

ÇİN HALK CUMHURİYETİ PAZAR BİLGİLERİ

1. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

Çin Halk Cumhuriyeti Devlet Başkanı Xi Jinping tarafından 2014 yılı içerisinde açıklanan “Yeni Normal” kavramı ile Çin ekonomisinde yüksek hızlı büyümeden orta - yüksek hızlı, ancak sürdürülebilir bir büyümeye geçilmesi, ekonominin yeniden yapılandırılması, girdi ve yatırım temelli bir büyüme modeli yerine yenilik temelli bir büyümenin olanaklı kılınması ifade edilmektedir. Son yıllarda Çin’de arz yönlü reformlar aracılığıyla büyümenin niceliği kadar niteliğinin de gözetildiği ve finansal istikrarın öne çıkarıldığı bir ekonomi politikasının izlendiğini belirtmek mümkündür.

Çin’in yeni ekonomi politikası çerçevesinde Çin’in kaliteli ithal ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Nitekim Çin 2019 yılı itibarıyla 2,1 trilyon dolarlık ithalatı ile dünyanın en büyük ikinci ithalatçısı konumundadır. 2019 yılındaki 2,5 trilyon dolar değerindeki ihracatı ile de dünyanın en büyük ihracatçısıdır.

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

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

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

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

Çin’de ithalatın bedelinin ödenmesi için ağırlıklı olarak akreditif ve vesaik mukabili ödeme yöntemleri kullanılmaktadır. Çin bankalarının büyük çoğunluğunun hem ihracat hem de ithalat için akreditif açma yetkisi bulunmaktadır. Çin’de şubesi ya da temsilcilik ofisi olan yabancı sermayeli bankalar için de aynı durum söz konusudur. Vesaik mukabili ödeme ise akreditife benzemektedir ancak daha az karmaşık ve daha esnek bir ödeme olanağı sağlamaktadır. Bu yöntemde, ihracatçının malı yüklemesinin ardından, sevki belgeleri ihracatçının bankası kanalıyla, bedelinin tahsili karşılığında teslim edilmek üzere Çin’deki ithalatçının bankasına gönderilmektedir. Bu banka, mal bedelini tahsil ettikten sonra ithalatçıya söz konusu malların çekilmesini sağlayacak evrakı teslim etmektedir.

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

Dış Ticaret Mevzuatı (İthalat Rejimi, İhracat Rejimi)

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

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

Çin gümrükleri tarafından ülkeye girecek ürünler için talep edilen evraklar ürünün cinsine göre farklılık göstermektedir. Üretici ya da denetleyici kurum tarafından hazırlanmış olan kalite, miktar ve ağırlık ile ilgili belgeler mutlaka talep edilmektedir. Bazı ürünlerin ülkeye varışında kontrol edilmesi ya da beraberinde Çin hükümeti tarafından kabul edilmiş bir akreditasyon belgesi ile gelmesi gerekmektedir. Belirlenen şartlara uymayan ürünler satıcıya geri gönderilir ve bu durumda alıcı tarafında oluşan zarar nedeniyle bir tazminat da söz konusu olabilir.

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

Gümrük Vergileri

İhracat ve ithalat, gümrük vergilerine ve KDV'ye tabi olmakla birlikte belirli ürünler için tüketim vergisi de uygulanmaktadır. Gümrük vergileri, Çin'in 2001'deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte aşağı inmeye başlamıştır: 2000 yılında %15,3 olan ortalama ithalat tarifesi, 2018 itibarıyla %9,8'e kadar inmiş durumdadır. Tarım ürünleri için ortalama tarife %15,6 ile daha yüksek iken, tarım dışı ürünler için ortalama tarife %8,8'dir.

Gümrük vergileri, Çin'in 2001'deki Dünya Ticaret Örgütü üyeliği ile birlikte aşağı inmeye başlamıştır: 2000 yılında %15,3 olan ortalama ithalat tarifesi, 2018 itibarıyla %9,8'e kadar inmiş durumdadır. Tarım ürünleri için ortalama tarife %15,6 ile daha yüksek iken, tarım dışı ürünler için ortalama tarife %8,8'dir.

