

# 'Gelecek 30 yılın gözde pazarı Hindistan olacak'

1.2 milyar kişilik nüfusu ile kriz sonrası birçok ihracatçı firmanın gözdesi haline gelen Hindistan'da özellikle sağlık, gıda ve altyapı alanındaki yatırım fırsatları öne çıkıyor.

Endüstriyel alanda bazı dezavantajlar yaşayan ülkede, vergi sistemindeki karmaşa, finans alanındaki yetersizlikler ve enerji arzındaki sıkıntı ise öne çıkan problemler arasında.

Sayime BAŞÇI  
İSTANBUL

Küresel ekonomik krizin ardından yüksek tüketim rakamları, düşük üretim maliyetleri ve büyüme oranları ile yıldız parlayan Hindistan, genişlettiği ticaret hacmi paralelinde Türk yatırımcılara yeni fırsatlar sunmaya devam ediyor. Kamunun belli sektörlerden yavaş yavaş çekilmeye başladığı ülkede, özellikle altyapı alanında önemli yatırım ve işbirliği fırsatları ortaya çıkıyor. Gıda ve eğitim alanında da katma değerli ürün ve işbirlikleri önemli fırsatlar sunuyor. Şu anda 300 milyon civarında olan yaşlı nüfusta yaklaşık 10 yıl içinde büyük bir artış yaşanması beklenen Hindistan'da sağlık ekipmanları, bireysel emeklilik gibi alanlarda da önemli yatırım açıkları bulunduğu ifade edildi. Bölgede 3-4 yıllık orta vadeli projelerin büyük başarı yakalayabileceği belirtilirken, ülkenin önümüzdeki 30 yıl içerisinde büyük gelişim kaydedeceği vurgulandı.

İşte Hindistan'daki yatırım fırsatları önceki gün "Hindistan Ekonomisinin Rekabet Gücü, Ülkenin Sunduğu Fırsatlar ve Hindistan'la İş Yapmada Başarı Yolları" konulu panelde masaya yatırıldı. Moderatörlüğünü DÜNYA Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Hakan Güldağ'ın yaptığı panelde, DTM Müsteşar Yardımcısı Ziya Altunyalız, Söktas Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan ve Hindistan Rekabet Enstitüsü Onursal Başkanı ve Gurgaon İşletme Enstitüsü Strateji Sanayi Profesörü Dr. Amit Kapoor panelist olarak yer aldı. Panelde, Hindistan ekonomisinin önemli bir değişim süreci geçirecek üretim ekonomisinden tüketim ekonomisine dönüşüne vurgu yapıldı. 1.2 milyarlık nüfusa sahip ülkede sektörü ayrımlı olmadan katma değerli tüm ürünleri büyük talep gösterdiği belirtilirken, yaşanan bu dönüşüm süreci sonunda, ülkenin gelecek 30 yıl içinde çok daha büyük bir fırsat haline geleceği ifade edildi.

## '3-5 yıllık projelerle başanlı olursunuz'

Uzun bir dönem İngiltere'nin sömürgesinde kaldıktan sonra 1984 yılında eğitim ve bilgi teknolojileri alanındaki yatırımları Hindistan'ın önemli bir sıçrama yaptığını kaydeden Hindistan Rekabet Enstitüsü Onursal Başkanı ve Gurgaon İşletme Enstitüsü Strateji Sanayi Profesörü Dr. Amit Kapoor, ülkenin yeni bir dönüşüm sürecinde olduğunu söyledi. Daha çok IT sektörü ile öne çıkan ülkede, imalat sanayi alanında önemli fırsatlar olduğunu kaydeden Kapoor, "1960'larda kendi imalatını yapamayan bir ülke iken bugün dünyanın en büyük otomobil üreticisi haline geldi. İş gücü çok fazla. Çok yetenekli insanlar var. Hindistan'da her yıl 43 milyon kişi mezun oluyor. Burada tüketim fırsatlarına bakmak lazım. Tüketimde bizim odaklandığımız pek çok sektör var ancak burada 1 yılda başarı sağlayamazsınız. 3-5 yıllık bir projeniz varsa Hindistan'da başarılı olabilirsiniz. Talebin nerede olduğunu bakıp orada var olmanız gerekir. 1.2 milyar kişiden bahsediyoruz. Dünyadaki en büyük piyasa ve dünyadaki 4. büyük ekonomi. Birçok ihracatçı için çok önemli tüketim fırsatları sunuyor" diye konuştu.

