli ekonomiye sahip ülkelerin nasıl bir formülle tek bir piyasanın içerisine dahil edileceği belirsizliğini korumaktadır. Zaten ticaret diplomasininin en zor ayağı da budur.

7.4 ALMANYA ÖRNEĞİ

Almanya'da ticaret diplomasisiyle ilgili asıl sorumluluk ekonomik işler ve enerji bakanlığına aittir. Bu bakanlık Dış İşleri ile yakın işbirliği çerçevesinde yurtdışındaki ticaret odalarını da sürece dahil ederek ticaret diplomasisini yürütmektedir. Almanya hükümeti şirketlerinin dünyada rekabetçi kalabilmeleri adına aktif bir rol üstlenmiştir. Alman hükümeti şirketlerinin özellikle ihracat alanında karşılaştıkları zorlukları çözme adına ikili devlet anlaşmaları noktasında çok hızlı bir şekilde aksiyon alabilmektedir. *Buradaki temel bakış açısı şudur: ülkeler arası iktisadi ve siyasi ilişkilerin temel motoru ticarettir.*

Almanya hükümeti KOBİ diye nitelendirilen küçük ve orta ölçekli şirketlerin ihracatta daha aktif olabilmeleri için çeşitli araçlar da geliştirmektedir. Riskten korunma yolları, yatırımların nasıl arttırılacağı, yurtdışı muhatap bulma, yabancı firmalarla işbirliği konuları bu araçlardan bazılarıdır. Ekonomik İşler ve Enerji Bakanlığı geliştirilen mobil bir platform sayesinde elektronik olarak sektör katılımcılarına çeşitli hizmetler de sunmaktadır.

Bakanlık bünyesinde dış ticareti arttırmaya yönelik dönem dönem kampanyalar da düzenlenmektedir. Bu kampanyalarda KOBİ'lere özel

önem verilmektedir. Küresel ölçekteki ürünleri ve temaları yakalamayı amaçlayan bu kampanyalarda kapsamlı bir pazar stratejisi geliştirmek amaçlanmaktadır. Alman endüstrisinin pozitif algısını geliştirmek ve dış ticarete teknoloji ve bilimin kullanıldığı bir merkez olmak bakanlığın öncelikleri arasındadır.

Ekonomi ve Teknoloji Bakanlığı seminerlerin düzenlendiği, eğitim programlarının gerçekleştirildiği, asistanlık hizmetlerinin verildiği, ticaret ağı geliştirmenin desteklendiği, yeni ve güncel bilgilerin paylaşıldığı online platform aracılığıyla şirketlerin, odaların ve uluslararası şirketlerin bir araya geldiği bir zemin oluşturmayı başarmıştır. Bakanlık sunduğu diğer bir hizmet ise ihracat kredileridir. Bu krediler yoluyla şirketlerin belirli risklerden korunmaları amaçlanmaktadır.

Almanya'nın diğer önemli bir gücü de yurtdışındaki ticaret ve endüstri odalarının fazlalığıdır. Odaların toplam 80 ülkede 120 ofisi bulunmaktadır. Bakanlığın resmi temsilciliği olarak fonksiyon gösteren yurtdışı ticaret ve sanayi odalarının yurtdışında toplam 50 bin Alman şirket üyesi bulunmaktadır. Alman olmayan şirketler de dış temsilciliklere üye olabilmektedir.

Dış İşlerinin de doğrudan yer aldığı Alman ticaret diplomasininin temel felsefelerinden bir tanesi Alman ekonomisini dünya ölçeğinde geliştirmek ve korumaktır. Dış İşlerine bağlı elçilik ve konsolosluklar bu felsefe ışığında yurtdışı ticaret odalarına ekstra tavsiye ve bilgi aktarmaktadır. Özellikle ticarete dönük ikili anlaşma ve müzakerelerde elçilik ve konsolosluklar oldukça aktif rol üstlenmektedirler.

7.5 İNGİLTERE ÖRNEĞİ

İngiltere 1997 yılında İşçi Partisi'nin iktidar olmasıyla birlikte diplomatik sistemini ticaret ekseninde yenileme kararı aldı. Artık iş dünyasının çıkarları diplomatik sistemin içerisine entegre edilmişti. İngiltere diplomasininin siyasi ve ticari bileşenlerinin belirli bir denge içerisinde yer aldığı yeni bir diplomasi pratiği oluşturmaya başlamıştır. Yeni tarz iş dünyası-hükümet ortaklığı diplomasiyi planlamadan, stratejiye, uygulamadan, yeni

yatırımlara vs. birçok konu ve alanda direk etkiler hale gelmişti. Başka bir ifadeyle, kamu çıkarını sağlamanın en temel koşullarından bir tanesi iş dünyasının çıkarlarını gözetebilmek haline dönüştü denilebilir.

Ticaret diplomasisi kavramını İngiltere açısından şu şekilde kullanmak mümkündür: ticari ilişkilerini yöneten kamu ve özel kesim aktörlerinin diplomatik kanal ve süreçleri kullanmasıdır.

Pazar araştırılması yapılması ve ticari faaliyetlerle ilgili olası fırsatların tespit edilmesi, yabancı ülkelerdeki kamu ve özel kesim aktörleriyle görüşmelerin sağlanması, İngiltere'ye ihracat ürünlerinin en iyi şekilde tanıtılması için lobi çalışmalarının yapılması ticaret diplomasisinin temel ayaklarını oluşturmaktadır.

Vietnam'ın başkenti Hanoi'de bulunan İngiliz Büyükelçiliği'nin kablo lu ve kablosuz güvenlik alanında 207 milyon dolarlık bir satış yapılmasına öncülük etmesi, hava-uzay teknolojisi alanında çeşitli ülkelere temsilciler gönderilmesi, Japonya'da İngiltere Motor Gösterimi çerçevesinde motorlu araçların tanıtımı vs. İngiltere'nin iş dünyası destekli ticaret diplomasisine sadece birkaç örnek olarak verilebilir.

İngiltere bürokrasisinde ticaret diplomasisiyle ilgili tüm süreçler yabancı ülkelerdeki temsilciliklerin, özel sektör katılımcılarının yer aldığı Uluslararası İngiliz Ticareti birimi tarafından yürütülmektedir. Tüm ticari faaliyetler, yatırımlar, yatırım ve ihracat destekleri bu birim tarafından koordine edilmektedir. Bu birim ticaret süreçlerindeki diplomatların kariyerlerini geliştirmek adına çeşitli eğitimler de düzenlemektedir.

Ticaret diplomasisini koordine eden Uluslararası İngiliz Ticareti birimi devlet tarafından kurulsun bile, bu birimde görev yapan iş dünyası temsilcileri kamudan gelen temsilcilerden fazladır. Bu durum, iş dünyasının ticaret diplomasisi üzerindeki gücünü göstermesi açısından önemlidir.

Uluslararası İngiliz Ticareti biriminin kurulmasıyla birlikte özellikle ihracata yönelik alanlardaki farklı uygulamaları ve koordinasyon problemi çözüme kavuşmuştur. İş dünyası sahip olduğu ve geliştirdiği yeni fikir ve

stratejileri doğrudan bu birim üzerinden uygulamaya geçirebilme imkanına sahip olmuştur.

Uzun vadeli ticaret stratejileri geliştiren bu birim ihracat teşviklerinden, deniz aşırı ticaretin geliştirilmesi, dış ticaret performanslarının değerlendirilmesinden, küçük ölçekli ve tecrübesiz şirketlere rehberlik desteği verilmesi vs. alanlarından direk destek vermektedir. Örneğin, İngiltere'nin özellikle Çin, Japonya, Hindistan, İsveç, Meksika ve bazı gelişmekte olan ülkelere yönelik stratejiler geliştirmesinde bu birimin önemli bir rolü bulunmaktadır.

Burada büyük ölçekli şirketlerin çıkarlarıyla küçük ölçekli şirketlerin çıkarları ve tüm bu çıkarların ülke menfaatleriyle ilişkisinin çok iyi bir şekilde yönetilmesi ve dengelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu farkındalık içerisinde hareket eden diplomatların nitelikleri önem kazanmaktadır.

Uluslararası İngiliz Ticareti birimi yaklaşık 150 dış pazardan elde ettiği çeşitli bilgileri, hazırladığı stratejileri ve sektörel raporları internet sitesi üzerinden iş dünyasıyla paylaşmaktadır.

Günümüz diplomatlarının geçmişine baktığımızda ticari faaliyetlerde ve ihracatta etkinlik gösterecek yeteneklerinin olmadığı göze çarpmaktadır. Siyasetin önemli bir yer tuttuğu İngiltere Dış İşleri'nde özel ekonomi ve ticaret eğitimlerinden geçmiş diplomatlara ihtiyaç olduğu aşikardır. Bu boşluk bazı kısa dönemli eğitimler veya kısa dönemli istihdam yöntemleriyle aşılabilir istense de ciddi bir problem olarak durmaktadır. Belirli eğitim süreçlerinden geçen diplomatların iş dünyasından tecrübe kazanmaları ve bazı beceriler elde etmeleri beklenmektedir. Örneğin, bazı İngiliz konsolosluk veya büyükelçilikleri iş dünyasında üst düzey yöneticileri 6 aylık dönemler için kendi bünyelerinde istihdam edebilmektedir. Bu tarz istihdamlar, sadece diplomatlara iş dünyasının gerçeklerini ve bakış açısını göstermesi açısından değil, aynı zamanda iş dünyasındaki yöneticilerin bürokrasiyi tanıması açısından da önemlidir.

7.6 HİNDİSTAN ÖRNEĞİ

Hindistan ekonomisi ABD, Japonya ve Almanya'nın 1998'de başlattığı ekonomik yaptırımlar sonrası özellikle iş dünyasını ve yurtdışındaki

Hintlileri etkin bir şekilde kullanma kararı aldı. Ticaret ve kamu diplomasisi ile kamu özel sektör işbirliği Hindistan'ın bu yaptırımlardan kurtulmak için başvurduğu iki önemli enstrümandı.

Bu açıdan 2000'li yıllar Hindistan için de ticaret diplomasisi alanında yeniden yapılanmanın yaşandığı döneme denk gelmektedir. Birçok ülkede olduğu gibi Hindistan Dış İşleri de ticaret diplomasisini esaslı bir gündem olarak ele almaya karar verdi. Nitekim 2002 yılında Yeni Delhi'de düzenlenen bir toplantıda dönemin Alman ve Fransız Büyükelçilerinin zamanlarının en az % 60'ını ekonomi ve ticaret teşvikleri konularına harcadıklarını söylemeleri ticaret diplomasisinin dış politikadaki yerini göstermesi açısından gayet manidardır.

Mevcut diplomasi uygulamalarının ekonomi ve ticaret konularında oldukça yetersiz kalması ve bu yetersizliğin birçok gelişmekte olan veya geçiş aşamasındaki ülkelerde oldukça net bir şekilde görülmesi Hindistan'a daha hızlı adımlar attırdı. Karşılıklı ticari ve ekonomik bağımlılığın had safhada olduğu günümüz dünyasında, Hindistan'ın dış politikasını doğrudan ülkenin iktisadi çıkarlarına uygun bir şekilde yeniden ele alması artık kaçınılmaz hale gelmişti.

