



KARACADAĞ
KALKINMA AJANSI • DEVELOPMENT AGENCY

GÜNEY KORE – JAPONYA

ÇALIŞMA ZİYARETİ RAPORU



15 – 23 Eylül 2012



İÇİNDEKİLER

1. GÜNEY KORE - JAPONYA ÇALIŞMA ZİYARETİ PROGRAMI	3
2. PROGRAM KATILIMCILARI	3
3. GÜNEY KORE VE JAPONYA ÇALIŞMA ZİYARETİNİN AMACI	4
4. GÜNEY KORE VE JAPONYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER	4
4.1. Güney Kore	4
4.2. Japonya	8
5. PROGRAMIN İCRASI	12
5.1. T.C. Seul Büyükelçiliği Ziyareti	12
5.2. KOIMA – Kore İthalatçılar Birliği Ziyareti	15
5.3. Kore Kalkınma Enstitüsü (KDI) Ziyareti	19
5.4. Kore Uluslararası Ticaret Birliği (KITA) Ziyareti	23
5.5. Kompakt Akıllı Şehir (Compact Smart City) Ziyareti	25
5.6. T.C. Tokyo Büyükelçiliği Ziyareti	29
5.7. Japonya – Ortadoğu İşbirliği Merkezi (JCCME) Görüşmesi	30
5.8. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Tokyo Ofisi Görüşmesi	33
5.9. Vege Tech Firma Görüşmesi	34
5.10. JATA Turizm ve Seyahat Fuarına Katılım	35
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	37



TABLolar

Tablo 1: Program Akışı	3
Tablo 2: Güney Kore – Japonya Çalışma Ziyareti Katılımcıları.....	4
Tablo 3: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İhraç Ettiği Ürünler (Bin Dolar).....	6
Tablo 4: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İthal Ettiği Ürünler (Bin Dolar)	6
Tablo 5: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İhracat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar).....	7
Tablo 6: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İthalat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar).....	8
Tablo 7: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İhraç Ettiği Ürünler (Bin Dolar).....	9
Tablo 8: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İthal Ettiği Ürünler (Bin Dolar).....	10
Tablo 9: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İhracat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar)	11
Tablo 10: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İthalat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar).....	12



1. GÜNEY KORE - JAPONYA ÇALIŞMA ZİYARETİ PROGRAMI

Çalışma ziyareti, 15-23 Eylül 2012 tarihlerinde gerçekleştirilmiş olup programın akışı aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Program Akışı

15.09.2012 - Cumartesi
19.00: Türk Hava Yolları tarifeli seferler ile Diyarbakır ve Şanlıurfa'dan hareket
16.09.2012 - Pazar
16.55: Lokal saat ile Seul'a varış.
17.09.2012 - Pazartesi
10.00: T.C. Seul Büyükelçiliği Ziyareti.
11.00: KOIMA – Kore İthalatçılar Birliği ziyareti.
14.00: KDI – Kore Kalkınma Enstitüsü ziyareti.
15.30: KITA – Kore Uluslararası Ticaret Birliği ziyareti.
18.09.2012 - Salı
09.00: Tam günlük Seul Turu.
20.00: T.C. Seul Büyükelçiliği akşam yemeği.
19.09.2012 - Çarşamba
10.00: Compact Smart City ziyareti.
15.30: Yerel havayolu ile Tokyo'ya hareket.
20.09.2012 - Perşembe
09.00: Tam günlük Fuji Hakone Turu.
21.09.2012 - Cuma
14.00: T.C. Tokyo Büyükelçiliğinde; JCCME – Japon Ortadoğu İşbirliği Merkezi, ISPAT Japonya Temsilcisi ve Japon Firması Vege Tech ile temas ve görüşmeler.
22.09.2012 - Cumartesi
09.30: JATA Fuarına katılım.
23.09.2012 - Pazar
11.55: Türk Hava Yolları tarifeli seferi ile İstanbul'a hareket.

2. PROGRAM KATILIMCILARI

Güney Kore ve Japonya çalışma ziyareti programına, Karacadağ Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu Başkanı Şanlıurfa Valisi Sn. Celalettin GÜVENÇ Başkanlığında; 14 kişiden oluşan heyet katılım sağlamıştır. Çalışma ziyareti programı sırasında Karacadağ Kalkınma Ajansı heyetine; Rehber Tahsin KONUK eşlik etmiştir.



Tablo 2: Güney Kore – Japonya Çalışma Ziyareti Katılımcıları

Yönetim ve Kalkınma Kurulu		
Adı Soyadı	Görevi	Unvanı
Celalettin GÜVENÇ	Yönetim Kurulu Başkanı	Şanlıurfa Valisi
Mustafa TOPRAK	Yönetim Kurulu Başkan V.	Diyarbakır Valisi
Dr. Ahmet Eşref FAKIBABA	Yönetim Kurulu Üyesi	Şanlıurfa Belediye Başkanı
Remzi CAN	Yönetim Kurulu Üyesi	Diyarbakır TSO Başkanı
Eyyüp Sabri ERTEKİN	Yönetim Kurulu Üyesi	Şanlıurfa TSO Başkanı
Alican EBEDİNOĞLU	Kalkınma Kurulu Başkanı	Diyarbakır ESOB Başkanı
Genel Sekreterlik		
Adı Soyadı	Görevi	Birimi
Dr. İlhan KARAKOYUN	Genel Sekreter	Genel Sekreterlik
Ayşegül ÖZBEK	Birim Başkanı	PPKB
Emine ARSLAN	Uzman	PYB
Diyyadin İNAN	Uzman	İDB
Veysi DANIŞMAN	Hukuk Müşaviri	Hukuk Müşavirliği
Eser Çağlar YILMAZ	Uzman	PYB
Adem AKGÜL	Uzman	İDB
Mustafa BALTACI	Uzman	PPKB

3. GÜNEY KORE VE JAPONYA ÇALIŞMA ZİYARETİNİN AMACI

Karacadağ Kalkınma Ajansı olarak, **15-23 Eylül 2012** tarihleri arasında, kalkınma alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar ile iletişime geçmek, fikir ve tecrübe paylaşımında bulunmak, ilgili aktörlerin deneyimlerinden faydalanmak, kalkınma alanında başarılı olmuş uygulamaları yerinde incelemek ve ileriye yönelik işbirliği zemini oluşturmak amacıyla **Güney Kore-Seul** ve **Japonya-Tokyo**'ya çalışma ziyareti gerçekleştirilmiştir.

4. GÜNEY KORE VE JAPONYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

4.1. Güney Kore

Kore harbinden sonra hızla gelişen Güney Kore, bugün hem OECD, hem de G-20 üyesidir. Savaş sonrasında ithal ikamesine yönelik bir politika izlenmişken, 1960'lardan sonra ihracat eksenli bir kalkınma stratejisi benimsenmiştir. Girişimcilik ön plana çıkmış ve hükümet planlamalarına sadık aile şirketlerine (chaebol) sağlanan teşviklere dayanan kalkınma yöntemi tercih edilmiştir. 1970'li yıllarda ağır sanayi ve kimya sanayi, 80'li yıllarda otomotiv ve elektronik, 90'lı yıllardan itibaren ise bilişime doğru kayan bir süreç izlenmiştir. Güney Kore, 1997 yılında Asya Ekonomik Krizini aşmak ve bunu bir fırsata çevirmek için



değişik stratejiler geliştirmiştir. Çok büyümüş, pek çok alanda farklılaşmış, kontrol edilmesi zorlaşan ve bu halleriyle ülke ekonomisine yük haline gelmeye başlayan chaeboller yeniden yapılandırılmıştır. Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler), özellikle de teknolojik Ar-Ge yapmayı hedefleyen girişimci işletmeler (Venture Business) desteklenerek gelişmeleri sağlanmıştır. Hem Kore Savaşını, hem de Asya Ekonomik Krizini yaşayan Kore, krizleri fırsatlara çevirmesini bilmiştir.

Güney Kore'de Şaboller (Chaebol)

G. Kore'de, bireysel şirketler ve bu şirketleri birleştiren daha geniş ağlar olmak üzere iki organizasyon düzeyi vardır. Büyük işletme ağları ya da iş kümeleri, şabol (chaebol) olarak nitelendirilir. G. Kore'de, geniş iş sektörünün hemen hemen tümü bir şabol ağının parçasıdır. Şabol, genellikle aile şirkettir (veya aile kontrollüdür) ve akrabalık temellidir. Bu bağlamda, tarihsel olarak şabollerin gelişimi beş aşamada incelenebilir.

1. Aşama (1945-1960): Kore şabolleri esasen 1950'lerde biçimlendirilmiştir. Zamanın istikrarlı olmayan sosyal yapı ve pazar mekanizmasında şaboller sermayelerini, devletin güçlü bir şekilde işgücü ve genel istikrarı desteklemesi ile temin edebilmiştir.

2. Aşama (1961-1971): Kore şabolleri hükümetin liderliğinde hızla gelişmiş ve birçok ağır ve hafif sanayiye içeren yerli pazarda oligopolize edilmiştir.

3. Aşama (1972-1979): Bu dönemin temel özellikleri; ağır sanayi ve diğer hızlı büyüyen sanayilere dâhil olmaya devam etme, avantajlı borç kullanma, birleşme ve satın almalar, gayrimenkul yatırımları ve artmış tekelleşme olarak ifade edilmektedir.

4. Aşama (1980-1987): Şaboller satışlarını arttırmaya ve gruplarındaki ortaklarla yeni teşebbüslere odaklanmıştır. Böylece finansal alanda aktivitelerini arttırmaya çalışırken, üretim sektörü önemli ölçüde büyümüştür.

5. Aşama (1988-...): Şaboller, bilgi ve iletişim teknolojileri ve tedarik zinciri yöntemi gibi yeni girişimlere dâhil olmuşlardır ve yerleşme gündeme gelmiştir. Aynı zamanda, ulusal ve uluslararası alanlarda elektronik ve otomotiv sanayine de yatırım yapmaya başlamışlar; ileri teknoloji geliştirmeye, marka oluşturmaya ve pazarlama kanallarına odaklanmışlardır.

Aşağıdaki tablolarda Güney Kore'nin yıllar itibariyle ihraç ve ithal ettiği ürünler ile ihracat ve ithalat gerçekleştirdiği ülkeler sunulmuştur.



Tablo 3: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İhraç Ettiği Ürünler (Bin Dolar)

Ürünler	2009	2010	2011
Tüm Ürünler	363.531.063	466.380.620	555.208.898
Elektrik Elektronik Ekipmanları	88.787.177	110.789.266	118.542.862
Demiryolu, Tramvay Dışındaki Taşıtlar	36.531.126	53.445.487	67.096.998
Makine, Nükleer Reaktörler, Kazanlar... vb	38.205.941	52.030.742	59.658.652
Gemiler ve Diğer Yüzer Yapılar	42.483.425	46.735.317	54.133.104
Mineral Yakıtlar, Yağlar, Damıtma Ürünleri... vb	23.785.976	32.579.698	53.088.429
Optik, Fotoğraf, Teknik, Tıbbi... vb Cihazlar	29.252.073	37.829.196	36.499.242
Plastik ve Mamulleri	18.355.887	23.953.247	27.719.360
Demir ve Çelik	15.463.947	21.751.233	27.581.063
Organik Kimyasallar	13.095.713	16.828.753	22.468.839
Demir veya Çelikten Eşya	8.022.113	7.685.525	11.690.016
Kauçuk ve Kauçuktan Eşya	4.766.418	6.574.672	9.213.625
İnciler, Kıymetli Taşlar, Metaller, Madeni Paralar	4.088.412	4.533.371	6.325.660
Bakır ve Bakırdan Eşya	3.047.652	4.393.776	5.018.131

Kaynak: ITC, 2012.

Tablo 4: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İthal Ettiği Ürünler (Bin Dolar)

Ürünler	2009	2010	2011
Tüm Ürünler	323.081.675	425.208.007	524.405.224
Mineral Yakıtlar, Yağlar, Damıtma Ürünleri... vb	91.669.969	122.597.071	173.675.006
Elektrik, Elektronik Ekipmanlar	53.542.099	63.072.712	69.748.228
Makine, Nükleer Reaktörler, Kazanlar... vb	34.407.036	47.575.943	49.328.556
Demir ve Çelik	18.442.618	24.870.601	28.438.215
Metal Cevherleri, Cüruf ve Kül	8.814.965	14.127.437	21.387.620
Optik, Fotoğraf, Teknik, Tıbbi... vb Cihazlar	10.485.853	15.076.436	17.048.797
Organik Kimyasallar	9.016.330	12.152.423	14.864.398
Plastik ve Mamulleri	7.158.955	9.858.470	10.850.071
Demiryolu, Tramvay Dışındaki Taşıtlar	5.516.332	7.867.147	9.149.995
Çeşitli Kimyasal Ürünler	5.339.071	6.949.746	7.635.504
Bakır ve Bakırdan Eşya	4.465.852	6.030.016	7.412.689
Demir veya Çelikten Eşya	6.109.855	6.698.899	7.374.172
Anorganik Kimyasal, Kıymetli Metal Bileşik, İzotoplar	3.743.139	4.906.245	6.402.476

Kaynak: ITC, 2012.