## 'İmalat ve ihracat önemli fırsatlar var'

Kapoor, Hindistan'ın üreten bir ekonomi olmaktan çıkarak zaman içinde yaşanan nüfus da etkisi ile tüketim ekonomisi olma yolunda ilerlediğini kaydetti. Bu noktada belli bazı sektörlerin ön plana çıktığını kaydeden Kapoor, sözlerine şöyle devam etti: "2030'lara geldiğimizde dünyanın en yaşlı nüfusu bizde olacak. Sağlık açısından çok büyük fırsatlar sunacak. İlaç ve eza ihracatı da olabilir. Başka ürünler de olabilir. 60 yaşın üzerinde 300 milyondan fazla kişi var. 2035 yılında da sayı daha fazla olacak. Sağlık sistemi, bireysel emeklilik gibi konular öne çıkacak. Hükümetimiz tıp ve sağlık turizmine odaklanıyor. Fırsat dediğimizde köydeki fırsata da bakmamız lazım şehirdeki fırsata da, yaşlı için de genç için de tüm fırsatları değerlendirmeli. Altyapı çok rezale bir yerde. Bu nedenle altyapı projelerinde de çok önemli fırsatlar yatıyor. Kamu özel sektör ortaklıklarını çok önemli. Bu ortaklıklara girmeli. Limandan karayolu-na kadar. Eğitimde de büyük fırsatlar var. Üretim imalat açısından bakacak olursak, otomobil sektöründe en küçüğünden en büyüğüne imalatçı var. Bu fırsatı kullanıp ürün ihraç edebilirsiniz. Gıda ve eğitim çok önemli bir alan. Elektronik alanında da Hindistan'ı ihraçat gerçekleştirilebilir. Bütün piyasaya ba-



## VERGİ VE BANKACILIK DÜZENLEMELERİ YOLDA

Kapoor, Hindistan'da yatırımcı açısından büyük engel oluşturan bankacılık ve vergilendirme alanındaki yatırımların da yolda olduğunu kaydetti. 2 yıl içerisinde katma değer vergisi ile ilgili gerekli kanuni düzenlemelerin yapılacağına işaret eden Kapoor, bankacılık alanında da önemli düzenlemeler planlandığını aktardı.

## Rakamlarla Hindistan

**1.2 milyar kişi**  
Hindistan'ın nüfusu

**43 milyon**  
Her yıl üniversiteden mezun olan kişi

**2.3 milyar dolar**  
Türkiye-Hindistan arasındaki ticaret

**419 milyar dolar**  
Hindistan'ın toplam dış ticaret hacmi

kıldığında hammadde markalı ürünlere her şeyi gönderebilirsiniz Hindistan'a. İmalat için de ihracat için de fırsat var. Özellikle işlenmiş eti ve işlenmiş gıdaları satabilirsiniz."

## 'Hindistan'daki fırsat daha da büyüyecek'

Türk işadamlarının, Hindistan'da talep olan alanlara yönelmelerini öneren Kapoor, 3-5 yıllık projelerin uzun vadede Hindistan'da yatırımcı açısından önemli fırsatlar yaratabileceğini anlattı. Kapoor, Hindistan'ın şu anda piramidin en altında yer aldığına işaret ederek, "Hindistan bugün büyük bir fırsat değil. Yarın daha büyük bir fırsat olacaktır. 20-30 yıl sonrasında bakmak lazım. Farklı kategorilerdeki tüketim bakmak lazım. Hindistan şu an piramidin en altında. Unilever, P&G gibi şirketler en üst kısma sundukları ürünlerle değil, daha düşük fiyatlarla başarılı oluyorlar. Burada herkes kitleler halinde lüks alımlar yapmak istiyor. Hindistan'da ise herkes küçük paket alımlar yapıyor. Kitlel alımlar yapıyoruz. Nüfusun sadece yüzde 5'i lüks sektörü için fırsat sunuyor. Hindistan'da işadamları ile çalışmamızı eşsiz özelliklerine odaklanmamız gerekir. Sosyo-kültürel açıdan zamana nasıl baktığımız önemli. Biz Avrupalı değiliz, biz Amerikalı da değiliz, zaman açısından çok rahat hareket ederiz. İnovasyon Hindistan'da gerçekten inovasyon anlamına gelir. Bu anda inovasyon yapıp bugün Hindistan'a getirmekten bahsetmiyoruz. Hindistan için inovasyon yapmamız ge-

