

devam ettiği ve ürün çeşitlendirilmesinin de istenilen düzeyde gerçekleştirilemediği görülmektedir.

| İthalat Meblağı   | Çin'in Tüm Dünyadan İthal Ettiği Ürün Sayısı (2019, Altılı GTİP Bazında) | Çin'in Ülkemizden İthal Ettiği Ürün Sayısı (2019, Altılı GTİP Bazında) | Yüzde |
|---|--|--|-------|
| 100 milyon doların üzerinde   | 1.267  | 6  | 0,5   |
| 50 ile 100 milyon dolar üzerinde  | 481  | 2  | 0,4   |
| 10 ile 50 milyon dolar arasında   | 1.166  | 29   | 2,4   |
| 1 ile 10 milyon dolar arasında  | 1.243  | 151  | 12    |
| 1 milyon doların üzerinden Çin'in ithalat gerçekleştirdiği toplam ürün sayısı | 4.157  | 188  | 4,5   |

Ülkemizin Çin'e gerçekleştirdiği ihracat incelendiğinde 100 milyon dolar ve üzerinde ihracat gerçekleştirdiği yalnızca altı adet ürünün olduğu görülmektedir. 100 milyon dolar ve üzerinde tüm dünyaya gerçekleştirdiğimiz ihraç ürün sayısı ise 272'dir. Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere 100 milyon doların üzerinde Çin'in tüm dünyadan ithal ettiği ürün sayısı 1.267'dir. Sadece bu veriler dahi Çin'e olan ihraç ürün çeşitliliğimizin kısıtlılığını ortaya koymaktadır.

Ülkemizin Çin'e gerçekleştirdiği ihracat incelendiğinde 1 milyon dolar ve üzerinde ihracat gerçekleştirdiği 188 adet ürünün olduğu görülmektedir. 1 milyon dolar ve üzerinde tüm dünyaya gerçekleştirdiğimiz ihraç ürün sayısı ise 2.737'dir. Bu durum da yukarıda bahse konu tespiti ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, ülkemiz ihracat potansiyelini de göz önüne aldığımızda özellikle tarım ürünleri ve işlenmiş tarım ürünleri dahil tüm gıda ürünleri, nihai tüketim ürünleri, hazır giyim, deri ürünleri (ayakkabı ve çanta), ev tekstili ilk olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, pandemi sonrası dönemde gastronomi, genel itibarıyla turizm ve özel olarak sağlık turizminde de ülkemizin potansiyeli bulunmaktadır.

### Çin'den İthalatımız

2020 yılında ülkemiz Çin'den 23 milyar dolar ithalat gerçekleştirmiştir. 2016 yılında gerçekleşen 25,4 milyar dolar değerindeki ithalatımız ulaşılan en yüksek tutar olmuştur. 2017 yılında 23,4 milyar dolar değerinde; 2018 yılında 20,7 milyar dolar değerinde; 2019 yılında ise 18,5 milyar dolar değerinde ithalat gerçekleştirilmiştir.

| İthalat Meblağı                  | Ülkemizin Çin'den İthal Ettiği Ürün Sayısı (2019, Altılı GTİP Bazında) |
|----------------------------------|--|
| 100 milyon doların üzerinde      | 25   |
| 50 ile 100 milyon dolar arasında | 45   |
| 10 ile 50 milyon dolar arasında  | 357  |
| 1 ile 10 milyon dolar arasında   | 1.123  |



## 6. Çin ile Demiryolu Taşımacılığı

Son dönemde, özellikle Covid sonrasında Çin ve Avrupa arasında demiryoluyla gerçekleşen ticaretin arttığı görülmektedir. Çin'in Avrupa'ya demiryolu ile navlun taşımacılığı 2020'de %50 oranında artarak 12.400 sayısına ulaşmıştır. Bir başka ifadeyle, 2020 yılında Çin'den Avrupa'ya günde ortalama 34 tren yola çıkarak Avrupa'ya ulaşmıştır. Demiryolu taşımacılığındaki konteyner bazındaki artış oranı is %56 olarak gerçekleşmiştir.

Bu artışta rol oynayan temel etmenle aşağıda yer almaktadır.

- ◆ Tedarik zincirindeki avantajını kaybetmek istemeyen Çin'in bu hatlara ağırlık vererek Avrupa'nın tedarik zincirindeki yerini korumak istemesi,
- ◆ Deniz yolu taşımacılığında Covid nedeniyle yaşanan aksaklıklar ve fiyat artışlarının demiryolunu ekonomik olarak avantajlı kılması,
- ◆ Çin'e ihracatını artırmak isteyen Avrupalı firmaların bu hatların zaman avantajını kullanarak Çin pazarındaki varlıklarını artırmak istemesi,
- ◆ Covid döneminde artan e-ticaret hacmi nedeniyle sınır ötesi bireysel kargo sevkiyatının hızlı şekilde artması sonucunda, lojistik sürelerinin kısaltılması zaruretinin doğması,
- ◆ Çin'in Avrupa'ya giden lojistik yollarını çeşitlendirmeye yönelik milli stratejisi nedeniyle, ekonomik saiklerden bağımsız olarak bu hatların sübvansede ediliyor olması.

Çin'in 20 farklı şehrinden çıkan trenler, Avrupa'da (Avrasya bölgesi dahil) 20 farklı ülkede 90 farklı şehre varmaktadır. Çin ile Avrupa arasındaki taşımacılıkla en önemli şehirler sırasıyla Xi'an, Chonqing, Chengdu, Wuhan, Yiwu, Zhengzhou ve Suzhou şehirleridir. 2020 yılı Kasım ayı sonu itibarıyla Xi'an'dan 3.441 tren çıkış yapmıştır. Bu bakımdan Çin'den çıkan trenlerde Xi'an oranı %30,5'tir. Bu kapsamda, aşağıda yer alan istatistik ve değerlendirmelerin Çin'in demiryolu üzerinden gerçekleştirdiği dış ticaretin kompozisyonuna ilişkin genel bir fikir verdiği değerlendirilmektedir.

| Varış Noktası             | Tren Frekans Sayısı (Haftada)<br>(Westbound: WB - Çin'den batıya)<br>Eastbound: EB - Avrupa'dan Çin'e) | Süre (Gün) |
|---------------------------|--|------------|
| Almanya Ekspres Treni     | 1 WB   | 10         |
| Xi'an-Duisburg/Hamburg    | 11 WB / 4 EB   | 15         |
| Xi'an-Ghent               | 3 WB / 3 EB  | 17         |
| Xi'an-Budapeşte           | 7 WB   | 11         |
| Xi'an-Kouvola(Finlandiya) | 1 WB / 1 EB  | 12         |
| Xi'an-Orta Asya           | 14 WB  | 10         |
| Xi'an-Verona/Milano       | 1 WB / 1 EB  | 15         |
| Xi'an - Rostock           | 1 WB / 1 EB  | 15         |

## İstanbul Xi'an Demiryolu Taşımacılığı Hattı

Ülkemizden Çin'e yola çıkan ilk ihracat treni için 4 Aralık 2020 tarihinde İstanbul'da bir tören yapılmıştır. 17 Aralık 2020 tarihinde Çin'e giriş yapmış olan tren, 19 Aralık 2020 tarihinde varış noktası olan Xi'an'a ulaşmıştır. İhracat trenimizin toplamda varış süresi 12 gün 18 saat olarak gerçekleşmiştir.

2021 yılının geri kalan döneminde haftada bir adet trenin karşılıklı olarak ulaşımı hedeflenmektedir.



## B. ÇİN PAZAR BİLGİLERİ

### 1. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

Çin Halk Cumhuriyeti Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından 2014 yılı içerisinde açıklanan “Yeni Normal” kavramı ile Çin ekonomisinde yüksek hızlı büyümeden orta - yüksek hızlı, ancak sürdürülebilir bir büyümeye geçilmesi, ekonominin yeniden yapılandırılması, girdi ve yatırım temelli bir büyüme modeli yerine yenilik temelli bir büyümenin olanaklı kılınması ifade edilmektedir.

Son yıllarda Çin’de arz yönlü reformlar aracılığıyla büyümenin niceliği kadar niteliğinin de gözetildiği ve finansal istikrarın öncelendiği bir ekonomi politikasının izlendiğini belirtmek mümkündür.

Çin’in yeni ekonomi politikası çerçevesinde Çin’in kaliteli ithal ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Nitekim, Çin 2020 yılı itibarıyla 2 trilyon dolarlık ithalatı ile dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı konumundadır. 2020 yılındaki 2,6 trilyon dolar değerindeki ihracatı ile de dünyanın en büyük ihracatçısıdır.

Özellikle Çin’in 2001’deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte Çin’in dış ticaret rejiminde önemli liberalleşmeler yaşanmış ve yaşanmaya devam etmektedir. Çin’de ilgili makamlar nezdinde kayıt yaptırdıktan sonra yabancı sermayeli olanlar dahil tüm şirketler, dış ticareti sadece devlet tarafından yapılabilen belirli ürünler haricindeki tüm ürünlerin ihracat ve ithalatını serbestçe yapabilmektedir. İthal edilen malların ülke içerisinde dağıtımını yapabilmek için malın dağıtım haklarının da alınması gerekmektedir.

Çin, ithalata konu ürünleri üç ana başlık altında sınıflandırmaktadır. Bunlar; ithalatına izin verilen ürünler, ithalatına kısıtlı izin verilen ürünler ve ithalatı yasak olan ürünlerdir. Birçok ürünün ithalatı serbestçe gerçekleştirilirken, bazı ürünler üzerinde kota ve ruhsat kısıtlamaları uygulanmaktadır. Zehirli maddeler vs. gibi kalemlerin ithalatı ise yasaktır. Tüm şirketler (Çinli ve yabancı) çoğu ürünü ithal etme hakkına sahiptir, ancak sınırlı sayıda mal devlet ticaret şirketleri aracılığıyla ithalat için ayrılmıştır.

