

HSBC, Büyümenin Anahtarı Asya Pazarına Odaklandı

HSBCTürkiye, hızla gelişen küresel ekonomide, değişen ticaret dengelerini mercek altına almak ve Asya pazarının sunduğu önemli fırsatları değerlendirmek üzere, Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanlığı ve DEİK ile güçlerini birleştirerek 30 Mayıs 2012'de "Yükselen Uluslararası Ticaret Koridorları" konulu bir konferans düzenledi. Konferansta Asya kıtasının iki güçlü ekonomisi Hindistan ve Çin'in yanı sıra, Vietnam ve Endonezya gibi küresel ticarete önemi gün geçtikçe artan iki önemli pazarın Türk ihracat ve ithalatçılarına sunduğu imkanlar ele alındı.

Konferansa HSBC'nin Asya Pasifik Bölgesindeki ekibinden üst düzey yöneticiler de katıldı. HSBC Asya Pasifik Bölgesi Kurumsal ve Ticari Bankacılık Başkanı David Morton ile HSBC Dış Ticaret ve Alacak Finansmanı Kıta Avrupası Başkanı Mark Emmerson, HSBC Asya Pasifik Küresel Ticaret ve Alacak Finansmanı Bölgesel Satış Sorumlusu Debbie S W Mak, HSBC Hindistan Küresel Ticaret ve Alacak Finansmanı İş Geliştirme Başkanı Zubin Bagwadia, HSBC Vietnam Dış Ticaret ve Alacak Finansmanı Başkanı Do Thuy Nhu Thuy, HSBC Endonezya Dış Ticaret ve Alacak Finansmanı Başkanı Nirmala Salli ve HSBC Endonezya Uluslararası Bankacılık Başkanı Nick Gandolfo konferans için İstanbul'a gelerek temsil ettikleri ülkelerin yatırım ortamları hakkında bilgi verdi.

Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanlığı Asya Pasifik Ülkelere Dairesi Başkanı Ahmet Çalıkoglu da konferansta bir konuşma yaptı. Konferansta Çin, Hindistan, Endonezya ve Viet-



nam'ın global ticarete yükselen önemleri ve söz konusu pazarlarla Türkiye arasında giderek artan ticari ilişkiler değerlendirildi. HSBC Türkiye Kurumsal ve İşletme Bankacılığı'ndan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Virma Sökmen, geçen yıl Çin pazarını konu alan "Uluslararası Ticarete Çin Devri" konulu bir konferans düzenlediklerini hatırlatarak "Bu sene de Asya kıtası ile ticaret yapan şirketlerimizin beklentilerini ön planda tutmaya devam ediyoruz. 'Yükselen Uluslararası Ticaret Koridorları' konulu bir konferans düzenleyerek içeriği daha kapsamlı bir organizasyonu hayata geçirdik" diyor.





HSBC Türkiye Kurumsal ve İşletme Bankacılığı'ndan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Virma Sökmen

Asya'da Hangi Pazarlara Odaklanmalı?

HSBBC Grubu'nun yaptığı tahminlere göre önümüzdeki 15 yılda dünya ticareti yüzde 86 büyüyecek. Kurum, uluslararası ticaretteki büyümenin 2014'ten itibaren hız kazanacağına inanıyor. Buna paralel olarak 2026'ya kadar Türkiye'nin dış ticaretinin yüzde 90,9 artacağını öngörüyor ve sadece 2016'ya kadar Türkiye'nin dış ticaretinde yılda yüzde 4.26 büyüyeceğini düşünüyor. "Dolayısıyla" diyor HSBC Türkiye Kurumsal ve İşletme Bankacılığı'ndan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Virma Sökmen, "Türk şirketlerinin küresel ticarete yaşanan değişime ve ivmeye ayak uydurması için önümüzdeki 15 yılda dış ticaret faaliyetlerini yıllık yüzde 5.30 oranında artırması gerekiyor. Bu rakamlar dikkate alındığında Asya pazarında özellikle Çin, Hindistan, Vietnam ve Endonezya gibi pazarlar Türk firmalarına yatırımlarını çeşitlendirmek ve büyüme fırsatlarını değerlendirmek için büyük imkanlar sunuyor. Asya'da büyümek isteyen kurumlara bu pazarları öneriyoruz."