rekir. Bizim ülkemizde farklı iş modelleri var. İnovasyon bu iş modeli piramidinin en tabanı olmalı. Türkiye, Hindistan'da tek tek eyaletlere, oraların sunduğu fırsatlara bakmalı. Hindistan geçmişin değil bugünün değil önümüzdeki 30 yılın piyasası" diye konuştu.

## 'Yeni trend bilgi ve sermaye ticareti'

Tekstil yatırımlarını 2007 yılında Hindistan'a taşıyan Söktas Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Kayhan, buradaki faaliyetlerine mal ihracatı yerine bilgi ve sermaye ihracatı olarak devam ettiklerini söyledi. Dünya Bankası Grubu'nun üye kuruluşu olan Uluslararası Finans Kurulunu (IFC) ile birlikte girdikleri Hindistan'da 45 milyondan doluluk yatırım yaptıklarını kaydeden Kayhan, yaşadığı deneyimleri şöyle aktardı: "Dünyada tekstil sektörü üretimi ve ticareti yüzde 3-4 büyüyor. Bunun da çoğu uzak coğrafyalarda oluyor. Bir de dünyada söyle bir trend var, mal hareketinin küreselleşmesinde belli bir doğruluk var ama bilgi ve sermaye ticaretinde bunun daha yansını bile gelmedik. Böyle bir yerleşmeyi, burada 1.2 milyar insanın olduğu yerde yapmak da bir işadamlar açısından çok mantıklı. Hindistan zanaatı yakalayan saran aktive eden bir yer. Kendi başına da çok cazip. Şubat 2007'de yatırım kararı verdik, Kasım 2008'de tam kapasite üretime geçtik. 45 milyon dolar para harcadık. Şu anda 650 kişi çalışıyor fabrikamızda. Hindistan, Türkiye açısından hedef ülke. Büyükelçiliğimiz müste-

şarlığımız gibi ekonomik ve siyasi yönden çok aktif ve ağırlıklı olan temsilcilerimiz var. Sadece Hindistan değil, Hindistan etrafında da önemli ülkeler var. Hindistan'da olan altyapı sorunlarının belli 10 katı bu ülkelerde var. Bu ülkeler Hindistan'dan girilebilir. Biz Hindistan'ı IFC ile gittik ve bunun Hindistan'daki iş yapışında çok önemli etkisi oldu. Beraberinde insanların ortak yapışını çok önemli imkanları var. Bu yatırım düşününler için önemli bir faktör. Piyasa ve kütü büyük, maliyeti Türkiye'ye göre ucuz. İş gücü var ama yetkinlik de var."

## 'Önemli olan Hindistan'a nasıl bir cephaneye ile gideceğiz'

Hindistan'ın endüstriyel açıdan bazı dezavantajlar taşıdığına işaret eden Kayhan, özellikle enerji ve bunun devamlılığını sağlamak ile ilgili önemli eksiklikler olduğunu kaydetti. Ülkedeki vergilendirme sisteminin de oldukça komplike olduğunu söyleyen Kayhan, özellikle katma değer vergisinin önemli sıkıntılar doğurduğunu anlattı. Finansman konusunda da ülkede bazı sıkıntılar yaşandığını aktaran Kayhan, "Biz Türkiye'de yabancı para ile kendimizi finanse edebiliyoruz. Hindistan'da ciddi kısıtlar var. Türkiye'deki gibi bir dolarizasyon yok. Ruby gittikçe değerlenen bir para. Bunun ele alınması gerekir. Bizim de girişimlerimiz var. Bir de yaklaşık olarak dansmanlık sistemi Hindistan için çok doğru. Kurumsal yaklaşım lazım. Endüstriyel mallarda ciddi rekabet ortamı var. Burada herkesin aldığı, sattı-

ğı, ürettiği ürünlerle iş yapmak zor. Katma değerli ürün yapacağız. Piyasa avantajı varken katma değerli ürünlere gelecek talep de var. Sizin oraya nasıl bir cephaneye ile gideceğiniz önemli" dedi.