Hindistan Dış İşleri Bakanlığı öncelikli olarak göreve yeni başlayan diplomat adaylarına temel ekonomi dersleri vermeyi uygun gördü. Yeni başlayan diplomat adayları, temel derslerin ardından birtakım ekonomik sorunların, küresel ve ulusal ticaretle ilgili konuların ve bazı iktisadi kavramların derinlemesine incelendiği bir eğitim programından geçirildi. Eğitimlerin ardından dış işleri çalışanlarının ekonomiyle ilgili birimlerde (enerji, ticareti, finans, petrol, endüstri vs.) çalışması sağlandı. Özel sektöre bağlı kuruluşlardan da çalışanların eğitimi noktasında destekler alındı. Bu süreçlerden geçen ve görevlerine başlayan diplomatlara uzaktan eğitim ve internet üzerinden çeşitli sertifika hizmetleri de sağlanarak ekonomi ve ticaret konularında yeteneklerinin geliştirilmesi hedeflendi. Belirli dönemlerde iş dünyasından ve düşünce kuruluşlarından uzmanlar getirilerek dış işleri çalışanlarının güncel ekonomi konuları hakkında bilgi sahibi olmaları ve reel sektörü yakından tanımaları imkanı da sağlanmaya başlandı. Son

olarak, tüm bu süreçlerden geçen dış işleri diplomat adaylarından bazılarının dünya ticaret örgütüyle ilgili konular, anti-damping hareketleri, bölgesel ticaret anlaşmalarına doğrudan katılmaları sağlanarak tecrübe kazanmaları amaçlandı.

Bununla birlikte, kurulan Hindistan Varlık fonu sayesinde yaklaşık 130 milyon dolarlık kaynak sadece şirketlerin yurtdışında şube açmaları ve yurtdışındaki Hindistan algısını pozitifleştirmek için kullanıldı.

Konsolosluk ve büyükelçiliklere iş dünyasından ve ticaret odalarından temsilciler tam zamanlı çalışacak şekilde istihdam edildi. Bu yeni personellerin masrafları tamamen özel sektör veya ticaret odaları tarafından karşılandı. Varlık fonu ayrıca kendi internet sitesi üzerinden ticaret diplomasisiyle ilgili süreçleri ve stratejilerini şeffaf bir şekilde paylaştı.

Özellikle Hintli enerji firmalarının yurtdışında aktif bir şekilde rol almaları ticaret diplomasisinin önemli bir başansıdır. Zira İngiliz ve ABDli büyük rakiplere rağmen enerji alanında küresel bir oyuncu olmak kolay değildir. Buna örnek olarak ONGC Videsh Ltd'nin Rusya'daki Sakhalin petrol yataklarından % 20'lik pay satın alması verilebilir. Bu satın alma sürecinde hem küresel oyuncularla rekabet edilmiş hem de Rusya içerisindeki sorunların çözülmesi için yoğun bir diplomasisi trafiği yaşanmıştır. Ticaret diplomasisinin bir ayağı olarak dönemin Hindistan başbakanı ile Rusya başkanı Putin arasında bazı sorunların çözümü için telefon görüşmesi de gerçekleştirilmiştir.

Ticaret diplomasisi açısından diğer önemli bir unsur da tecrübedir. Bu çerçevede Hindistan Dış İşleri, emekli üst düzey ekonomi yönetiminin bir komite kurarak ülkenin ticaret diplomasisi noktasında neler yapabileceğinin tartışılmasını istemiştir.

TÜRKİYE’NİN İHRACAT KABİLİYETLERİ BAKIMINDAN TİCARET DİPLOMASİSİ

Diplomasi uluslararası ticaret ve yatırım alanlarında önemli bir fonksiyona sahiptir. Geleneksel diplomasinin ciddi bir değişime uğradığı günümüz dünyasında ülkelerinin önceliklerine, teknolojik gelişim ve ihtiyaçlara, ticaret sistemindeki dönüşüme ve artan rekabet şartlarına göre diplomasisini yeniden yapılandıran devletlerin küresel ekonomi de daha fazla güce sahip olduğu görülmektedir. Bu açıdan Türkiye ekonomisi için strateji ve küresel rekabette öne çıkan sektör ve ürün gruplarının tespit edilerek, bu sektör ve ürün gruplarının doğru diplomasi kanallarıyla uluslararası ticarete ve yatırıma konu edilmesi büyük önem arz etmektedir. Çalışmanın bu bölümünde Türkiye ekonomisinde stratejik ve rekabet açısından öne çıkan veya önemli olan sektörlerle ilgili kısa ve önemli bilgiler paylaşılacaktır. Diplomasi kanallarının verimli bir şekilde kullanılarak bu sektörlerdeki katma değer ve ticaret hacimlerinin kolaylıkla artırılması mümkündür.

TİCARET DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE’NİN REKABETÇİ VE STRATEJİK SEKTÖRLERİ

World Integrated Trade Solution (WITS) dijital veri tabanı üzerinden 6 haneli HS 2012¹ kategorisi kullanılarak Türkiye’nin ihracat alanında rekabetçi olabileceği ve yatırım fırsatı sunma potansiyeli olan sektörler ortaya konulmuştur. Bu sektörler ve ürünler Türkiye’nin kendi hinterlandı ve diğer coğrafyalardaki ülkelerle rekabet içerisinde olabilme ve göreceli olarak fiyat avantajı sunabilme potansiyeline sahiptir.

Bunların dışında, Türkiye’nin doğrudan yerli ya da yabancı yatırım modeli veya devlet/özel sektör işbirliği içerisinde küresel pazardaki ihracat hedeflerini yakalamak ve geliştirmek adına odaklanması gereken sektörler de bulunmaktadır. Bu kısımda, uzun vadede stratejik öneme sahip sektörler ile mevcut durumda Türkiye’nin rekabet ve göreceli fiyat avantajını kullanabileceği sektörler kısaca özetlenecektir.

TIBBİ VE MEDİKAL ALETLER

Bilgi ve yeni teknolojiler sayesinde hızlı bir şekilde gelişen tıbbi ve medikal aletler sektörünü küresel anlamda Çin, ABD, Almanya, Fransa, İtalya, Hindistan gibi ülkeler domine etmektedirler. AR&GE alanına yapılan yatırımlar sonucu dünyada söz sahibi olan bu ülkeler, sağlık hizmeti sektörünün gelişiminden de doğrudan pay alabilmektedirler. ABD’nin bu pazardaki payı 2014 itibarıyla yaklaşık 136 milyar dolara ulaşmış durumdadır. Raporlar ve küresel gelişmeler ekseninde önümüzdeki 10 yıllık periyotta tıbbi ve medikal aletler sektörünün yıllık ortalama % 6 civarında büyümesi beklenmektedir. Belirli alanlarda yoğun bilgi ve teknolojinin kullanıldığı bu sektör aynı zamanda istihdam sağlama açısından ülkelere çeşitli fırsatlar sunmaktadır.

Türkiye’ye tedavi amacıyla gelen yabancı hasta sayısı ve sağlık hizmet kalitesi/çeşitliliğindeki artış bu sektördeki potansiyelleri ortaya koymaktadır.

¹ 6 haneli ürün listesi için bakınız: http://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs_nomenclature_2012/hs_nomenclature_table_2012.aspx

SAĞLIK TURİZMİ VE HİZMETLERİ SEKTÖRÜ

Sağlık turizmi amacıyla ülkemize gelen turistlerin tatil maksadıyla gelenlere kıyasla ortalama 8 ila 10 kat daha fazla harcama yapması hizmet sektörü geliri açısından önemlidir. Türkiye sağlık turizmi açısından ABD ve Almanya’dan sonra dünyada 3. sırada yer almaktadır. **Özel sağlık kuruluşları sayı ve hizmetindeki artış** ile birlikte fiyat avantajı Türkiye’yi öne çıkaran faktörlerden bazılarıdır. Sağlık turizmini tamamlayan en önemli sektör hiç şüphesiz havayolu taşımacılığı ve rehberlik hizmetidir.

İNŞAAT SEKTÖRÜ

Türkiye’de inşaat sektörü hem ekonomideki payı hem küresel pazardaki kaliteli iş ve işçilik algısı hem de istihdama katkısı açısından önemli bir işleve sahiptir. Türkiye yurtdışında bugüne kadar toplam 119 ülkede yaklaşık 355 milyar dolar değerinde 9173 proje üstlenmiştir.² **Türk müteahhitlerin yurtdışında gerçekleştirdikleri projelerin ortalama yatırım bedeli 2000 yılında 20 milyon dolar civarındayken, 2016 yılında 71 milyon dolara yükselmiştir. Orta-Doğu, Afrika, Rusya ve Eski Sovyet Topluluğu ülkelerinde** yoğun bir şekilde hizmet sunan Türk müteahhitleri yeni pazarlara ulaşarak ve bu pazardaki paylarını arttırarak Türkiye ekonomisi açısından kilit rol üstlenmektedirler.

TARIM VE GIDA SEKTÖRÜ

Türkiye’nin ihracat kalemlerinin hiç şüphesiz olmazsa olmazı Tarım ve Gıda Sektörü ürünleridir. Yakın coğrafya söz konusu olduğu zaman buna Hayvancılık Sektörü (özellikle kanatlı hayvan eti) de eklenmektedir. Kurutulmuş meyve, kuru baklagiller başta olmak üzere sebze, meyve ve bitkisel yağ ürünlerinde, hazır veya işlenmiş gıda mamullerinde, meşrubat alanında önemli ihracat fırsatları bulunmaktadır.

Hiç şüphesiz uzak menzilli taze meyve ve sebze taşımacılığın önündeki en büyük engel lojistik ve depolama şartlarıdır. Gününbirlik büyük ölçekli kargo taşımacılığı ve yüksek kapasiteli depolama bu noktadaki fırsatların hayata geçmesini kolaylaştırabilir. Bezelye, turuncgiller (limon,

² KPMG, İnşaat, Sektörel Bakış.

mandalina, portakal), tahıl unu, mısır unu, zeytinyağı, ayçiçeğyağı, reçel, fındık, mineralli su, bisküvi, tütün vs ürünler bu sektör altında Türkiye'nin ihracatta rekabet edebileceği ürünlerden bazılarıdır.

KOZMETİK VE KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİ

Türkiye ihracat pazar payının her geçen sene ağırlığını arttırdığı sektörlerden biri olan Kozmetik ve Kişisel Bakım ürünlerin de küresel pazara da hitap etme potansiyeline sahiptir. Özellikle sabun, yüz temizleme ve bakım, organik, parfüm, çeşitli vücut yağları, şampuan, bebek bezleri vs ürünlerinde Türkiye'nin dünyaya yapmış olduğu ihracat ise yaklaşık 6 milyar dolardır.

PLASTİK VE KAUCUK SEKTÖRÜ

Dünya ticaretinde önemli bir yeri olan sektörlerden bir tanesi de plastik/kaucuk sektörüdür. Mutfak, banyo, temizlik malzemeleri, streç (kap, kaçak, poşet) taşıt lastikleriyle birlikte ham polimer ve silikon bu sektörde ağırlığı olan ürünlerden bazılarıdır. Türkiye ise dünya pazarına bu sektörden 9 milyar dolar civarında ihracat gerçekleştirmiştir. Gıda, mutfak ve temizlik sektörleriyle doğrudan ilişkili olan ve bunların tamamlayıcısı niteliğindeki plastik ve kauçuk pazarında Türkiye'nin bölgedeki en büyük rakibi hiç şüphesiz Çin'dir.

TEKSTİL VE GİYİM SEKTÖRÜ

Türkiye'nin ihracat pazarında en büyük hacme sahip olduğu alan tekstil ve giyim sektörüdür. Tekstil ve giyim sektörünün Türkiye ihracat pazarındaki payı yaklaşık %18 ve büyüklüğü ise 2017 yılında yaklaşık 30 milyar dolardır. Tekstil ve giyim sektörü sadece ihracat yoluyla gelir kazandırma yönüyle değil istihdam açısından da oynadığı rolle Türkiye ekonomisi açısından önemli bir özgül ağırlığa sahiptir.