HSBC, Asya kıtası ile ticaret yapan firmaların hayatını kolaylaştırmak ve ticaret hacmini geliştirmek amacıyla geçen seneden beri aktif olarak dış ticarete Yuan ile işlemlerin yaygınlaşması için çalışıyor. Sökmen, "HSBC Grubu'nun yaptığı araştırmalara göre Çin Yuan'ı küresel dış ticarete kullanılan ilk üç para biriminden biri olmaya aday. HSBC olarak küresel bağlarımız ve Yuan konusundaki deneyimimizle müşterilerimize ciddi avantaj sağlıyoruz. Yuan bazlı dış ticaret işlemlerinin uzun vadede artacağına, bu pazarlarla gerçekleşen ticaret işlemlerinin yaygınlaşacağına inanıyoruz" diyor.

HSBC, Dış Ticarete Rehberlik Ediyor

"Türkiye, 2011'deki rekor büyüme oranından sonra, bu yılın ilk yarısında, cari açığı azaltacak ve aynı zamanda gelişmiş ülkelere kıyasla hala yüksek oranla büyüme sağlayacak bir yumuşak inişe geçti. Ayrıca Türkiye, geçen 10 yılda ihracat pazarlarında göze çarpan bir değişiklik yaşadı. Ortadoğu, Afrika ve Asya Pasifik ülkelerinin ihracattaki payı artarken Avrupa'ya olan ihracatın payı yüzde 60'lardan yüzde 47'lere geriledi. Böylelikle Türkiye, coğrafi avantajını daha iyi kullanır hale geldi. Şu anda özellikle gelişmekte olan pazarların tetiklediği uluslararası ticarete ciddi bir şekilde kendini konumlandırmış durumda.

Güncel şartlar, Türkiye'de hızlı büyüyen ekonomilerle ticari bağlantılar kurabilen işletmelere engin fırsatlar sunuyor. Tabii bu işletmeler, aynı zamanda Avrupa'daki şirketlerin uzmanlık ve uluslararası ticari tedarik zincirindeki avantajından faydalanması da gerekiyor. HSBC Kurumsal ve Ticari Bankacılık olarak küresel tecrübemizi müşterilerimizle paylaşmayı ve uluslararası ticaretten faydalanmaları ve yeni bağlantılar kurmalarına yardımcı olmayı amaçlıyoruz. HSBC'nin uluslararası bağlantıları, ölçeği, bilgi birikimi ve ürün çeşitliliği hem uluslararası hem yerel pazarlarda faaliyet gösteren firmalarımıza destek çıkmamızda rehberlik ediyor. Türkiye'ye sermaye girişi devam ettikçe, bizim de varlığımız artarak büyümeye devam edecek."

Dünya Ekonomisinin 2050 Görünümü

HSBC Türkiye Ekonomisti Melis Metiner, "Yükselen Uluslararası Ticaret Koridorları 2012 Konferansı"nda önümüzdeki dönemde dünya ticaretinin nasıl şekilleneceği hakkındaki öngörülerini anlattı.



→ Gelişmekte olan piyasalar, gelişmiş ekonomilerin sekiz katı hızla büyüyor. 2050 itibarıyla en büyük 30 ekonomiden 19'u şu an gelişmekte olan ülkelere olacaktır.

→ 2050'de gelişmekte olan piyasalar, şu andaki toplam milli gelirlerinin beş katı büyüklüğe ulaşarak gelişmiş ekonomilerin toplam milli gelirini geride bırakacak.