Tablo 5: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İhracat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar)

İthalatçılar	2009	2010	2011
Dünya	363.531.063	466.380.620	555.208.898
Çin	86.703.245	116.837.804	134.185.009
ABD	37.802.594	49.991.458	56.421.431
Japonya	21.770.815	28.176.255	39.679.480
Hong Kong, Çin	19.660.844	25.294.018	30.967.383
Singapur	13.616.994	15.244.200	20.839.005
Chinese Taipei	9.501.115	14.830.499	18.205.965
Endonezya	5.999.879	8.897.299	13.564.498
Vietnam	7.149.477	9.652.073	13.464.922
Hindistan	8.013.290	11.434.596	12.654.078
Brezilya	5.311.210	7.752.579	11.821.399
Rusya	4.194.066	7.759.836	10.304.880
Meksika	7.132.760	8.845.549	9.729.059
Almanya	8.820.793	10.702.056	9.500.921
Tayland	4.528.169	6.459.776	8.458.966
Avustralya	5.243.141	6.641.619	8.163.844
Liberya	4.884.557	5.401.658	7.389.345
Filipinler	4.567.278	5.837.983	7.338.902
BAE	4.977.751	5.487.047	7.267.747
Marshall Adaları	9.672.199	4.687.046	7.053.544
Suudi Arabistan	3.856.582	4.556.673	6.964.299
Malezya	4.324.822	6.114.823	6.275.131
İran	3.991.897	4.596.721	6.068.276
Fransa	2.943.709	3.042.276	5.758.643
İngiltere	3.796.533	5.555.074	5.479.934
Türkiye	2.660.688	3.752.906	5.070.997

Kaynak: ITC, 2012.



Tablo 6: Güney Kore'nin Yıllar İtibariyle İthalat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar)

İhracatçılar	2009	2010	2011
Dünya	323.081.675	425.208.007	524.405.224
Çin	54.245.678	71.573.125	86.430.974
Japonya	49.427.291	64.295.813	68.319.877
ABD	29.160.307	40.588.438	44.814.718
Suudi Arabistan	19.736.848	26.820.002	36.972.612
Avustralya	14.755.931	20.454.635	26.316.083
Katar	8.386.492	11.915.450	20.749.364
Endonezya	9.264.134	13.985.848	17.216.374
Almanya	12.297.619	14.304.295	16.962.474
Kuveyt	7.991.513	10.850.149	16.959.617
BAE	9.310.021	12.170.134	14.759.366
Chinese Taipei	9.851.388	13.647.080	14.693.589
İran	5.745.749	6.940.236	11.358.379
Rusya	5.788.759	9.899.448	10.852.171
Malezya	7.574.059	9.530.964	10.467.817
Irak	3.812.200	4.427.719	9.137.821
Singapur	7.871.715	7.849.429	8.966.595
Hindistan	4.141.622	5.674.456	7.893.573
Kanada	3.534.786	4.350.863	6.611.056
Brezilya	3.743.503	4.712.085	6.342.934
Fransa	4.013.561	4.289.205	6.319.790
Tayland	3.238.628	4.168.786	5.413.360
Umman	4.124.492	4.095.900	5.362.787
Türkiye	434.435	516.290	804.624

Kaynak: ITC, 2012.

4.2. Japonya

Japonya doğal kaynaklar açısından oldukça fakir ve göreceli olarak küçük bir alana sıkışmış 120 milyonu aşkın nüfusu barındıran bir ada ülkesidir. Yetersiz kaynaklara ve II. Dünya Savaşı'nda tamamıyla tahrip olan ekonomik altyapısına rağmen, kısa sayılabilecek bir sürede ekonomisinin yeniden inşasını başarmakla kalmamış, aynı zamanda dünyanın ikinci büyük ekonomik gücü haline gelmeyi bilmiş bir ülkedir. Bu ekonomik kalkınmada özellikle imalat ve hizmetler sektörünün payı büyüktür. Genel olarak yaygın kanının aksine dış ticaretin Japonya ekonomisi içindeki payı nispi olarak düşüktür ve iç piyasanın milli gelir içindeki payı diğer sanayileşmiş ülkelere nazaran daha yüksektir.



Japon ekonomisi, 19. yüzyılda feodal yapıdan merkezi düzene geçişle hızlı bir gelişmeye sahne olmuştur. 20. yüzyılın başlarında gelişmiş sanayi tabanı, merkezi ordusu ve modern eğitim kurumlarıyla Japonya, İngiltere, Fransa, İtalya ve ABD ile birlikte beş büyükler kulübüne girmeyi başarmıştır. II. Dünya Savaşı sonrasında Japonya'nın dünyanın en büyük ekonomik güçlerinden biri olmasında; savaş sonrası zararın giderilmesi ve demokratikleşme, özel sektör yatırımları, nitelikli iş gücü, yüksek tasarruf eğilimi, gelişmiş teknolojileri uyarlama yeteneği, düşük savunma harcamaları, sosyal, politik ve işçi-işveren ilişkilerinde istikrar faktörleri önemli rol oynamıştır.

Aşağıdaki tablolarda Japonya'nın yıllar itibariyle ihracat ve ithal ettiği ürünler ile ihracat ve ithalat gerçekleştirdiği ülkeler sunulmuştur.

Tablo 7: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İhracat Ettiği Ürünler (Bin Dolar)

Ürünler	2009	2010	2011
Tüm Ürünler	580.718.734	769.839.386	823.292.454
Makine, Nükleer Reaktörler, Kazanlar... vb	102.014.175	149.988.366	171.292.185
Demiryolu, Tramvay Dışındaki Taşıtlar	102.611.440	146.741.816	148.063.077
Elektrik, Elektronik Ekipmanlar	107.398.782	131.405.746	129.571.518
Optik, Fotoğraf, Teknik, Tıbbi... vb Cihazlar	28.638.238	39.616.670	45.566.008
Demir ve Çelik	28.401.604	38.876.138	42.181.229
Tarifenin Başka Yerinde Belirtilmeyen Emtialar	34.258.520	40.036.684	39.375.686
Plastik ve Mamulleri	21.716.206	29.269.801	30.385.927
Gemiler ve Diğer Yüzer Yapılar	22.191.074	26.041.127	26.054.798
Organik Kimyasallar	18.909.162	22.134.976	24.669.140
İnciler, Kıymetli Taşlar, Metaller... vb	8.057.082	11.745.013	17.271.838
Mineral Yakıtlar, Yağlar, Damıtma Ürünleri... vb	10.530.650	13.037.977	16.303.651
Kauçuk ve Kauçuktan Eşya	9.679.898	12.839.980	14.958.534
Demir veya Çelikten Eşya	10.547.250	12.278.443	14.241.132
Çeşitli Kimyasal Ürünler	8.622.478	12.184.727	13.219.023

Kaynak: ITC, 2012.



Tablo 8: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İthal Ettiği Ürünler (Bin Dolar)

Ürünler	2009	2010	2011
Tüm Ürünler	551.984.751	692.620.567	854.626.361
Mineral Yakıtlar, Yağlar, Damıtma Ürünleri... vb	152.488.996	198.627.587	274.248.023
Elektrik, Elektronik Ekipmanlar	64.897.332	86.369.685	92.431.370
Makine, Nükleer Reaktörler, Kazanlar... vb	46.059.225	55.895.281	63.711.178
Metal Cevherleri, Cüruf ve Kül	20.086.810	31.471.268	39.075.881
Optik, Fotoğraf, Teknik, Tıbbi... vb Cihazlar	18.162.639	22.489.852	24.838.792
Eczacılık Ürünleri	13.058.253	16.178.573	19.911.114
Organik Kimyasallar	14.080.886	16.238.193	19.185.027
Demiryolu, Tramvay Dışındaki Taşıtlar	10.927.187	14.519.967	17.798.869
Örme veya Tığ İşi Olmayan Giyim ve Aks. Eşy.	12.095.315	12.618.824	15.879.839
Plastik ve Mamulleri	9.781.035	12.682.537	15.306.168
Örme ve Tığ İşi Giyim ve Aksesuar Eşyaları	11.974.511	12.643.403	15.220.460
İnciler, Kıymetli Taşlar, Metaller... vb	8.143.821	11.526.829	13.952.450
Balık, Kabuklular, Yumuşakçalar, Omurgasızlar	10.524.336	11.623.815	13.527.712
Ahşap ve Ahşaptan Eşyalar ve Odun Kömürü	8.702.476	10.432.773	12.519.532
Tarifenin Başka Yerinde Belirtilmeyen Emtialar	10.238.481	11.965.101	12.330.923
Anorganik Kimyasallar, Kıymetli Metal Bileşik	5.527.632	7.908.809	11.384.488
Demir ve Çelik	4.910.610	8.498.559	11.372.123
Et ve Yenilen Sakatat	7.390.242	8.553.457	10.320.111

Kaynak: ITC, 2012.



Tablo 9: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İhracat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar)

İthalatçılar	2009	2010	2011
Dünya	580.718.734	769.839.386	823.292.454
Çin	109.727.428	149.464.086	162.062.140
ABD	95.302.741	120.467.008	127.678.995
Güney Kore	47.273.085	62.368.838	66.167.464
Chinese Taipei	36.434.430	52.531.957	50.960.948
Hong Kong	31.893.945	42.310.300	42.954.351
Tayland	22.187.608	34.191.302	37.530.615
Singapur	20.723.825	25.232.482	27.264.578
Almanya	16.653.366	20.417.618	23.505.494
Malezya	12.865.391	17.641.394	18.796.016
Hollanda	13.510.444	16.387.703	17.945.760
Avustralya	12.168.641	15.870.316	17.818.063
Endonezya	9.323.202	15.924.268	17.739.345
İngiltere	11.814.502	14.172.783	16.385.221
Panama	12.834.337	15.525.042	14.939.438
Rusya	3.285.883	8.004.003	11.819.481
Filipinler	8.224.252	11.066.292	11.229.036
Hindistan	6.338.462	9.042.066	11.078.514
Meksika	6.824.116	9.456.846	10.229.209
Türkiye	1.602.985	2.556.321	3.070.984

Kaynak: ITC, 2012.



Tablo 10: Japonya'nın Yıllar İtibariyle İthalat Yaptığı Ülkeler (Bin Dolar)

İhracatçılar	2009	2010	2011
Dünya	551.984.751	692.620.567	854.626.361
Çin	122.574.081	153.154.789	183.817.725
ABD	60.590.109	69.071.429	76.140.772
Avustralya	34.751.479	44.690.624	56.472.441
Suudi Arabistan	29.150.984	35.971.971	50.513.659
BAE	22.665.338	29.336.752	42.908.580
Güney Kore	21.983.612	28.581.467	39.798.095
Endonezya	21.839.164	28.133.841	34.060.775
Malezya	16.702.855	22.686.625	30.462.915
Katar	15.897.411	21.743.242	30.082.928
Tayland	16.025.643	21.001.480	24.507.743
Almanya	16.756.898	19.279.808	23.305.132
Chinese Taipei	18.335.874	23.108.603	23.254.190
Rusya	8.847.998	16.095.700	18.972.261
Kuveyt	8.964.201	10.290.956	13.113.299
Kanada	9.191.204	10.891.808	12.953.770
İran	9.289.105	11.191.193	12.902.025
Brezilya	6.351.164	9.851.553	12.795.220
Fransa	9.160.757	10.311.439	11.765.789
Vietnam	6.956.199	8.167.432	11.555.647
Türkiye	400.390	401.013	516.411

Kaynak: ITC, 2012.

5. PROGRAMIN İCRASI

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, 16.09.2012 Pazar günü yerel saatle 16.55'te Seul'a varmıştır. 17.09.2012 – 19.09.2012 tarihleri arasında Seul'deki ve 20.09.2012 – 22.09.2012 tarihlerinde ise Tokyo'daki ziyaret, görüşme ve temaslar gerçekleştirildikten sonra, 23.09.2012 tarihinde Türkiye'ye dönüş yapılmıştır.

5.1. T.C. Seul Büyükelçiliği Ziyareti

T.C. Seul Büyükelçisi Sayın Mustafa Naci SARIBAŞ heyetimiz tarafından makamında ziyaret edilmiştir. Sayın Büyükelçi; Kore Savaşının, Türkiye-Güney Kore ilişkilerinin dostluk/kardeşlik temelinde geliştirilmesi sürecine ivme kazandıran bir dönüm noktası olduğunu, savaş sırasında şehit olan 1.005 Türk askerinden 462'sinin Busan'daki Birleşmiş



Milletler Anıtsal Mezarlığı'nda yer alan Türk Şehitliği'nde yatmakta olduğunu, uluslararası alanda da yakın işbirliği yapan ve ortak değerleri paylaşan iki müttefik ülkenin dostluğu/kardeşliğinin her geçen gün güçlenerek ilerlemeye devam etmekte olduğunu, Büyükelçiliğin iki ülke arasındaki siyasi, ticari, ekonomik, kültürel ve parlamentolar arası ilişkilerin yanında; eğitim, yatırım, turizm, savunma ve sanayi alanlarındaki işbirliğini dostluk temelinde daha da ileriye taşımayı amaçladığını ifade etmiştir.