Türkiye rekabetçi üstünlüğe sahip olduğu bu alanda kültürel olarak yakın olduğu coğrafyaların beklentilerine, zevklerine uygun kaliteli tekstil ürünleriyle bu büyük potansiyeli fırsata çevirebilir. Erkek takım elbise, pamuk, kazak, hırka, pamuk dokuma bezi ve ipliği, tekstil bezi, erkek gömlek(pamuk), t-shirt, fanila vs. öne çıkan bazı ürünlerdendir.

ELEKTRONİK VE BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜ

Türkiye beyaz eşya üretimi alanında Avrupa'nın en önemli ihracatçılarından bir tanesi konumunda. Türkiye bu alanda sahip olduğu altyapı ve sağladığı rekabetçi fiyatlarla küresel pazarda ağırlığını hissettirebilir. Türkiye yıllık 25 milyon üretim kapasitesiyle dünyada 100'den fazla ülkeye beyaz eşya ticareti gerçekleştirmektedir. Ürünlerde sağlanan enerji tasarrufları sektöre ayrı bir katma değer kazandırmaktadır.

Ülkeler buzdolabı noktasında belirli doyum seviyelerine ulaşmış olsa da özellikle bulaşık makinesi, çamaşır makinesi, klima ve klima parçaları alanında ciddi ticaret potansiyelleri bulunmaktadır.

ÇELİK VE METAL SEKTÖRÜ

Türkiye'nin bu sektördeki 2017 yılı toplam ihracatı yaklaşık 17 milyar dolar gerçekleşmiştir. Demir ve çelik, sac, yapı iskelesi malzemeleri, alüminyum, inşaat ve yapılarda kullanılan elektrikli veya elektriksiz çalışan metal aletler, bakır boru, menteşe vs. bu sektörde Türkiye'nin öne çıkan ürünleridir.

SAVUNMA VE HAVA SANAYİ&TAŞIT AKSAMLARI

Teknolojik, siyasi gelişmelere ve jeopolitik risklere paralel olarak ülkelerin savunma sanayi alanındaki ihtiyaçları ve beklentileri de değişmektedir. Savunma sanayisindeki ihtiyaçlar ve modernizasyon sadece özel şirketler tarafından değil, konunun hassasiyeti ve yüksek yatırım bedellerinden ötürü bizatihi devletin de aktif rol üstlendiği şekilde karşılanabilmektedir. Dışa bağımlılığı minimize edecek şekilde sektörün geliştirilmesi ve ihracat potansiyelinin artırılması önemlidir. Savunma sanayisi dışında otomotiv ve ağır tonajlı taşıtlarla ilgili parçalar, raylı sistem ve vagonlar, araç içi ve motor soğutma sistemleri Türkiye'nin önemli ihracat ürünleri arasında yer alabilir. Sektördeki AR&GE harcamalarının artırılması, kamu teşviki, nitelikli personel, yurtdışı tanıtım ve pazarlama öne çıkan başlıklardan bazılarıdır.

ENERJİ

Fosil yakıtlardaki sınırlı rezervler enerji kaynaklarının sürdürülebilir olmasının önemini artırmaktadır. Önümüzdeki 20 yıllık süreçte küre-

sel enerji tüketiminin yaklaşık % 28 artacağı öngörülmektedir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler yüksek ekonomik büyümeyle birlikte yüksek enerji tüketimine ihtiyaç duymaktadırlar ve bu ihtiyaç giderek artacaktır. Değişen coğrafi ve ekonomik dengelerle birlikte yeni teknoloji, depolama ve aktarma kanalları dinamik bir enerji piyasası meydana getirmiş durumdadır. Türkiye sahip olduğu kaynak zenginliğiyle enerji sektöründe öne çıkmaktadır. Sahip olduğu çeşitlilikle birlikte kuzey ve güney denizlerinde yeni rezerv arayışları, nükleer santral inşaatı, yeni güneş ve hidroelektrik santralleri bu alandaki gelişmelerden bazılarıdır. Türkiye'nin hem güvenliği hem de ekonomisi için stratejik öneme sahip olan enerji sektöründe önemli bir küresel oyuncu olabilmesi için özel şirketlerin diplomasi desteğini alarak yurtdışında çok daha aktif olması gerekmektedir.

BİLGİ VE TEKNOLOJİ

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü Türkiye'de 2017 yılı içerisinde yaklaşık 100 milyar TL'lik bir büyüklük yakaladı. Bilgi ve iletişim teknolojileri şeklinde ikiye ayrılan bu sektörde yazılım, donanım, hizmet ve elektronik önemli bileşenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye bu alandaki en büyük ihracatını (yaklaşık % 56) Orta-Doğu ve Afrika ülkelerine gerçekleştirmektedir. Bu alandaki toplam ihracat ise yaklaşık 1,2 milyar dolardır. Nitelikli işgücü ve AR&GE sektörün en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Hem diğer sektörlerdeki verimliliği artırma hem de yeni bilgi ve bu bilginin kullanımına ait teknolojilere duyulan küresel ilgi, bu sektörü stratejik olarak öne çıkarmaktadır.

MOBİLYA VE AHŞAP SEKTÖRÜ

İçerdiği yüksek katma değer ve istihdam nedeniyle mobilya sektörü Türkiye ekonomisi açısından stratejik öneme sahiptir. Çin, ABD, Almanya ve İtalya küresel mobilya pazarında öne çıkan önemli aktörlerdendir. Türkiye toplam dünya ihracatının yaklaşık % 1'ini karşılarken, bu rakam Almanya için yaklaşık % 10'dur. Dünya çapında önemli bir oyuncu olmak için büyük ölçekli üretim tesisleri ve AR&GE yatırımları sektörün önünü açacak stratejik adımların başında gelmektedir.

TURİZM

Türkiye hem doğa, hem tarih, hem deniz hem de sağlık turizmi açısından yabancı turistlerin önemli konaklama noktalarından bir tanesidir. Her ne kadar jeopolitik sorunlar neticesinde belirli dönemlerde yabancı turist sayısında düşüşler yaşansa da, Türkiye'nin en önemli gelir kaynaklarından bir tanesi turizm olmaya devam edecektir.

BANKACILIK VE İSLAMİ FİNANS

Güçlü bir bankacılık altyapısına sahip olan Türkiye'de katılım bankacılığı ve İslami finans alanlarında devletin aktif katılımıyla birlikte önemli fırsatlar ortaya çıkmıştır. Küresel sistemdeki toplam İslami finansal varlıkların yaklaşık % 65'ini Suudi Arabistan, Malezya ve İran ellerinde tutmaktadır. Katar, BAE, Kuveyt, Bahreyn ve Pakistan bu alandaki diğer önemli oyuncularlardır. Katılım bankacılığı noktasında en gelişmiş hizmeti sunan ülkelerin başında ise İngiltere gelmektedir. İslami finans fonlarının büyük çoğunluğu İngiltere merkezli aracı kurumlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Türkiye bu alanda geliştireceği yeni ürünler ve yapacağı bilgi/teknoloji yatırımlarıyla İslami finansal varlıklar açısından önemli bir merkez olmaya adaydır. İstanbul Küresel Finans merkezi projesi Türkiye'nin İslami finans alanında oynayacağı rolün gelişmesini tetikleyecektir.

GIDA TEKNOLOJİSİ VE HELAL GIDA

Gıdaların işlenmesi, saklama ve depolama koşulları ve bir noktadan başka bir noktaya taşınmasıyla ilgili teknolojiler gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin stratejik olarak önem verdiği bir alandır. Bununla birlikte İslami esaslara uygun üretim ve kesim şartları da dünya çapında Müslümanların temel ihtiyaçlarından bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye helal ürün piyasasının büyüklüğü tahmini 6 milyar ABD Doları civarındayken, küresel helal ürünler piyahasının parasal toplamı yaklaşık 4 trilyon ABD Doları'dır. Helal gıda ürünleriyle ilgili gerekli küresel ve yerel sertifikasyonlarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması Türkiye'yi bu alanda önemli bir oyuncu haline getirebilir.

TİCARET DİPLOMASİSİ MODEL ÖNERİSİ

9.1 NASIL BİR TİCARET DİPLOMASİSİ?

Sınır ötesi mal, hizmet, sermaye, teknoloji, algı, kültür, veri vs. akışının giderek artması sonucu ülkeler ve iş dünyası arasındaki ilişki biçimi de oldukça değişti. Uluslararası ticari ve ekonomik ilişkiler farklı bir boyuta taşınsa da, ortaya çıkan bu yeni duruma uygun küresel mekanizmaların ve kurumların olmaması ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Ulusal sınırlarla çevrili devlet kurumları da bu yeni durumla mücadele noktasında yetersiz kalmaktadırlar. Artık dış işleri veya ticaret bakanlıklarına bağlı birimler ve o birim temsilcilerinin oluşturduğu imtiyazlı gruplar veya kümeler yerine farklı farklı boyutlardan meydana gelen “network” lerin oluşturduğu bir diplomasi ve ilişkiler dönemindeyiz.

Günümüz dünyasında diplomasinin büyük bir kısmı ticari konularla ilgilenmektedir. İktisadi küreselleşmeyle birlikte ticari diplomasi dış politikanın önemli bir parçası haline geldi. Bu bağlamda gelişmiş ülkelerin dış ofisleri ticaret birimleriyle birleşti ve bazı ülkelerin dış işleri bakanlıkları ticari diplomasiyle ilgili tüm sorumlulukları üzerlerine aldılar.

Benzer dönüşümü güvenliğe endekslenen ulusal çıkar kavramı üzerinden de görmek mümkündür. Güvenliğe endekslenen ulusal çıkar kavramı sonucu atılacak adımlar oldukça sınırlı kalmaktadır. Asker sayısını arttırmak, asker çekmek, savunma harcamalarını arttırmak vs. tarzında askeri-bürokratik bir bakış açısı yansıtan güvenliğe indirgenmiş ulusal çıkar kavramı yerini “çıkarların dengesine” bırakmıştır. Çıkarların dengesi ise sadece devlet ve devlet bürokrasisi içerisindeki belirli kurumların bakış açılarını değil, aynı zamanda devletin dışındaki kuruluşların, STK’ların, şirketlerin, uluslararası örgütlerin değerlerini, taleplerini, sorunlarını kapsayan diplomatik sürecin adıdır. Bu dönüşümün etkilediği kurumların başında da devletler gelmektedir. Devletler artık küresel düzlemde istedikleri sonuçları gerçekleştirecek tek önemli aktörler değildir. Geleneksel medya, internet, sosyal medya, uluslararası örgütler, uluslararası şirketler, STK’lar, üniversiteler, yerel şirketler vs. birçok aktörün belirli çıkar ve değerlerinin olduğu ve salt anlamda devlet ve ulusal çıkar bakış açısına indirgenemeyecek komplekslikte bir küresel çemberin içerisinde bulunmaktayız.

Bu bağlamda az aktörden çok aktöre, hiyerarşik yapıdan esnek yapıya, düşük şeffaflıktan yüksek şeffaflığa, anlaşma odaklıdan süreç geliştirme ve bilgi toplamaya doğru dönüşen bir diplomasi modeline ihtiyaç duyulmaktadır. Klasik diplomasiyi oluşturan en temel unsur devlet temsilcisi ve o temsilcinin yakın çalışma çevresidir. Ülkenin verdiği imtiyazlı görev sayesinde ülkesi adına konuşan ve görüşmelere katılan geleneksel diplomatlar günümüz bilgi ve teknoloji koşullarında iş dünyasının beklentilerini karşılayamamaktadırlar. Merkezi bürokrasi içerisinde izole bir şekilde görevlerini yapan klasik diplomatların yerini çok çeşitli kurum ve kuruluşlarla işbirliği içerisinde olan girişimci ve iş odaklı diplomatlar almalıdır.