→ Meksika, Türkiye, Endonezya, Malezya, Tayland, Kolombiya ve Venezüella sıralamada yükselirken küçük ve yaşlanan nüfuslarıyla İsveç, Belçika, Avusturya, Norveç ve Danimarka dünyanın 30 büyük ekonomisi sıralamasından çıkacak.

→ Gelişmiş ülkelerin uluslararası platformlarda belirlenen politikalara yön vermeleri zorlaşırken gelişmekte olan ülkeler yine gelişmekte olan ülkelerle ticaretlerini artırarak büyük ekonomilere bağımlılıklarını iyice azaltacak.

2050'de Ekonomik Sıralamalar Değişecek

SIRA	1970	2010	2050
1	ABD	ABD	Çin
2	Japonya	Japonya	ABD
3	Almanya	Çin	Hindistan
4	İngiltere	Almanya	Japonya
5	Fransa	İngiltere	İngiltere
6	İtalya	Fransa	Almanya
7	Kanada	İtalya	Brezilya
8	İspanya	Hindistan	Meksika
9	Brezilya	Brezilya	Fransa
10	Meksika	Kanada	Kanada
11	Hollanda	G.Kore	Türkiye
12	Avustralya	İspanya	İtalya
13	İsviçre	Meksika	G.Kore
14	Arjantin	Avustralya	İspanya
15	İsveç	Hollanda	Rusya
16	Hindistan	Arjantin	Endonezya
17	Belçika	Rusya	Arjantin
18	Çin	Türkiye	Avustralya
19	Avusturya	İsveç	Mısır
20	Danimarka	İsviçre	Malezya
21	Türkiye	Endonezya	S.Arabistan
22	G.Afrika	Belçika	Tayland
23	Venezüella	S.Arabistan	Hollanda
24	G.Kore	Polonya	Polonya
25	Yunanistan	Hong Kong	Kolombiya
26	Norveç	Avusturya	İsviçre
27	Finlandiya	Norveç	İran
28	S.Arabistan	G.Afrika	Hong Kong
29	İran	Tayland	Venezüella
30	Portekiz	Danimarka	G.Afrika

HSBC, Yatırım Kararlarında Yol Gösterici

"Yükselen Uluslararası Ticaret Koridorları 2012 Konferansı"nın katılımcılarından biri de Hayat Holding'di. Dokuz ülkede 25 şirketle faaliyet gösteren, 50'ye yakın yerel ve uluslararası bankayla çalışan ve 13 farklı para birimi kullanan Holding, "Tüketici" (FMCG) ve "Ağaç" olmak üzere iki ana grup altında iş yapıyor. Hayat Tüketici Grubu'nu temsilen toplantıya katılan Hayat Kimya Mali İşler Direktör Vekili Ayla Hacıahmetoğlu, Tüketici Grubu olarak önümüzdeki dönemlerde iki yeni ülkede yatırım yapmayı planladıklarını söylüyor. Hindistan ve Endonezya'nın ilgi alanlarında olduğunu söyleyen Hacıahmetoğlu, "İşin merkezinde olan uzmanlarla biraraya gelmek son derece faydalı bilgiler almamı sağladı. Örneğin Hindistan'da 10 yıl içinde altyapı ve müteahhlik hizmetleri ile inşaat pazarının büyümesi yönünde bilgi verilmesi, bir diğer grup şirketimiz olan ve inşaat ile doğrudan ilgili Ağaç Grubu şirketimiz içinde yeni yatırım imkanları anlamına geliyor. Bu çıkarımı yönetimle paylaştım" diyor.

Ayla Hacıahmetoğlu, hızlı gelişen pazarın, Yeni Dünya'daki rolüyle ilgili HSBC Başekonomisti'nin verdiği bilgileri de oldukça dikkat çekici bulunduğunu anlatıyor. "Özellikle önümüzdeki 15 yıl içinde dünya ticaretinin yüzde 86 büyümesini öngörmeleri, bizim gibi yatırım yapan firmaların dikkatini çektiğini düşünüyorum" diyor ve ekliyor: "Ayrıca Asya'nın dünyanın parlayan yıldızı konumunda olması, yatırımlarda doğru pazarları seçtiğimizi ve HSBC'nin de büyüme isteğiyle çok verimli ve iyi projeler yapacağımız kanaatine sahip olmamı sağladı."