İhracat ve ithalat, gümrük vergilerine ve KDV’ye tabi olmakla birlikte belirli ürünler için tüketim vergisi de uygulanmaktadır. Gümrük vergileri, Çin’in 2001’deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte aşağı inmeye başlamıştır. 2000 yılında %15,3 olan ortalama ithalat tarifesi, 2020 itibarıyla %9,6’ya kadar inmiş durumdadır. Tarım ürünleri için ortalama tarife %15,5 ile daha yüksek iken, tarım dışı ürünler için ortalama tarife %8,7’dir.

Geçmiş dönemde, Çin’de dış ticaret haklarına sahip az sayıda şirket bulunmaktaydı. Çin’in DTÖ’ye katılımını takiben, Dış Ticaret Yasası ve Dış Ticaret Operatörlerinin Dosyalandırılması ve Kayıtlarına İlişkin Önlemler uyarınca dış ticaret yapmaya yetkili şirketlerin sayısı hızlı bir şekilde artmıştır.

Çin açısından, yurtiçi tüketici talebinin artırılması, istikrarlı ekonomik büyüme ve ekonominin yeniden yapılandırılması en önemli araçlardan biridir. Bu kapsamda, Çin, özellikle nihai tüketiciye yönelik ithal ürünlerine gümrük vergilerini düşürmektedir.

Çin’de ithalatın bedelinin ödenmesi için ağırlıklı olarak akreditif ve vesaik mukabili ödeme yöntemleri kullanılmaktadır. Çin bankalarının büyük çoğunluğunun hem ihracat hem de ithalat için akreditif açma yetkisi bulunmaktadır. Çin’de şubesi ya da temsilcilik ofisi olan yabancı sermayeli bankalar için de aynı durum söz konusudur.

Vesaik mukabili ödeme ise akreditife benzemekte ancak daha az karmaşık ve daha esnek bir ödeme olanağı sağlamaktadır. Bu yöntemde, ihracatçının malı yüklemesinin ardından, sevk belgeleri ihracatçının bankası kanalıyla, bedelinin tahsili karşılığında teslim edilmek üzere Çin’deki ithalatçının bankasına gönderilmektedir. Bu banka, mal bedelini tahsil ettikten sonra ithalatçıya söz konusu malların çekilmesini sağlayacak evrakı teslim etmektedir.

Diğer taraftan, Çin’in, özellikle tüketim malları için ürün bazında belirlenmiş etiketleme ve ambalajlama gereksinimleri bulunmaktadır. Bazı durumlarda, bu gereklilikleri karşılamayan malların Çin’e girişi reddedilmektedir.

Ticaretin olağan akışında, ilgili Çin ithalatçısı (acente, distribütör, ortak girişim ortağı vs) mal ithalatı için gerekli belgeleri ihracatçıdan temin etmekte ve bunları Çin Gümrük İdaresine sunmaktadır. Gerekli belgeler ürüne göre değişmektedir; ancak genel olarak konşimento, fatura, gönderim listesi, gümrük beyannamesi, sigorta poliçesi ve satış sözleşmesi gibi standart belgeler ile ithalat kota sertifikası (talep edilmesi halinde), ithalat lisansı (talep edilmesi halinde), denetim sertifikası (talep edilmesi halinde) ve diğer belgeleri içermektedir.

## Gümrük

Çin’e ihraç edilen tüm ürünler yerel mevzuata uygun olmak zorundadır. Ülkeye yapılan ithalat Çin hükümeti tarafından üç kategoride ele alınmaktadır; bunlar ülkeye girişi yasak olan ürünler, kısıtlı olarak izin verilen ürünler ve serbestçe ticareti yapılabilen ürünlerdir. Çin Gümrükler Genel İdaresi yasak ve kısıtlamalara tabi olan ürünlerin listesini düzenli olarak güncelleyerek web sitesinde yayınlamaktadır.

Çin’de gümrük değerlemesi, ithal edilen ürünlerin değerlerini uluslararası piyasalardaki fiyatlar, yabancı piyasa fiyatları ve iç piyasa fiyatları temel alınarak listeleyen bir veri tabanı üzerinden gerçekleştirilmektedir. İthalatçı tarafından beyan edilen fiyatlar genel olarak kabul edilmekteyse de söz konusu veri tabanı ile beyan edilen fiyat arasında ciddi bir farklılık söz konusuysa yeniden bir hesaplama yapılmaktadır.

Çin gümrükleri tarafından ülkeye girecek ürünler için talep edilen evraklar ürünün cinsine göre farklılık göstermektedir. Üretici ya da denetleyici kurum tarafından hazırlanmış olan kalite, miktar ve ağırlık ile ilgili belgeler mutlaka talep edilmektedir.

Bazı ürünlerin ülkeye varışında kontrol edilmesi ya da beraberinde Çin hükümeti tarafından kabul edilmiş bir akreditasyon belgesi ile gelmesi gerekmektedir. Belirlenen şartlara uymayan ürünler satıcıya geri gönderilir ve bu durumda alıcı tarafında oluşan zarar nedeniyle bir tazminat da söz konusu olabilir.

Türkiye’den Çin’e ihraç edilen ürünlerin Çin’deki gümrük işlemleri büyük ölçüde Çin tarafındaki ithalatçı tarafından yapılacaktır. Ancak Türkiye’deki ihracatçının da konuya hâkim olması, her adımdan haberdar olması ve gerektiğinde talep edilen belgeleri temin edebilmesi gerekmektedir.

## Lojistik

Çin'in lojistik altyapısı, başta ulaştırma ve telekomünikasyon olmak üzere oldukça kaliteli durumda olup büyük yatırımlarla bu alanda daha da fazla gelişme kaydedilmesi amaçlanmaktadır. Ancak, kalitenin ülkenin her bölgesinde aynı olmadığını, lojistik altyapısının ülkenin ekonomik olarak daha gelişmiş kesimlerinde daha yaygın ve daha kaliteliyken, ülkenin iç ve batı kesimlerine gidildikçe seyrekleştiğini ve kalitenin de düştüğünü göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Çin genelinde toplam 4,5 milyon kilometrelik karayolu bulunmakta olup bunun 120 bin kilometresi otobandır. Demiryolu uzunluğu ise 112 bin kilometredir.

Çin'de ekonomik büyümenin yüksek bir performansla devam etmesi, üretimin ve ticaretin artması ve elektronik ticaretin de gelişmesiyle birlikte lojistik sektörü hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. Çin Bilimler Akademisi'nin yaptığı bir hesaplama göre ülkedeki lojistik sektörü 2018 yılı itibariyle 43,5 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşmıştır.

## Tarım Ürünleri İthalatı

Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) mevzuatı uyarınca, gıda ürünleri ithalatında bütün ihracatçı ülkeler tarafından risk analizi ve ürün spesifik protokollerin imzalanmasını öngören bir pazara giriş sürecinin tamamlanması gerekmektedir. Konu ile ilgili kurum olan ÇHC Kalite Kontrol, Denetim ve Karantina Genel İdaresi (AQSIQ) yeniden yapılandırılmış, 2017 yılından bu yana anılan konu kapsamında ÇHC Gümrükler Genel İdaresi (GACC) yetkili kılınmıştır.

Gıda sektörü, ülkemizin Çin'e yönelik ihracatının geliştirilmesi ve ürün çeşitliliğinin sağlanması açısından önem ve potansiyel arz eden bir sektör konumundadır. Bu kapsamda, ülkemizin gıda ürünlerinin Çin'e yönelik ihracatının arttırılması amacıyla bir süredir sistematik çalışmalar yürütülmektedir. Bu kapsamda, ilk olarak, gıda ürünlerimizin Çin'e yönelik girişinin kolaylaştırılması amacıyla, iki ülke arasında işbirliğine yönelik bir çerçeve anlaşması olan "Gıda Güvenliği Anlaşması" 19 Nisan 2013 tarihinde imzalanmış bulunmaktadır.

Çin'e gıda ürünlerimizin ihracatı kapsamında 2019 yılında kiraz ihracatımızda fümigasyon yönteminin önü açılmış, antepfıstığı ihracatımız resmi olarak başlamış, Çin'e ihraç edilebilen su ürünlerimize ise ton balığı ve alabalık ürünleri eklenmiştir. 2020 yılında ise süt ürünleri ve kanatlı eti ihracatımızın önü açılmıştır.

Yeni ürünler ekleme yönündeki çalışmalarımız kapsamında ÇHC Gümrükler Genel İdaresi nezdindeki girişimlerimize kanatlı eti, narenciye, nar ve iç badem, üzüm, kivi, elma ve defne yaprağı ürünlerinde devam edilmektedir.

## 2. Pazarın Özellikleri

Çin, genel itibarıyla diğer pazarlara göre pazara giriş stratejileri bakımından bazı farklılıklar arz etmektedir. Ancak, Çin'i, Avrupa, Ortadoğu ve Afrika pazarlarından “daha zor” veya “daha kolay” bir pazar yerine “daha farklı” olarak nitelendirmek daha doğrudur. Ülkemiz ihracatçıların ve yatırımcıların Çin'i diğer ülkelerle kıyaslamak yerine ülkenin kendine özgü dinamikleriyle hareket etmelerinde fayda bulunmaktadır. Bu noktada da istikrar çok önemli bir husus olarak öne çıkmaktadır. Çin nezdinde ithalatta sürdürülebilirlik oldukça ön plana çıkmaktadır. Gıda sektörü başta olmak üzere genel itibarıyla Çinli ithalatçılar, kendilerine düzenli tedarik sağlayacak firmalar ve ülkelerle işbirliklerine önem vermektedir.

### Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları (başvuru belgeleri ve yetkili merci)

Fikri mülkiyet haklarının korunması ve yabancı şirketlerin Çinli ortakları ya da üçüncü taraf şirketler tarafından fikri mülkiyet haklarının ihlal edildiğine dair şikayetleri, Çin'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirketlerin Çin'de yaşadığı en büyük sorundur. Ancak, Çin hükümetinin son dönemde bu alanda yaptığı reform çalışmaları gelecekte bu sorunun çözülmesine katkı sunmayı hedeflemektedir.