Benzer şekilde ticari diplomasi ve ticari ateşelik faaliyetleri artık günümüz şartlarında ülke ve iş dünyası ihtiyaçlarının çok gerisinde kalmıştır. Yurtdışı ticari temsilcilikler yeniden Türkiye’nin hedefleri doğrultusunda yapılandırılmalıdır. Yeniden yapılandırmada iş dünyası temsilcilerinin doğrudan yer alması teşvik edilmelidir.

9.2. TİCARET DİPLOMASİSİ EKSENİNDE DİPLOMATLARIN BAZI ÖNEMLİ GÖREVLERİ

Hükümete bağlı görev yapan ticaret diplomatlarının temel misyonu ticarete öncülük yapmak ve muhtemel senaryolara uygun bir şekilde tarafları bir araya getirebilecek zemin oluşturmaktır.

Ülkelerdeki ekonomik fırsatlarla ilgili bilgi almak. Bu bilgi büyük ölçekte sektör bazında olabileceği gibi proje bazlı veya bazı spesifik alanlardan da olabilir. Burada önemli olan ülkenin iktisadi çıkarlarını ve rakip ülke/şirketlerin rekabet düzeylerini dikkate almaktır.

Veri bankası hazırlamak. Dış ülkelerdeki yatırım ve ticaret fırsat/potansiyelleriyle ilgili verilerin toplandığı bir platform/kılavuz hazırlamak.

Özellikle ihracat kredisi kullandırma durumunda yabancı ülkedeki ticaretin daha detaylı ve tüm riskleriyle incelenmesi noktasında rehberlik etmek.

Kendi ülkelerindeki bölgesel veya merkezi yetkililerden gelen bilgi ve iletişim taleplerini karşılamak.

Ülkesinin ticaret, ekonomi ve hukuk alanlarındaki algısını pozitifleştirmek. Algı doğrudan tarafların motivasyonunu ve cesaret düzeylerini etkilediği için ülke algısıyla ilgili çalışmalar, tanıtımlar, reklamlar ticaret diplomasinin önemli bir ayağını oluşturmaktadır.

Ticaret görüşmeleri düzenlemek. Tespit edilen ticaret ve yatırım fırsatları ekseninde tarafları bir araya getirecek geniş veya dar kapsamlı toplantılar düzenlemek.

Bazı ülke ve sektör gruplarında faaliyet gösteren şirketler diplomatlardan daha fazla bilgiye sahip olabilmektedirler. Bu durumda diplomatların doğrudan şirket yetkililerini muhatap alabilme esnekliği göstermesi gerekmektedir.

Küresel ticareti ve temel ekonomik sorunları okuyabilecek ve analiz edebilecek birikime sahip olmak.

Geleneksel diplomatların ticaret diplomasi içerisinde nasıl yer alacağı veya alması gerektiği çok tartışılan bir konudur. Bu konunun aynı zamanda etik yönü de bulunmaktadır. Özellikle paranın veya birtakım ödemelerin devreye girdiği noktada ülkenin ve şirketlerin çıkarları arasında çatışma da çıkması söz konusudur. Bu açıdan tüm süreçlerin şeffaf ve profesyonel şekilde kodlanması ve yazılması önem arz etmektedir.

GRAFİK 9.2.1 TİCARET DİPLOMASİSİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER



Yukarıdaki tabloda ticaret diplomasisini etkileyen bazı başat faktörlere yer verilmiştir. Yeni tarz ticaret diplomasisinde denetim ve performansa bağlı değerlendirme, diplomatların/çalışanların niteliği ve ticaret/ekonomi konularında bilgi sahibi olmaları, bakanlığın teşkilatlanma yapısı ve hedefleri, şirketlerle ile diplomatların yakın çalışması ve diplomasiye ayrılan bütçe sonucu etkilemesi açısından önemli etkiye sahiptir. Dolayısıyla hayata geçirilmesi planlanan yeni tarz ticaret diplomasisinde bu konular dikkatle değerlendirilmelidir.

9.3 DÜNYADA TİCARET DİPLOMASİSİNDEN SORUMLU KURUMLAR VE TEMEL GÖREVLERİ

Küresel ölçekte dünya ticaretinde öne çıkan ve ticaret diplomasisini etkin bir şekilde kullanan ülkelerin ticaret ve yatırım ajanslarının kurumsal yapısını özetlemek Türkiye açısından tavsiye edilen modelin anlaşılması açısından önemlidir. Öncelikle belirtmek gerekir ki, ticaret ve yatırım birbirlerini tamamlayan ve kimi zaman muhatapları aynı olan iktisadi süreçlerdir. İhracat ve ithalat işlemlerinde küçük ve orta ölçekli firmalar daha fazla imkan bulabilirken, doğrudan yabancı yatırım süreçlerinde ise büyük ölçekli şirketlerin daha aktif oldukları bilinmektedir. Dolayısıyla ticaret diplomasi süreçlerini aktif olarak yönetecek Cumhurbaşkanlığı ofisinin sadece ticaretle değil aynı zamanda ülkeye doğrudan yatırım yapmayı düşünen şirket veya ülkelerle de doğrudan muhatap olması ve bu iki alanda da bilgi, birikim ve uzmanlığın toplanması önemlidir. Aşağıdaki özet kurumsal yapı tablosundan da anlaşılacağı gibi ülke ajansları hem ticaret hem de yatırım konularında çeşitli altyapı, danışmanlık, teşvik vs. hizmetleri vermek için teşkilatlanmışlardır.

TİCARET VE YATIRIM AJANSLARININ TEMEL MİSYONLARI

ABD-ITA
ABD'nin ve ABDli şirketlerin küresel arenadaki rekabet seviyelerini güçlendirmek
Ticari ve yatırım konularında destekler sunmak
Ticari anlaşmaları ve kanunları ABD çıkarları doğrultusunda çok yakından takip etmek
3 birimden oluşmaktadır: Küresel Piyasalar, Endüstri ve Analiz, Yatırım ve Uygulama
Küresel piyasa birimi yabancı ülkelerdeki ticari ve ekonomik fırsat ve gelişmeleri yakından takip ederek, bilgi ve istihbarat toplamak
Endüstri ve analiz birimi ABDli şirketlere altyapı, rekabet, finansman vs. konularında rehberlik ve destek sunmak
Yatırım ve uygulama birimi ise ABD ticaret kanunları ve şirketlerin yaptıkları ticari anlaşmalar çerçevesinde ülke ve şirketlerinin menfaatini gözetlemek
Bireysel girişimcilğe ve yenilikçi fikre açık bir yönetim felsefesi bulunmaktadır
İngiltere-UKTI
Yabancı ve yerli fuarlar düzenlemek
Yabancı ülkelerde ekonomik ve ticari bilgi ve istihbarat toplamak
Dış diplomatik misyonlarla yakın temas içerisinde olmak

Piyasa ve sektörlerle ilgili düzenli raporlar hazırlamak
İngiliz firmaların dış piyasalarda aktif rol alması için her türlü altyapı ve danışmanlık hizmeti sağlamak
Yabancı ülkelerdeki firmaların İngiltere'deki firmalarla veya İngiliz şirketlere ortaklıklarını ve yatırımlarını desteklemek
Mevcut ticari sorunları tespit etmek ve giderilmesine yönelik idari adımlar atmak

Almanya-GTAI

Küçük ve Orta ölçekli Alman şirketlere ihracat konularında destek vermek
Düzenli olarak 120 ülkeyle ilgili ticari ve iktisadi raporlar hazırlamak
Ülkelerle ilgili ekonomik bilgi ve istihbarat toplamak
Yabancı yatırımcılara danışmanlık hizmeti sağlamak
Alman şirketler ve Almanya ile ilgili pozitif algı oluşturacak uluslararası çalışmalar yapmak
Şirketlerin digitalleşmesi sürecini teşvik ederek, küresel arenada daha güçlü ve görünür kılmak
Federal eyaletlerle uyumlu bir koordinasyonla yerel şirketlere çeşitli ticaret teşvikleri sunmak

Güney Kore-KOTRA

Yabancı ülkelerdeki yatırımcıyla iç piyasadaki yatırımcıları bir araya getirmek
Ulusal ve uluslararası ticari sorun ve anlaşmazlıkları çözmek
Ticari sorunların çözümünde idari destek vermek
Ülkenin küresel rekabetini arttırmak için altyapı çalışmalarını projelendirmek
Yabancı ve yerli fuarlar düzenlemek
Dış geziler düzenlemek
Eğitim programları düzenlemek

Hindistan-ITPO

Yabancı ve yerli fuarlar düzenlemek
Yabancı ülkelerdeki sektörlerle ilgili araştırmalar yapmak
Küçük ve Orta ölçekli firmaların ihracat kapasitelerini geliştirmek
E-ticaret uygulamalarını geliştirmek
Yabancı ülkelerdeki ticaret ve yatırım ajanslarıyla yakın temas içerisinde olmak

Japonya-JETRO

Yabancı ülkelerdeki fırsatlar ve piyasalarla ilgili bilgi ve yayın
Gelişmekte Olan Ülkelerde piyasa araştırması
Ticaret politikaları ve iktisadi ortaklıklara destek
Gelişmekte Olan Ülkelerdeki endüstrilerin geliştirilmesi
Japonya ve diğer ülkeler arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi

Japonya'ya Doğrudan yabancı yatırım girişinin sağlanması
Küçük ve Orta Ölçekli firmaların küresel piyasalarla temasını sağlayarak dış ticaret kapasitelerini arttırmak

Malezya-MATRADE

Ticari e-portal geliştirmek
Piyasa araştırmaları yapmak ve ticari istatistikler yayınlamak
Malezyalı şirketlere ihracat teşvikleri sunmak
Yerli ve yabancı şirketleri eşleştirme program ve seminerleri düzenlemek
Yabancı yatırımcıların Malezya'daki yatırımlarına rehberlik ve danışmanlık hizmeti sağlamak
Malezyalı şirketlerin dış ticaret kapasitelerini arttırmak için altyapı, teknoloji, standardizasyon, ürün tasarımı vs. konularında çalışmalar yapmak
Şirketlerin ihtiyaçlarına yönelik eğitim programları düzenlemek

KURUMSAL YAPI

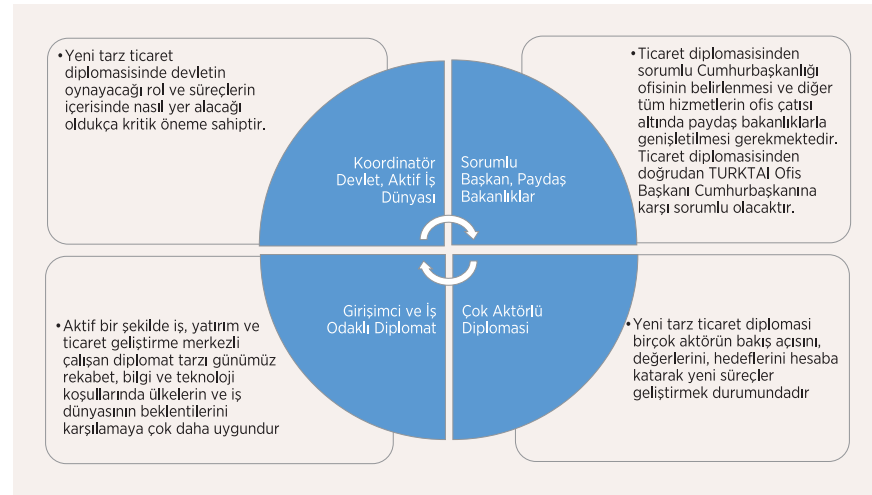
	ABD	İNGİLTERE
Kurumsal Yapı	Kamu Kurumu	Kamu Özerk Kurumu (Bakanlığa Bağlı Değil)
Temsil Yapısı	Ticaret Bakanlığı Altında Atanan Başkan tarafından Kamu ve Özel Sektör Temsilcileri	Dış İşleri, Büyükelçilik, Ticaret ve İş Dünyası Temsilcileri
Kurum Adı	ITA-Uluslararası Ticaret İdaresi	UKTI-Birleşik Krallık Ticaret ve Yatırım Ofisi; (BTI-Uluslararası İngiliz Ticareti)
Merkez ve Ofis Sayısı	2100 Çalışan, Washington DC Merkezli, ABD'de 100 Ofis ve 77 Ülkede Merkez	2400 Çalışan ve Danışman, Londra ve Glasgow Merkezli, 9 Bölgesel Ofis, Tüm Büyükelçilik ve Diplomatik Ofislerde Ekip
Yıllık Bütçe	516 Milyon ABD Doları	323 Milyon İngiliz Sterlini