Hayat Kimya Mali İşler Direktör Vekili, toplantıda konuşan Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) temsilcisinin verdiği bilgilerin de MBA pazarlama derslerinde okutulanlar kadar faydalı olduğunu düşünüyor. DEİK temsilcisi, toplantıda, yatırım yapılacak ülkenin insanını tanımanın ve o ülkenin havasının koklanmasının ne kadar önemli olduğunu anlatmıştı. Ayla Hacıahmetoğlu, "Ülkeniz için doğru olan, bir diğer ülke vatandaşı için tamamen farklı bir anlam taşıyabilir. Eğer yatırım yaptığınız ülkeyi tanıyorsanız baştan avantaj sağlamış oluyorsunuz. O nedenle bu işlere yıllarını vermiş, sayısız deneyimleri olan çözüm ortağı diye adlandıracağımız bankalarla başlamak kısa süreli elde edeceğimiz çıkarımlardan çok daha faydalı olacaktır. Ayrıca kontak kişilerle dilediğimizde irtibata geçerek doğru ve etkin şekilde iletişimde olabilmek, iş fırsatlarını yakından takip etmek adına çok faydalı" diyor ve ekliyor: "Şu sözü çok severim: 'Başarı, başaracağım diye yola çıkanındır.'"



Ticarete Işık Tutan Etkinlikler

HSBC, Şangay ve Dubai Etkinlikleri ile Uluslararası Ticaret Koridorlarına Işık Tutmaya Devam Ediyor

03-06 EYLÜL
2012
ŞANGAY

3 - 6 Eylül 2012 tarihlerinde Şangay'da düzenlenecek uluslararası etkinlikte, Türkiye dahil birçok ülkeden, yeşil, enerji, üst segment ekipman üretimi ve perakende sektörü işletmeler ağırlanacak ve üç gün boyunca seminerler, workshop'lar düzenlenecek ve Çinli resmi kurum ve kuruluşların sunumlar yapacak.

11-14 KASIM
2012
DUBAI

11 - 14 Kasım 2012 tarihlerinde ise Dubai'de gerçekleştirilecek diğer etkinlikte bu kez petrol ve gaz, inşaat/altyapı ve perakende sektörlerinden 75 kadar HSBC müşterisi işletme biraraya gelecek. HSBC Türkiye her iki etkinliğe de azami sayıda müşterisiyle katılmayı hedefliyor.



Kordsa'nın Gözünden Yükselen Ticaret Koridorları

Dünya devi Kordsa
Global'in CEO'su Hakan
Tiftik, Asya pazarında büyük
fırsatlar olduğuna inanıyor.



Kordsa Global, gelişmekte olan pazarlarda faaliyet gösteren çokuluslu firmalara iyi bir örnek. Kordsa'nın öyküsünü anlatır mısınız?

Kordsa'nın hikayesi, 1973'te İzmit'te kord bezi fabrikası yatırımıyla başladı. Geçen 39 yıl içinde, stratejik alımlar ve güçlü iş ortaklarıyla gerçekleştirilen girişimler sayesinde, küresel bir lider haline gelen şirket, beş kıtaya dağılmış, dokuz ülkede yer alan 10 işletmesi ve 4 bin 500 kişilik iş-gücüsüyle 80'den fazla ülkeye ihracat yapan, naylon 6.6 ve polyester iplik üretiminde sektörünün dünya lideri konumuna ulaşmıştır.

Şirketinizin öne çıkan özelliklerinden biri "çeviklik" (agility). Çevik bir şirket olmayı nasıl sağladınız?