Pekin, Şanghay ve Guangzhou'da hayata geçirilen fikri mülkiyet haklarına yönelik ihtisas mahkemeleri, ortalama dört ayda davaları sonuca bağlamaktadır. Bu mahkemelerin başka şehirlerde de açılması planlanmaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü üyeliğine 2001'de kabul edilen Çin'in bu çerçevede kendi uygulamalarını örgütün Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması (TRIPS) hükümleriyle uyumlu hale getirmesi gerekmektedir.

Çin aynı zamanda 2007 tarihli Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Telif Hakları Anlaşması'nın da taraflarından birisidir. Bugüne değin fikri mülkiyet haklarının korunması konusunda uluslararası yükümlülüklerle giren ve mevzuatını kuvvetlendiren Çin, artık kanunların pratikte uygulanmasında da daha kararlı bir tavır sergilemektedir. Bununla birlikte, fikri mülkiyet hakları ihlali Çin'de iş yapan şirketler açısından önemli bir risktir. Bu kapsamda, şirketlerimizin markalarını Çin'de her iki dilde (İngilizce ve Çince) tescil ettirmeleri önem arz etmektedir.

ÇHC'deki marka tescili konusunda temel olarak “China National Intellectual Property Administration (CNIPA)” yetkili bulunmaktadır (<http://english.sipo.gov.cn/>). Marka tescili ise söz konusu kuruluş bünyesindeki “Trademark Office” aracılığı gerçekleştirilmektedir.

Çin'de mevcut marka tescili uygulaması “first-to-file rule” kuralını içermektedir. Bu kural uyarınca, ticari marka başvurusunda ilk olarak bulunan kişi veya şirkete genellikle bu ticari marka hakkı verilmektedir. Nitekim, mevcut “Marka Kanunu” da bu hususu içermektedir (<http://english.sipo.gov.cn/lawpolicy/relatedawsregulations/915599.htm>).

Bir kişi veya firmanın marka tescil başvurusu kabul edilip ilana çıkılmasından sonra bir yıl süreli itiraz dönemi başlamaktadır. Eğer bu dönemde bir itiraz gelmezse, başvuran firma veya kişi markayı tescil ettirmiş olmaktadır. Marka tescili ile firma, ürünlerinin Çin anakarasında satış ve üretim haklarını (hatta ihracat) almaktadır.

Markanın Çinli bir firma tarafından kopyalanmış olması halinde ise, markanın esas sahibi firma ürünlerini Çin'e ihraç etmek istediğinde, ürünlerinin ithaline izin verilmemesi riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Firmalarımızın, markalarını aşağıdaki web sitesi aracılığıyla kontrol etmeleri mümkündür. Firma kayıtları, firmalarımızın bilgisi dışında yapıldıysa Müşavirliğimizle irtibata geçmeleri mümkündür.

<http://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn>

### Dağıtım Kanalları

Yeni yapılan düzenlemelerle yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin Çin'de neredeyse tüm sektörlerde perakende ve toptan satış yapmalarına imkan sağlanmış olmasına rağmen bazı istinastar bulunmaktadır. Örneğin, benzin istasyonlarında çoğunluk hissesinin Çinli ortağa ait olması gerekmektedir. Tütün satışı devletin tekelindedir. Gemicilik acentelerinin de yine çoğunluk hisselerinin Çinli yatırımcılara ait olması gerekmektedir. Yabancı yatırımcıların Çin'de kendi başlarına ya da Çinli bir firmayla kurdukları ortak teşebbüsler üzerinden franchising yapmalarına da izin verilmektedir.

Çin'de en hızlı büyüyen dağıtım kanalı, elektronik ticarettir. Dünyada internet üzerinden alışverişin %47'si Çin'de gerçekleştirilmekte ve bu alanda çok güçlü bir büyüme trendi bulunmaktadır.

Çin'in yeni başlattığı pilot uygulamalarla, yabancı şirketler Çin'de fiziksel bir varlık oluşturmadan bu dağıtım kanalını kullanabilmektedir. Bunun için bir çevrimiçi platform oluşturmaları ve malların dağıtımını için motorlu kurye hizmetini kullanmaları gerekmektedir.

Çin'in global e-ticaret hacmi içerisindeki yeri on sene önce sadece yüzde 1 iken günümüzde %40 seviyesine ulaşmıştır ve Çin'i dünya liderliğine taşımıştır. Ülkenin e-ticaret pazarında iki büyük oyuncu (TMall ve JD) dikkat çekmekle birlikte birçok oyuncu bulunmaktadır. Çin e-ticaret ortamını değerlendirirken sınırötesi ticareti de dikkate almakta fayda olacaktır. 2017 yılında 80 milyar dolarlık bu hacmin 2021 yılında 140 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Bu dev platformların yanısıra Çin marketine girmenin alternatif yöntemleri arasında WeChat veya TaoBao gibi alternatif platformları kullanarak da e-satış yapmak mümkündür.

### Tüketici Tercihleri

Çin, dünyanın en büyük ikinci ithalatçısıdır. Çin, bugün itibarıyla; zenginleşen halkı ve büyüyen ekonomisiyle tüketen bir toplum haline gelmiştir.

Çin'in 2018 yılındaki ithalatı, 2017 yılına göre 300 milyar dolar artarak 2,1 trilyon dolara ulaşmıştır. Başka bir ifadeyle, Çin'in ithalatı 2018 yılında %16 oranında artmıştır. 2019 yılında da Çin, 2,1 trilyon dolar değerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

Ülkede gittikçe zenginleşen ve halihazırda 400 milyon bireyden oluşan bir orta sınıf bulunmakta ve söz konusu orta sınıfın kaliteli ve ithal nihai tüketim ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Bu noktada, Çin'in genelinde sınıflar arasındaki tüketici eğilimlerinin farklılığından da bahsetmek gerekmektedir. Alt ile alt/orta sınıflar açısından gelecek endişesi ile tasarruf eğilimi oldukça yüksektir. Söz konusu sınıfların tercihleri yerel ürünler olmaktadır.



Bununla birlikte, Tier 1 olarak adlandırılan Şanghay, Pekin, Guangzhou şehirlerindeki orta/üst ile üst gelirli sınıfların tercihlerinde ithal ürünler önemli yer tutmaktadır. Ayrıca, Tier 2 olarak adlandırılan Xi'an, Chengdu, Chongqing, Wuhan gibi şehirlerdeki nüfusun da harcanabilir geliri her geçen gün artmaktadır. Bu şehirlerdeki nüfusun tercihlerinde de son 5 yıllık dönemde önemli değişiklikler göze çarpmaktadır. Kümülatif olarak incelenecek olursa orta/üst ile üst sınıfı her geçen gün büyüyen Çin'in tüketici tercihleri ithal ürünler yönünde seyretmektedir.

Diğer taraftan, özellikle genç neslin tercihlerinde, "klasik Çinli" tercihlerinin oldukça ötesine geçildiği görülmektedir. Bu kapsamda, örneğin protein ağırlıklı beslenme Çin'de artmakta; hazır giyimde özellikle Avrupa modası takip edilmekte; kozmetik ürünlerinin tüketimi düzenli olarak yükselmektedir. Tier1 ve Tier2 şehirleri dışında yer alan ve daha az gelişmiş olan bölgelerdeki gençler, e-ticaret platformları sayesinde online olarak neredeyse tüm ithal ürünlere erişebilmektedir.

### Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Firmalarımızın, öncelikle pazara girmek istedikleri ürünü belirlemeleri ve ürün bazında strateji geliştirmeleri daha yararlı olacaktır. Bununla birlikte genel olarak, satışı belirleyen faktörlerin başında tanıtım gelmektedir. Zira, ülkemiz firmalarının genel olarak bilinirliği düşük seviyelerdedir.

400 milyon kişiden oluşan orta/üst sınıf Çinli tüketiciyi hedefe alarak Çin'in kendine özgü weibo, wechat gibi sosyal medya hesapları üzerinden yürütülecek tanıtım faaliyetleri de başarıya ulaşmak açısından önemli bir araçtır. Çin'de 800 milyonu aşkın internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bunların %85'i mobil cihazları günlük hayatında son derece yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Bu bakımdan, sosyal medya üzerinden yapılacak tanıtım faaliyetleri son derece önemlidir.

Çin'de rekabetin son derece üst seviyelerde olması sebebiyle sabırlı olmak ve orta/uzun vadeli hedefler koymak önem arz etmektedir.

### Kamu İhaleleri

Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) 1980'lerle başlayan ekonomik kalkınma hamlelerinde önemli bir rol oynayan müteahhitlik sektörü, son 30 yıllık süreçte ülkenin gayri safi yurt içi hasılasındaki (GSYİH) artışta ciddi bir payı bulunmaktadır.

Ülkede en güncel veriler olan 2018 yılı istatistiklerine göre, toplam 83.000 inşaat şirketi mevcut olup; söz konusu şirketlerce yaklaşık 51,8 milyon kişi istihdam edilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirket sayısı ise 261 olarak açıklanmıştır.

Yabancı firmaların ağırlıklı olarak, teknoloji ve marka avantajlarını kullandıkları kısıtlı projelerde yer aldığı bilinmektedir. Tamamına yakınında yerel (devlet ya da özel) firmaların faaliyet gösterdiği Çin'in müteahhitlik sektörüne yabancı firmaların girişinde ciddi zorluklarla karşılaşıldığı bilinmektedir.

Çin'de ihalelerin çoğu Çince dilinde çıkmaktadır. Teknik müşavirlik sektörü için hem ihale hem de doğrudan teklif alınması durumlarının olduğu bilinmektedir. Ancak Çinli firmalar veya Çin'de yerleşik yabancı firmalar burada tercih edilmektedir. Bu doğrultuda, Çin'de iş yapmak için burada yerleşik olmak önem arz etmektedir.

### 3. Önemli Sektörler

Çin’de üretim, yatırım ve ihracat çok kapsamlı ve hacmen büyük olup; bu yapıda literatürde “cluster” olarak tanımlanan odak bölgelerinin büyük payı vardır.