İç Vergiler ve Vergi Uygulamaları

İhracat ve ithalat, gümrük vergilerine ve KDV'ye tabi olmakla birlikte belirli ürünler için tüketim vergisi de uygulanmaktadır

Çin'de kurulmuş ya da yönetimi Çin'de bulunan bir firma Çin'de yerleşik olarak kabul edilmektedir ve gelirleri üzerinden vergilendirilmektedir. Çin'in halen 105 ülkeyle bu Çifte Vergilendirmeyi Önleme anlaşması bulunmaktadır. Ülkemiz ile Çin arasında yapılmış olan Türkiye Cumhuriyeti ile Çin Halk Cumhuriyeti Arasında Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması" 01.01.1998 tarihinde uygulamaya alınmıştır.

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

1) KDV, Tüketim Vergisi, İşletme Vergisi, Taşıt Alım Vergisi ve Gümrük Vergisi dâhil olmak üzere mal ve hizmet vergileri.

2) Kurumlar Vergisi ve Bireysel Gelir Vergisi dâhil olmak üzere gelir vergileri.

3) Arazi Takdir Vergisi, Emlak Vergisi, Kent ve İlçe Arazi Kullanım Vergisi, Ekilebilir Arazi Kullanım Vergisi, Tapu Vergisi, Kaynaklar Vergisi, Taşıt Vergisi, Damga Vergisi, Kentsel Bakım ve İnşaat Vergisi, Tütün Vergisi ve Gemi Tonaj Vergisi gibi diğer vergiler.

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

Ülkede 2020 yılı için diğer vergi oranları Gelir Vergisi %45, KDV %13, Sosyal Güvenlik oranı %48, Şirketler için Güvenlik Oranı % 37, İşçiler için Sosyal Güvenlik Oranı % 11dir.

Ürün Standartları ile ilgili Uygulamalar

Çin'deki standartlarını oluşturma gözetim, takip ve kontrolünün başındaki kuruluş Kalite Denetimi ve Karantina Genel İdaresi (AQSIQ) dur ancak süreç esas olarak Çin Halk Cumhuriyeti Standardizasyon İdaresi (SAC) tarafından yönetilmektedir. Ayrıca, diğer devlet ve özel sektör kuruluşları katkı sağlar ve standart belirleme sürecine katılır.

Çin'de standartları zorunlu veya ihtiyari olabilmektedir. Zorunlu standartlar ülkedeki teknik mevzuat gibi yasa hükmündedir. Bu standartlar insan sağlığının, kişisel mülkiyetin ve güvenliğin korunmasıyla ilgilidir ve kanunlar ve idari düzenlemeler vasıtası ile uygulamaya konulur. Bunların dışında kalan tüm standartlar gönüllü (ihtiyari) standartlar olarak kabul edilir. Çin standartlarında dört seviye vardır. En yaygın olarak uygulananlar ve kodları

1) Ulusal Standartlar

2) Profesyonel Standartlar

3) Bölgesel Standartlar

4) Özel Teşebbüs (Firma)

Bu seviyeler hiyerarşiktir, dolayısıyla örneğin Yerel Standartlar Kurumsal Standartların önüne geçer, Profesyonel Standartlar Yerel Standartların önüne geçer. Uygulamada herhangi bir ürün veya hizmet için yalnızca yulardaki koşullar doğrultusunda önde gelen standardın uygulanması istenmektedir.

Ulusal Standartlar genellikle "GB standartları" olarak anılır. Tüm Çin genelinde geçerlidir ve teknik gereksinimler için geliştirilmiştir. Tüm ihtiyari standartlarda "T" ön ekli kullanılmaktadır. Örneğin, gönüllü bir ulusal standart "GB / T" ön ekine sahipken, zorunlu bir ulusal standart "GB" ön ekini gösterecektir.

Profesyonel Standartlar genellikle "Endüstri Standartları" olarak anılır. Ulusal GB Standardı olmadığında, ancak Çin'deki belirli bir endüstri sektörü için birleşik bir teknik gereksinim gerektiğinde geliştirilir ve uygulanır. Mesleki standartlar endüstri sektörüne göre kodlanmıştır. Profesyonel standartlardan ihtiyari nitelikte olanların da ilgili sektör kodundan sonra "/ T" eklenmiştir. Örneğin, Tarım sektörü zorunlu standardı NY kodu ile başlarken tarımsal gönüllü standartlar için kod "NY / T" dir.