	ALMANYA	GÜNEY KORE
Kurumsal Yapı	Kamu Özerk Kurumu	Devlet Destekli Kar Amacı Gütmeyen Bağımsız Organizasyon
Temsil Yapısı	Ekonomik İşler ve Enerji Bakanlığı altında; Eşit Sayıda (7) Kamu ve Özel Sektör Temsilcisi	CEO Başkanlığında Bağımsız Yönetim
Kurum Adı	GTAI-Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı	KOTRA-Güney Kore Ticaret ve Yatırım Destek Ajansı
Merkez ve Ofis Sayısı	Berlin Merkezli, Bonn ve 50 Ülkede Ofis	10 Yerel Ofis, 127 İş Dünyası Merkezi ile 86 Ülkede Temsil
Yıllık Bütçe	69 Milyon Euro	56 Milyon ABD Doları

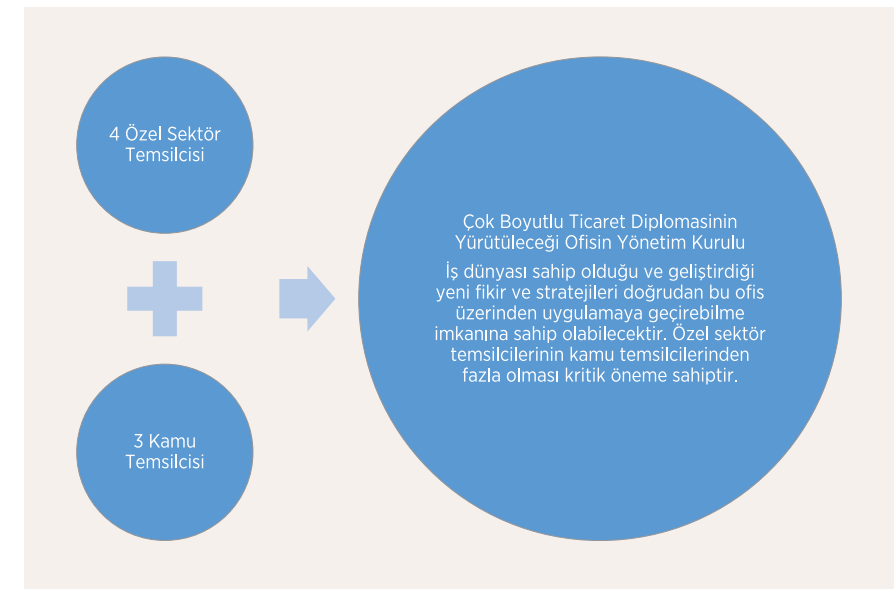
	HİNDİSTAN	JAPONYA
Kurumsal Yapı	Ticaret ve Endüstri Bakanlığı'na Bağlı Şirket	Devlet Destekli Kar Amacı Gütmeyen Bağımsız Organizasyon
Temsil Yapısı	Başkan ve Bakanlık Temsilcilerinin Yer Aldığı Yönetim Kurulu	CEO Başkanlığında Bağımsız Yönetim
Kurum Adı	ITPO-Hindistan Ticaret Teşvik Organizasyonu	JETRO- Japonya Dış Ticaret Organizasyonu
Merkez ve Ofis Sayısı	Başkent New Delhi'de Merkez ve 3 Bölgesel Ofis	Tokyo ve Osaka Merkezli, Japonya'da 46 Ofis ve 54 Ülkede 74 Ofis
Yıllık Bütçe	55 Milyon ABD Doları	70 Milyon ABD Doları

	MALEZYA	
Kurumsal Yapı	Uluslararası Ticaret ve Endüstri Bakanlığı'na Bağlı Ajans	
Temsil Yapısı	Bakan Başkanlığında Kamu ve Özel Sektör Temsilcilerinden Oluşan Kurul	
Kurum Adı	MATRADE-Malezya Ulusal Ticaret Destek Ajansı	
Merkez ve Ofis Sayısı	Kuala Lumpur Merkezli ve 5 Bölgesel Ofis, 5'i Çin toplam 45 Ülkede Ofis	
Yıllık Bütçe	37 Milyon ABD Doları	

9.4 TÜRKİYE İÇİN TİCARET DİPLOMASİSİ MODEL ÖNERİSİ



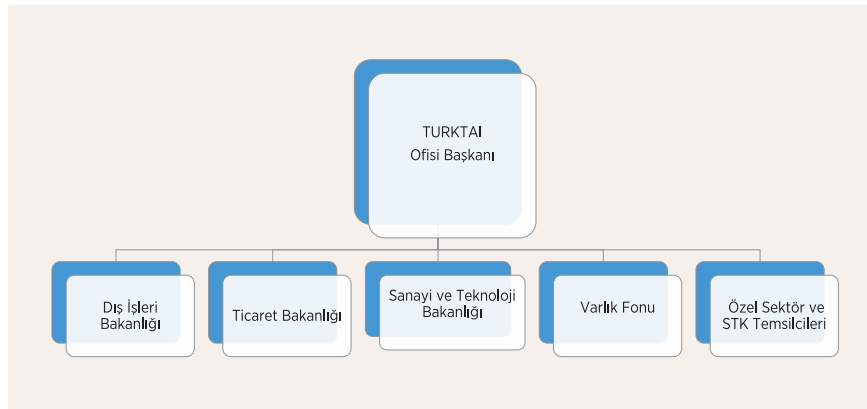
Günümüz küresel ticaretinin geldiği nokta, artan rekabet şartları, çok sayıda yerel ve uluslararası aktör, süreç ve ilişki geliştirmenin önemi, hızlı ve yerinde karar alma ihtiyacı vs. gibi faktörler nedeniyle artık devlet merkezli klasik veya geleneksel tarzda diplomasi yapmak iş dünyasının beklentilerini karşılayamamaktadır. Bazı gelişmiş ülkelerin 1990'ların sonuyla birlikte adım adım geçmeye başladıkları yeni tarz ticaret diplomasi ve bu diplomasi gereklilikleri kaçınılmaz olarak Türkiye'nin de gündemine gelmelidir.



Dünyadaki başarı örnekleri yakından incelendiğinde ticaret diplomasisinde gelişmiş olan ülkelerin kamu ya da kamu destekli ajanslarının ticaret diplomasisinde aktif bir şekilde rol alarak dış işlerindeki temsilcilikler, ateşeler ve büyükelçiliklerle doğrudan birlikte çalıştıkları gözlenmektedir. Ayrıca kamu destekli özerk yapıya sahip bu ajansların sadece ülkeye yatırım çekme, yabancı yatırımcıya danışmanlık yapma veya sadece ülkenin ihracatını artırma gibi sınırlı görevleri bulunmamaktadır. Bu anlamda halen faal olan Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın faaliyetleri ve teşkilatlanma yapısı ticaret diplomasi modelinin ihtiyaç duyduğu yapısal

özellikleri taşımamaktadır. Türkiye ekonomisinin ticaret diplomasi merkezli yeniden yapılandırılmasında hem yerli şirketlerin ticaret kapasitelerini arttırmaya, onlara çeşitli altyapı ve rehberlik hizmetleri sunmaya hem de yabancılara Türkiye'ye yatırım noktasında destek verebilecek bütüncül bir kamu özerk kurumuna ihtiyaç duyulmaktadır. Bu rapor çerçevesinde Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın yeniden yapılandırılarak yerine özerk bir statüye sahip Cumhurbaşkanlığı Türkiye Ticaret ve Yatırım Ofisi'nin (TURKTAI) kurulması, kurulacak bu yeni ofisin aşağıda belirtildiği şekilde yönetim ve organizasyon yapısına sahip olması önerilmektedir. Ticaret ve yatırım ofisinin görev alanı uluslararası ve çok ülke ölçekli olduğundan ofis başkanı ve ofis faaliyetlerini koordine edecek birimin yurtdışında yaygın temsilcilikleri bulunan ekonomi ve ticaretle ilgili dernek, vakıf, oda vs. kuruluşlarda aktif olarak görev yapan iş adamları veya bu tarz şirket veya kurumlarda çalışan üst düzey yöneticiler arasından seçilmesi önerilmektedir. Ofisin yaygın uluslararası temsilcilik ve şube ağına sahip ve yerelde güçlü tüzel kurumlarla (STK, ticari dernek, oda, vakıf v.s) çalışması ve birlikte ortak bazı eylem planları hazırlaması da ticaret diplomasisi açısından önemli sonuçlar alınmasını sağlayabilir.

TURKTAI YÖNETİM KURULU VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN ÖZELLİK VE SORUMLULUKLARI



TURKTAI Başkanı: Yurtdışında gelişmiş temsilcilikleri bulunan ekonomi ve ticaretle ilgili dernek, vakıf, oda vs. kuruluşlarda aktif olarak görev yapan iş adamları veya bu tarz şirket veya kurumlarda çalışan üst düzey yöneticiler arasından seçilmesi önerilmektedir. Ofis başkanının mutlaka özel sektör kökenli ve uluslararası faaliyetleri koordine edecek yetkinlik ve tecrübeye sahip olması gerekmektedir. Ofisin iç ve dış tüm ticari ve yatırım hizmet ve faaliyetlerini denetleyecek denetim birimi doğrudan ofis başkanına bağlı olacaktır. Ofisin yönetim kurulu başkanı olarak görev yapacak kişi doğrudan Cumhurbaşkanı'na karşı sorumlu olacaktır.

Dış İşleri Bakanlığı Temsilcisi: Dış İşleri Bakanlığı'ndaki üst düzey bürokratlar arasından seçilecek yönetim kurulu üyesi yurtdışındaki büyükelçi, konsolos ve temsilcilik çalışanlarının iş adamlarıyla yakın temas içerisinde çalışmalarını koordine ve teşvik edecektir.

Ticaret Bakanlığı Temsilcisi: Ticaret Bakanlığı'ndaki üst düzey bürokratlar arasından seçilecek yönetim kurulu üyesi ticarete konu olan sorunların tespiti ve çözümü noktasında sorumlu olacaktır. Ticaret Bakanlığı nezdinde ticaret ve yatırımların geliştirilmesi için atılması gereken strateji, düzenlemeleri, vergi politikalarını takip edecektir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Temsilcisi: Bakanlık bünyesindeki üst düzey bürokratlar arasından seçilecek yönetim kurulu üyesi sanayi, teknoloji, altyapı, bilişim, AR&GE vs. konularında ofisin ihtiyaçları doğrultusunda hem özel sektör hem de kamu faaliyetlerinden sorumlu olacaktır.