Kuzey Çin’de Pekin, Tianjin ve Hebei (ağır sanayi, kimya, metal, enerji, demiryolu, bilişim, otomotiv); Kuzeydoğuda Dongbei (Liaoning, Jilin ve Heilongjiang ile aynı zamanda İç Moğolistan’ın doğusu) olarak nitelenen üç eyalet (ağır sanayi, otomotiv); Shandong eyaleti (petrol rafinerisi, nişasta, gıda endüstrisi); Doğu Çin’de Şanghay, Jiangsu ve Zhejiang (kimya, petrokimya, demir çelik, elektrik-elektronik, enerji, makineler ve parçaları, muhtelif imalat sanayi, metaller, ilaç, tekstil, deri); güneyde Guangdong eyaleti (ağırlıklı olarak ihracata yönelik makine, hafif sanayi, seramik de dahil her türlü imalat), Orta Çin’de Hunan, Hubei eyaletleri (demir-çelik, robot, makine ve metal işleme başta olmak üzere birçok sanayi kolu) ile iç kesimlerde Sichuan Eyaleti ile Chongqing (otomotiv başta olmak üzere birçok sanayi kolu) önemli sınai odak noktalarıdır. Bu sınai odak bölgelerinde makineden ilaca, tekstilden gıdaya birçok ürün rekabetçi şekilde üretilerek hızlı şekilde Çin ve dünya piyasalarına sunulabilmektedir.

#### Öne Çıkan Başlıca Sektörler

1978 yılında Deng Xiaoping liderliğinde, ekonomide liberalleşmeyi ve dışa açılmayı hedefleyen reformlar başlamıştır. Emek yoğun ve ihracata odaklı bir üretim süreciyle Çin tüm dünya için düşük maliyetli üretim yapan bir ülke haline gelmiştir. Bu süreç içerisinde fiyatlar serbestleştirilmiş, kamu iktisadi teşebbüslerinin ekonomideki ağırlıklı konumları korunduysa da özel girişime de önem verilmiş ve özel girişimin gelişimi sağlanmıştır. Üretim ve ihracat arttıkça ürünlerin katma değeri yükselmiş ve basit tüketici ürünlerinden kademeli olarak daha sofistike ürünlere geçiş yapılmıştır.

Çin’in 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü’ne (WTO) üye olmasıyla ihracatın önündeki engeller de kaldırılmıştır. Çin’de kişi başına düşen milli gelir 1978 yılında Sahra altı Afrika oranlarına yakın ve Asya ortalamasının yarısına bile ulaşamıyorken, yıllık çift haneli büyüme oranları kişi başına düşen gelirin, o dönemden bugüne kadar yaklaşık altmış katına çıkmasını sağlamıştır.

İmalat sanayi, düşük maliyetlerin de sağladığı avantaj sayesinde Çin büyümesinin itici gücü olmuştur ve son yıllarda artan maliyetlere rağmen büyük ölçüde bu konumunu korumaktadır. Çin GSYH’sinin %40,7’sine tekabül eden imalat sektörü, süreç içerisinde kaliteyi, teknoloji içeriğini ve katma değeri artırarak dünya standartlarında üst konumlara ulaşmıştır. Bununla birlikte, bugün Çin’in ihraç ettiği sanayi ürünlerinin yarısı yabancı sermayeye sahip şirketler tarafından üretilmektedir.

Çin şu anda dünyadaki;

- ◆ Çeliğin yüzde 50’sini,
- ◆ Otomobillerin yüzde 30’unu,
- ◆ Cep telefonlarının yüzde 90’ını,
- ◆ Bilgisayarların yüzde 80’ini,
- ◆ Gemilerin yüzde 40’ını,
- ◆ Ayakkabıların yüzde 60’ını üretmektedir.

Çin'in gelişen tarım ve madencilik sektörleri büyük ölçüde yerel talebi karşılamak için çalışmaktadır ve talebin büyüklüğü karşısında bunda da tam yeterli olamamaktadır. Örneğin, Çin her ne kadar önemli bir petrol üreticisi olsa da (dünyanın en büyük beşinci üreticisi) ürettiği petrol ancak kendi ihtiyacının yarısını karşılamaya yetmektedir.

Hizmet sektörü ise, halen Çin'de en hızlı büyüyen ve uluslararası ölçekte etkisini artıran sektör durumundadır ve büyüklüğü GSYH'nin %50'sini aşmış bulunmaktadır.

Özetle; 2018 yılı itibarıyla Çin ekonomisinin %7,2'si (1 trilyon dolar) birinci endüstri olarak tabir edilen tarım sektöründen, %40,7'si (5,8 trilyon dolar) ikinci endüstri olarak tabir edilen sanayi sektöründen, %52,2'si (7,4 trilyon dolar) ise üçüncü endüstri olarak tabir edilen hizmetler sektöründen oluşmaktadır.

Tüm bu bilgiler kapsamında, Çin'in birçok sektör açısından dünyanın üretim merkezi olduğunu söylemek gerekmektedir.



#### 4. Şirket Kuruluşu ile ilgili Bilgiler

Çin’de yabancı sermayeli bir limitet şirket iki farklı şekilde kurulabilmektedir:

- Yüzde yüz yabancı sermayeli bir şirket kurmak,
- Temsilcilik ofisleri kurmak,

##### Yüzde Yüz Yabancı Sermayeli Şirketler

Yüzde yüz yabancı sermayeli şirketler, yatırımcıya şirket üzerinde tam kontrol sağlamakta ve günümüzde Çin’de yabancı sermayenin en çok tercih ettiği model olarak ortaya çıkmaktadır. Yabancı ülke vatandaşları tarafından yabancı sermaye ile kurulan limited şirketler çoğunlukla üretimini Çin’de yapan ve buradan diğer ülkelere ihracat gerçekleştiren iş modelleri için tercih edilmektedir. Bununla birlikte, yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin kurulabileceği sektörler hizmet sektörü, danışmanlık, ticaret ve imalat olarak belirlenmiş durumdadır. Çin’de yüzde yüz yabancı sermayeli bir şirketi hayata geçirmek sektöre, bölgeye ve diğer koşullara bağlı olarak değişmekle birlikte ortalama bir ay sürmektedir.

##### Temsilcilik Ofisleri

Temsilcilik ofisleri, yabancı şirketler tarafından Çin’de doğrudan gelir getirmeyen faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, örneğin pazarlama faaliyetlerinin sürdürülmesi, pazar araştırması yapılması, satın alınacak ürünlerin tespit edilmesi, ana şirketin Çin’deki faaliyetlerinin koordine edilmesi ya da farklı paydaşlarla ilişkilerin devam ettirilmesi amacıyla açılmaktadır. Bu tür ofisler sayesinde şirketler, Çin pazarına ilk adımı atmış olmaktadır. Temsilcilik ofisleri doğrudan ürün satmak, alım yapmak ya da farklı hizmetler sunmak gibi faaliyetleri gerçekleştiremez, fatura kesemez, ancak bağlı oldukları şirketin mevcut ve potansiyel müşterileri ile temas kurma ve şirket adına sözleşme yapma hakları bulunmaktadır. Temsilcilik ofislerinin avantajı düşük maliyetli olmaları, yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerden farklı olarak bir asgari sermaye yatırımı ya da iş planı gerektirmemeleri, kolay kurulabilmeleri ve yönetimlerinin de kolay olmasıdır. Bununla birlikte, Çin kanunlarına göre temsilcilik ofislerinin doğrudan eleman alımı yapamamaları, bunun yerine yetkili bir insan kaynakları ajansı kullanmalarının zorunlu olması önemli bir dezavantajdır.

##### Şirketlerin Kurulma Süreci

Bir şirketin kurulma süreci, yukarıda bahsedilen modellerden hangisinin tercih edildiği, şirketin hangi sektörde faaliyet gösterdiği ve hangi coğrafi bölgede kurulduğuna göre farklılıklar sergilese de, Çin’in yabancı sermaye mevzuatı, yabancı sermayeli bir şirketin beş adımda hayata geçirilmesini öngörmektedir. Bunlar aşağıdaki gibidir:

- ✓ Şirketin isminin Sanayi ve Ticaret İdaresi nezdinde kayıt altına alınması,
- ✓ Şirketin işteğal edeceği sektörün Negatif Liste’de, başka bir deyişle yabancı sermayeye açık olmayan sektörler listesinde bulunmaması koşuluyla, Ticaret Bakanlığı’na internet üzerinden başvuru yapılması (Başvurunun eksiksiz yapılması kaydıyla Ticaret Bakanlığı üç gün içerisinde onay mesajı göndermektedir),

- ✓ Şirketin yerel Sanayi ve Ticaret İdaresi ofisinde kaydının yapılması (Bu ofislerin uygulamaları ve koşulları bölgeden bölgeye değişebilmektedir. Bazı bölgelerde süreç kolaylaştırılırken, bazı bölgelerde ek koşullar getirilebilmektedir),
- ✓ Yerel Sanayi ve Ticaret İdaresi nezdinde şirketin düzenleyici gereksinimlere uygunluğunun belgelenmesi (Bu kapsamda örneğin enerji tüketim raporu, arazi kullanım raporu, yerel istihdam etki raporu, inşaat güvenlik belgeleri, çevre etki raporu gibi dokümanların temin edilmesi gerekmektedir ve istenen belge sayısı bölgeden bölgeye değişebilmektedir),
- ✓ İşletme lisansı çıktıktan sonra Sanayi ve Ticaret İdaresi, vergi dairesi ve denetim kurumunda şirketin kaydının yaptırılması ve banka hesaplarının açılması (Burada da işlem sayısı bölgeye ve sektöre göre değişebilmektedir.). Bu adım tamamlandıktan sonra şirket faaliyetlerine başlayabilir.

## 5. Vergi Uygulamaları

Çin’de kurulmuş ya da yönetimi Çin’de bulunan bir firma Çin’de yerleşik olarak kabul edilmektedir ve gelirleri üzerinden vergilendirilmektedir. Çin’in halen 105 ülkeyle bu Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması bulunmaktadır.

Ülkemiz ile Çin arasında yapılmış olan Türkiye Cumhuriyeti ile Çin Halk Cumhuriyeti Arasında Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması” 01.01.1998 tarihinde uygulamaya alınmıştır.