Yerel standartlar genellikle "Eyalet Standartları" olarak anılır. Ne Ulusal Standartlar ne de Profesyonel Standartlar mevcut olmadığında geliştirilirler. Ancak yerel bir alanda endüstriyel ürünlerin güvenliği ve hijyeni için birleşik gereksinimlere ihtiyaç vardır. Yerel Standartlar "DB + *" (zorunlu) veya "DB + * / T" (isteğe bağlı) ile tanımlanmıştır. Yerel standartlar için kodlar aşağıda gösterilmiştir. *, ISO 3166-2: CN ve GB 2260 / T tarafından tanımlanan eyalet kodunu temsil eder, bu nedenle Sichuan Eyaletindeki yerel gönüllü standart DB + 51 / T olacaktır. Kurumsal Standartlar, Ulusal Standartlar, Profesyonel Standartlar ve Yerel Standartların mevcut olmadığı durumlarda Çin'deki bağımsız bir şirket tarafından geliştirilebilir ve / veya kullanılabilir. Ancak, Çin'de iş yapan şirketler, varsa Ulusal Standartları, Profesyonel Standartları ve Yerel Standartları kullanmaya / benimsemeye teşvik edilmektedir. Kurumsal standartlar kodunu belirleme formülü 'Q + *' dir. Burada *, Kurumsal kodu temsil etmektedir.

Gıda Maddelerinin Çin'e İhracatı

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

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

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

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

Kiraz, su ürünleri, kanatlı etleri gibi ürünlerin firma bazında ihracatının yapılabilmesi için firmanın Çin makamlarınca onaylı işletmeler listesine alınmış olması gerekmektedir. Bu konuda firmalarımızın ilk bilgi alma mercii ise Tarım Orman Bakanlığıdır.

Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

Ürünün çeşidine göre değişim göstermesi mümkünse de Çin tarafından ithal gıda ve diğer ürünlerinde talep edilen başlıca belgeler aşağıda sıralanmaktadır:

- Ticari Fatura
- Gönderilen ürünlerin ayrıntılı listesi
- Konşimento
- Gümrük beyannamesi
- Sağlık Sertifikası
- Sıvı gıdalar için şişeleme tarihi
- Gıda etiketinin orijinal örneği
- Gıda etiketinin Çince örneği

- Gıda Kontrol Sertifikası
- Serbest Satış Sertifikası (Certificate of Free Sale)
- Çin Makamlarınca Verilecek Kargo Taşıma Sigortası Poliçesi Başvuru Formu (China Cargo Transportation Insurance Policy Application Form)
- Gümrük Beyannamesi (Çince)

Diğer ürün grupları için etikette ve gümrükleme öncesinde ve sırasında istenebilecek belgelerin ürün bazında ayrıca araştırılması gerekmektedir.

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Çin’de, özellikle tüketim malları için ürün bazında belirlenmiş etiketleme ve ambalajlama standartları ve tercihleri bulunmaktadır. Bazı durumlarda, bu gereklilikleri karşılamayan malların Çin’e girişi reddedilmektedir.

Ambalaj ve pazarlama çok önemli bir konu olup müşteriyi cezbedecek ambalajların kullanılması, pazara yüksek fiyattan giriyor ise ürünün lüks ürün imajı verecek bir ambalaj ile piyasaya sunulması önerilmektedir. Gıda ambalajının şekline tasarımına tüketicilerce büyük önem verilmektedir. Çin yeni yılında ve diğer özel günlerde gıda maddeleri de hediye olarak verilmektedir. Bu nedenle ambalaj malzemesi ve tasarımı karar aşamasında belirleyici olmaktadır. Ülkede sadece ithal gıda satan daha özel mağazalar yolu ile pazara girilecekse bu konu daha da önem kazanmaktadır.

Ürün çeşidine göre ambalajın büyüklüğü ve dizaynı pazardaki mevcut ürünlerle karşılaştırarak belirlenmesi pazara etkin girişi sağlayacak etmenlerden biridir.

Hali hazırda yürürlükte olan yasalara göre ürünler belli standartları karşılamak zorundadırlar. Standartlara göre kalite belgesi verilen bir ürün üzerine güvenlik etiketi yapıştırılmaktadır. Kullanılan standartların kodları, seri numaraları ve isimleri ürün üzerine basılmış veya teknik kullanım kılavuzu ile ambalaj üzerine yazılmış olmalıdır.