## 'Hedef ülke araştırmalarında yüzde 70'e varan destekler'

Türkiye ve Hindistan'ın ekonomik anlamda keşif ve örtüşen pek çok ortak noktası olduğuna işaret eden Dış Ticaret Müsteşar Yardımcısı Ziya Altunyalız, "Hindistan'ın genel ekonomik durumuna baktığımızda krizde büyüme yegane ülkelerden birisi. Yüzde 6 büyüme gerçekleştiriyor. Rekabetçiliği üst soralara taşıyan birkaç ülkeden biri. Hindistan'a yaptığımız ihracatta bu yılın ilk 4 ayında yüzde 60'a yakın bir artışı var. İhracatta demir-çelik yağlı tohum, meyve, otomotiv en önemli kalemler. Bizim de DTM olarak belirlediğimiz hedef ülkelere gerçekleştirilen pazar araştırmalarında yüzde 70, fuar katılımlarında yüzde 70 maliyet desteği var. Bölgede, makine, elektrik-elektronik, gıda, zeytinyağı, bakliyat, meyvecilik gibi alanlarda önemli fırsatlar var" diye konuştu.

## 'Hindistan ve Çin rakip değil, fırsat'

Toplantının açılıs konuşmasını yapan Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükeşki de 'yaratıcı yıkım' dalgasının tüm dünyaya etkilediğini söyledi. "Güncün coğrafyası değişiyor. Güç batıdan doğuya doğru kayıyor. Ekonominin büyüklüğü ve büyüme hızı olarak Çin ve Hindistan'ın büyümesine şahit oluyoruz. Devasa nüfusları yabancı sermaye yatırımları bu ülkeleri önemli hale getiriyor" ifadelerini kullanan Büyükeşki, TİM olarak pazarlardaki gelişmeleri yakından takip ettiklerini ve ihracatçıları bu bölgelere yönlendirdiklerini söyledi. Önümüzdeki dönemlerde Şanghay'da bir ticaret ofisi açılacağını kaydeden Büyükeşki, "Çin ve Hindistan yakın zamana kadar en büyük rakibimiz olarak gözüktü ama en önemli fırsat kapıları. 2023 ihracat hedefleri için bir pazarlarına yakın bu pazarlarda da pay alabiliriz. 2001 yılında Türkiye'nin, Hindistan'ın ihracatı 74 milyon dolar iken 2009 yılında bu rakam 411 milyon dolara yükseldi. 2001 yılında 355 milyon dolar olan Hindistan'ın Türkiye ihracatı ise 2009 yılında 2.3 milyar dolara yükseldi. 2009 sonunda 2.3 milyar dolar olan iki ülke arasındaki ticaret hacminin de 2010 sonu itibarıyla 3 milyar dolardan üzerinde hacim öngörüyoruz" diye konuştu.

## Çin üretimin motoruydu, Hindistan tüketimin olacak

Evrin KÜÇÜK

Ekonomik krizden Batı'ya göre daha hızlı çıkan Asya'nın yükselen yıldızı Hindistan, küresel ekonominin yeni lokomotif olacak. Hindistan Rekabet Enstitüsü Onursal Başkanı Dr. Amit Kapoor, Hindistan'ın Çin'den daha hızlı büyüme hedefi koyduğunu hatırlatıyor ve "Çin, bugüne kadar 'imalat' ile ekonomik büyümenin motoruydu. Hindistan ise 1.2 milyar nüfusu sayesinde 'tüketim' ile ekonominin motoru olacak" diyor.