Heyetimiz ise, Karacadağ Kalkınma Ajansının kuruluşu, vizyonu ve misyonu hakkında bilgilendirmede bulunmuş ve Ajansımızın yürütmekte olduğu faaliyetleri aktarmıştır. Ayrıca; karşılıklı yapılan konuşmalarda Güney Kore'nin 2011 yılı itibariyle dış ticaret hacminin 1 trilyon doları aştığı, Türkiye-Güney Kore arasındaki ticaret hacminin 7 milyar dolara yaklaştığı, Güney Kore'nin 42 milyar dolar gıda ithalatı yaptığı, 1970'lerden sonra emek yoğun sektörlerden katma değeri yüksek sektörlerle yatırım yapıldığı ve bütün bu gelişmelerin 50 sene gibi kısa bir süre içerisinde başarıldığı, dünyanın ilgi alanının hızlı bir şekilde Asya-Pasifik Bölgesine kaydığı, Güney Kore mallarının AB üzerinden Türkiye'ye düşük gümrükle girdiği ve Güney Kore ile yapılan Serbest Ticaret Anlaşması ile rekabet şartlarının iyileşeceği, Güney Kore'nin özellikle Afrika ve Güney Amerika'da madenlerle ilgili araştırmalar ve yatırımlar yapmakta olduğu, Diyarbakır'dan Uzak Doğu'ya gönderilen ham blok mermerin işlenmiş olarak gönderilmesinin katma değer açısından önemli olduğu, Güney Kore'nin dünyanın en büyük 15. ekonomisi olduğu, Güney Kore halkının çalışkan, işlerini iyi şekilde ve ciddiyetle yaptığı, Seul'da Amerikan Askeri Üslerinin bulunduğu ve Amerika'nın



geleceğini Asya – Pasifik’te gördüğü, tarımın ekonomideki payının % 2,7 olduğu, fakat istihdam alanında önemli bir yer teşkil ettiği, bu yüzden tarımda korumacılık bulunduğu, Türkiyeli İşadamlarının Güney Kore’deki yatırımlarının yetersiz olduğu, Türkiye’ye Kore Savaşında göstermiş olduğu fedakârlıktan dolayı büyük bir sempatiyle bakıldığı ve Türkiye Kore Gazilerini Seul’a çağırıp minnettarlıklarını ifade ettiklerini, 12 milyon Koreli turistten ancak 150 bin kadarının Türkiye’ye geldiği ve bunun artırılması için çaba gösterilmesi ve özellikle kültür turizmi alanında Türkiye’nin Güney Kore nezdinde cazibesinin artırılması için çalışmalar yapılması gerektiği ifade edildi. Ayrıca bu ülkede Kültür ve Turizm Müşavirliği kadrosunun tesis edilmesi gerektiği, Kore Turizm Ofisinin 2012 yılı içerisinde İstanbul’da ofis açtığı, 2012 yılı Haziran ve Temmuz aylarda Kültür ve Turizm Bakanlığının koordinesiyle Güney Kore ve Japonya Heyetlerinin Şanlıurfa’da ağırlandığı ifade edildi.



Türkiye-Güney Kore Serbest Ticaret Anlaşması (STA)

Ekonomi Bakanı Sayın Zafer Çağlayan ve G. Koreli muhatabı Ticaret Bakanı Sayın Taeho Bark, 26 Mart 2012 tarihinde Başbakanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan ve Güney Kore Cumhurbaşkanı Sayın Lee Myung Bak’ın huzurlarında düzenlenen bir törenle, ülkemiz ve Güney Kore arasında yürütülen Serbest Ticaret Anlaşması (STA) müzakerelerinin sonuçlandığına ilişkin Ortak Beyan’ı imzalamışlardır. Anlaşmalar 1 Ağustos 2012 tarihinde Ankara’da Sayın Bakanımızca imzalanmış olup; Tarafların iç onay süreçlerini tamamlamalarının ardından yürürlüğe girecektir.

Türkiye ve G. Kore arasında, hizmet ticareti ve yatırımlar konularını da içeren kapsamlı bir STA imzalanmasına yönelik müzakereler 19 Mart 2010 tarihinde Ekonomi Bakanı Sayın Zafer Çağlayan tarafından başlatılmıştır. Mal ticaretine ilişkin müzakerelerin, diğer alanlardaki müzakerelerden daha hızlı ilerlemesi sonucunda, Taraflar bu konuda öncelikli olarak imzalanacak bir Mal Ticareti Anlaşması’na ek olarak, hizmet ticareti ve yatırım müzakerelerine ilişkin yol haritasını belirleyen bir Çerçeve Anlaşma imzalanması konusunda mutabık kalmışlardır.



Bu kapsamda, Çerçeve Anlaşma Taraflar arasında bir serbest ticaret alanı kurulduğunu ilan etmekte ve Türkiye-Kore STA'sının yapısını belirlemektedir. Buna göre, STA Çerçeve Anlaşma, Mal Ticareti Anlaşması ve müzakerelerin tamamlanması durumunda hizmet ticareti ve yatırım konularında imzalanacak anlaşmalardan müteşekkil olacaktır. Çerçeve Anlaşma ile ayrıca, Tarafların bu konulardaki müzakerelere Mal Ticareti Anlaşmasının yürürlüğe girmesinden sonra başlayacağı kayıt altına alınmıştır.

Mal Ticareti Anlaşması ise, tüm sanayi ürünlerinde azami yedi yılın sonunda gümrük vergilerinin karşılıklı olarak sıfırlanmasını öngörmektedir. Ayrıca, Anlaşma ile Taraflar karşılıklı olarak hassasiyet arz edenler hariç olmak üzere tarım ürünlerinde azami on yılın sonunda gümrük vergilerini sıfırlamayı taahhüt etmektedirler.

Anlaşma kapsamında, gümrük vergilerinin yanı sıra, sağlık ve bitki sağlığı önlemleri ile ticaretle ilgili tarife dışı önlemler konularında hükümlere yer verilmiş; Tarafların uyguladığı tarife-dışı önlemlerin kurulacak bir koordinasyon mekanizması çerçevesinde ele alınmasına imkân tanınmıştır. G. Kore'nin, tarım ürünlerindeki iç üretim ve pazarını geniş ölçüde sağlık ve bitki sağlığı önlemleri ile korumaya aldığı göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu mekanizmaların Anlaşma kapsamında tesis edilmiş olmasının, pazara giriş konusunda tarife indirimleri kadar önemli olduğu değerlendirilmiştir.

Türkiye'nin Uzakdoğu'daki ilk STA'sı olacak Anlaşmayla; 1 Temmuz 2011 tarihinde yürürlüğe giren AB-Kore STA'sı ve 15 Mart 2012 tarihinde yürürlüğe giren ABD-Kore STA'nın ardından, ülkemiz ihracatçılarına, G. Kore pazarında, AB ve ABD'li ihracatçılarla eşit koşullarda rekabet etme imkânı tanınmıştır.

Anlaşmanın yürürlüğe girmesiyle birlikte, ülkemiz aleyhine 1'e 12 oranında seyreden dış ticaret açığının dengeli bir yapıya kavuşturulması; işadamları arasındaki işbirliği imkânlarının güçlendirilmesiyle ülkemizdeki G. Kore yatırımlarının artırılması hedeflenmektedir.

5.2. KOIMA – Kore İthalatçılar Birliği Ziyareti

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, Kore İthalatçılar Birliğini ziyaret edip çeşitli görüşmelerde bulunmuştur. Yaklaşık iki saat süren ziyarette; KOIMA ile Türkiye arasında yakın ilişkiler bulunduğu, Kore İthalatçılar Birliğinin 3 kez Türkiye'yi ziyaret ettiği ve bu ziyaretin Güney Kore Cumhurbaşkanı ile birlikte gerçekleştirildiği, Bursa Valisi ve Heyetinin iadeyi ziyarette bulunduğu, bu ziyaretlerin iki ülke arasında daha sıcak ikili işbirlikleri geliştirilmesine yol açmasının ümit edildiği ifade edilmiştir.



KOIMA Başkanı Sayın Dr. Ju Tae – LEE; Türkiye'nin Kore'ye daha fazla ihracat yapması gerektiğini, Hyundai'nin Türkiye'deki yatırımının Avrupa'ya açılış yatırımı olduğunu, Birliğin ticari görüşmelerinin bugüne kadar İstanbul ve Ankara ağırlıklı olduğunu ve bu ziyaret sonrası Diyarbakır ve Şanlıurfa ile ilişkilerin artmasının temenni edildiğini, ziyaretin GAP Bölgesinden yapılmasının kendileri için önem taşıdığını ve daha sonraki işbirlikleri için her türlü iletişime açık olduklarını ifade etmişlerdir. Diyarbakır Valisi Sayın Mustafa TOPRAK; Güney Kore ile Türkiye arasında tarihten gelen sıcak bir ilişkinin söz konusu olduğunu, bu ilişkilerin ticari, ekonomik ve sosyal alanlarda daha da ileriye götürülmesi için her iki kesimde de çabanın bulunduğunu, her iki ülke arasında ithalat ve özellikle ihracat alanında bir artış beklentisi içerisinde bulduklarını, Kore İthalatçılar Birliğinin Türkiye'den ithal edebileceği önemli ürünler olduğunu, Diyarbakır ve Şanlıurfa İllerinde yatırım yapılabileceğini ve bu iki ilden bazı ürünlerin ithal edilebileceği, GAP sayesinde yakın gelecekte tarımsal üretimde büyük artışlar yaşanacağını, hububat, pamuk, mısır ve seracılık ürünlerinin büyük miktarlarda bölgede üretiliyor olacağını ve böylelikle tarıma dayalı sanayide büyük artışlar yaşanacağını, Diyarbakır'dan Uzak Doğu'ya mermer ihracatı gerçekleştirildiğini ve bu konuda işbirliği yapılabileceğini ifade etmişler ve Karacadağ Kalkınma Ajansı tanıtılarak yürütülen faaliyetler hakkında bilgilendirmede bulunmuşlardır. Sayın TOPRAK; KOIMA'yı bölgede ağırlamaktan memnunluk duyacaklarını ifade etmişlerdir. Sayın Dr. Tu Tae – LEE, Şanlıurfa ve Diyarbakır'da tarımsal üretim yapan firmaların dokümanlarının iletilmesini istemiş ve eş zamanlı olarak Şanlıurfa Ticaret ve



Sanayi Odası Başkanı Sayın Eyyüp Sabri ERTEKİN, Şanlıurfa'da tarımsal üretim yapan firmaların iletişim bilgilerini içeren CD'yi kendilerine sunmuşlardır. Sayın LEE, Birliğe sunulan dokümanlardaki ilgili firmaların inceleneceğini ve uygun ithalat alanları için Bölgeye ziyaret gerçekleştirilebileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca turizme de vurgu yapan Sayın LEE, G. Kore'den yurtdışına olan turların ağırlık olarak İstanbul ve Ankara'ya yapıldığını, bu turların TRC2 Bölgesine de yönlendirilmesini arzuladıklarını, tarım, tekstil ve turizmde her türlü işbirliğine açık olduklarını ifade etmişlerdir. Sayın TOPRAK, TRC2 Bölgesinin kültür turizmi potansiyelinin çok yüksek olduğunu, Bölge tarihinin 11.000 yıllık bir geçmişe dayandığını ve turizm konusunda karşılıklı işbirliği yapılabileceğini belirtmiştir. Sayın LEE; G. Koreli Firmaları mutlaka TRC2 Bölgesine yönlendireceklerini ve bu durumda firmaların konaklaması ve ağırlanması hususunda destek beklediklerini, İstanbul'daki G. Kore Fuarına Şanlıurfa ve Diyarbakır Firmalarının da ilgi göstermesini dilediklerini, bu fuarlarda hangi ürünlerin ithal edilebileceği hususunda karşılıklı görüşmelerin yapılabileceğini ifade etmişlerdir.



Kore İthalatçılar Birliği (KOIMA) Faaliyetleri

a) Satın Alma Heyetleri

KOIMA Satın Alma Heyetleri; Dışişleri, Ticaret, Bilgi ve Ekonomi Bakanlığı gibi devlet kurumları tarafından desteklenen KOIMA'nın en önemli etkinliklerinden biridir.

KOIMA Satın Alma Heyeti, uluslararası alanda ticari dengeyi oluşturmak amacı ile Kore ile dış ticaret açığı olan ülkeler başta olmak üzere yılda 6-7 kez organize edilir ve yurtdışına gönderilir.