Varlık Fonu Temsilcisi: Bünyesinde bulunan kurum ve şirketler dikkate alındığında önemli bir aktif büyüklüğe sahip olan Türkiye Varlık Fonu'ndan üst düzey bir temsilcinin veya yönetim kurulu üyesinin ofis yönetim kurulunda yer alması ofisin yatırım ve ticaret alanlarında hedeflediği faaliyet, destek ve teşvikleri gerçekleştirme noktasında önemli bir katkı sağlayacaktır.

Özel Sektör ve STK Temsilcileri: Ofis başkanı dışında yönetim kurulunda yer alacak 3 veya 4 özel sektör temsilcisi ofisin özel sektör dinamik ve projeksiyonlarına uygun bir şekilde profesyonel bir anlayışla çalışma-

sından sorumlu olacaklardır. Bankacılık, finans, ihracat, insan kaynakları, enerji, hizmet, savunma sanayi v.s. gibi sektörlerden seçilecek üst düzey yönetici veya iş adamlarından oluşacak özel sektör temsilcilerinin yetki ve görev alanları aşağıdaki birimlerin paylaşımından oluşmalıdır. Özel sektör temsilcilerinden bir tanesi ofis başkan yardımcısı olarak görevlendirilebilir. Yönetim kurulunda yer alacak STK temsilcisinin ise ofis başkanı gibi yurtdışında aktif faaliyetleri ve teşkilatlanması olan dernek, vakıf vb. statüdeki ticari veya mesleki kuruluşlar arasından seçilmesi önemlidir. STK temsilcisinin yurtiçi ve yurtdışındaki üyelerin ve çalışanların aktif bir şekilde ticaret diplomasisi faaliyetlerine katılmalarını sağlama noktasında ofis başkanına doğrudan yardımcı olması beklenmektedir.

Ticaret diplomasisini koordine eden birim devlet tarafından kurulsa bile, bu birimde görev yapan iş dünyası ve STK temsilcilerinin kamu çalışanlarından fazla olması önemlidir. Bu durum, iş dünyasının ticaret diplomasisi üzerindeki gücünü göstermesi açısından anlamlıdır. İş dünyası sahip olduğu ve geliştirdiği yeni fikir ve stratejileri doğrudan bu birim üzerinden uygulamaya geçirebilme imkanına sahip olabilecektir. Benzer şekilde yurtdışındaki ticari temsilciliklerin de özel sektör yaklaşımına uygun bir biçimde yeniden organize edilmesi gerekmektedir.

TİCARET DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA OFİSİN OLASI FAALİYETLERİ

Network Faaliyetleri: Şirketler, kamu yetkilileriyle irtibat sağlamak, ülke gezileri, üretici ve satıcı görüşmeleri, şirket ve ürün eşleştirme çalışmaları, ortak yatırımcı, avukat araştırması, yabancı diplomatlarla ikili ilişkilerin geliştirilmesi vs.

Bilgi ve İstihbarat: Piyasa araştırmaları, kritik ticari ve ekonomik bilgilerin elde edilmesi, ev sahibi ülkeye düzenli raporlamalar yapılması, danışmanlık hizmeti sunmak, ortak ekonomik ve bilimsel araştırma yapmak vs.

Ülke ve Sektör Algısı: Ürün ve sektör teşvikleri, potansiyel ihracatçı ve yabancı yatırımcıları bir araya getirecek fuarlar düzenlemek, dış ticaret verileri elde etmek ve yayınlamak, turizm teşvik faaliyetleri, farkındalık kampanyaları, üst düzey ülkeler arası toplantı organize etmek vs.

Şirket Destekleri: Ticaret görüşmelerine hukuki destek sağlamak, ticari sözleşmelerin hazırlanmasına destek ve rehberlik, şirketler arasındaki ihtilafları çözmek, sözleşmelerdeki ihlalleri tespit etmek ve gerekli uyarıları yapmak, resmi kurumlarla koordinasyonu sağlamak, yasal savunma ve müdafaa hakkı sağlamak vs.

TURKTAI ÇATISI ALTINDAKİ OLASI BİRİMLER

Denetim Birimi	Ofisin tüm iç ve dış faaliyetlerinin denetimini gerçekleştirmek, performans kriterlerini tespit etmek. Doğrudan ofis başkanına karşı sorumlu olmalıdır.
Dış İşleri Bakanlığı Birimi	Ofisin ihtiyaç duyduğu şekilde yurtdışındaki büyükelçilik, konsolosluk ve temsilciliklerin aktif bir şekilde ticaret ve yatırım süreçlerini desteklemesini sağlamak.
Ticaret Bakanlığı Birimi	Ticarete konu olan sorunların tespiti ve çözümü, vergi vs. konularında ofisin taleplerini ve ihtiyaçlarını kamu otoritesiyle paylaşarak çözümlenmesini sağlamak
Yatırım Danışmanlık Birimi	Ülke içi veya dışı yatırım yapmak isteyen yerli veya yabancılara danışmanlık ve altyapı hizmetleri sunmak.
İnsan Kaynakları Birimi	Ofisin ülke içerisinde ve dışarısında ihtiyaç duyduğu insan kaynağının niteliğini tespit edip, işe alım süreçlerini gerçekleştirmek.
Küresel Eğitim, Yayın Birimi	Yurtiçi ve dışı ofis çalışanlarının ihtiyaç duyduğu alanlarda eğitim, seminer vs gerçekleştirip, ticaret ve yatırımlarla ilgili yerel ve küresel yayınlar gerçekleştirmek
Küçük ve Orta Ölçekli Şirketler Birimi	Türkiye'deki KOBİlerin dış ticaret kapasitelerini geliştirmek, ihtiyaçlarını tespit edip gerekli altyapı, teşvik vs. konularında destekler sunmak
Yurtdışı Temsilcilikler ve Şirketler Birimi	Ofisin yurtdışındaki temsilciliklerini koordine etmek, faaliyet ve hedeflerini, iş planlarını değerlendirmek, yurtdışındaki Türk ve yabancı şirketlerin taleplerini değerlendirmek
Fuar ve Tanıtım Birimi	Sektörel veya ülkesel bazda fuarlar organize edip, katılım süreçlerini yönetmek. Türkiye'nin yurtdışındaki tanıtımını yapıp, algısını güçlendirmek.
E-Ticaret ve Veri Birimi	Şirketlerin e-ticaret süreçlerinden maksimum bir şekilde yararlanarak ticaret kapasitelerini arttırmalarını teşvik etmek, ticaret ve yatırım alanlarında düzenli veri toplayıp, gerekli birimlere iletmek
Girişimcilik, Bilgi, İstihbarat Birimi	Ülke veya sektör bazında yeni bilgilerin elde edilmesi, elde edilen bilgilerin kullanışlı bir hale getirilerek raporlanması, girişimci veya yeni fikri olan şirket veya şahısları yakından takip etmek.
Finans Birimi	Ofisle ilgili tüm gelir ve gider kalemlerini yönetmek, yıllık ve 5 yıllık projeksiyonlarla tahmini bütçe hazırlamak

Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu ticaret diplomasisi modeli eksenindeki ticaret ve yatırım ofisin bazı temel özelliklerine aşağıda yer verilmektedir.

Sorumlu Başkan ve Paydaş Bakanlıklar: Türkiye'de ticari diplomasi ve müşavirlik hizmetleri genel olarak Ekonomi Bakanlığı bünyesinde **sağlanmaktaydı**. Bu durum 2018 Haziran sonu itibariyle değişti. Bakanlığın ihracat ve yatırımlara hangi miktarda nasıl bir şekilde destek sağladığı ayrıntılı bir şekilde yazmaktadır. Bakanlık bünyesindeki ülke masalarına bakıldığında ise çok eski bilgi ve raporların yer aldığı göze çarpmaktadır. Dış İşleri Bakanlığı ise daha çok geleneksel diplomasi ve dış politika merkezinde teşkilatlanmıştır. Temel konulara bakıldığında siyasi, insani, güvenlik meselelerinin yoğun olduğu bir listeye karşılaşılmaktadır. Bu iki bakanlık dışında Ticaret Bakanlığı bünyesinde yurtdışı teşkilatlanmalar bulunmaktadır. ABD, Almanya, Rusya vb. 10 ülkede gümrük müşavirliği hizmeti verilmektedir. Bu 3 bakanlık dışında doğrudan Başbakanlığa bağlı (yeni sistemde Cumhurbaşkanlığı) Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı özellikle Türkiye'ye yatırım yapmak isteyen yabancı şirketlere danışmanlık hizmet sunmaktadır. Temmuz 2018 itibariyle yeni hükümet sistemine geçilmesiyle birlikte ticari diplomasinin hangi bakanlık veya nasıl bir ofis bünyesi altında işlevsellik kazanacağı önemlidir.

Dünyadaki başarı örneklerine bakıldığında tüm ticari ve yatırım hizmetlerinin tek bir çatı altında toplandığı, bazı ülkelerde ise Ticaret ve Dış İşlerinin ortak birim kurularak bu hizmeti verdiği görülmektedir. Türkiye örneğinde ise farklı bakanlıkların ve ajansların ciddi bir koordinasyon problemi içerisinde ihracat, yatırım ve doğrudan yabancı yatırım konularında hizmet vermeye çalıştıkları görülmektedir. Ticari diplomasi konusunda sorumlu tek bir ofisin belirlenmesi ve diğer tüm hizmetlerin paydaş bakanlıklar çatısı altında genişletilmesi gerekmektedir. Model çerçevesinde önerdiğimiz ticaret ve yatırım (TURKTAI) ofisi başkanının Cumhurbaşkanlığına karşı sorumlu olması önerilmektedir. Ofis başkanı altında 3 bakanlığın paydaş olarak sorumluluk alanlarında görev yapmaları tavsiye edilmektedir.

TAMAMLAYICI DİPLOMASİ

Kamu, ekonomik, ticari, insani, hukuki ve kültürel diplomasi birbirlerini tamamlayan ve koordineli bir şekilde yapıldığı takdirde uzun vadede Türkiye lehine olumlu sonuçlar üretecek bir güce sahiptir. Kamu diplomasisi ve bu diplomasiden sorumlu birimlerin bu gerçeği dikkate alarak diplomasinin tüm çeşitlerini kullanacak bir strateji izlemeleri gerekmektedir.

GİRİŞİMCİ VE İŞ ODAKLI DİPLOMAT/SİVİL ÇALIŞAN

Aktif bir şekilde iş, yatırım ve ticaret geliştirme merkezli çalışan diplomat tarzı günümüz rekabet, bilgi ve teknoloji koşullarında ülkelerin ve iş dünyasının beklentilerini karşılamaya çok daha uygundur. Bakanlığın beklentilerini dikkate almakla birlikte iş dünyasının hassasiyetlerinin farkında olan ve o perspektifte çalışan bu tarz diplomatlar girişimci özelliklerine sahiptirler. Şirketlere, yöneticilere oldukça yakın çalışmaktadırlar. Klasik diplomatların girişimci ve iş odaklı diplomatlara dönüşmesi kolay olmayacaktır. O nedenle yeni diplomat yetiştirme süreçlerinde bu konuya önem verilmesi gerekmektedir.

KOORDİNATÖR DEVLET, AKTİF İŞ DÜNYASI

Yeni tarz ticaret diplomasisinde devletin oynayacağı rol ve süreçlerin içerisinde nasıl yer alacağı oldukça kritik öneme sahiptir. Önerilen ticaret ve yatırım ofisi yönetim kurulunda yer alacak üst düzey Dış İşleri ve Ticaret Bakanlığı temsilcileri büyükelçilerin, konsolosların, diplomatların girişimci ve iş odaklı bir bakış açısına sahip olmaları noktasında yönlendirici olurken, ofis ise kamu ile özel sektör arasında köprü görevi üstlenecektir. Başka bir ifadeyle, devleti temsil görevi üstlenen diplomat veya sivil çalışan, iş dünyasının kamuya dönük beklenti, sorun, garantörlük vs. konularını çözmek adına aktif bir şekilde çalışıp taraflara bilgi ve rehberlik hizmeti sağlarken, diğer taraftan ise iş dünyası olabildiğince kendi dinamikleri ve iş yapma tarzıyla baş başa kalarak faaliyetlerini sürdürecektir.