Çin pazarında satılan tüm ürünler üzerinde ülkedeki resmi dil olan Standard Çince olarak da tanımlanan Mandarin lehçesi kullanılması gerekmektedir. Çince olarak; ürün ismi, üretici ismi, adresi, temel katkı maddeleri ile bunların miktar ve özellikleri ile birlikte satış ve kullanım için ayrı ayrı üretim ve son kullanma tarihleri, ürünün yanlış kullanımını önlemeye yönelik ve buna bağlı tehlikeleri kapsayan açıklayıcı uyarılar, uygun taşıma ve depolama ile ilgili talimatlar yer almalıdır. Ayrıca ithal edilen gıda ürünleri üzerinde ürünün güvenli olduğunu gösterecek lazer sticker bulunması istenmektedir.

Çin Gıda Sektörü hakkında detaylı bilgi için:

https://dtuegm.ticaret.gov.tr/data/5d77ad8e13b876bdfcd7c90c/%C3%87in%20G%C4%B1da%20Sekt%C3%B6r%C3%BC%20YPA_internet.pdf

Teknik Engeller

Sağlık ve Bitki Sağlığı

Çin’in Sağlık ve Bitki Sağlığı Önlemlerinin (SPS) Uygulanmasına İlişkin Mevzuat, sayısız yasa, yönetmelik ve ulusal standartlardan oluşmaktadır. Kapsanan ürünler arasında gıda, sağlıklı gıda, hayvanlar ve bitkiler, hayvan yemleri ve kozmetik ürünler yer alır.

SPS rejiminin temel gereklilikleri, ilgili ürünlerin Çin'in zorunlu sağlık ve sıhhi standartlarına uygun olmasını sağlamaktır. Bu gereksinimler, temel olarak aşağıdaki mekanizmalar aracılığıyla (birbiriyle çakışabilir) uygulanır

- İthal ürünlere uygulanan zorunlu ön kayıt: Kozmetik ve bazı gıda maddeleri Çin'in gıda ve ilaç düzenleme kurumlarından ön izin almadan ülkeye ithal edilemez ve dağıtımı yapılamaz.
- Ürün denetimi süreci: Çoğu gıda, kozmetik ürünler ile ve hayvansal veya bitkisel menşeli ürünlerin gümrükleme aşamasında, tarife satırlarına bağlı olarak, görsel inceleme ve laboratuvar testlerinden geçmesi gerekebilmektedir.
- Bazı hayvansal türevli gıda ürünlerinin (örneğin et ve süt ürünleri) yabancı tedarikçilerinin GAC ile yabancı muadili arasında ikili bir protokol aracılığıyla Genel Gümrük İdaresi (GAC) tarafından "onaylanmış üreticiler" olarak listelenmesi şartı
- Bazı daha 'hassas' gıda ürünlerinin (örneğin et ve meyve gibi) ithal edilmesine izin verilen ihracatçı ülkelerin belirlenmesi. Seçilen ülkeler genellikle Çin ile bitki hayvan sağlığı kontrol protokolleri olan ülkelerdir.

Diğer Teknik Engeller

- Tarım ürünleri için Tarife Oranı kotası

SPS önlemlerinden ayrı olarak başlıca tarım ürünlerine uygulanan bir diğer ticaret engeli; tahıl, pamuk, şeker ve yün gibi ürünlere uygulanan Tarife Oranı Kotasıdır.

SPS'ye benzer şekilde, Çin'in ticaretteki teknik engelleri (TBT) de karmaşık teknik düzenlemeler, kurallar ve standartlardan oluşmaktadır. Bu TBT kuralları esas olarak Çin Zorunlu Sertifikasyonu (CCC- China Compulsory Certification) olarak bilinen bir teknik uygunluk değerlendirme sistemi aracılığıyla uygulanmaktadır. CCC'ye tabi ürünler (tüketici elektroniği, ev aletleri ve otomotiv ürünleri gibi geniş bir ürün yelpazesini içerir) Çin'in standardizasyon ve akreditasyon kurumu tarafından yayınlanan bir katalogta listelenmiştir. Bu ürünlerin, Çin teknik gerekliliklerine uygunluğu sağlamak için, genellikle yerel bir şube veya yabancı üreticinin ülkesindeki Çin yetkililerince atanmış temsilcisi tarafından yürütülen bir sertifikasyon sürecinden geçmesi gerekmektedir. Sertifikalı ürünlerin, bir ön koşul olan CCC işaretini kullanmasına izin verilir. Söz konusu ürünlerin Çin pazarına girişi için CCC işaretinin kullanılması bir zorunluluktur.