Satın alma heyetinin güzergâhları boyunca KOIMA, iş seminerleri düzenlemekte ve Koreli



İthalatçılar ile yabancı tedarikçilerin birbirlerini yakından tanıyacakları iş eşleştirme toplantıları organize etmektedir.

b) İş Toplantıları

G. Kore'de sadece ithalat odaklı ekonomik dernek olan KOIMA, hem ithalatçı hem de ihracatçılar için yeni iş fırsatları sağlayarak ticareti artırmak amacıyla uygun bir iş ortamı oluşturma çabası içerisinde. Bu amaçla, KOIMA, çeşitli seminer ve forumlar organize etmektedir. Düzenlenen etkinliklerin çoğu ileriye yönelik fırsatların teşviki amacıyla G. Kore'deki dış ticaret temsilcilikleriyle beraber yabancı elçiliklerle yakın bir işbirliği içerisinde düzenlenmektedir. KOIMA, G. Koreli ithalatçılar ile yabancı ticaret heyetleri arasında iş toplantıları düzenlemektedir. Aynı zamanda, KOIMA tarafından yeni dış pazarların ve iş fırsatlarının G. Koreli İthalatçılara tanıtımı amacıyla iş forumları düzenlenmektedir. Her yıl, G. Kore'nin ithalat piyasası ve devlet politikalarının daha iyi anlaşılması amacıyla G. Kore'deki yabancı elçiliklerin ticaret müşavirlerine yönelik bir seminer düzenlenmektedir.

c) İthalat Ürünleri Fuarları

KOIMA, 2003 yılından bu yana her yıl ithalat ürünleri fuarı organize etmektedir. Bu fuar, G. Kore'deki birçok yabancı elçiliğin yanı sıra, Dışişleri, Ticaret, Bilgi ve Ekonomi Bakanlığının katılımı ve desteği ile düzenlenmektedir. KOIMA, G. Kore'de ithalatın geliştirilmesi alanında 41 yıllık tecrübesiyle faaliyetlerini sürdüren tek özel sektör kuruluşudur. İthalat Ürünleri Fuarı; yabancı üretici ve tedarikçilere ünlü markalarını ve kaliteli ürünlerini Koreli İthalatçılara ve tüketicilere tanıtmaya fırsatı sağlayarak yardımcı olmayı hedeflemektedir. 9 yıldan bu yana dünya genelinden 1.300 katılımcı ürünlerini G. Kore Pazarına tanıtmak amacıyla bu fuarı bir platform olarak kullanmıştır.

d) Pazar Araştırma Hizmetleri

KOIMA Pazarı Araştırma Servisi, müşterilerin (hem yerli ithalatçılar hem de yabancı ihracatçılar) doğru ve güncel piyasa bilgilerine erişimini sağlamaktadır. KOIMA, 40 yılı aşkın Kore ithalat piyasası deneyimiyle sadece ithalat odaklı bir kuruluştur. Kurumun Pazar Araştırması hizmeti, Kore pazarıyla ilgili sadece en temel bilgileri değil, aynı zamanda yerel pazarda rekabet edebilmek için gerekli kritik analizler ile en detaylı ve önemli Pazar bilgilerini sağlamaktadır. KOIMA, 20.000 G. Koreli İthalatçıdan gelen verilere dayanarak İş Ortaklığı Araştırması Servisi adı altında potansiyel alıcılar ile tedarikçiler de dâhil olmak üzere genel piyasa bilgileri toplamakta ve toplanılan bu bilgiler paylaşmaktadır.

e) Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Eğitim Programı

Gelişmekte olan ülkeler için eğitim programı kursunun amacı, gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir sosyo-ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesine yardımcı olmaktır. G. Kore hızlı ekonomik büyüme sürecinde kendi gelişim çizgisinde uzmanlık ve know-how tecrübesi kazanmıştır. Bu özel bilgi ve deneyimin paylaşılması amacıyla, KOIMA, her yıl düzenli olarak ticaretle ilgili olarak Kore Uluslararası İşbirliği Ajansı (KOICA) sponsorluğunda kurs düzenlemektedir. Eğitim 2-3 hafta sürmektedir. Bu süreçte konferanslar, seminerler ve saha ziyaretleri yapılmaktadır. Katılımcıların çoğu hükümet yetkilileri, ticari kurum/kuruluşlarının üst düzey yetkilileri ve gelişmekte olan ülkelerde ticaret şirketlerinin yöneticilerinden oluşmaktadır. Eğitim süreci pratik ve teoriğin birleşiminden oluştuğu için katılımcıların ticaret ve G. Kore ekonomik kalkınması arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir şekilde anlamaları sağlanmaktadır.

Kore Uluslararası İşbirliği Ajansı (KOICA), 1 Nisan 1991 tarihinde bir devlet kurumu olarak kurulmuş olup hükümetin gelişmekte olan ülkeler için olan hibe yardımı ve teknik işbirliği programlarını en etkin bir şekilde yürütmekle görevlidir. KOICA'nın temel görevi, gelişmekte olan ülkelerle dostça karşılıklı ilişkileri geliştirmek ve bu ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişmelerine katkıda bulunmaktadır.



5.3. Kore Kalkınma Enstitüsü (KDI) Ziyareti

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, küresel kalkınma alanında Güney Kore'deki en önemli düşünce kuruluşu olan (think thank) Kore Kalkınma Enstitüsü'nü (KDI) ziyaret etmiştir.

Heyeti makamında kabul eden KDI Başkanı Sayın Oh-Seuk Hyun, Ajans ziyareti için duyduğu memnuniyeti belirterek Enstitünün çalışmaları hakkında katılımcılara bilgi vermiştir. Heyete başkanlık yapan Diyarbakır Valisi Sayın Mustafa Toprak da, ülkemiz, Diyarbakır ve Şanlıurfa'daki yatırım ve ekonomik gelişmeler ve Karacadağ Kalkınma Ajansı hakkında bilgilendirmede bulunmuştur. Şanlıurfa Belediye Başkanı Dr. A. Eşref Fakıbaba, Diyarbakır ve Şanlıurfa'nın tarih ve kültür turizmi açısından sahip olduğu potansiyelin önemini vurgulamıştır. Daha sonra, KDI'n çalışmaları ile yürüttüğü projeler konusunda Heyete bir sunum yapılmıştır.



Kore Kalkınma Enstitüsü, ekonomik ve sosyal kalkınma ile ilgili olarak önemli araştırmalar yapan ve G. Kore'nin ekonomik ve sosyal açıdan gelişmesine büyük katkıları olan, diğer ülkelerle ortak çalışmaları bulunan, Güney Kore'nin en önde gelen düşünce kuruluşu (think tank) olarak kabul edilmektedir. KDI, bir taraftan ampirik çalışmalar yürütürken, diğer taraftan uluslararası ve ulusal ekonomik koşulların derinlemesine analizine dayalı politika önerileri geliştirmekte ve bu konularda rehberlik faaliyetleri yürütmektedir.



KDI, daha önce ülkemizde de Devlet Planlama Teşkilatı (Kalkınma Bakanlığı) ve KOSGEB gibi kuruluşlarla ortak çalışmalar yürütmüştür.



Kore Kalkınma Enstitüsü, 1971 yılında kurulmuş olup sosyal bilimlerin farklı alanlarında araştırma faaliyetleri yürütmektedir. KDI, G. Kore'deki yegâne politika araştırma enstitüsü olarak G. Kore ekonomisinin ve toplumunun sürdürülebilir büyümesine katkıda bulunmak amacıyla sürekli faaliyet göstermektedir. KDI, makroekonomi, finans, maliye, sosyal güvenlik, iş gücü, sanayi, ticaret, hukuk ve ekonomi, Kuzey Kore Ekonomisi ve diğer ekonomik alanlarda yoğun araştırma ve çalışmalarda bulunmaktadır. G. Kore'nin reform sistemine ve politika geliştirmesine önemli ölçüde katkıda yapmaktadır. Aynı zamanda, KDI, gelişmekte olan ülkelerle ekonomik kalkınma tecrübe paylaşımı, gelecek nesil liderlerin yetiştirilmesi, özel sektör yatırımlarının desteklenmesi, finansmanı, kamu tarafından karşılanan büyük projeler hakkında nihai ve beklenen değerlendirmelerin yapılması gibi çeşitli alanlarda yürüttüğü faaliyetlerle hizmet alanını genişletmektedir. Ayrıca, ekonomik politikaların geliştirilmesi, hükümet personeli ve kamuya ekonomik alanda eğitim sağlanması da kurumun faaliyetleri içerisinde yer almaktadır.

Kore Kalkınma Enstitüsü bünyesinde 11 adet bölüm bulunmaktadır. Bu bölümler; Makro Ekonomik Analizler Timi, Politika Konuları İzleme Timi, Gayrimenkul Araştırma Timi, Kuzey Kore Ekonomik Araştırma Timi, Makroekonomi ve Mali Politika Departmanı, Sanayi ve Rekabet Politikası Departmanı, Kamu Maliyesi ve Sosyal Politika Departmanı, Ekonomik Bilgi ve Eğitim Merkezi, Kamu ve Özel Altyapı Yatırımı Yönetim Merkezi,



Uluslararası Kalkınma Merkezi, Kore Kalkınma Enstitüsü Kamu Politikası ve Yönetimi Okuludur.

Kore Kalkınma Enstitüsünün en önemli işlevi, Bilgi Paylaşım Programı adı altındaki faaliyetleridir. Enstitü; G. Kore’de bulunan firmaların tecrübelerini geliştirmekte ve bir araya getirilen bilgi ve tecrübelerden daha olgun fikirler ve akademik bilgiler yaratmaktadır. Bilgi Paylaşım Programı, programın dizayn ve uygulanmasında anahtar kuruluş olan KDI ve Finans ve Strateji Bakanlığı tarafından 2004 yılında başlatılmıştır. Program, G. Kore’nin kalkınma tecrübesi ve bilgisinin gelişmekte olan ülkelerdeki anahtar politika alanlarına katkıda bulunması amacıyla talebe dayalı, katılımcı, kapsamlı bir danışma programı olarak dizayn edilmiştir. Programın hedefleri ise; mevcut kalkınma sorunlarıyla ilgili politika çözüm ve alternatiflerinin aranması, politika yönetimi ve formülasyon kapasitelerinin artırılması ve ikili ilişkilerin güçlendirilmesine katkı sağlanmasıdır. Bilgi Paylaşım Programının faaliyet gösterdiği alanlar; Ekonomik Kalkınma Stratejisi başlığı altında, Ekonomik Planlama Sistemi, Kamu – Özel Sektör İstişaresi, Uygulama / Geri Bildirim Mekanizması, Sanayileşme ve İhracat Teşviki başlığı altında; İmalat Sektörünün Gelişimi, Girişimciliğin Teşviki, İhracatın Teşviki, Bilgi Tabanlı Ekonomi başlığı altında; Araştırma ve Geliştirme ve Bilim ve Teknoloji Stratejileri, İnovasyon Kümeleri, E-Devlet ve Bilişim Teknolojileri Sanayisi, Ekonomik Kriz Yönetimi başlığı altında; Erken Uyarı Sistemi, Makro Ekonomik İstikrar, Sorunlu Kredilerin Çözümlemesi, Yapısal Reform, İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Başlığı Altında; Eğitim, Mesleki Eğitim, Sosyal Güvenlik Ağı ve Meslek İçi Eğitim olarak özetlenmektedir.



Bilgi Paylaşım Programı (KSP), 2004 – 2011 yılları arasında Asya'dan Ortadoğu, Afrika, Latin Amerika ve Doğu Avrupa'ya kadar olan coğrafyada faaliyetlerini genişletmiştir. Toplamda bu yıllar itibariyle 34 ülkede ve 300 farklı konuda sonuçlar alınmıştır. Bunlardan bazıları; Vietnam Kalkınma Bankasının kurulmasına ilişkin politika önerileri, Kuveyt'in 5 yıllık ekonomik kalkınma planına ilişkin önerileri, Özbekistan'da Münhasır Ekonomik Bölge kurulması, işletmesi ve yönetimi ile ilgili önerileri, Dominik Cumhuriyeti'ne yönelik periyodik ihracat teşviki toplantıları, denizaşırı pazarlama ve bilgi toplama çalışmaları, Suudi Arabistan Eğitim Yayın Sistemi ve Suudi Arabistan Kalkınma Enstitüsünün kurulması ile ilgili görüş ve önerileridir.

Kore Kalkınma Enstitüsünün (KDI) Türkiye ile Bilgi Paylaşım Programı dâhilinde yapmış olduğu işbirlikleri bulunmaktadır. Enstitü, 2005 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (Kalkınma Bakanlığı) ile birlikte G. Kore'nin şimdiye kadar edinmiş olduğu tecrübelerden Türkiye'nin faydalanabilmesi için bir program yürütmüştür. Yürütülen bu programın başlıkları arasında; Özel Sektörün Geliştirilmesi için Kamu Sektörü Politikaları, Teknoloji Geliştirme ve İnovasyon Sistemi, Sanayileşme ve İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi, Kamu Yönetim Reformuna İdare Tepkisi ve Mali Yönetim Sistemi Reformu bulunmaktadır. 2008 yılında yine Devlet Planlama Teşkilatı (Kalkınma Bakanlığı) ile yürütülen Ulusal Teknoloji ve İnovasyon Kapasitesi Geliştirme Modelleri ve Stratejileri Programı çerçevesinde; Strateji Geliştirme ve Ulusal İnovasyon Sistemi, Teknoloji, Girişimcilik ve Kuluçka Dönemi, Kümelenmeler ve Sanayide Yapısal İyileştirmeler, Üniversite – Sanayi İşbirliği gibi konular



çalışılmıştır. Enstitü, Devlet Planlama Teşkilatı (Kalkınma Bakanlığı) ile 2008 yılında başlanılan Programı, 2012 yılında KOSGEB ve Verimlilik Genel Müdürlüğü ile de yürütmeye başlamıştır.

5.4. Kore Uluslararası Ticaret Birliği (KITA) Ziyareti

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, Kore Uluslararası Ticaret Birliğini (KITA) ziyaret etmiştir. KITA Direktörü Ho Keun JANG tarafından Heyete, KITA'nın kuruluşu, çalışma şekli, üyeleri ve başlıca faaliyetleriyle ilgili sunum yapılmıştır. Sunumdan sonra, soru ve cevap bölümünde, Heyet adına söz alan Diyarbakır Valisi Sayın Mustafa TOPRAK tarafından ülkemiz ekonomisindeki gelişmeler, Güneydoğu Anadolu Projesi ve Bölgemiz ekonomisine katkısı, Bölgemizde tarım ve tarıma dayalı sanayi ile yenilenebilir enerji potansiyelleri hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca, Karacadağ Kalkınma Ajansının faaliyetleri, Bölgemizdeki KOBİ'ler ve Ajansın KOBİ'leri ihracata yönlendirme çalışmalarına ilişkin KITA temsilcilerinin sorularına cevap verilmiş ve ekonomik büyüme için KOBİ'lerin ihracata yönlendirmelerinin şart olduğu belirtilmiştir. Heyet tarafından KITA ve üyeleri TRC2 Bölgesine davet edilmiş olup Karacadağ Kalkınma Ajansının bölgedeki kontak noktası olarak her türlü desteği sağlayabileceği ifade edilmiştir.