ÇOK AKTÖRLÜ DİPLOMASİ

Klasik diplomasi devleti temsil eden birimler ve sınırlı sayıda aktörden oluşmaktadır. Günümüz koşullarında Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu

kamu, ekonomi ve ticaret diplomasi birçok aktörün bakış açısını, değerlerini, hedeflerini hesaba katarak yeni süreçler geliştirmek durumundadır. Bunu gerçekleştirmek için ticari diplomatların belirli çalışma esnekliği ve özgürlüğüne ihtiyaçları bulunmaktadır. Ticaret ve yatırım ofisi de bu çok aktörlü yeni duruma göre STK'lar, medya, yerel ve uluslararası şirketler, ticaret odaları, finans merkezleri, sosyal medya vs. kanallarıyla temasa geçmelidir.

REKLAM, TANITIM VE ALGI YÖNETİMİ

Ticaret diplomasinin en önemli ayaklarından bir tanesi ülkeye dair algıdır. Diplomatların görev yaptıkları ülkede, ofisin ise hem yerel hem küresel çapta Türkiye ile ilgili pozitif bir algı çalışması yapması olmazsa olmazdır. Yatırım ve ekonomik ortamın dışında kültürel, sosyal boyutları da kapsayan bütüncül bir pozitif reklam ve tanıtım çalışmaları Türkiye algısını ve dolayısıyla ticari ilişkileri olumlu etkileyecektir.

ÖZEL SEKTÖRLE YAKIN TEMAS

Klasik diplomasi belirli görevleri yerine getirmek ve makamın getirdiği imtiyazı en az riskle sürdürmek şeklinde yapılmaktadır. Ticari veya siyasi diplomatların alışlagelmiş diplomasi kanallarını aşarak doğrudan büyük veya orta ölçekli şirketlerle temasa geçmesi ve belirli ticari fırsatlar konusunda yönlendirmesi önemlidir. Diplomasinin özel sektörden; özel sektörün de bürokrasinin bakış açısı ve işleyişinden kopuk olması hem dış ticaret diplomatlarının hem de özel sektör temsilcilerinin birbirlerine yabancılaşmasına zemin oluşturmaktadır. Özel sektör ile diplomatlar arasındaki yakın temas ve işbirliği bürokrasinin ticaretle ilgili sorunları çözmesini de kolaylaştıracaktır.

BİLGİ VE İSTİHBARAT MERKEZLİ ÇALIŞMA

Gelişmiş ülkelerin ticari diplomatlarıyla yapılan anket çalışması sonuçlarına göre diplomatlar mesailerinin büyük kısmını bilgi ve istihbarat toplamak için kullanmaktadırlar. Ticari temsilcilik veya konsolosluk binası içerisinde mesaisini tamamlamak yerine çeşitli ziyaretler, sektörel buluşmalar ve sahadaki aktörlerle görüşmeler neticesinde güncel bilgi ve yatırım fırsatları diplomasinin en kıymetli çıktılarından biri haline gelmiştir. Elde

edilecek bilgi ve istihbaratın ofis üzerinden kullanışlı hale getirilerek ilgili şirket ve kurumlara aktarılması önemli bir boşluğu dolduracaktır.

AKTİF DİJİTAL PLATFORM VE VERİ BANKASI

Yatırım veya ticaret noktasında ilgi duyulan ülkeyle ve kritik öneme sahip sektörlerle ilgili güncel bilgilerin, raporların, projeksiyonların yer aldığı ve paydaşların kolaylıkla erişebileceği dijital platform ticari diplomasinin diğer önemli ayağını oluşturmaktadır. Çeşitli bakanlıkların ülke masalarında bunun bazı örnekleri bulunmaktadır. Ancak birçok çalışma güncelliğini yitirmiştir. Diğer bir konuda, yurtdışında faaliyet gösteren Türk şirketleriyle ilgili kapsamlı bir veri bankasına ihtiyaç duyulduğudur. Bu şirketlerin hangi sektörlerde ne tarz bir faaliyet yaptıkları, temasa geçilecek şirket yetkilisinin iletişim adresi vs. hem ülke hem de sektör üst kategorisi altında yer almalıdır. Bu platformda başarı hikayelerine yer verilmesi yeni girişimcilere ilham kaynağı oluşturabilir.

PERFORMANSA DAYALI DEĞERLENDİRME

Ticari diplomasiden sorumlu kişi veya ekibin, ofisin atadığı özel sektör temsilcisinin hangi kriterlere göre performansının değerlendirileceği önemlidir zira klasik bir bürokratin veya diplomatın sadece konsolosluk veya temsilcilik binasında hiç risk almadan çalışmasıyla girişimci ve iş odaklı çalışan yeni tarz ticari diplomatın veya temsilcinin performans değerlendirilmesi aynı ölçütlere göre yapılmamalıdır. Belirli bir süre verilen diplomatın bu süre içerisinde kaç tane ticari anlaşmanın hayata geçirilmesinde aktif rol aldığı, kaç şirkete danışmanlık ve rehberlik hizmeti sunduğu, hedeflerinin ne kadarını gerçekleştirdiği gibi kriterler performansın değerlendirilmesinde kullanılabilir.

İŞ DÜNYASININ YER ALDIĞI DIŞ TEMSİLCİLİKLER

Yurtdışı ticaret odaları, yurtdışında faaliyet gösteren şirketler ve o şirketlerin üye olduğu derneklerin temsilcileri mutlaka ve mutlaka ticari diplomasinin aktif bir parçası olmalıdırlar. Bu şekilde diplomasinin iş dünyasının hedefleri ve profesyonel yaklaşımı doğrultusunda kolaylaştırıcı rol alması sağlanabilir. Örneğin, İngiltere ve Almanya yurtdışındaki şirketlerini diplomasi süreçlerinde aktif olarak kullanmaktadır. Türkiye de benzer

şekilde ticari diplomasi süreçlerine hiçbir dernek, oda vs. ayrımı yapmadan olabildiğince fazla sayıda yerli ve yabancı şirketi katmalıdır.

KISA DÖNEMLİ ÖZEL SEKTÖRDEN NİTELİKLİ İSTİHDAM

Bazı kritik öneme sahip ülke ve bölgelerdeki temsilcilik veya şubelerde 1 ila 6 aylık dönemler için yabancı veya yerli özel sektör yöneticilerinin istihdam edilmesine olanak sağlanmalıdır. Bu süreçte özel sektördeki üst düzey yönetici güncel iş dünyasındaki ve ülke ekonomisindeki gelişmeleri, hangi adımların atılması gerektiğini, kendi şirketlerinin bakış açısını ve stratejisini konsolosluk veya büyükelçilik çalışanlarıyla paylaşarak dinamik bir diplomasi sürecinin oluşmasına zemin hazırlamış olur.

EKONOMİ VE FİNANS EĞİTİMLERİ

Büyükelçilerin, konsolosların, ticari diplomatların ve dış temsilcilik çalışanlarının belirli periyotlarla ekonomi ve finansla ilgili teorik ve pratik eğitimlerden, şirket faaliyetlerinden ve başarı hikayelerinden haberdar olması için ekonomi ve finans eğitimleri verilmelidir. Bu eğitimler üniversite ve iş dünyası temsilcileri tarafından verilebilir.

ÜCRET KARŞILIĞI HİZMET

Belirli ticari veya yatırım ile ilgili konularda ofisin ücret alması hem yapılan işin kalitesini hem de taraflar arasında profesyonel ilişkinin gelişmesini sağlamaktadır. Elde edilecek gelir ticari diplomasi hizmetlerinde kullanılabilir.

ÖLÇEĞE GÖRE HİZMET

Ticari diplomasi şirketlerin büyüklüğüne yani ölçeğine göre değişiklik gösterecek esnekliği barındırması gerekmektedir. Büyük yatırımlar ve ticari konular söz konusu olduğunda temasa geçilecek şirketlerin kurumsallığı ve ölçeğiyle, normal bir ticari faaliyet için irtibata geçilecek şirketler veya o şirketlerin beklentileri farklılaşabilir. Küçük veya orta ölçekli şirketler daha çok rehberlik, danışmanlık, yatırım ve ihracat destekleri noktasında yardım talep edebilirken, büyük ölçekli şirketler sözleşmelerin imzalanması, kredi garantisi, hukuki sorunların çözümü, üst düzey hükümet temsilcileriyle görüşme konularında destek isteyebilir.

YURTDIŞI LOBİ FAALİYETLERİ VE TÜRK LOBİ ŞİRKETİ

Belirli stratejik öneme sahip ekonomik ve ticari konularda veya sözleşme aşamalarında Türkiye'nin tezini veya avantajlarını savunacak lobi şirketlerinin aktif bir şekilde kullanılabilmesi gerekmektedir. Bu minvalde yurtdışındaki belirli kritik merkezlerde belirli standartları sağlayan Türk lobi şirketlerinin kurulması desteklenmelidir. Türk lobi şirketleri aynı zamanda Türkiye aleyhine gerçekleşen faaliyetlerde aktif bir şekilde rol alabilir.

BAĞIMSIZ DENETİM

Belirli bir esneklik ve özgürlük alanı verilerek gerçekleştirilmesi önerilen yeni tarz ticari diplomasi en önemli ayağını bağımsız denetim oluşturmaktadır. Belirli standartlar ve performans kriterleri geliştirilerek özel sektörün hassasiyetleri de dikkate alınarak yapılacak denetimler sonucu ticari temsilciliklerin, diplomatların ve diplomasi ekibinin değerlendirilmesi oldukça kritik öneme sahiptir. Son 3 yıllık dönemi kapsayabilecek ticari sözleşme sayısı, ticaret hacmi, hedefler ve gerçekleştirmeler vs. dış temsilciliklerin veya şubelerin denetiminde kullanılacak objektif kriterlerden bazıları olabilir.

SONUÇ

Askeri veya güvenlik merkezli diplomasiyle beraber yürütülmeye çalışılan ticaret diplomasisi, 1990'ların sonuyla birlikte artık birçok gelişmiş ülke için birincil öncelik halini almıştır. 1990'lardan sonra gelişmiş ülke diplomatlarının öncelikleri temsil ettikleri ülkelerin ticari ve iktisadi çıkarlarını gözetmek haline dönüşmüştür. Gelişmiş ekonomilerin dış ilişkilerinde yaşanan bu dönüşümle eş zamanlı olarak küresel ticaretin ve üretimin merkezi başta Çin olmak üzere Doğu ve Güney Asya ülkelerine kaymıştır. Bu bölgeler ticari ve ekonomik diplomasi uygulamalarının yoğun olarak yaşandığı merkezlere dönüşmüştür. Küresel ortamda ülkeler ve şirketler arası artan rekabetle birlikte şirketlerin tek başlarına bu süreçlerden ciddi kazanımlar alması oldukça zorlaşmıştır. Bu nedenle belirli şartlar ve durumlarda devlet desteğini arkalarında hissetmek şirketlerin temel beklentisi olmuştur. Diğer taraftan, devletlerin yani ülkelerin ekonomik çıkarları doğrudan yerli şirketlerin ticari faaliyetlerine bağlıdır. Bu açıdan devlet ve şirketler arasında hem ülkenin hem de şirketlerin karşılıklı kazan-kazan gerçeğine dayalı bir işbirliği ve yakınlaşma süreci gerçekleşmiştir. Küresel ticaret kurallarının değiştiği ortamda bu işbirliği daha da önem kazanmıştır.