Kapoor, Hindistan'ın yabancılar için tasdiği yatırım fırsatlarını DÜNYA'ya değerlendirdi ve bu ülkede iş yapmak isteyen şirketlere yatırım tavsiyelerini verdi. Hindistan'da hem ürün hem de hizmetler sektöründe tüketimin büyük bir hızla arttığını altını çizerek Kapoor, Hindistan'ın iş dünyasına yönelik düzenlemeler geliştirilmesinin ve ülkenin Çin'e göre daha demokratik yapıyı ekonomik büyüme ivme kazandıracağına dikkat çekti. Hindistan'ın geleceği yeni bir vergi sisteminin geçeceği ve böylelikle bireyler üzerindeki vergi yükünü hafifleteceğini belirten Kapoor, bunun için tüketimi canlandıracağını söyledi. Dünyada ihracata dayalı ekonomik büyüme modelinin eleştirildiği ve ticaretin teşvik edilmesi çağrılarının yoğunlaştığı şu günlerde vergi indirimiyle harcamaların artmasını sağlanacağını ifade eden Kapoor'a göre bu büyüme sürecinde Hindistan'da basanlı olmak isteyen şirketler sunlara dikkat etmeli:

- 1- Hindistan halkına yönelik, Hindistan halkının taleplerine uygun ürünler geliştirmelisiniz. Bunlar arasında kaliteli giyim, kaliteli gıda ürünleri sayılabilir.
- 2- Kısı basına gelim düşük olduğunu göz önünde bulundurup düşük fiyatlı ürün ya da hizmet

getirmelisiniz. Örneğin, ülkenin önde gelen telekom şirketi Airtel'in hızlı yükselişinin altında ucuz fiyat stratejisi yatıyor.

3- Batı'da uyguladığınız iş modelleri Hindistan'da geçerli olmayabilir çünkü kültür yapısı ve tüketim alışkanlıkları çok farklı. Örneğin bir ürünü büyük miktarda satamazsınız. İnsanlar küçük miktarlarda alışveriş yapıyor. Mesela, insanlar bir şey kullanacağı kadar sumpun alır ya da sigarayı pakette değil de tek tek almayı tercih eder.

4- Yatırım yaparken ülkeyi bir bütün olarak değerlendirmeyin ve eyaletleri tek tek ele alın çünkü her eyalet yatırım koşulları farklı. Ülke pazarna girmeden önce hangi eyalette ne gibi ürünleri ihtiyaç olduğu ve o kentin yatırım koşulları neler olduğu üzerine detaylı bir çalışma yapın.

5- İş yapacağınız lokasyonu dikkatli seçin.

6- Bankacılık sisteminin ne olduğu, yasal düzenlemeler ve vergi düzenlemeleri gibi karsınıza çıkabilecek zorluklar konusunda dikkatli olun.

7- Kültürel yapıya da dikkat edin. Örneğin Hindistan'da 'hayır' cevabını çok sık almazsınız, ancak bu cevabın evet olduğu anlamına gelmez. İnsanlar genellikle istediğinizi söyler ve reddetmezler fakat bu sizinle çalışmak istediklerini göstermez. Bu yüzden insanları anlamak için bir caba göstermeniz gerekebilir.

8- Alınmaya daki gibi insanları çok dikkatli davranmasını da beklemeyin. İnsanlar, zaman konusunda biraz esnek davranabilir.

## 'Tatlı tutkununuz baklava getirir'

Hindistan'da neredeyse tüm sektörlerin ciddi bir hızla büyüdüğünü ifade eden Kapoor, "Örneğin, telekom sektörü her yıl 2 milyon abone çekiyor. Bu yılda 24 milyon yeni abone demek. Turizm hızla geliştiği için havacılık sektörünün cazibesi giderek artıyor. Önümüzdeki yıllarda en hızlı büyüyecek sektörlerin başında eğitim geliyor. Şu an zayıf bir durumda bulunan sağlık sektörü de yatırım için güzel fırsatlar sunuyor" dedi.