Vergilendirilebilir gelir, şirketin o mali yıldaki brüt gelirlerinden masrafların ve kayıpların düşülmesiyle hesaplanmakta ve tüm karlar, sermaye kazançları, temettüleri, faiz getirileri, kira gelirleri ve telif ücretleri bu kapsama girmektedir. Çin’de, üç kategoriye ayrılacak 18 farklı vergi türü bulunmaktadır:

1. KDV, Tüketim Vergisi, İşletme Vergisi, Taşıt Alım Vergisi ve Gümrük Vergisi dahil olmak üzere mal ve hizmet vergileri.
2. Kurumlar Vergisi ve Bireysel Gelir Vergisi dahil olmak üzere gelir vergileri.
3. Arazi Takdir Vergisi, Emlak Vergisi, Kent ve İlçe Arazi Kullanım Vergisi, Ekilebilir Arazi Kullanım Vergisi, Tapu Vergisi, Kaynaklar Vergisi, Taşıt Vergisi, Damga Vergisi, Kentsel Bakım ve İnşaat Vergisi, Tütün Vergisi ve Gemi Tonaj Vergisi gibi diğer vergiler.

### Kurumlar Vergisi:

Çin’de kurumlar vergisi oranı %25 olarak belirlenmiştir. Ancak şirketin özelliğine göre ve belirli koşulların yerine getirilmesi durumunda farklı oranlar uygulanabilmektedir. Örneğin, küçük ölçekli ve karlılığı düşük firmalar %20 vergi öderken, bu oran yüksek teknoloji statüsüne sahip ya da yüksek katma değerli hizmet sektöründe faal olan şirketler için %15’e düşmektedir. Temettüleri, faiz getirileri, kira gelirleri ve telif ücretleri gibi pasif gelirler üzerinden uygulanan stopaj vergisinin oranı %10 olarak belirlenmiştir.

### Sermaye Kazançları:

Sermaye kazançları için ise ayrı bir vergi kalemi bulunmazken bu gelirler diğer faaliyet gelirleri ile birleştirilerek vergilendirilmektedir. Çin’de yerleşik olan gerçek kişiler, tüm dünyada elde ettikleri gelir üzerinden kişisel gelir vergisine tabi tutulurken, yerleşik olmayan gerçek kişiler ise gelir kaynaklarına göre vergilendirilmektedir.

Ülkede en az beş yıldır yaşamakta olan yabancı ülke vatandaşları, altıncı yıldan itibaren ülkede en az bir yıl daha kalmaları durumunda kişisel gelir vergisine tabi olmaktadır.

Ülkede bir yıl ile beş yıl arasında yaşamakta olanlar, Çin’de elde ettikleri gelir üzerinden ve eğer bir Çinli firma ya da şahıs tarafından ödeniyorsa, yurtdışında da elde ettiği gelir üzerinden vergilendirilir.

Çin’de 90 günden uzun bir süredir bulunan (ya da konuyla ilgili uluslararası anlaşmaların mevcut olduğu durumda 183 gün) ancak henüz bir yılı doldurmamış yerleşik olmayan gerçek

kişiler, Çinli bir firmanın müdürü ya da üst düzey yöneticisi değilse Çin’de elde ettikleri kazanç üzerinden vergilendirilmektedir.

### **Gelir Vergileri:**

Çin’deki gerçek kişiler, çalışma geliri, işletme geliri ve yatırım geliri gibi farklı gelir çeşitleri üzerinden farklı şekilde vergilendirilir. Maaş ve aylık gelirler %3 ile 45 arasında değişen oranlarda vergiye tabi tutulabilmektedir.

### **KDV Uygulaması:**

Çin hükümeti 2012 yılından beri işletme vergisinden Katma Değer Vergisine (KDV) geçiş sürecini yürütmektedir. Burada amaç, tüm ciro üzerinden hesaplanan işletme vergisi yerine, gelirlerin sadece katma değerli kısmını vergilendiren KDV’ye geçiş suretiyle şirketlerin üzerindeki vergi yükünün azaltılmasıdır.

Çin’de dört olan KDV dilimi Temmuz 2017’de yapılan değişikliklerle üçe indirilmiştir. Standart KDV oranı %13’tür. Tarım ürünleri, yakıtlar, kitap, medya ürünleri ve tuz üzerindeki KDV %10’dur. İnşaat ve gayrimenkul sektörlerindeki KDV oranı %10’dur. Finansal ve kişisel hizmetler sektörlerinde %6 oranında KDV uygulanmaktadır.

İhracat KDV’den muaftır, ihraç edilen ürün için kullanılan girdilerin üzerindeki KDV ise kısmen ya da tamamen iade edilmektedir.

### **Diğer Vergiler:**

Kanun koyucu tarafından belirlenmiş lüks tüketim ve çevre dostu olmayan mallar (bunlara sigara, alkollü içecekler, üst kategori kozmetik ürünleri, mücevherat, araç yakıtı, otomobiller, pil ve kaplama maddeleri de dahildir) Çin Halk Cumhuriyeti’nde tüketim vergisine tabidir. Vergi yükümlülüğü satılan malın tutarına veya satış hacmine göre belirlenir. Hesaplama yöntemi ve oranı maldan mala bağlı olarak değişir.

## 6. Finansal Sistem ve Sosyal Güvenlik

### Bankacılık ve Finansal Sistem

Çin'deki bankacılık ve finans sektörü ağırlıklı olarak kamu tekelinde bulunmaktadır. Piyasanın dört büyük oyuncusunun tamamı devlet bankasıdır. Bunlar, Agricultural Bank of China, Bank of China, China Construction Bank ve ICBC bankalarıdır. Kamuya ait ticari bankalar piyasadaki toplam varlık, kredi ve mevduatların %60'ını ellerinde bulundurmaktadır.

Diğer bir grup olan anonim bankalar ise daha fazla çeşitlilik gösteren hissedar yapılarına sahip olup yabancı sermayeli bankaların yanı sıra kırsal kredi kooperatifleri de bunların arasında yer almaktadır.

Ülkenin politikalarına hizmet eden bankalar ise, Çin Kalkınma Bankası, Çin Eximbank ve Çin Zirai Kalkınma Bankası'dır. Bankalar, alternatif finans enstrümanları ve sermaye piyasalarının yeterince gelişmemiş olması sebebiyle, finans sistemi içerisinde çok büyük bir ağırlığa sahiptir.

### Sosyal Güvenlik Uygulamaları

Çin'in halihazırdaki en büyük avantajlarından birisini işgücü oluşturmaktadır. Ülkenin 1,4 milyarlık nüfusunun yaklaşık yüzde 70'i çalışma yaşı olarak nitelendirilen 15-64 yaş grubunda yer almaktadır. Ancak, hızla yaşlanan nüfus ekonomi üzerinde giderek bir baskı oluşturmaktadır.

Çin'de beş çalışma gününden oluşan hafta, günlük 8 çalışma saatinden toplam 40 saat olarak belirlenmiştir. Çin kanunlarına göre işletmeler, (yabancı sermayeli olanlar da dahil olmak üzere) çalıştırdıkları her tam zamanlı çalışan ile yazılı bir sözleşme yapmak zorundadır. Bu sözleşmeler belirli bir dönem için olduğu gibi, açık süreli de olabilmektedir. Ancak bir işletmenin çalışanıyla açık süreli sözleşme yapabilmesi için, önce aynı çalışanla iki dönem belirli süreli sözleşmeyle çalışmış olması gerekmektedir.

Dönem süreleri altı ayı geçememektedir. İşgücüne dahil olan tüm Çin vatandaşları ve yabancı uyruklu çalışanlar, Çin'in sosyal güvenlik sistemine katılmak zorundadır ve sistem beş farklı sigortadan oluşmaktadır; bunlar, emeklilik sigortası, genel sağlık sigortası, iş kazası sigortası, işsizlik sigortası ve doğum sigortasıdır. İşveren, çalışanlarının sosyal güvenlik ve konut fonu ödemelerini yapmakla yükümlüdür. Çin sınırları içerisindeki tüm yabancıların, (daimi oturma iznine sahip olanlar hariç) ülkede çalışabilmek için ilgili makamlardan gerekli izinleri almaları gerekmektedir. Bu izin süreci sırasıyla şu aşamalardan oluşmaktadır:

1. Sağlık kontrolleri,
2. Çalışma izni bildirimini,
3. Tek girişli "Z" tipi vize,
4. Geçici ikamet kaydı,
5. Çalışma izni,
6. Oturma izni.

## 7. İş Kültürü ve Seyahat Önerileri

### İş Kültürü

Çinli firmalarla iş yapan yabancı firmaların Çin'in kendine has kültürel özelliklerinin, adetlerin, davranış şekillerinin farkında olması gerekmektedir. Bu anlamda, Çin'de iş yapacak Türk firmalarına verilebilecek bazı öneriler aşağıda yer almaktadır.

### İş Yapma Tarzı:

- ◆ Batı'da kişinin kendisine ayırdığı zaman ve özel hayat çok önemliyken, Çin'de iş hayatın kendisidir. Çinliler günde 24 saat boyunca işleri hakkında konuşabilirler ve iş ile ilgili birçok etkinlik, örneğin toplantılar, yemekler, mesai saatleri dışında yapılabilir.
- ◆ Kişisel ilişkiler ya da Çincedeki deyimiyile “guanxi”, Çin'de Batı kültüründe olduğundan çok daha önemlidir ve bu açıdan Çin'in aslında Türk kültürüne yakın olduğu söylenebilir.
- ◆ Bir iş anlaşması imzalanmadan önce Çin tarafı müstakbel ortağıyla önce güçlü bir kişisel ilişki kurmak ister ve yapılan ilk birkaç toplantının sadece bu amaç doğrultusunda kullanılması gerekebilir.
- ◆ Karar verme aşamasında Çin tarafı kendisine avantaj sağlamak için müzakereleri gereğinden fazla uzatma yoluna gidebilir. Gecikmelerin kabul edilmesi ve karşı tarafı sıkıştırma veya zaman kısıtlamaları ile son tarihleri hatırlatma yoluna gitmektense sabretmek daha faydalıdır.