Satınalma ve birleşmelerle büyümek, birçok entegrasyon sorununu da beraberinde getirebiliyor. Bunları çözüme kavuşturmak ve piyasa koşullarında daha esnek olabilmek için Kordsa Global, operasyon modelini 2009 yılında, bölgesel ve tesis bazlı operasyonlarını merkezileştirerek, yeniledi. Burada nihai hedef, şirketi tek bir birim gibi yönetmekti. Küresel krizde etkin yönetimi sağlayan bir önemli etken de, bu modelle ortaya çıkan daha az hiyerarşi ve birimler arası etkileşimdi.

Asya Pasifik Bölgesi'ndeki -özellikle Çin'deki potansiyeli nasıl görüyorsunuz?

Çin birçok sektörde olduğu gibi otomotiv ve lastik alanında da dünya ortalamasının üzerinde büyüyor. Bir anlamda kendi iç pazarı büyüyor ve geçen sene itibarıyla dünyanın en büyük binek ve hafif ticari araç pazarı haline geldi. Bu amaçla birçok lastik üreticisi bu büyüyen pazara yönelik Asya Pasifik odaklı yatırımlarına hız veriyor. Tabii ki biz de onlara bu bölgede de tedarikçi olarak hizmet vermek istiyoruz. Burada ortaya çıkan iki husus var. İlki, küresel üreticiler bu çerçevede, Kordsa Global gibi küresel bir tedarikçinin kendi yatırımlarını takip etmesini ve onların bulunduğu veya bulunmay hedeflediği coğrafyalara yatırım yapmasını istiyor.

İkincisi de, Asya Pasifik Bölgesi'nde -özellikle Kore, Japonya, Çin ve Hindistan'da giderek büyüyen bir müşteri portföyü var. Bu müşteriler de küresel üreticilerden hızla pazar payı alıyor ve biz de onlara yakın olmak istiyoruz. Bu amaçla 2011 ve 2012 yıllarında, Endonezya'daki tesisimizde polyester iplik ve kordbezi üretim kapasitemizi artırma projesini hayata geçirdik.

Kordsa Global'i rekabette farklılaştıran unsurlar nelerdir?

Müşteriye yakın olmak, mevcut ve olası, gerek teknik gerekse ticari ihtiyaçlarını doğru anlamak bizi küresel anlamda farklılaştıran en güçlü yönümüz. Tüm yenilikçi projelerimiz, müşteri talepleri doğrultusunda gelişir. Örneğin şu anda hemen hemen tüm yeni ürün geliştirme projelerimiz, daha hafif, daha az yakıt tüketen, daha düşük maliyetli nihai ürünler için tasarlanıyor. Eğer müşterinizin ticari ve teknik ihtiyaçlarını anlarsanız, en uygun çözümleri geliştirebilirsiniz. Bu nedenle biz müşterilerimizi dinliyoruz. Küresel Ar-Ge Merkezi'miz 2008'de bu misyon ile müşterilerimizin sesini, yeni ürünlere dönüştürmek için kuruldu.

"Sürdürülebilirlik" kelimesi, firmanız için ne ifade ediyor? Organizasyonunuz içindeki yeri nedir?

Küresel olarak faaliyet gösteren bir firma olarak Kordsa Global, sürdürülebilir üretim yöntemleri ve tüm paydaşlarına katma değer yaratma konusunda taahhütte bulunuyor. Bu doğrultuda çabalarını her geçen yıl daha da ileriye götürmek için çalışmaya devam edecektir. Bunu da istikrarlı bir gelişim süreci, artan müşteri memnuniyeti ve küresel kaynaklarını etkin bir şekilde kullanımıyla sağlayacak. Örneğin müşterilerimizin ihtiyaçları paralelinde geliştirdiğimiz ve geçen hafta lansmanını yaptığımız yeni ürümüz "Capmax"ın, mevcut pazarında tüm lastiklerde kullanılması halinde, toplam 220 bin ton CO2 salınımını azaltılmasına olanak sağlayacak potansiyeli var.