"Altyapının zayıf olduğu ve büyük yatırımlar beklediğini kaydeden Kapoor, "Altyapının yenilenmesi konut yapımını takip edecektir. Bu da hem inşaat, hem de ormento, demir gibi diğer inşaat malzemelerinin tedank edilmesi için yatırım demek" diye ekledi. Kapoor, "Hindistan'ın 'tatlı tutkusu' da Türk yatırımcı için önemli bir pazar oluşturabilir. Türkiye'nin 'baklava' gibi geleneksel tatlıları Hindistan'da eminim büyük rağbet görecektir. Türk elbiseleri, Türk halısı Hindistan'da satılacak diğer ürünleriniz. Tamam Türk yatırımcının varlık

gosterebileceği sektörlerden. Özellikle sulama teknolojilerinin geliştirilmesinde Türk şirketlerin katkısı olabilir" şeklinde konuştu.

Hindistan'ın Türkiye'ye bakışını da değerlendiren Kapoor, Hindistan halkının Türkiye'ye ve Türk mallarına beğeni duyduğunu söyledi. "Türkiye jeopolitik ve ekonomik açıdan önemli bir konumda. İnce bulunduğu bölgede dengeleyici bir unsur" diyen Kapoor'a göre, Hint işadamlarının Türk şirketlerinden öğrenecek çok şey var. "Türk markalarına Hindistan'da büyük beğeni duyuluyor. Türkiye'nin bunu nasıl basaracağı bizim işadamlarımız için eğitim olmalı. Çünkü Hindistan ile kıyaslandığında Türkiye çok küçük bir ülke, ancak yine de zorlu başarıyor" şeklinde konuşan Kapoor, Hindistan insanı için Türkiye önemli bir turizm destinasyonu olduğunu da belirtti.

## İş dünyasında eksken Asya'ya kayıyor

Ekonomik krizden sonra Batılı şirketlerin faaliyetlerinin aralarında Hindistan'ın da olduğu Asya ülkelerine kaydırılmaya başladıklarına dikkat çeken Kapoor, Asya'nın bu fırsatları iyi değerlendirmek için daha iyi makroekonomik ortama olmasını gerektiğini belirtti. İş ortamına yönelik daha şeffaf düzenlemelere ihtiyaç olduğunu kaydeden Kapoor, böylelikle Asya ülkelerinin rekabet gücünün artacağını vurguladı. Hindistan'ın bu bağlamda doğrudan yabancı yatırım girişini kolaylaştırmaya yönelik adımlar atıldığına hatırlatılan Kapoor, birçok sektörün yabancı yatırıma açıldığını söyledi. Yolsuzlukların azaltılması ve altyapının geliştirilmesinin Batılı şirketlerin çekmek için önemli de değindi.

## Büyüme için markalasma

Kapoor, iş dünyasında ekskinin Asya'ya kaydığı ortamda şirketlerin değer liginde yükselmesi ve küresel capta egemenliklerini artırmaları için anahtar kelimeyi 'inovasyon' olduğunu söyledi. Büyüme için hedefleyen şirketlerin kendi 'fikirli mülkiyet haklarını' geliştirmesi gerektiğini söyleyen Kapoor aksı takdirde başka şirketlerin altında ezilip gideceklerini ifade etti. "Bir önemli husus ise doğru iş yapmaktır" diyen Kapoor, büyüme için çok cesatlıktan belli bir alana odaklanıp üretim yapmanın daha mantıklı bir adım olduğunu söyledi. Büyüme için bilinirliğin artırılmasının şart olduğunu vurgulayan Kapoor, dünyada kendine bir yer edinmek isteyen şirketlerin "markalaşmasını" büyük bir önem taşıyacağını kaydetti. "Servetin, marka sahipleri tarafından kontrol edildiğini" ifade eden Kapoor, su ormeği verdi: "Apple, iPhone'u 600 Euro'ya satıyor. Üretim maliyeti ise 180 Euro. Bu marka ürünlerin kar marjının yüksek olduğunu gösteriyor. Bu nedenle büyümede bundan sonraki en önemli adımlardan biri markalaşmaktır." Küçük ve orta ölçekli şirketlere gelince onların işi daha kolay çünkü değişimlere daha hızlı çok adapte olabiliyorlar. KOBİ'lerin büyük şirketlere oranla inovatif, yaratıcı olma kabiliyetleri daha fazla. Büyük şirketlerdeki üretim süreci olan 'yavaş hareket eden bir ön' donusturuyor. Küçük şirketler ise üretimlerinde daha hızlı bir değişim gerçekleştiriyorlar.