Günümüz küresel ticaretinin geldiği noktada, artan rekabet şartları, azalan kâr oranlar, yükselen korumacılık eğilimleri, uluslararası ticaret alanında yaygınlaşan riskler ve belirsizlikler karşısında Türkiye'nin uyguladığı geleneksel dış ticaret politikaları iş dünyasının beklentilerini maalesef karşılayamamaktadır.

Küresel ekonomide son dönemde meydana gelen değişim ve dönüşümler, günümüzde dış ticarete politikalarına bakış açımızı radikal bir şekilde değiştirmeyi, geçmişten farklı olarak ticareti arttırabilmek için mikro ve makro boyutlarıyla oluşturulmuş bütüncül bir stratejinin uygulanmasını zorunlu kılmaktadır. Artık dış işleri veya ticaret bakanlıklarına bağlı birimler ve o birim temsilcilerinin oluşturduğu imtiyazlı gruplar veya kümeler yerine farklı farklı boyut ve çok sayıda aktörden meydana gelen "network"lerin oluşturduğu bir diplomasi ve ilişkiler dönemindeyiz. Bu bağlamda az aktörden çok aktöre, hiyerarşik yapıdan esnek yapıya, düşük şeffaflıktan yüksek şeffaflığa, anlaşma odaklıdan süreç geliştirme ve bilgi toplamaya doğru dönüşen bir diplomasi modeline ihtiyaç duyulmaktadır.

Devlet ve devleti temsil eden ticari temsilcilerin koordinatör, özel sektörü temsil eden şirketlerin temel aktör ve belirleyici olacakları yeni tarz ticaret diplomasi modelinin tüm tamamlayıcı unsurlarıyla ele alınması gerekmektedir. Ticaret diplomasisini koordine eden ofis devlet tarafından kurulsa bile, bu ofiste görev yapan iş dünyası temsilcilerinin kamu çalışanlarından fazla olması önemlidir. Böylelikle, iş dünyası sahip olduğu ve geliştirdiği yeni fikir ve stratejileri doğrudan bu ofis üzerinden etkin bir şekilde uygulamaya geçirebilme imkanına sahip olabilecektir. Yurtdışındaki ticari temsilcilikler de benzer şekilde özel sektör merkezli organize edilmelidir. Böyle bir yeni yapılandırmada bağımsız performans değerlendirmesi hem denetim hem de hedeflerin gerçekleştirilmesinin kontrolü açısından kritik öneme sahiptir.

Bu raporda hayata geçirilmesini önerdiğimiz yeni tarz ticaret diplomasisi eksenindeki Türkiye Ticaret ve Yatırım Ofisinin (TURKTAI) Türkiye'nin hedeflediği yüksek refah ve ihracat seviyesine ulaşması noktasında önemli bir mihenk noktası olacağı düşünülmektedir. Bu yeni oluşum süre-

cinde ilke ve prensiplerle birlikte insan faktörünün ve kurumsallığın temel belirleyici olduğu gerçeği unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Basu Das, Sanchita (2017). The Future of Trade Diplomacy in East Asia, ISEAS Perspective.
- Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurumu, İstatistik, İnteraktif Veriler (2018).
- BFTA, Belçika Dış Ticaret Ajansı, <https://www.abh-ace.be/en>, Eylül 2018.
- Coolsaet, R. (2004). Trade and diplomacy: The Belgian case. *International Studies Perspectives*, 5(1), 61-65.
- Destatis, Almanya İstatistik Kurumu (2018)
- Dünya Bankası, Veri Seti (2018).
- GTAI, Alman Ticaret ve Yatırım Ajansı, <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/invest.html>, Ağustos 2018.
- IMF, Veri Seti (2018).
- ITA, Uluslararası Ticaret İdaresi, <https://www.trade.gov/>, Ağustos 2018.
- ITPO, Hindistan Ticaret Destek İdaresi, <http://www.indiatradefair.com/>, Eylül 2018.
- JETRO, Japonya Dış Ticaret Organizasyonu, <https://www.jetro.go.jp/en/jetro/>, Eylül 2018.
- Kopp H.W. (2004), *Commercial Diplomacy and the National Interest*, Washington DC, Business Council for International Understanding / The American Academy of Diplomacy.
- Kostecki, Michel ve Naray, Olivier (2007), *Commercial Diplomacy and International Business*, Discussion Papers in Diplomacy, Hollanda Uluslararası İlişkiler Enstitüsü.
- KOTRA, Güney Kore Ticaret ve Yatırım Destek Ajansı, <http://english.kotra.or.kr/kh/main/KHMIUI010M.html>, Eylül 2018.
- KPMG, İnşaat, Sektörel Bakış, Rapor, 2018.

- Lee, D. (2004). The growing influence of business in UK diplomacy. *International Studies Perspectives*, 5(1), 50-54.
- Lilley, Kelsey ve Sparrow, Stephanie, Obama's Commercial Diplomacy in Africa, Atlantic Council. 3 May 2016.
- MATRADE, Malezya Ticaret Teşvik Ajansı, <http://www.matrade.gov.my/en/>, Eylül 2018.
- Melissen Jan (editor) (2005), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Palgrave MacMillan.
- Rana, K. S. (2004). Economic diplomacy in India: a practitioner perspective. *International Studies Perspectives*, 5(1), 66-70.
- Naray, O. (2008). Commercial diplomacy: A conceptual overview. In 7th World Conference of TPOs, The Hague, The Netherlands.
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, EVDS (2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu, TÜİK.
- Tradingeconomics
- UKTI, Birleşik Krallık Ticaret ve Yatırım Birimi, <https://www.gov.uk/government/organisations/uk-trade-investment>, Eylül 2018.
- World Economic Outlook, IMF, Ocak 2018.
- World Integrated Trade Solution, <https://wits.worldbank.org>, 2018
- Global Economic Prospects, Dünya Bankası, Ocak 2018.
- Pudaruth Santos (2017), *Nation Rebranding Through a New Approach to Cultural Diplomacy: A Case Study of Mauritius*, SAGE Open Article.
- Van Bergeijk, Peter ve Moons, Selwyn, *Economic Diplomacy and Economic Security*, ResearchGate, 2009.

EKLER

EK-1 PORTFOLYÖ YATIRIMLARI (NET; MİLYON ABD DOLARI)

	Arjantin	Brezilya	Çin	Almanya	Euro Bölgesi	Birleşik Krallık	İtalya	Japonya	Meksika	Türkiye	ABD
2001	9503	-77	19405	-26685	-63290	183726	-4324	46286	-5010	4515	-324573
2002	4640	5119	10342	-63515	-135123	-61553	-30920	105975	-100	593	-424623
2003	7758	-5308	-11437	-60600	-63298	-146480	-1175	95110	-4220	-2465	-417105
2004	9416	4750	-19744	-19248	-57294	229	-37799	-22948	-3252	-8023	-675384
2005	386	-4885	4710	35667	-145916	-73040	-27750	13268	13487	-13457	-564748
2006	-7239	-9573	68417	22372	-239007	131470	-43880	-127520	1162	-7415	-633367
2007	-7468	-48390	-16443	-215360	-167247	-168889	-4368	-73129	3019	-833	-775806
2008	7879	-1133	-34852	-44543	-209403	-782980	-105571	282689	-20276	5014	-807954
2009	2153	-50283	-27087	119239	-351088	-214049	-47457	210587	23337	-227	18530
2010	-3262	-66913	-24038	154108	-75346	-201016	63486	144768	-28575	-16083	-620815
2011	-143	-41248	-19639	-51414	-387756	-214116	26252	-168446	-46091	-22204	-226263
2012	150	-15826	-47779	66849	-176939	274398	-20692	32210	-58027	-41029	-498252
2013	-433	-32282	-52891	209552	-157690	-284856	-6323	-274652	-42717	-24020	-30686
2014	2339	-38425	-82429	175039	19955	22867	-1607	-40342	-48566	-20170	-120803
2015	-437	-22246	66470	217941	101280	-213172	108379	132434	-24997	15687	-53569
2016	-35255	19216	62183	230446	479790	-201020	177687	274518	-31224	-6300	-196730

KAYNAK: DÜNYA BANKASI

EK-2 İHRACATTA YÜZDE DEĞİŞİM

	Arjantin	Brezilya	Çin	Almanya	Hindistan	İtalya	Malezya	Meksika	Rusya	Güney Afrika	Türkiye	Birleşik Krallık	ABD
2002	0,2	8,6	24,7	4,2	17,7	-2,8	7,2	0,4	9,8	1,0	11,4	1,8	-1,7
2003	5,0	14,2	31,4	1,9	16,2	-1,3	7,4	1,9	13,2	0,1	9,4	2,6	1,8
2004	0,0	17,8	27,1	11,4	27,0	6,2	21,8	9,9	11,9	2,8	11,6	4,8	9,8
2005	11,6	9,8	24,1	6,7	17,9	3,4	5,8	6,3	7,1	8,6	8,1	8,7	6,2
2006	4,6	3,9	26,0	12,3	16,0	8,2	6,9	7,8	7,4	7,5	7,4	12,4	9,0
2007	6,0	6,3	20,9	9,3	18,5	6,2	-3,9	2,0	7,3	7,8	10,0	-1,5	9,3
2008	-1,0	-1,9	10,6	1,9	7,1	-3,1	-7,3	-1,0	6,0	1,6	6,9	0,6	5,7
2009	-10,8	-8,7	-11,3	-14,3	-4,1	-18,1	-10,5	-10,9	-6,7	-17,0	-5,2	-8,7	-8,8
2010	13,7	7,1	25,6	14,5	26,7	11,8	3,6	22,4	8,5	7,7	9,1	5,9	11,9
2011	2,3	2,3	14,6	8,3	11,8	5,2	6,3	7,7	-0,3	3,5	7,9	6,2	6,9
2012	-5,8	1,1	5,9	2,8	0,2	2,3	-6,5	6,5	0,8	0,8	13,2	0,2	3,4
2013	-3,7	2,7	8,8	1,7	5,0	0,7	0,1	1,4	5,8	4,0	1,5	0,8	3,5
2014	-7,8	-0,3	4,3	4,6	3,6	2,7	6,5	7,0	-1,9	3,6	6,1	2,7	4,3
2015	-1,6	8,1	-2,2	5,2	-5,3	4,4	4,1	8,4	-0,5	2,8	1,6	5,0	0,4
2016	6,8	3,7	1,1	2,6	6,5	2,4	3,6	3,5	1,5	1,0	-2,1	2,3	-0,3
2017	-0,4	10,9	9,2	4,7	7,2	5,4	8,2	3,2	9,1	-0,1	11,6	5,7	3,4
2018	5,2	3,4	5,6	6,1	8,1	5,6	3,9	2,0	3,4	3,6	6,5	4,2	3,4
2019	6,4	4,4	4,9	5,0	8,2	4,0	5,5	4,8	2,5	3,3	5,0	1,5	3,2
2020	5,7	5,1	4,3	4,3	8,0	3,8	4,6	4,9	3,2	3,3	4,6	1,0	3,3
2021	6,0	3,6	3,0	4,0	8,0	3,6	3,7	4,9	3,5	3,3	4,2	0,9	3,2
2022	5,8	4,6	2,6	3,9	8,2	3,5	3,7	4,8	3,8	3,3	4,4	0,9	3,2
2023	5,7	4,8	2,5	3,8	8,2	3,4	4,2	4,6	4,5	3,3	4,3	0,9	2,9

KAYNAK: IMF