Kore Uluslararası Ticaret Birliği, 1946 yılında kurulmuş olup ticaret yoluyla Kore Ekonomisinin geliştirilmesi amaçlamaktadır. Hâlihazırda 71.000 firma üyesiyle Kore'deki en büyük iş kuruluşudur ve G. Kore'nin ticaret menfaatlerinin küresel çapta temsilciliğini yapmaktadır. KITA; ticaret şirketlerine destek sağlanması, özel sektör ticaret işbirliklerinin



kurulması, yeni ticaret stratejilerinin belirlenmesi, ticaret profesyonellerinin geliştirilmesi ve ticaret altyapısının inşası gibi hususlarda faaliyet göstermektedir. 11'i yurtiçi ve 8'i yurtdışında önemli şehirlerde olmak üzere geniş network ağıyla KITA, G. Kore'nin 1 Trilyon Dolar ticaret hacmine ulaşmasında aktif olarak katkı sunması ve KOBİ'lerin yabancı pazarlara girişlerinde yardımcı olması bakımından lider bir iş kuruluşu olarak yerini sağlamlaştırmaktadır.



Kore Uluslararası Ticaret Birliğinin (KITA) Faaliyetleri

a) Daha İyi Bir Ticaret Ortamının Oluşturulması

KITA, çeşitli uluslararası kurum/kuruluşlarla işbirliği yapılması suretiyle G. Kore'nin ticaret ortamının ve altyapısının kurulmasına yardımcı olmaktadır.

Kamu – özel sektör işbirliğine dayalı olarak KITA, G. Kore ticaretini temsil etmekte ve ticaret ile ilgili sorunların ve uyuşmazlıkların çözümünde destek sunmaktadır. Kurum, ticaret sistemi ve prosedürleri, ileri ihracat stratejileri alanlarında lider bir kuruluştur. Aynı zamanda, yabancı döviz, vergi, harç oranları ve maliye ile alakalı ticaret politikaları geliştirmektedir.

KITA; ABD, Çin, Japonya ve Avrupa Birliği Ülkelerinin de dâhil olduğu ticaret ortaklarıyla yakın ekonomik işbirliği vasıtasıyla G. Kore'nin kapılarını dış pazarlara açmaktadır. Aynı zamanda, Serbest Ticaret Anlaşmalarının başarılı bir şekilde uygulanması ve sonuçlanması için özel sektör ile de işbirliği yapmaktadır.

KITA; G. Koreli iş camiası için ihracat fırsatlarını genişletmektedir. Kurum, şimdiye kadar 180 yabancı kurum/kuruluş ile iş anlaşmaları imzalamış olup dünya çapında özel kuruluş ve devlet kurumlarıyla ortaklık projeleri yoluyla çeşitli ticaret fırsatları yaratmaktadır.

b) İhracat Rekabet Gücünün Artırılması

KITA, G. Koreli işletmelerin dış pazarlara girmelerine yardımcı olmaktadır ve ihracattaki rekabet güçlerinin artırılması için geniş bir bilgi yelpazesi sunmaktadır. Ayrıca, her yıl sergi ve ticaret



fuvarlarına ev sahipliği yaparak çok sayıda yabancı alıcıyı G. Kore'ye çekmektedir.

KITA, farklı ülkelere delegasyonlar göndermekte ve G. Kore menşeli seçkin ürünlerin tanıtımını yapmak amacıyla yıl boyunca ticaret müzakereleri düzenlemektedir. G. Koreli KOBİ'lerin ürünlerinin ihracatı için etkin bir şekilde Pazar oluşturma fırsatları sunmaktadır.

KITA, KOBİ'lerin yeni müşteriler bulmaları amacıyla bir web sitesi geliştirmiştir (www.tradekorea.com) ve çevrimiçi alıcılar veritabanı vasıtasıyla güvenli ve geniş bir yelpazede iş bağlantılarının gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır.

KITA, G. Koreli Firmaların ürünlerini tanıtmaları için sergi ve ticaret fuarları düzenlemekte ve yabancı alıcılara hizmet sunmaktadır.

c) Firmaların Karşılaştıkları Sorunların Çözülmesi

KITA, Kore Ticaret Endüstrisinin karşılaştığı zorlukları çözmeyi hedeflemektedir. KITA Ticaret Çağrı Merkezi, firmaların ticaret faaliyetlerinde yaşadıkları zorluklar için heran açık bulunmaktadır. Aynı zamanda ithalat kısıtlamaları ile ilgili danışmanlık ve çeviri hizmetleri de mevcut bulunmaktadır.

KITA, firmaların özel taleplerine uyarlanmış Ticaret Acil Yardım Sitesini yürütmektedir (tradesos.kita.net). Böylelikle firmaların ticaret faaliyetleri üzerindeki kontrolleri güçlendirilmektedir. KITA, yeni kurulan ticaret firmaları için bilgilendirme seansları ve çeşitli programlar düzenlemekte ve işletmelerin maliyetlerinin azaltılmasına yardımcı olmaktadır.

d) Sanayi Araştırması ve Uzmanların Eğitilmesi

Kore Ticaretinin beyin takımını temsil eden KITA, yeni ticaret stratejileri sunmakta ve 21. yüzyılda küresel ticarete öncülük edecek uzmanları yetiştirmektedir. KITA, ihracat – ithalat ve küresel ekonomik trendlerin analizi, farklı bölgelerdeki ekonomik konular üzerine çalışmalar, kilit ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları, ticaretin kolaylaştırılması çalışmaları temeline dayalı pratik çözümlerin geliştirilmesi yoluyla G. Kore'nin ticareti için yeni bir vizyona kendini adanmış bulunmaktadır.

KITA, yabancı dillerden uluslararası pazarlama, finans ve ticaret uygulamalarına kadar çeşitli alanlarda eğitim programları yürütmektedir. Şimdiye kadar bu programlardan 200.000 ticaret uzmanı yetiştirilmiştir. Sadece gelecek nesil küresel ticaret uzmanlarının yetiştirilmesiyle kalınmayıp, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelere eğitim ve öğrenim sistemi transferi yapılmaktadır.

e) Ticaret Merkezleri Aracılığı İle Elektronik Ticaret

KITA, elektronik ticaret altyapısının oluşturulmasında bilfiil yer almış olup elektronik ticaret altyapısının kullanılmasını teşvik etmekte olup ticaret bilgileri için Tek Durak Servis Merkezi olarak hizmet veren bir internet sitesini faydalanıcıların hizmetine sunmuştur. Aynı zamanda ticaret merkezleri olarak da ifade edilen (www.utradehub.or.kr) ulusal elektronik ticaret altyapı sistemi – ticaret firmalarına zaman ve maliyetten tasarruf imkânı vermekte, ihracatta rekabet güçlerinin artmasına katkıda bulunmaktadır.

5.5. Kompakt Akıllı Şehir (Compact Smart City) Ziyareti

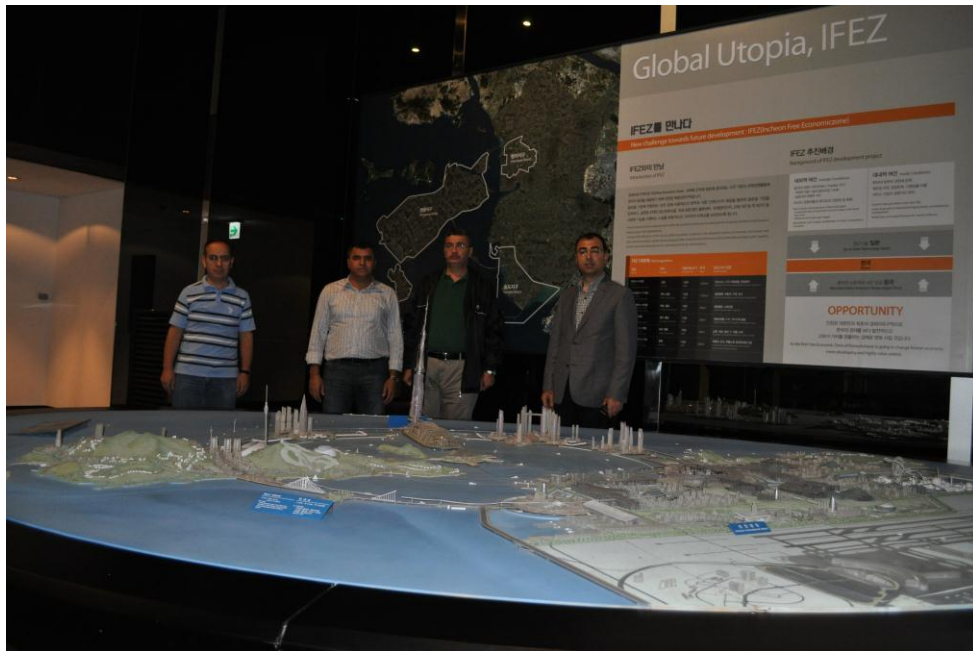
Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, Kompakt Akıllı Şehir'i ziyaret etmiştir. Ziyaret esnasında Heyete, Compact Smart City yöneticileri tarafından Incheon Şehrinin dününü, bugününü ve geleceğini anlatan 5 boyutlu bir animasyon film gösterimi yapılmıştır. Daha



sonra, Şehir’de bulunan uluslararası şirketler ile bu şirketlerin faaliyet konuları hakkında bir sunum yapılmıştır.



Incheon Serbest Ekonomik Bölgesi (IFEZ) olarak düzenlenen bölgede 200 farklı ülkeden yatırımcının ofisleri bulunmaktadır. “Incheon”, kelime manası olarak, etrafı su ile çeviri kale anlamına gelmektedir. Incheon Serbest Ekonomik Bölgesi, ticaret için kolay erişim ve uygun çalışma imkânları sunmaktadır. Bu bölgenin % 34’ü yeşil alandır. Kargo hizmetleri hızlı ve kolay bir şekilde yapılabilmektedir. Bölgenin büyük bir kısmı vaktiyle okyanusun doldurulması ile elde edilmiştir.





Sunum sonrası, Heyet tarafından bina gezilerek gelecekte Incheon Şehrinin nasıl bir şekil alacağını gösteren maketler incelenmiştir. Makette gösterilen projenin, şuna kadar % 50'si tamamlanmış olup tamamının 2020 yılına kadar bitirilmesi planlanmaktadır. Bölgedeki Uluslararası Incheon Havaalanı 3 küçük adanın arasının doldurulması suretiyle inşa edilmiştir. Incheon Havaalanı, 7 yıldan beri dünyada en iyi hizmet veren havaalanları arasında birinci seçilmektedir. Birçok ülkeden büyük firmaların yatırım yaptığı Incheon Serbest Ekonomi Bölgesi'nde (IFEZ) çok katlı binalar hızla inşa edilmekte olup bu binalardan biri olacak olan ve 2018 yılına kadar bitirilmesi planlanan gökdelenin 151 katlı ve dünyanın en yüksek ikinci binası olması planlanmaktadır. Bölgede araştırma ve eğitim merkezleri ile üniversite bölümleri bulunmaktadır. Incheon Bölgesinin inşasında kullanılan finansman özel teşebbüsler ile yapılan anlaşmalar vasıtasıyla karşılanmaktadır. KEIL Uluslararası Firması, bölgenin geliştirilmesi ile alakalı bir firmadır. Bölgede devlet desteği mevcuttur. Bölgedeki alanlardan biri olan "Cheongna City"nin sigortacılık ve bankacılık alanında bir merkez olması ve uluslararası hizmet vermesi planlanmaktadır. Bölgede yaşam alanı ve ofisler de bulunmaktadır. Bölgedeki bir başka alan ise, "Yeongjong Lojistik Merkezi" olup buranın da lojistik üssü olması öngörülmektedir.



Kompakt Akıllı Şehir, Incheon Şehrinin şehir planlamasına dayalı olarak dününü, bugününü ve geleceğini vitrine çıkaran bir sergi faaliyetidir ve dünya lideri bir şehir olarak kentin imajını yaşatarak geleceğe yönelik planlarının vizyon ve hedefini sergilemektedir.



Incheon Şehrinin geçmişini ve bugünü çeşitli yollarla tasvir etmekte ve gelecek vizyonunun gerçekleşmesini sağlamaktadır.

Incheon Serbest Ekonomik Bölgesi (IFEZ), Kore Hükümeti tarafından dünyada önde gelecek şehirlerden biri olması amacıyla planlanmış uluslararası bir bölgedir. Üç bölgenin birleşmesiyle oluşmuştur. Bunlar; Songdo, Yeongjong ve Cheongna'dır. Toplam alan 169,5 km²'dir. Burada yaşayacak tahmini nüfus ise 640.800 kişidir.