## Küresel soruna küresel çözüm üretilemiyor!..

G-20 Zirvesi'nden çıkan sonuç bildirisi, beklentileri olumsuz yönde etkilemek adına uzlaşmazlığı gizlemeye çalışıyor, fakat başarıyor. Kısa vadede günü kurtarmaktan başka bir şey düşünmeyip sorunları ağırlaşmasına kayıtsız kalkanlar ise durumu olduğundan farklı göstermek yönünde çaba harcamaktan vazgeçmiyor. Ekonomiyi canlandırmayı amaçlayan teşvikler, bankaların sermaye yeterlilikleri, büyük bankalara getirilecek sınırlamalar, küresel bankacılık vergisi ve diğer yapısal sorunlar gibi konularda somut kararlar alınmadı. Oysa umutların bu oluşuma çaresizlik nedeniyle odaklandığı 2009 Nisan zirvesinde farklı söylemler vardı. Küresel soruna küresel uzlaşmaya dayalı çözüm gerekiyordu ve etkili düzenlemelere ihtiyaç vardı. Belli ki G-20 uzlaşmaya dayalı çözümler arayışından uzaklaşarak günü kurtarmaya çalışıyor, çıkar çatışmalarını çeşitlenerek büyümesini önlemiyor, kısacası umutları boşa çıkarıyor. Herkesin kendi başının çaresine bakmak zorunda kalacağı sıkıntılı günler yaklaşırken geleceğe yönelik endişeler büyüyor.



M. Uğur CİVELEK

Sonuç bildirisinde ima edildiği şekilde ABD ile AB arasında herhangi bir uzlaşma gerçekleşmemiş gibi görünüyor. Küresel büyüme sektörüne uğratmadan açıklan küçültme çalışmaları gibi ne anlama geldiği belli olmayan bir söylemi ciddiye almak pek mümkün görünmüyor. Sormak gerekiyor büyüme ve talep cephesinde istenmeyen gelişmeler olur ise AB üyeleri maliye politikalarını gevşetme eğiliminde olup açıkları büyütürük geleceğini risk mi atacak? Hayır, başta Almanya ve Fransa küresel büyümeden bağımsız olarak maliye politikalarını sıkılaştırarak ve bunu yapmayanların büyüyen faturasını ödemeyecek. Ayrıca kendi mali sektörlerine de ABD'nin göze alamadığı katı kuralları getirecek olumsuz sürpriz yaşanmasını engellemeye çalışacak. ABD'nin söz konusu ülkeleri kırılma koşullar nedeniyle bunları yapmaması konusundaki girişimleri etkili olamadı, uzlaşma vanlamadı...

Bazı AB ülkeleri, ABD'nin tavsiye ettiği yaklaşımın sorunları ağırlaştırıp çözüm yollarını tümüyle kapamanın karşılığında günü kurtarmayı amaçladığını görüyor ve taviz vermiyor.

ABD'deki zorlama canlının tükzedildiği, gelişmekte olan ekonomilerdeki talep artışının yetersizliği ve AB'nin büyüme belli bir süre unutan hatta daralması göze alan kararlılığı dikkate alınır ise küresel ekonomimizi zor günlerin beklediğini söylemek abartılı bir yorum sayılmaz. Eğer herkes kendi başının çaresine bakacaksa sinicse çeşitlenen etki alanı genişleyen korumacı eğilimlerin aksi yönde söyleme rağmen değişmeyeceği düşünülebilir. Bu tablo küresel düzeyde ticaret hacmi ve sermaye hareketlerinin yeniden daralacağı, işsizliğin artacağı bir döneme işaret ediyor. Sorunları ağırlaştırarak günü kurtarmak yerine sorunları yüzleşmek seçeneği daha ön plana çıkacak gibi görünmüyor. Özetle söylemek gerekir ise AB'nin tercihi her şeyi değiştirecek, hiçbir şeyin eskisi gibi olamayacağı sancılı bir dönemim kapısını açacak, potansiyel büyümesinde taşıyor. Hal böyle olunca belirsizlik ve kırılmağın hani boyutlara kadar tırmanacağı kestirmek pek mümkün olmuyor.