### Toplantılar:

- ◆ Çin tarafı toplantı salonuna hiyerarşik bir sırayla girer ve aynı sırayla çıkar. Salona ilk girenin gruptaki en kıdemli kişi olması beklenir.
- ◆ Çin tarafının lideri konumundaki kişiye saygı gösterilmelidir.
- ◆ Toplantıya katılan ekibi Çin tarafında ekibin lideri, yani en kıdemli kişisi tanıştırır.
- ◆ Toplantıya iyi hazırlanılması beklenir. Örneğin bir sunum yapılacaksa, mutlaka sunumun bir çıktısı toplantıdaki tüm katılımcılara dağıtılmalıdır.
- ◆ Toplantıların başında hal hatır sormak, tabir yerindeyse “havadan sudan” konuşmak normal, hatta gereklidir.
- ◆ Toplantılar sırasında duyguları fazla belli etmek Çin tarafında olumsuz bir etki bırakabilir. Aynı şekilde kinaye ve alaycılıktan da kaçınılmalıdır.
- ◆ Toplantılarda muhafazakar, kapalı, koyu renkli kıyafetler tercih edilmelidir. Mümkün olduğunca yüksek kaliteli takımlar giymek, güçlü bir izlenim bırakacaktır.

- ◆ Tercüman kullanılıyorsa Çin tarafına yöneltilecek soruları doğrudan tercümana hitap ederek sormak değil de Çin tarafına hitap ederek sorup tercümanın çevirmesini beklemek daha doğru olacaktır.

### **Kartvizit:**

- ◆ Kartvizit değişimi çok önemlidir, bu yüzden toplantılara ve görüşmelere giderken bol bol kartvizit bulundurmakta fayda vardır.
- ◆ Kartvizitin bir tarafı mutlaka Çince olmalı, diğer taraf tercihe göre İngilizce ya da Türkçe olabilir.
- ◆ Sizinle ve şirketinizle ilgili önemli bilgiler mutlaka kart üzerinde yer almalıdır. Unvan mutlaka yazılı olmalıdır.
- ◆ Çinli yetkiliye hitap ederken önce soyadın söylenmesi gerekmektedir.
- ◆ Kartvizit iki elle tutularak ve Çince tarafı üstte yer alacak şekilde takdim edilmelidir. Aynı şekilde sunulan kartvizit yine iki elle alınmalı ve alındıktan sonra bir süre üzerindeki yazılar okunarak incelenmelidir. Alınan kart toplantı sırasında masada alan kişinin hemen önünde durabilir. Alınan kartı hemen cebe ya da cüzdana koymamak gerekir.

### **Dialoglar:**

- ◆ Çince bilmeyenlerin de birkaç kelime Çince öğrenip kullanmaları olumlu etki yaratır.
- ◆ Çince “yemek yedin mi?” ya da “nereden geliyorsun?” gibi sorular, Türkçedeki “ne haber?” ya da “nasılsın?” gibi nezaket gereği kullanılan ve aslında tam bir cevabı beklenmeyen ifadelerdir. Bu nedenle bu soruları bire bir olarak alıp detaylı cevaplar vermemek gerekir.
- ◆ Çinliler net olumsuz ifadelerden kaçınırlar ve bu tür ifadeler kaba bulunur. Örneğin Çinli taraf “çok sorun yok” diyorsa bu aslında hala sorunların olduğu anlamına gelebilir. Çinlilerle konuşurken de bu konuya dikkat etmeli, örneğin doğrudan bir “hayır” yerine “düşüneceğim”, “göreceğiz” gibi ifadeler kullanılmalıdır.
- ◆ Sohbetlerde Çin’in zenginliklerine örneğin doğal güzelliklerine, tarihi mekanlarına vs. atıfta bulunma olumlu bir hava yaratacaktır. Aynı şekilde karşıdaki kişinin ailesini sormak da olumlu karşılanır. Bununla birlikte siyasi konulardan kaçınmakta da fayda vardır.
- ◆ Karşıdaki kişiye parmakla işaret etmek hoş karşılanmaz. Bunun yerine çok gerekiyorsa açık bir el ile işaret etmek, ya da mümkünse hiç el kullanmadan göz teması kurmak tercih edilmelidir.
- ◆ 2020 yılı itibarıyla 2,1 trilyon dolar ithalat gerçekleştiren ve dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı olan Çin’e “alternatif pazar” olarak yaklaşılması gerekmektedir. Çinli ithalatçılara, ana pazar olarak hedeflendiklerinin hissettirilmesi önemlidir.

## **Yemekler:**

- ◆ Bir yemeğe davet edilenler, masada istediği bir yere oturmaktansa nereye oturacaklarının gösterilmesini beklemelidir. Yemek oturma düzenleri hiyerarşik bir düzene göre planlanır, buna uyulmalıdır.
- ◆ Genellikle yuvarlak masalar etrafında yenen iş yemeklerinde masaya çok sayıda farklı tabak gelecektir. Her birinden az bir parça almak yeterli olur.
- ◆ Kişinin önüne gelen tabağı tamamen bitirmesi “yemek az geldi” anlamını taşıyacağı gibi hiç dokunmaması da “yemeği beğenmedim” anlamına gelebilir. Orta bir noktada durulmalıdır.
- ◆ Yemek sırasında farklı kişiler tarafından kadeh kaldırılıp nezaket konuşmaları yapılabilir, misafirlerin de ev sahiplerine teşekkür amacıyla bu yöntemi kullanmaları önerilir.

## **Rakamlar:**

- ◆ 8 rakamı Çin kültüründe şanslı rakamdır. Bir şeyden 8 tane almak ya da vermek, güçlü bir iyi niyet göstergesidir.
- ◆ 6 rakamı da gelişime, ilerlemeye işaret eder.
- ◆ 4, Çincedeki “ölüm” kelimesiyle eş sesli olduğundan uzak durulan bir rakamdır.

## **Seyahat Önerileri**

- ◆ Çin vizesinin mümkün olduğunca erken alınması önemlidir. Eksik belge vs. gibi sebeplerle vize süreci uzayabilmekte, konsoloslukların ve vize başvuru merkezlerinin kapalı oldukları resmi tatiller nedeniyle bekleme süresi artabilmektedir.
- ◆ Çin’in artık fiyatların düşük olduğu bir ülke olmadığını unutmamak gerekmektedir. Çin’de üretim maliyetleri arttıkça fiyatlar da giderek yükselmiş ve bu fiyat artışları tüm sektörlere yansımıştır.
- ◆ Cep telefonuna WeChat uygulamasını yüklemek gerekmektedir. Türkiye’de de yaygın bir şekilde kullanılan WhatsApp uygulaması Çin’de erişime kapalıdır. Bu nedenle benzer özellikleri taşıyan ve Çin’de 700 milyonun üzerinde kullanıcısı olan WeChat’i kullanmak, bu uygulama üzerinden ücretsiz arama da yapılabildiği düşünülürse oldukça faydalı olacaktır.
- ◆ Çin’de Google başta olmak üzere birçok internet hizmetinin erişime kapalı olması, çalışmalarını sektöre uğratabilmektedir. Örneğin, e-mail hesabına erişim mümkün olmayabilir. Bu konuyla ilgili olarak Çin’e gitmeden önce gerekli önlemleri almak (örneğin VPN yüklemek) faydalı olacaktır.
- ◆ Çince bilmiyorsanız sadece iş görüşmelerinizde değil, alışverişten yemeğe Çin’deki tüm deneyiminizde zorluk çekebilirsiniz. Seyahate Çince bilen bir çalışan ya da iş arkadaşı ile çıkmak ya da bir tercümanla çalışmak çözüm olabilir.



- ◆ Çin’de elektronik ödeme şekilleri giderek yaygınlaşmaktadır. Kredi kartı kullanımında ise giderek Çin’in kendi sistemi olan Union Pay’ın tercih edildiği, Master Card ve Visa gibi sistemlerin kullanımının ise azaldığı görülmektedir. Bu nedenle kredi kartlarından ziyade nakit bulundurmakta fayda vardır.
- ◆ Çin’e iş amacıyla seyahat eden kişilerin bu ülkeye gidince danışmanlık ya da benzeri isimler altında faaliyet gösteren, ancak yeterince yetkin olmayan ya da farklı amaçları olan kişi ya da kurumların eline düştükleri ve bu nedenle ciddi kayıplara uğradıkları gözlemlenmektedir. Bu konuda, firmalarımızın seyahat öncesinde Ticaret Müşavirliğimizle irtibata geçmeleri mümkündür.

### Para Kullanımı

Çin’de ödemeler yerel para birimi olan Yuan (RMB) ile yapılmaktadır. Bu kapsamda, Çin’e seyahat eden vatandaşlarımızın yanlarında Yuan (RMB) bulundurmaları gerekmektedir. Uluslararası beş yıldızlı otellerde kredi kartı ile ödeme mümkünken, günlük hayatta kredi kartı ile ödeme neredeyse mümkün değildir.

Ayrıca, Çin’de günlük hayatta ödemelerin neredeyse tamamı Wechat ve Alipay programları aracılığı ile yapılmaktadır. Ancak, Çin’de bankası hesabı olmaması halinde, programın bir ödeme aracı olarak kullanılması mümkün değildir.

### Resmi Tatiller (milli gün vb) ve Mesai Saatleri

Çin’deki resmi tatiller aşağıda yer almaktadır.

| Tarihler             | Tatiller                  |
|----------------------|---------------------------|
| 1 Ocak 2021          | Yeni Yıl Tatili           |
| 11 - 17 Şubat 2021   | Bahar Festivali           |
| 3 - 5 Nisan 2021     | Ching Ming Festivali      |
| 1 - 5 Mayıs 2021     | İşçi Bayramı              |
| 12 - 14 Haziran 2021 | Dragon Boat Festivali     |
| 19 - 21 Eylül 2021   | Sonbahar Ortası Festivali |
| 1 - 7 Ekim 2021      | Ulusal Bayram             |

Çin’de mesai saatleri genel olarak sabah 9’da başlayıp akşam 6’da sona ermektedir. Çin’de tek bir yerel saat kullanılmakta olup, ülkemizin beş saat ilerisindedir.

## Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi Uygulaması

ÇHC, Umuma Mahsus Pasaport hamillerini vizeye tabi tutmaktadır. Resmi Pasaport hamilleri ise anılan ülkeye yapacakları 30 güne kadar ikamet süreli seyahatlerinde vizeden muaftır. 15 Şubat 2016 tarihinden bu yana işadamlarımızın ticari vize başvurularında Çin'den davet eden firmaların davet mektupları kabul edilmemektedir.

Bu çerçevede, Çin'in yetkilendirilmiş resmi devlet kuruluşlarının verdikleri davet mektubunun ıslak imzalı aslı (Davetiye) kabul edilmektedir. Ayrıca, turizm amaçlı olarak Çin'e seyahat edecek olan kişilerin bireysel olarak yaptıkları turistik vize başvuruları kabul edilmemektedir. Turistik amaçlı sadece grup vize başvuruları kabul edilmektedir. Çin'in başlattığı bu uygulama nedeniyle vize başvuru prosedürü uzun zaman almaktadır. Bu kapsamda, vatandaşlarımızın seyahatlerinden makul bir süre önce vize için başvuruda bulunmaları önem arz etmektedir.

## 8. Çin ile İlgili Bilinen Temel Yanlılar

- ◆ Çin, sadece üreten, ihraç eden bir ülke değildir. Çin tüketen ve dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı olan bir ülkedir. Çin, zenginleşen halkı ve büyüyen ekonomisiyle tüketen bir toplum haline gelmiştir.
- ◆ Çin halkı azla yetinen, ithal ürün talebi olmayan bir halk değildir. Çin'de gittikçe zenginleşen ve halihazırda 400 milyon bireyden oluşan bir orta sınıf bulunmakta ve söz konusu orta sınıfın kaliteli ve ithal nihai tüketim ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır.
- ◆ Çin, ekonomi yönetiminde salt devletin yer aldığı bir ülke değildir. Ekonomide özel sektörün ve müteşebbislerin payı önemli bir seviyeye gelmiş ve her geçen gün artmaktadır.
- ◆ Çin, ürünleri ucuza ve kalitesiz olarak üreten bir ülke değildir. Çinli firmalar, ithalatçının talebine ve bütçesine göre üretim yapmaktadır. Ayrıca, bugün itibarıyla Çinli firmalar, birçok sektörde AR-GE yatırımları ile dünya standartlarında üretim gerçekleştirmektedir.



*İşbu çalışmanın hazırlanmasında T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından e-ihracat ve dijital dönüşüm konularında 2021 yılında hazırlanan rapor ve sunumlar ile Deloitte Digital Türkiye tarafından 2019 yılında hazırlanan “E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar” isimli çalışmasından yararlanılmıştır.*

# İÇİNDEKİLER

## I. DİJİTAL DÖNÜŞÜM

1. ENDÜSTRİ 4.0
2. DİJİTALLEŞMENİN TİCARET VE EKONOMİYE ETKİLERİ
3. SANAYİDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

## II. E-TİCARET NEDİR?

1. E-TİCARET KAVRAMI HAKKINDA
2. E-TİCARET TÜRLERİ
  - B2B E-Ticaret
  - B2C E-Ticaret
  - C2C E-Ticaret
  - Sınır Ötesi E-Ticaret
  - Geleceğin Ticareti: Nesnelerin Ticareti

## III. E-TİCARETİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1. KÜRESEL EKONOMİK TRENDLER VE MAKROEKONOMİ
2. DEMOGRAFİK FAKTÖRLER
3. İNTERNET ALTYAPISI VE YAYGINLIĞI
4. MOBİL CİHAZ KULLANIMI VE MOBİL İNTERNET PENETRASYONU
5. SOSYAL MEDYA YAYGINLIĞI
6. FİNANSAL ÜRÜN YAYGINLIĞI VE ÖDEME SİSTEMLERİ
7. LOJİSTİK HİZMETLER

## IV. ÇİN'DE E-TİCARET

1. ÇİN EKONOMİSİNİN GELİŞİMİ
2. ÇİN'DE TEKNOLOJİ GELİŞİM VE DİJİTALLEŞME
3. ÇİN'DE ÖNDE GELEN TEKNOLOJİ/DİJİTAL ŞİRKETLERİ
4. ÇİN'DE ONLİNE SATIŞLAR
5. ÇİN'DE E-TİCARET PLATFORMLARI
6. ÇİN'İN ÖNDE GELEN E-TİCARET PLATFORMLARI
  - Taobao
  - TMall
  - JD.com
  - Pinduoduo
  - Taobao Live
  - Çin'de E-ticaret Festivalleri
7. ÇİN SINIR ÖTESİ (İTHAL) E-TİCARET PAZARINDA PAY SAHİBİ ÜLKELER
8. SINIRÖTESİ E-TİCARET PLATFORMLARININ ÇİN'DE BÖLGESEL DAĞILIMI

9. SINIRÖTESİ E-TİCARET PLATFORMALARI ÜZERİNDEN ALINAN ÜRÜNLERİN DAĞILIMI
10. ONLİNE SATIŞLARIN PERAKENDE SATIŞLARA ORANLARI (EYALET BAZLI)
11. ÇİN'İN SINIR ÖTESİ E-İTHALAT UYGULAMALARI
  - Çin'in Sınır Ötesi E-İthalatta Pozitif Liste Uygulaması
  - Çin'in Sınır Ötesi E-Ticaret Pilot Bölgeleri Programı
12. ÇİN DEVLETİNİN E-TİCARETE YAKLAŞIMI VE MEVZUAT DÜZENLEMELERİ

## V. TÜRKİYE'DE E-TİCARET

1. TÜKETİCİLERİN TERCİHLERİ
2. ÖZEL GÜN VE DÖNEMLERİN ETKİSİ
3. PAZARYERİ (E-TİCARET PLATFORMLARI) İŞ MODELİ
4. PAZARYERLERİ İLE ÇALIŞMA MODELLERİ
5. TÜRKİYE'DE İNTERNETİN KULLANIM AMACI

## VI. TÜRKİYE İÇİN POLİTİKA ÖNERİLERİ

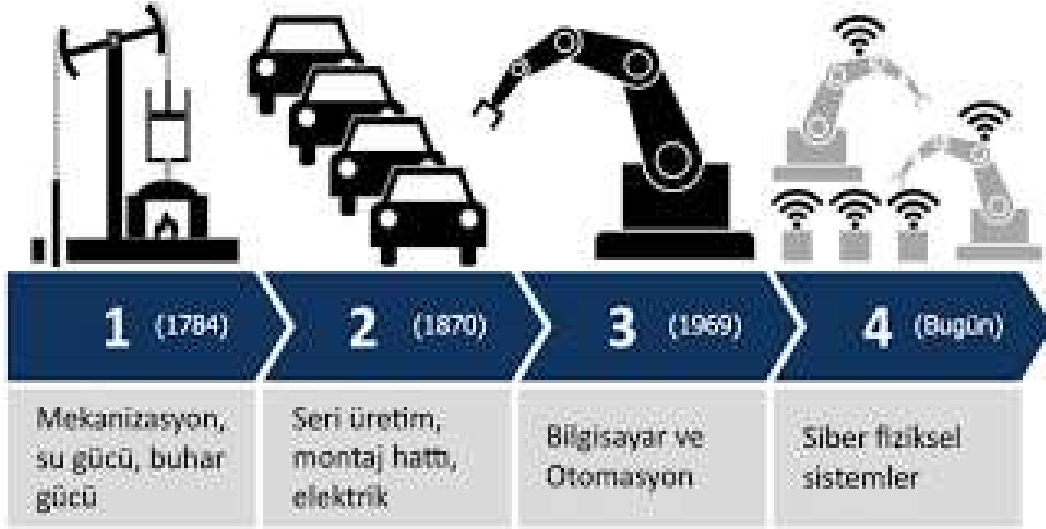
1. TÜRKİYE'DE E-TİCARETİN GELİŞMESİ İÇİN ATILMASI GEREKEN ADIMLAR
  - Dijitalleşmenin Güçlendirilmesi
  - Dijital Ekonomi ile Öne Çıkan “Mesleklerin” Özendirilmesi
  - İşgücünün Tercihi Açısından Türkiye'nin Merkez Ülkelerden Biri Olması
  - E-Ticaret Alanında Hizmet Sağlayacağı Firmaların Sayısının Artırılması
  - Ülkemizin Lojistik Altyapısının Güçlendirilmesi
  - Genel Değerlendirme
2. ÇİN'E E-İHRACATIMIZIN ARTMASI İÇİN ATILMASI GEREKEN ADIMLAR
  - Firmalarımızın Gerçekçi Beklentiler ve Somut Stratejiler ile Hareket Etmesi
  - E-Ticaret Platformlarında Farklı Çalışma Modellerinin Teşvik Edilmesi
  - Sektörel Kümelenme Modeline Göre Mağazalar Açılması
  - Çin'in Önde Gelen E-Ticaret Platformlarında (Başta JD Ve Alibaba Olmak Üzere) Ülke Pavilyonlarımızın Kurulması.
  - Çin'e Demiryolu İhracatımıza E-İhracatın Eklenmesi
  - Çin Özelinde Değerlendirme

## I. DİJİTAL DÖNÜŞÜM

İçinde bulunduğumuz döneme kadar üç adet büyük sanayi devriminin gerçekleştiği ifade edilebilir. 18. yüzyılda buhar makineleri ile başlayan ve üretimin artırılması yönünde gelişmelere şahit olan Birinci Sanayi Devrimini (Endüstri 1.0), 20. yüzyılın başında seri üretime geçiş olarak ortaya çıkan ve elektrik enerjisinden faydalanmanın yolunu açan İkinci Sanayi Devrimi (Endüstri 2.0) izlemiştir.