“En iyi küresel iş ve en ileri bilginin uluslararası şehri” sloganıyla inşa edilen Songdo Bölgesindeki projeler; uluslararası iş kompleksi, bilgi sanayisi kompleksi, ileri teknoloji biyokompleksi, en ileri inovasyon kümeleri, Yeonsei Üniversitesi Songdo Küreselleşme Çok Amaçlı Kompleksi, Incheon Yeni Liman Projesidir.



En İyi Küresel Lojistik Bölgesi sloganıyla inşa edilen Yeongjong Bölgesi, havacılık, liman ve dağıtım alanlarında yoğunlaşmaktadır. Hayata geçirilen ve geçirilmesi planlanan projeler; Incheon Uluslararası Havaalanı, önde gelen dağıtım sanayi kompleksi, serbest ticaret bölgesi, Unbuk çok amaçlı eğlence kompleksi, Yongyu – Mueui Turizm Kompleksi, Yeongjong Kayak Merkezi Projesidir.

En İyi Küresel Turizm Bölgesi sloganıyla inşa edilen Cheongna Bölgesi, uluslararası finans ve eğlence merkezi olarak planlanmaktadır.



5.6. T.C. Tokyo Büyükelçiliği Ziyareti

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyetinin Japonya ziyaretindeki ilk durağı, T.C. Tokyo Büyükelçiliği olmuştur.



Ziyaret esnasında Tokyo Ticaret Baş Müşaviri Sayın Osman Yaşar Bekaroğlu koordinasyonunda toplantı gerçekleştirilmiştir. Toplantıda; Kalkınma Ajanslarının model ülke gördükleri Japonya'ya çalışma ziyaretleri düzenledikleri, T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın Japonya'da her yıl 3 bilgilendirme semineri düzenlediği ve başarılı geçtiği, kalkınma ajanslarının bu organizasyona katılabileceği, Japonya'daki en son Tsunami



felaketinden sonra nükleer kirlilik ile ilgili endişelerin arttığı ve bu endişelerin de Japonya'nın gıda ithalatı konusunda tutumuna yansıdığı, Japonya'nın gıda üretiminde kendisine yeterlilik oranının % 40 olduğu ve yılda 60 milyar dolar gıda ithalatı gerçekleştirdiği, Japonya'nın makarna, zeytinyağı, kuru meyve, fındık, kayısı ve ev tekstili gibi Türkiye'deki ürünlere karşı ilgisinin arttığı ve hâlihazırda Gaziantep'teki bazı büyük firmalardan ithalat yapıldığı aktarılmıştır. Ayrıca Japonya – Ortadoğu İşbirliği Merkezinin (JCCME) faaliyetleri ve tarım teknikleri ile Japonya'nın önde gelen Vege Tech Firması hakkında bilgilendirmelerde bulunulmuştur.

5.7. Japonya – Ortadoğu İşbirliği Merkezi (JCCME) Görüşmesi

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, Japonya çalışma ziyareti kapsamında T.C. Tokyo Büyükelçiliği toplantı salonunda Japonya'nın Ekonomi Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (METI) tarafından yetkilendirilmiş, bağımsız ve kar amacı gütmeyen Japonya – Ortadoğu İşbirliği Merkezi (JCCME) ile görüşme gerçekleştirmiştir. Görüşmenin başlangıcında JCCME Müdür Yardımcısı Sayın Iwane IWATA, JCCME ile ilgili olarak; kurumun 1973 yılında 1. Petrol Krizi sırasında Japon Hükümeti ve özel sektörün çabaları sonucunda kurulduğunu; kurumun amacının, Japonya'nın ekonomik ve ticari yönden kalkınmasını sürdürmesine ve Ortadoğu Ülkelerinin teknik işbirliği çerçevesinde geliştirilmelerine katkıda bulunmak olduğunu; kurumun amacı doğrultusunda üç ana alanda faaliyet gösterildiğini ifade etmiştir. Konuşmasının devamında kurumun aktiviteleri ile ilgili olarak ayrıntılı bilgi veren Sayın Iwane IWATA sözlerine şu şekilde devam etmiştir; *“Ortadoğu Ülkelerinden gelen daha fazla yatırım ve Japon Firmaları tarafından daha fazla teknik transfer taleplerine karşılık verebilmek amacıyla Ortadoğu'da petrol üreten ülkeler için yatırım ve çeşitli tanıtım aktiviteleri yürütülmektedir. Pazar araştırmaları kapsamında, Ortadoğu'da petrol üreten ülkelere yatırım ile ilgili bilgi edinmenin zorluğu nedeni ile Pazar araştırmaları yapılmakta ve yatırım hedefleri olarak dikkate alınan endüstriler hakkında bilgi sağlanmaktadır. Japonya'nın yatırımlarını ve Ortadoğu'da petrol üreten ülkelere gönderilen heyetler aracılığı ile ortak girişim projelerini artırmak için çaba sarf edilmektedir. Gönderilen heyetler denizaşırı yatırımlara ilgi duyan Japon Firmaların işadamlarından oluşturulmaktadır. Bölgede ticaret ve sanayi odaları, kamu kurumları gibi iş alanında önde gelen kuruluşları ile toplantılar düzenlenmektedir. Ayrıca, petrol üreten ülkelere Japon sanayilerinin mevcut durumuna vakıf olabilmeleri amacıyla heyetler ağırlanmaktadır. Yatırım için Ortadoğu'da petrol üreten ülkeler ile Japon Firmaları arasındaki ortak girişim projeleri ile ilgili olarak fizibilite çalışmaları yürütülmektedir. Çalışmalar, üretim tesisleri ve karlılık ile ilgili olarak Güney Kore – Japonya Çalışma Ziyareti (15 - 23 Eylül 2012) Raporu*



inşaat ve işletme maliyetleri ve piyasa koşullarından hukuki, teknik ve mali konulara kadar çeşitli konuları kapsamaktadır. Bir ortak girişimin hâlihazırda kurulması ve uygulanabilirliğinin kesinleşmesi durumunda ilgilenilen ülkeye Japon Uzmanlar gönderilmektedir. Bu şekilde başarılı bir ortak girişimin kurulmasında ve işletilmesinde ihtiyaç duyulan teknoloji ve yönetimle ilgili profesyonel rehberlik sağlanması amaçlanmaktadır. Ortadoğu ülkelerindeki ofisler aracılığı ile yatırım iklimi ve piyasa koşulları hakkında çalışmalar yürütülmektedir. Bir yandan Japon Firmaların gereksinimleri hakkında yatırım yapılacak ülkedeki firmalara bilgiler sunulurken, bir yandan da yatırım yapılacak ülkede konuşlanmış Japon Firmalarına potansiyel yatırım projeleri ile ilgili tavsiyelerde bulunmaktadır. Bir yandan Ortadoğu'da petrol üreten ülkelerdeki Japon Firmaların iş geliştirmesi amaçlanırken, bir yandan da Ortadoğu petrol üreticisi ülkelerin Japon Teknolojilerini tanımalarını sağlamak ve ilgilerini artırmak amacıyla Japon Firmaların teknoloji ve ürünleri ile ilgili olarak sergilere ev sahipliği yapılmaktadır. Ortadoğu Ülkelerinden yatırım promosyon alanında çalışanlara yönelik eğitim programları ayarlanmaktadır. Bu programlarda stajyerler Japonya'nın verimlilik, iyileştirme ve çevre yönetimi konularındaki know-how'larını tanıma fırsatı yakalamaktadır. Ayrıca, kirlilik, kanalizasyon, su sızıntısı ve iyileştirmeler gibi çevreyle ilgili alanlarda çalışan Ortadoğu'daki görevliler bu alanlarda eğitilmek amacıyla Japonya'ya davet edilmektedir. Japonya - Ortadoğu İşbirliği Forumu adı altında her yıl en üst düzey Japon işadamlarının, aydınların, üst düzey Japon Hükümet yetkililerinin ve bölgede konuşlanmış Japon Firma temsilcilerinin katılımı ile yurtdışında konferans düzenlenmektedir. Böylelikle Ortadoğu Ülkeleri ile Japonya arasında işbirliğinin nasıl kurulacağına dair tartışma fırsatı yakalanmaktadır. Konferans sonuçları Japonya Başbakanına ve ilgili Bakanlara sunulmakta, böylelikle Hükümetin Ortadoğu'yla ilgili politika planlarına bu sonuçlar yansıtılabilmektedir. Her yıl Japonya'da Ortadoğu Ülke sözcülerinin katılımı ile Yatırım Promosyon Forumu düzenlenmektedir. Bu Forum, Japon Firmalara teşvikler ve ilgili kanunlar gibi her bir ülkenin yatırım iklimi hakkında en son bilgileri elde etme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca, Japonya'dan doğrudan yatırım ve teknoloji transferinin geliştirilmesi için gerekli seminer ve sergiler her bir ülke için düzenlenmektedir. Özel sektör düzeyinde ikili görüşmelerle Ortadoğu Ülkeleri ile işbirliği ilişkileri geliştirilmektedir. Japonya - Suudi Arabistan ve Japonya - Kuveyt İkili Görüşmeleri her yıl yapılmaktadır. Buna benzer ikili görüşmeler diğer ülkelere Japon Heyetlerin gitmesi veya önde gelen heyetlerin Japonya'yı ziyaretleri vesilesi ile düzenlenmektedir”.



Ajans Yönetim Kurulu Başkanı ve Şanlıurfa Valisi Sayın Celalettin GÜVENÇ ise, Sayın Iwane IWATA'ye Bölgemiz hakkında bilgi vermiş; 1.000.000 hektar sulanabilir arazinin Bölgemizde yer aldığı, hava – kara – demiryolu ulaşımı ile Bölgemizin Ortadoğu'ya yakınlık avantajına sahip olduğu, 3,5 milyon nüfusu barındırdığı ve genç nüfus potansiyelinin yüksekliği dolayısıyla iş gücü maliyetlerinin cazip olduğu, gıda yatırımlarının Bölgede cazip yatırımlar arasında olduğu ve ayrıca mermer yataklarının bulunduğu, güneşli gün sayısının elverişli olmasından dolayı yenilenebilir enerji yatırımlarının yapılabileceği, Bölgede gerçekleştirilen kazılar neticesinde keşfedilen Göbeklitepe tapınağının dünyanın ilk tapınağı olduğu ve M.Ö. 11.500 yılına dayandığı; dolayısıyla Bölgenin kültür turizmi açısından büyük potansiyeli olduğu hususlarını dile getirmiştir.

Toplantıda ayrıca, Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı ile yıl içerisinde toplantılar yapıldığı, Japonya'nın gıda sektöründe % 60 oranında dışarıya bağımlı olduğu ve yılda 60 milyar dolar ithalat yapıldığı, ev tekstili ürünlerinin ve özellikle güvenli gıda ürünlerinin Türkiye'den ithal edilmesi yönünde araştırma çalışmaları ve girişimlerin mevcut olduğu, Japon Dış Ticaret Teşkilatının (JETRO) İstanbul'da bir ofisinin bulunduğu ve JETRO vasıtasıyla JCCME'ye ulaşılabilceği, JETRO – JCCME – Kalkınma Ajansları arasında işbirliği yapılabileceği, Japonya'nın teknolojisi, GULF Ülkelerinin sermayesi ve Türkiye'nin verimli toprakları kullanılarak uluslararası projeler yapılabileceği ve zaman zaman yapılan Türkiye-Japonya Ticaret Seminerlerinde, bölgesel düzeyde tanıtım çalışmaları yapılabileceği, firmaların karşılıklı olarak bir araya getirilebileceği ifade edilmiştir.



Japon Dış Ticaret Teşkilatı (JETRO)

JETRO, hükümet destekli bir kuruluş olup, Japonya ile diğer tüm ülkeler arasında karşılıklı ticaret ve yatırımı desteklemek için çalışmaktadır. 1958 yılında kurulmuş olan JETRO'nun o yıllarda amacı, Japonya'da ihracı teşvik edip desteklemek iken, bu amaç 21. yüzyılda Japonya'daki küçük ve orta ölçekli şirketlerin küresel ihracat potansiyelini arttırmak için Japonya'dan ihracatı desteklemek yönünde değişmiştir.

5.8. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Tokyo Ofisi Görüşmesi

Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (ISPAT) Tokyo Ofisi yetkilisi Sayın Hitoshi SEKI, Ajans Heyetine bilgilendirme sunumu yapmıştır. Sayın Hitoshi; ISPAT'ın Tokyo'daki Ofisinin 1 Eylül 2008 yılında faaliyete geçtiğini, potansiyel yatırım yapabilecek Japon Firmaların ziyaret edildiğini, yatırım seminerleri tertip edildiğini, Türkiye'deki teşvikler, sektör raporları ve kanunlarla alakalı bilgi sağlandığını ifade etmiştir. Türkiye'de çeşitli ziyaretler ve toplantılar düzenlendiğini; ancak planlanan seminer, toplantı ve ziyaret gibi etkinliklerin hazırlık sürelerinin yeterli olması için karşı tarafa en az bir – iki ay öncesinden haber verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Japon Yatırımcıların Türkiye'de yenilenebilir enerji, Irak'ın yeniden yapılandırılması, nadir metaller, altyapı, sağlık sigortası, tarım ve gıda işleme alanlarıyla ilgilendiklerini, Kalkınma Ajanslarının Japon Yatırımcılarla ISPAT koordinasyonunda işbirliği yapabileceğini, Japonya'da düzenlenen ve 300 kadar Japon Firmasının katıldığı toplantılarda Kalkınma Ajansı temsilcilerine de yer verilebileceği ve bu toplantılarda Ajans temsilcilerinin bölgeleriyle alakalı bilgileri yatırımcı topluluğuna doğrudan aktarabileceklerini, bu konuda Japon Firmaların istekli olduğu ve Türkiye'den gelen işadamlarının da böyle bir ortamda birebir görüşmeler yapabileceğini belirtmiştir.