G-20 Zirvesi'nde iyice aleni hale gelen bu durum finansal piyasalar tarafından fiyatlanmamış değil. Hemen olmasa bile fiyat oynaklığının artması, güven bunalımının geri gelmesi, varlık değerlerinin erimesine bağlı olarak bilançoların yıpranması gibi olumsuz eğilimler bu yılın ikinci yarısında hissedilecek. Orta vadeye ilişkin daha önce yapılmış hesaplar tutmayacak. Herkesin kendi başının çaresine bakmak zorunda kalması, başkalarının yönlendirilmekten kısmen vazgeçildiği ve beklentiyi yönetiminin iflas ettiği anlamına gelecek. Bu tabloyu gizlemeye çalışan söylem ve yorumların etkisi ise kısa vadede öteye etkili olmayacak. Güç dengeleri değişecek, değişim süreci var sayımına göre pozisyon alanlar çok daha büyük bedeller ödemek durumunda kalacak.

## Bilişimde çalışan Hentiler CHP öneresine konu oldu

Canan SAKARYA  
ANKARA

CHP Uşak Milletvekili Osman Coşkunoglu, bilgisayar eğitimi almış gençlerin yüzde 20'si işsizken, başta bankalar olmak üzere, bilişim altyapısını geliştirme projeleri için Hindistan'dan bilişimci getirilip istihdam edildiğini kaydetti. Sektörde Hentlilerin istihdamını giderek arttırdığını bildiren Coşkunoglu, konuyu Meclis gündemine taşıyarak yazılı soru önergesi verdi. Coşkunoglu, Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) açıkladığı meslek gruplarına göre işsizlik araştırmasını; bilgisayar eğitimi alan 178 bin kişiden 98 bininin çalıştığı, 25 bin bilgisayar mezununu işsiz olduğunu kalan 55 binine ise sektör içerisinde iş aramadığını ortaya koyduğunu kaydetti. Coşkunoglu, bilgisayar eğitimi almış gençlerin yüzde 20'si işsizken başta bankalar olmak üzere, bilişim altyapısını geliştirme projeleri için, Hindistan'dan bilişimci getirilip istihdam edildiğine dikkat çekerek, bilişim projelerinde çalışan Hentlilerin yasa dışı yöntemlerle çalıştığı ihtimaline de vurgu yaptı. Coşkunoglu, verdiği yazılı soru önerisinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'a bilişim projelerinde hangi kuruluşların bugüne kadar çalıştırdığını, işgücü kullandığını, özellikle Hindistan'dan getirilen bilişimcilerin sayısının 10 bine ulaşacağı yönündeki beklentinin doğru olup olmadığına sordu.

Coşkunoglu, dünya ortalamasında donanım pazarının bilgi teknolojileri içerisinde payının yüzde 40, kalanının hizmet ve yazılımken, ülkemizde bilgi teknolojileri pazarının yüzde 70'inin donanım, kalan yüzde 30'unun ise yazılım ve hizmet olduğunu dikkat çekerek, "Bu çarpık duruma ek olarak donanım pazarımız hemen hemen tamamını ithal ürünlerden oluşuyor. Yerli ağırlıklı olan yazılım ve hizmet pazarımız zaten küçük. Şimdi bu küçük pazarın bir kısmının insan gücü ithali nedeniyle, yabancılarla birikilmesi sektörümüzün gelişmesi için ve ulusal çıkarlarımız için olumlu olabilir mi? Bu durumu ulusal çıkarlarımız yönünde değiştirmek amacıyla hükümetimizin somut girişim ve politikası var mıdır?" diye sordu. 2009 Eylül'ünde gerçekleştirilen Ulaştırma Şurası'nda, 2023 yılında yazılım ihracatı için 160 milyar dolar hedef konduğunu da hatırlatan Coşkunoglu, şu sorulara yöneltti: "Hükümetiniz bu hedefi benimsemiştir. Yazılım konusundaki projelerimizi Hentli bilişimcileri ülkemize getirecek veya Hindistan'a yollayarak bu hedefe nasıl erişeceğiz? Yazılım projelerimiz yabancılarla yaptığımız kendi hükümetimizin de benimsediği hedefin tersine bir girişim olmuyor mu?"