Daha sonra ise üretimin analog olmaktan çıktığı ve dijital sistemlerin sanayide yer aldığı Üçüncü Endüstri Devrimi (Endüstri 3.0) ortaya çıkmıştır. İlk üç sanayi devrimi, insan üretimine mekanizasyon, elektrik ve bilgi teknolojisini (IT) getirmiştir. Her üç sanayi devrimi de verimlilikte artışa neden olmuştur. 1960'lı yıllarda sadece var olan ürünü satın alan müşterinin 2000'li yıllara gelindiğinde istek ve beklentilerinin değişmesi firmaların üretim süreçlerinin daha karmaşık olmasına neden olmuştur.

Böylelikle firmalar artık disiplinler arası çalışma ihtiyacı duymuş ve internet üzerinden tüm nesnelerin iletişim ve etkileşim içinde bulunduğu Dördüncü Endüstri Devrimi (Endüstri 4.0) ortaya çıkmıştır.



Tablo 1: Endüstriyel Devrimlerin Akışı

### 1. ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0, modüler yapıya sahip akıllı fabrikalarda, fiziksel işlemleri siber-fiziksel sistemler ile izleyerek, nesnelerin birbirleriyle ve insanlarla iletişime geçmesini ve bu sayede de merkezi olmayan kararların verilmesini yani akıllı üretimi hedeflemektedir.

Tamamen birbirine entegre ve endüstriyel ağa bağlı üretim yapan fabrikalar, makineler ve cihazlar, minimum manuel müdahale gerektiren akıllı ve kısmen özerk bir şekilde hareket edebilecektir. Endüstri 4.0 olarak bilinen dördüncü sanayi devrimi, yenilenebilir enerji kaynaklarını entegre ederek sürekli büyüyen enerji talebini yönetmek için modernleştirilmiş enerji şebekesinin sistematik bir şekilde uygulanmasının önünü açmıştır.

Günümüzde, sanayi üretiminde rekabet gücü ve verimlilik artışları hedefiyle tasarlanan ulusal stratejilerin en önemli ayağını dördüncü sanayi devrimi olarak da adlandırılan sanayide dijital



dönüşüm oluşturmakta, İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ve Dünya Ekonomik Forumu (WEF) gibi birçok küresel platformun ana gündem maddesini bu süreç teşkil etmektedir.

Sanayide dijital dönüşüm, çok kısa bir zaman zarfında ortaya çıkan bir gelişme olmayıp, uzun bir dönemde; demografik, çevresel ve teknolojik alanlarda meydana gelen birçok gelişmenin kalıcı etkileriyle baş göstermiştir. Her bir ülke için farklı bir anlam barındıran bu süreçte esas önemli olan, ülkelerin ekonomik olarak güçlü ve zayıf yönlerinin bilincinde olarak belirleyecekleri yol haritalarını hayata geçirebilmeleridir.

Sanayide dijital dönüşümü mümkün kılan 11 teknoloji (Simülasyon, Yapay Zekâ ve Akıllı Sistemler, Sensörler, Artırılmış Gerçeklik, Endüstriyel İnternet, Robot ve Otomasyon, Eklemeli Üretim, Yatay/Dikey Entegrasyon, Büyük Veri ve Analizleri, Siber Güvenlik ve Bulut) daha önce hiç olmadığı kadar ulaşılabilir hale gelmiştir. Dönüşümü mümkün kılan teknolojilerin birbirleriyle bağlantılı olarak oluşturduğu siber-fiziksel sistemler, sanayide dijital dönüşümün temelinde yer almaktadır.

## 2. DİJİTALLEŞMENİN TİCARET VE EKONOMİYE ETKİLERİ

Her geçen gün, internet ve buna bağlı dijital hizmetlerin dünya çapında daha da yaygın hale geldiğine tanıklık edilmektedir. Giderek artan dijitalleşme ve özellikle bilişim teknolojilerinde ortaya çıkan yenilikler artık birçok faaliyetin dijital ortamlarda gerçekleşmesine imkân vermektedir.

Birbirinden farklı inovatif yaklaşımların, dijital teknolojilerin giderek yaygınlaşmasıyla ortaya çıkardığı çeşitli çevrimiçi alışveriş platformlarının geleneksel alışveriş alışkanlıklarının yerini almaya başladığı günümüzde, tüketiciler aradıkları özellikteki ürünü saniyeler içerisinde alternatifler arasından mukayese edip seçerek satın alma olanağına sahiptir. Bu durum hem ulusal hem de çokuluslu işletmeleri daha rekabetçi bir ortamda faaliyet göstermek durumunda bırakmaktadır.

Tarihte yaşanan her endüstri devrimi dünya toplam hasılasını artırmıştır. Özellikle, kaynakların etkin kullanımı ve üretim ve dağıtımda maliyetlerin azalması ve sürecin hızlanması sonucunda marjinal maliyetler azalırken üretim artmıştır. Özellikle, 20. yüzyılın ikinci yarısında hızla gelişen globalleşme ile ülkeler arasında üretim faktörlerindeki mobilite artmıştır. Uluslararası doğrudan sermaye girişleri ile yatırımlar artmış üretim faktörlerinin verimliliği yükselmiştir. Örneğin, birçok üretim emeğin ve enerjinin daha ucuz olduğu ülkelere kaymıştır. Bunun sonucunda üretimde rekabet gücü artarak dünya toplam üretimi artmıştır.

Dijital dönüşümün hızla geliştiği bu dönemde üretimin yeniden şekillenmesi ile toplam faktör verimliliği daha da yükselecek ve sonuç olarak dünya üretimi daha da artacaktır. Üretimin her aşamasının etkin organizasyonu ile hammaddelerin üretiminden nihai ürüne kadar, dağıtımdan son kullanıcıya kadar oluşan zincirde zaman ve emek kaybı, kaynak israfı daha az olacağı için daha az maliyet ile daha çok hasıla elde edilecektir.

Bu üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinin dijital olarak planlanması ve yapılması için eğitimli iş gücüne ihtiyaç olacağı açıktır. Ülkelerin eğitim sistemlerini bu yönde dönüştürmesi kaçınılmaz bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni endüstri devrimi ile yeni donanıma sahip iş gücüne ihtiyaç vardır. Bu nedenle kalifiye olmayan emek hızla üretimden uzaklaşırken,

dönüşüme uygun dijital okur-yazarlığı olan işgücü üretimde yerini alacaktır. Bu dönüşüm hemen hemen herkeste olan cep telefonları ile başlayıp devamında akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar ile hızlı bir şekilde yaşanmaktadır.

Temel eğitim sisteminde yapılacak hızlı bir dönüşüm ve üniversite eğitimi ile desteklenmesi ile ülkemizde de bu dönüşüm birçok sektörde hızla gerçekleşecektir. Bu gelişme sonucunda dijital olarak kalifiye olmayan iş gücü açısından işsizlik sorunu ortaya çıkarken, dijital olarak kalifiye iş gücünde istihdam artacaktır. Göreli olarak genç bir nüfusa sahip olan ülkemizde bu dönüşümün daha hızlı olacağı, genç nüfusun dijital dönüşüme daha hızlı uyum sağlayacağı beklenebilir. Bu nedenle, eğitimde dijital okur- yazarlık yönünde yapılacak hızlı bir dönüşüm genç nüfusun niteliğini yükselterek istihdamını artıracaktır.

Dijital devrimin bir sonucu olarak artan toplam faktör verimliliği ve dünya hasılası dünya ticaretini de geliştirecektir. Ticaretin başlangıcından sonuçlanana kadar olan süreçler çok kısılacaktır. Alıcı ile satıcının birbirini bulması, ürünü seçmesi, ödemeyi yapması ve ürünü kullanması aşamaları çok kısalmıştır. Her şey dijital ortamda gerçekleşmekte, zaman ve maliyet avantajı sağlanmaktadır. Ticarete maliyetlerin azalması ve hızın artması büyümeye katkı sağlamaktadır.

Hem iç ticaret hem de dış ticaret hızla gelişecektir. 1970'li ve 80'li yıllarda birçok ekonomi ihracat odaklı büyüme modelini benimsemiş ve buna göre daha liberal politikalar uygulamıştır. Bunun sonucunda dünya ticaret hacmi hızla büyümüştür. Dijital devrim ile uluslararası ticaretin daha kısa sürede daha az maliyetle gerçekleştirilecek olması dünya ticaret hacmini daha da artıracaktır.

Dolayısıyla, uluslararası ticaretin daha verimli hale gelmesi toplam mal ve hizmet ticaretini artıracaktır. Buna bağlı olarak da ekonomiler hızla büyüyecektir.

Dijital devrimi diğer sanayi devrimlerinden ayıran en önemli özellik yaygın ve kolay erişilebilir olmasıdır. Dijital devrim ile sayıları artan teknolojik platformları geliştiren ülkelerin sayısı kısıtlı olsa da platformlara erişim son derece kolaydır. Zira bu platformların kullanıcı sayıları arttıkça kârlılıkları artmaktadır. Bu nedenle, geleneksel teknolojiyi geliştirenlerin onu mümkün olduğu kadar rakiplerinden saklama güdüsünün aksine dijital teknolojilerin kullanımının yaygınlaşması daha çok tercih edilen bir şeydir. Bu da iyi eğitilmiş, yaratıcı genç nüfusu olan ülkeler için bir avantaj sağlamaktadır. Büyük yatırımlara gerek kalmadan birçok değer üretilebilir hale gelmiştir.

### **3. SANAYİDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM**

Birçok farklı yeniliği beraberinde getiren dijitalleşmenin, teknoloji alanında olduğu kadar sosyal ve ekonomik alanlarda da birçok değişimi tetikleyen bir faktör olarak etkili olduğundan bahsetmek mümkündür. Örneğin, insanların çevreleriyle iletişim kurma ve etkileşimde bulunma yöntemleri dijitalleşmeyle birlikte değişmektedir. Akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar, otonom araçlar ve giyilebilir cihazlar da dâhil olmak üzere yeni teknolojileri kullanabilmemize olanak veren aygıtların tümü, bilgiye erişme ve sahip olduğumuz bilgiyi yayma alışkanlıklarımızı dönüştürmektedir. Bu dönüşümün etkilerinin birçok alanda ve farklı boyutlarda gözlemlenebileceği herkesin malûmudur.