5.9. Vege Tech Firma Görüşmesi

Ajans Heyeti, Japonya'daki en büyük sebze ve meyve toptancısı olan "Vege Tech" firması ile ikili görüşmeler gerçekleştirmiştir. Vege Tech; Ticaret Baş Müşavirliğinin destek ve yönlendirmesiyle Ekim ayı içerisinde Türkiye'ye bir ziyarette bulunmayı planlamaktadır. Firma, gıda maddelerinin işlenmesi ve muhafazası konusunda çok sayıda patent sahibi olup özellikle sağlıklı ve güvenli gıda konusunda Türkiye'de araştırma ve ithalat konusunda çalışmalarda bulunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, Japonya'da yaş meyve ve sebze ithalatına sıkı tedbirler uygulandığı için JCCME ile birlikte Türkiye lehine bu tedbirlerin kolaylaştırılması yönünde lobi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin de elzem olduğu ifade edilmiştir. Firmanın Japonya'da tarım ürünleri üretimi ve pazarlanması alanında % 10'luk bir paya sahip olduğu ve Japonya dışından tarım ürünleri tedariki konusunda ilerleyen dönemlerde daha fazla işbirlikleri olacağı ifade edilmiştir.



Hâlihazırda Firma, Ürdün, Meksika ve ABD'de tarla kiralayıp tarımsal ürün yetiştirmekte ve üretilen ürünlerin Japonya Piyasasına sokulması hedeflenmektedir.

Heyet Başkanı Şanlıurfa Valisi Sayın Celalettin Güvenç tarafından, Vege Tech temsilcilerine GAP, Diyarbakır ve Şanlıurfa'nın potansiyelleri ve yatırım olanakları hakkında bilgi verilerek Firma temsilcileri Bölgeye davet edilmiştir.



5.10. JATA Turizm ve Seyahat Fuarına Katılım

Çalışma ziyareti kapsamında Japonya’da bulunan Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, çeşitli temaslarda bulunmak üzere dünyanın en önemli turizm fuarlarından biri olan JATA Turizm ve Seyahat Fuarı’na katılım sağlamıştır.



Diyarbakır ve Şanlıurfa Valiliklerinin girişimi ve Karacadağ Kalkınma Ajansının koordinasyonuyla, her yıl Japonya’da düzenlenen Asya Pasifik Bölgesinin en önemli turizm fuarı olan JATA Turizm ve Seyahat Fuarı’nda yer alan Türkiye Standında Diyarbakır ve Şanlıurfa bu yıl ilk kez ayrı ayrı masalarda tanıtılmıştır.



JATA Turizm ve Seyahat Fuarı

Fuar Tarihi: 20-23.09.2012

Fuar Yeri: Tokyo, JAPONYA

Fuar Alanı: Tokyo Big Sight

Ziyaret Saatleri: 10.00 - 18.00 saatleri arası

Katılımcı Sayısı: 156 ülke

Ziyaretçi Sayısı: Ticari ve basın amaçlı 49.485 turizm profesyoneli dâhil olmak üzere toplam 125.989 ziyaretçi

JATA Turizm ve Seyahat Fuarı, Asya kıtasında gerçekleştirilen en geniş katılımlı turizm fuarlarından biridir. Fuar, özellikle uluslararası iş görüşmeleri alanında katılımcılar için ciddi fırsatlar barındırmaktadır. Turizm ve seyahat alanlarında karşılıklı görüşme imkânlarının yanı sıra seminer ve sempozyumlara katılım gibi imkânlar bulunmaktadır. Fuara, tur operatörleri, seyahat acenteleri, tedarikçiler, turizm profesyonelleri katılarak iş geliştirmekte ve bağlantılar yapmaktadır. Fuar, pek çok turizm profesyoneli bir araya getirerek işbirlikleri geliştirmek ve ikili anlaşmalar yapmak için oldukça uygun ve bol seçenekli imkânlar sunmaktadır.



Yapılan görüşmeler esnasında turizm acenteleri, Japon turistlerin öncelikli olarak İstanbul ve Kapadokya'ya gitmeyi tercih ettiklerini; ancak iyi bir tanıtım yapıldığı takdirde



İstanbul ve Kapadokya'dan sonra Diyarbakır ve Şanlıurfa'nın da ziyaret edilecek yeni destinasyonlardan biri olabileceğini belirtmişlerdir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Karacadağ Kalkınma Ajansı Heyeti, 15 – 23 Eylül 2012 tarihleri arasında Güney Kore ve Japonya'ya gerçekleştirmiş olduğu çalışma ziyareti kapsamında ekonomik, sosyal ve altyapı gibi alanlarda önde gelen kurum/kuruluş ve özel sektör temsilcileriyle görüşmeler gerçekleştirmiştir.

Japonya ve Güney Kore, İkinci Dünya Savaşı ve müteakibinde meydana gelen Kore Savaşında birçok yönden ağır tahribata uğramış olmasına rağmen, yarım asır gibi kısa sayılabilecek bir zaman zarfında dünyada örnek alınan gelişmiş ülkeler grubuna dahil olabilmişlerdir. Böyle bir başarının elde edilmesinde insan unsurundan müteşekkil sistemi ve bu sistem içerisindeki öğeler olan kamu – özel sektör kuruluşlarının faaliyetleri ve tecrübeleri gelişmekte olan ülkeler açısından örnek arz etmektedir.

1960 başlarında savaştan çıkmış, fakir bir tarım ülkesi olan Güney Kore, 1962'de başlatılan ihracat amaçlı kalkınma planı çerçevesinde bugün dünyada ve Uzak Doğuda sosyal ve ekonomik gelişmesinin başarısı açısından örnek gösterilebilecek bir ülkedir. Güney Kore'nin gelişmesinin en önemli göstergesi, ihracat konusundaki büyük başarısıdır. Aynı zamanda ihracattaki artışa paralel olarak ithalat miktarı da artan Güney Kore'nin 2011 yılındaki toplam ithalat miktarı 524 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu kapsamda Kore İthalatçılar Birliği (KOIMA) ile ilişkiler TRC2 Bölgesinden Güney Kore'ye ihracatın artması açısından önem taşımaktadır. Birlik nezdinde TRC2 Bölgesinin tanıtımının aktif olarak yapılması, Koreli Firmaların TRC2 Bölgesinde ağırlanması, İstanbul'da düzenlenen Kore Fuarına TRC2 Bölgesi işadamlarının da iştirak etmeleri ve fuarlarda hangi ürünlerin ithal edilebileceği hususunda karşılıklı görüşmelerin yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca, KOIMA'nın en önemli etkinliklerinden biri olan ve yılda 6-7 kez organize edilerek yurtdışına gönderilen satın alma heyetleri aktif bir şekilde takip edilmelidir. Birliğin Güney Kore'de düzenlediği ithalat ürünleri fuarına katılım TRC2 Bölgesi Firmalarına ürünlerini Güney Kore Pazarına tanıtması açısından fırsat olabilir. KOIMA, 20.000 G. Koreli İthalatçıdan gelen verilere dayanarak İş Ortaklığı Araştırması Servisi adı altında potansiyel alıcılar ile tedarikçiler de dâhil olmak üzere genel piyasa bilgileri toplamakta ve toplanılan bu bilgiler paylaşılmaktadır. Bu kapsamda TRC2 Bölgesi Firmalarının bu verilerden yararlanması Pazarı daha iyi tanımasını açısından yararlı olacaktır. KOIMA, her yıl düzenli olarak ticaretle ilgili



olarak Kore Uluslararası İşbirliği Ajansı (KOICA) sponsorluğunda kurs düzenlemektedir. Eğitim süreci 2-3 hafta sürmektedir. Bu süreçte konferanslar, seminerler ve saha ziyaretleri yapılmaktadır. Eğitim süreci pratik ve teoriğin birleşiminden oluştuğundan TRC2 Bölgesi Firma temsilcilerinin bu eğitime katılmaları ticaret ile Kore ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir şekilde anlamaları açısından faydalı olabilecektir.

Küresel kalkınma alanında Güney Kore'deki en önemli düşünce kuruluşu olan Kore Kalkınma Enstitüsünün (KDI) en önemli işlevi Bilgi Paylaşım Programı adı altındaki faaliyetleridir. Program, G. Kore'nin kalkınma tecrübesi ve bilgisinin gelişmekte olan ülkelerdeki anahtar politika alanlarına katkıda bulunması amacıyla talebe dayalı, katılımcı, kapsamlı bir danışma programı olarak dizayn edilmiştir. Programın hedefleri ise; mevcut kalkınma sorunlarıyla ilgili politika çözüm ve alternatiflerinin aranması, politika yönetimi ve formülasyon kapasitelerinin artırılması ve ikili ilişkilerin güçlendirilmesine katkı sağlanmasıdır. Bu kapsamda Kalkınma Ajansları gibi kalkınmayla ilgili kuruluşların Kore Kalkınma Enstitüsüyle kontak halinde olmaları, Bölge Planı gibi yereldeki kalkınma planlarının hazırlanmasında ve daha spesifik konularda faydalı olabilecektir.

Kore Uluslararası Ticaret Birliği (KITA), 1946 yılında kurulmuş olup ticaret yoluyla Kore Ekonomisinin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Hâlihazırda 71.000 firma üyesiyle G. Kore'deki en büyük iş kuruluşudur ve G. Kore'nin ticaret menfaatlerinin küresel çapta temsilciliğini yapmaktadır. KITA; ticaret şirketlerine destek sağlanması, özel sektör ticaret işbirliklerinin kurulması, yeni ticaret stratejilerinin belirlenmesi, ticaret profesyonellerinin geliştirilmesi ve ticaret altyapısının inşası gibi hususlarda faaliyet göstermektedir. KITA Temsilcileri, TRC2 Bölgesine davet edilmiş olup Karacadağ Kalkınma Ajansının bölgedeki kontak noktası olarak her türlü desteği sağlayabileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda aktif faaliyet gösterilmesi, ilerleyen dönemlerde Güney Koreli yatırımcıların uygun şartların oluşması halinde TRC2 Bölgesine yatırım yapmalarının sağlanabilmesi açısından önem taşımaktadır.

G. Kore Hükümeti tarafından dünyada önde gelecek şehirlerden biri olması amacıyla planlanmış uluslararası bir bölge olan Incheon Serbest Ekonomi Bölgesi (IFEZ) geleceğin dünyasında küresel ekonomik rekabette avantajın kazanılması ve rekabetin sürdürülebilmesi amacıyla önem taşımaktadır. IFEZ'in özellikle lojistik yönünden de avantajlı bir konumda yapılandırılması, yabancı yatırımcıları cezp etmekte ve dolayısıyla bölgenin ihracat



potansiyelini de arttırmaktadır. Bu bölgede yürütülen istikrarlı ve planlı çalışmaların kendi bölgemizdeki uzun vadeli planlamalar ve uygulamalar için örnek alınması mümkündür.

Japonya, doğal kaynaklar açısından oldukça fakir ve göreceli olarak küçük bir alana sıkışmış 120 milyonu aşkın nüfusu barındıran bir ada ülkesidir. Yetersiz kaynaklara ve II. Dünya Savaşı'nda tamamıyla tahrip olan ekonomik altyapısına rağmen, Japonya kısa sayılabilecek bir sürede ekonomisinin yeniden inşasını başarmakla kalmamış; aynı zamanda dünyanın ikinci büyük ekonomik gücü haline gelmeyi becermiş bir ülkedir.

Japonya'nın ekonomik ve ticari yönden kalkınmasını sürdürmesine ve Ortadoğu Ülkelerinin teknik işbirliği çerçevesinde geliştirilmelerine katkıda bulunmak amacıyla kurulan Japonya – Ortadoğu İşbirliği Merkezi (JCCME), Ortadoğu Ülkelerinden yatırım promosyon alanında çalışanlara yönelik eğitim programları ayarlamaktadır. Bu programlarda stajyerler Japonya'nın verimlilik, iyileştirme ve çevre yönetimi konularındaki know-howlarını tanıma fırsatı yakalamaktadır. Ayrıca, kirlilik, kanalizasyon, su sızıntısı ve iyileştirmeler gibi çevreyle ilgili alanlarda çalışan Ortadoğu'daki görevliler bu alanlarda eğitilmek amacıyla Japonya'ya davet edilmektedir. Japonya - Ortadoğu İşbirliği Forumu adı altında her yıl en üst düzey Japon işadamlarının, aydınların, üst düzey Japon Hükümet yetkililerinin ve bölgede konuşlanmış Japon Firma temsilcilerinin katılımı ile yurtdışında konferans düzenlenmektedir. Böylelikle Ortadoğu Ülkeleri ile Japonya arasında işbirliğinin nasıl kurulacağına dair tartışma fırsatı yakalanmaktadır. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı ile JCCME yıl içerisinde toplantılar gerçekleştirmektedir. Japon Dış Ticaret Teşkilatının (JETRO) İstanbul'da bir ofisini bulunmaktadır ve JETRO vasıtasıyla JCCME'ye ulaşılarak, JETRO – JCCME – Kalkınma Ajansları arasında işbirliği gerçekleştirilebilir. Türkiye-Japonya Ticaret Seminerlerinde, bölgesel düzeyde tanıtım çalışmaları yapılabileceği gibi firmaların karşılıklı olarak bir araya getirilebileceği bir ortam da oluşturulabilir.

Kalkınma Ajansları, Japon Yatırımcılarla ISPAT koordinasyonunda işbirliği yapabilir. Japonya'da düzenlenen ve 300 kadar Japon Firmasının katıldığı toplantılarda Kalkınma Ajansı temsilcilerine de yer verilebilir ve bu toplantılarda Ajans temsilcilerinin bölgeleriyle alakalı bilgileri yatırımcı topluluğuna doğrudan aktarabilecekleri ortamlar oluşturulabilir.

Vege Tech Firması, gıda maddelerinin işlenmesi ve muhafazası konusunda çok sayıda patent sahibi olup özellikle sağlıklı ve güvenli gıda konusunda Türkiye'de araştırma ve ithalat konusunda çalışmalarda bulunmayı planlamaktadır. Bu kapsamda TRC2 Bölgesiyle ilgili



promosyon çalışmaları ilerleyen dönemlerde firmanın bu bölgede yatırım yapma olasılığını arttırabilecektir.

Japon Turistlerin Türkiye ile ilgili en fazla aşına oldukları yerler İstanbul ve Kapadokya'dır. Bu kapsamda, TRC2 Bölgesinin tarihi ve kültürü ile alakalı tanıtım çalışmalarının yapılması, Japon Turistlerin ilerleyen dönemlerde TRC2 Bölgesini de seyahat güzergâhlarına almaları açısından gereklidir. Bu nedenle, JATA Fuarı gibi organizasyonlara katılımın ve etkinliğinin arttırılması ölçüsünde hem Türkiye'ye hem de TRC2 Bölgesine yönelik Japon Turist sayısında artış kaydedilebilecektir.



EK: JAPON İŞ KÜLTÜRÜNÜN PÜF NOKTALARI

a) İş Görüşmelerine Başlarken

Japonlarla görüşmeler kart değişimi ile başlamaktadır. Japonlarla görüşmelere gidilirken yeterli sayıda Japonca kartvizit ile gidilmesi yerinde olacaktır. Birden fazla şirketin sahibi olunması veya bazı yarı-resmi dernek veya kuruluşlarda da görev alınıyor olunması durumunda dahi, sadece tek bir unvan içeren kartvizit verilmeli, bu kartvizit o toplantıya hangi sıfat ile katılım sağlanıyorsa onu içermelidir.

Japon muhatapla el sıkışırken göz göze gelmekten kaçınılmalıdır. Eğilme hareketi saygı işareti olup, yabancılar sadece çok az eğilmeli, fazla abartmamalıdır. Kendinizi tanıtırken adınızı, firmanızdaki görevinizi ve ortak tanıdığınız varsa o Japon işadaminin adını söylemek gerekmektedir.

Japon muhatabınıza kesinlikle ilk adı ile hitap edilmemelidir. Japon muhatabı dinlerken, ara ünlemler (hi, so des gibi) kullanılmalı ve söylenilenin anlaşıldığı belirtilmelidir.

Japonlarla yapılacak iş görüşmeleri ve toplantılar öncesi, özet not gönderilmesi faydalıdır. Böylece, ilgili tüm birimlerin haberdar edilmesi ve konu hakkında hazırlık yapmaları sağlanabilecektir.

Randevulara kesinlikle sadık kalınmalıdır. Japonlarda genel olumlu karar için tüm uzmanların olumlu fikri gerekmektedir.

b) Genel Ticari Teamüller

Japonlar yazılı anlaşmalardan çok söze ve karşılıklı güvene önem vermektedir. Japonlar “evet” (hay) kelimesini “kabul ettim” manasında değil, “anladım” manasında kullanmaktadır.

Japonya’da ticari fuarlar, ticari trendleri ve yeni ürünleri tespit etme yeridir. Sipariş verilmesi istisnadır. Ticari fuarlarda tüm müşterilere eşit ölçüde ilgi gösterilmelidir. Bazen alt düzey gözüken kişi patronun onayı ile önemli kararlar alabilmektedir.

Japonlar pek çok ürünü hediye olarak aldıklarından paketleme stili, ambalaj kâğıdı, üzerindeki işaret ve etiketler zarif olmak zorundadır. Japonya’da iş yemekleri yaygın olmakla birlikte, kahvaltılı toplantılar yaygın değildir.



c) Toplantı Düzeni

Toplantı öncesi gündem belirlenmeli, Japon tarafının teyidi alınmalı, gündem maddeleri atlanmadan izlenmelidir. Müzakereye gönderilecek temsilciler; dinlemeyi bilen, esnek, karşısındakinin ilgisini çekebilen, şirket merkez yönetimi ile ilişkisi iyi olan bir kişi olmalıdır. Temsilciler, aşırı iddialı, sabırsız, hızlı sonuç almayı seven kişiler olmamalıdır.

Japon katılımcı listesine göre müzakere ekibi oluşturulmalıdır. Japonlarla müzakerelere en az 2-3 kişi ile gidilmelidir. Toplantıya Japon bir yardımcı (sekreter, danışman veya tercüman) ile gitmek avantaj yaratacaktır. Karşı taraftan tepkileri ölçen ilave bir kişi olacaktır. Alt düzey gayri-resmi temasları yürütülebilecek, protokolde yardımcı olup, özet rapor hazırlayabilecektir.

Takdim esnasında size ilk tanıtılan kişi en üst düzey kişidir. Tüm konuşmalar o kişiye yönelik yapılmalıdır. Müzakere öncesi tanışma konuşmaları olumlu geçmediği takdirde, iş ile ilgili müzakerelere geçilmemesi riski vardır.

Japonlar yaşa ve tecrübeye prim verdiği için müzakere yapacak heyetlerde mutlaka kıdemli firma temsilcileri yer almalıdır.

Japon firmalarında üst düzey yetkililer sadece temel kararlar ve nihai imza aşamasında, orta düzey yöneticiler ise her türlü detay ve ara karar aşamasında temas kurulması gereken kişilerdir.

d) Toplantı Esnasında

Konuşmanın giriş kısmında geliş sebebi, kimlerle görüşüldüğü ve daha önceki Japonya ziyaretleri kısaca belirtilmelidir.

Muhatabınızın eğitimi, ailesi ve hobileri önceden öğrenilmeli ve kendinizle ilgili benzer bilgiler de verilmelidir.

Japonlar için “ne” söylenildiği kadar hatta ondan daha çok “nasıl” söylenildiği önemlidir.

Üst düzey Japonlar ilk aşamada ülkemize gelmek yerine ülkemiz firmalarının üst düzey yetkililerini ağırlamayı tercih edeceğinden, asgari yılda 4 defa aynı kişilerden oluşan bir heyetle ziyaret planlanmalıdır.

Japon tarafı işle ilgili konuyu açmadan genel konuşmalardan iş konusuna geçilmemelidir.



Toplantı esnasında dik ve düzgün oturulmalıdır. Sürekli göz teması kabalık olarak görülmektedir. Kesinlikle bacak bacak üstüne atılarak konuşulmamalıdır.

Ev sahibi teklif etmeden çay içilmemeli ve ziyaret süresi aşılmamalıdır. Kadeh kaldırma ve konuşmalar bitmeden içki içmeye başlanmamalıdır.

Tercüman çeviri yaparken Japon muhataba bakılmalı, tepkisi ölçülmelidir. Tercüman kullanırken kısa, öz ve net konuşulmalıdır. Konuşma öncesi metin dağıtılmalıdır. Yanlış tercüme ve yanlış anlama böylece engellenmiş olacaktır.

e) Toplantılarda Sonuca Ulaşma

Şirketinizin durumu, ihtiyaç ve tercihleri açıklanmalıdır. Olumlu ve pozitif vaatlerde bulunulmalıdır. Tehdit eder nitelikteki ifadelerden kesinlikle kaçınılmalıdır. Verdikleri cevaplar tatmin edici bulunmadığı takdirde, suskunluk tercih edilmelidir.

Yapılan teklifler akabinde kendi aralarında görüşüp, konsensüse ulaşmaları için zaman tanınmalıdır. Merkeze danışma gereği önemli kararlar öncesi zaman kazanma veya reddetme imkânı sağlamaktadır.

Japon muhatapların aynı konuda benzer soruları sıkça ve tekrar tekrar sormalarına hazırlıklı olunmalıdır. En çok tekrarlanan soru onlar için en önemli konuya işaret etmektedir.

Taviz verilecekse, toplantı sonunda ve grup içi görüşme sonucunda verilmelidir. Japon tarafı da aynı yapıcağından taviz almak için aceleci davranılmamalı ve toplantının sonu beklenmelidir.

Japonlar için yazışmalar müzakere akabinde takip için faydalıdır. Japonlarda telefon ve faks genelde “hayır” demek için kullanılmaktadır. Müzakereler esnasında anlaşmazlık olursa arabulucudan destek alınmalıdır.

Japonlara göre anlaşmalar günün ticari koşullarına göre değişebilir niteliktedir. Anlaşmalar değişmez tabu değildir. Her iki tarafın da çıkarı ve yararı gözetilerek değişen şartlara göre gözden geçirilip, değiştirilebilir. Müzakere sonrası anlaşma imzası mutlaka seromonili olmalıdır. Müzakerelere katılan kilit isimler anlaşmadan sonraki dönemde değiştirilmemelidir.



f) İhracat Aşamasında

Sabırlı olmak en temel koşuldur.

Teslimat mutlaka zamanında yapılmalıdır.

Japon işadamları hızlı cevap verilmesini beklemektedir.

İhraç edilecek mala ilişkin genel değil, spesifik bilgi verilmelidir. İhraç malının üstünde sadece uluslararası ibareler olmalıdır. Hangi pazar kesitine ulaşılacak istendiği önceden ithalatçıya bildirilmelidir. Çok sayıda ürünle değil, sınırlı sayıda ürünle başvurulmalıdır.

İhracat ve pazarlama yetkilisi üretim sürecini de detaylı bir şekilde bilmelidir. Japon firmaları ile yazışırken firma adı, bölümü ve ilgili kişi mutlaka yer almalıdır.

Japonya pazarı Asya pazarından farklı özellikler içermektedir.

Japonların dolaylı cevaplarına ve tepkilerine hazırlıklı olunmalıdır.

Japonlar uzun sürede karar alır, ancak karar sonrasında çok hızlı hareket eder.

Japonca öğrenilmeli veya en azından Japonca bilen personel istihdam edilmelidir. Japonya'da günlük tercüman ücretleri 300-600 dolar arasındadır.

Japon firmaları ile olan anlaşmazlıklar müzakere yolu ile çözümlenmelidir. Mahkeme yolu hem çok uzun sürmekte, hem de pahalıya mal olmaktadır.

Japonlarla eşit hiyerarşi kuralı çerçevesinde muhatap olunmalıdır. Hiyerarşide daha yüksek düzeyde olan kişilerle muhatap olmaya çalışılmamalıdır.

Japon firması içindeki farklı birimleri karşı karşıya getirebilecek öneriler reddedilmektedir.

g) Ticari Hayatın Sosyal Boyutu

Japonlar sosyal faaliyetlerle ilgili davetlerine katılmayan kişilerle iş ilişkisine girmek istememektedir. Japonya, ilişkiler ağının geçerli olduğu bir ülkedir. Referans noktası olacak bir Japon dost pek çok kapıyı açacaktır.

İlk ziyarette hediye verilmelidir. Hediye toplantı sonunda verilmelidir. Grup liderine genel hediye, her bireye ise ayrı ayrı hediye, alt düzey kişilere daha küçük hediye verilmelidir.



h) Ticari Partner Seçimi

“Her şeyi yaparız” diyen ticari partner yerine “her şeyi yapacak kişileri biliyor ve tanıyoruz” diyen ticari partner tercih edilmelidir. Japon partnerinizin çok yoğun olmayan, sizin işinizi ikinci plana itmeyen ve diyaloga açık olmasına dikkat edilmelidir.

Firmanızla aynı ölçekte (kişi sayısı, sermaye gücü ve makine parkı) ve aynı konuda ihtisas sahibi bir partnerle işbirliği ve ticaret yapılmalıdır. Partneriniz; satış grafiği ile değil, diyalogu sürdürmesi ve beklentilerinizi karşılması ile değerlendirilmelidir.

Partnerinizden malınızı değil şirket felsefenizle beraber malınızı satması istenmelidir.

Muhatap Japon Firmasında size fikir verebilecek, sorunlara çözüm getirebilecek ve diyalogunuzun kuvvetli olduğu bir orta düzey muhatap bulmak şarttır. Firmanızda sadece Japonya pazarı ile ilgilenen ve başka görevi olmayan bir elemanı sürekli bulundurmak çok yararlı olacaktır.

Satış sonrası hizmetteki başarısızlık firma imajını zedelemekle kalmamakta, yok etmektedir. Japonlarda indirim yapmayan markalı ürünün çok yüksek kalitede olduğu yönünde bir imaj oluşmaktadır. Japonya’da malın satışını belirleyen esas unsur reklam değil, kadın tüketicinin güven duyduğu yerel satıcıların tavsiyeleridir.