- Çin'in 2017'de Siber Güvenlik Yasasını yürürlüğe koymasıyla birlikte, yabancı bilgi güvenliği ve ağ ürünlerinin Çin'e ihracatına uygulanan TBT önlemleri uygulanmaya başlanmıştır. Bu önlemler, temel olarak, belirli 'kritik ağ ürünleri' ve 'ağ güvenliği ürünleri' kategorilerinin yanı sıra, Çin'deki kritik bilgi altyapısına sağlanan daha geniş bir ağ ürünleri kategorisinin farklı seviyelerde testlere, akreditasyona ve ulusal güvenlik incelemelerine tabi tutulmaktadır. Pazara erişim izni verme veya reddetme gerekçeleri, teknik uygunluk, şifrelemenin gücü, Çin'in ulusal güvenliğine yönelik bir tehdit ve tedarik zinciri sürdürülebilirliği vb. dâhil olmak üzere ürünlere göre değişmektedir. Çin bir taraftan yeni yönetmelikleri, kuralları ve ulusal standartları yürürlüğe koyarken diğer yanda da bu alandaki düzenleyici önlemler üzerinde çalışılmaktadır.

Kaynak. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=78a1053a-43bf-4047-94ca-a9b471337f0d>

Pazarın Özellikleri

Çin, genel itibarıyla diğer pazarlara göre stratejiler bakımından bazı farklılıklar arz etmektedir. Ancak, Çin'i, Ortadoğu, Afrika ve Avrupa pazarlarından Çin'in "daha zor" veya "daha kolay" bir pazar yerine "daha farklı" olarak nitelendirmek daha doğrudur. Ülkemiz ihracatçıların ve yatırımcıların Çin'i diğer ülkelerle kıyaslamak yerine kendine özgü dinamikleriyle hareket etmelerinde fayda bulunmaktadır. Bu

noktada da istikrar çok önemli bir husus olarak öne çıkmaktadır. Çin geneli nezdinde ithalatta sürdürülebilirlik oldukça ön plana çıkmaktadır. Gıda sektörü başta olmak üzere genel itibarıyla Çinli ithalatçılar, kendilerine düzenli tedarik sağlayacak firmalar ve ülkelerle işbirliklerine önem vermektedir.

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

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

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

Dünya Ticaret Örgütü üyeliğine 2001’de kabul edilen Çin’in bu çerçevede kendi uygulamalarını örgütün Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması (TRIPS) hükümleriyle uyumlu hale getirmesi gerekmektedir. Çin aynı zamanda 2007 tarihli Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Telif Hakları Anlaşması’nın da taraflarından birisidir. Bugüne değin fikri mülkiyet haklarının korunması konusunda uluslararası yükümlülüklere giren ve mevzuatını kuvvetlendiren Çin, artık kanunların pratikte uygulanmasında da daha kararlı bir tavır sergilemektedir. Bununla birlikte, fikri mülkiyet hakları ihlali Çin’de iş yapan şirketler açısından önemli bir risktir. Bu kapsamda, şirketlerimizin markalarını Çin’de tescil ettirmeleri önem arz etmektedir.

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

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

Bir kişi veya firmanın marka tescil başvurusu kabul edilip ilana çıkılmasından sonra bir yıl süreli itiraz dönemi başlamaktadır. Eğer bu dönemde bir itiraz gelmezse, başvuran firma veya kişi markayı tescil ettirmiş olmaktadır. Marka tescili ile firma, ürünlerinin Çin anakarasında satış ve üretim haklarını (hatta ihracat) almaktadır. Markanın Çinli bir firma tarafından kopyalanmış olması halinde ise, markanın esas sahibi firma ürünlerini Çin’e ihraç etmek istediğinde, ürünlerinin ithaline izin verilmemesi riskiyle karşı karşıya gelmektedir. Firmalarımızın, markalarını aşağıdaki web sitesi aracılığıyla kontrol etmeleri mümkündür. Firma kayıtları, firmalarımızın bilgisi dışında yapıldıysa Müşavirliğimizle irtibata geçmeleri mümkündür.

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

Dağıtım Kanalları

Yeni yapılan düzenlemelerle yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin Çin’de neredeyse tüm sektörlerde perakende ve toptan satış yapmalarına imkân sağlanmış olmasına rağmen bazı istinaslar bulunmaktadır. Örneğin, benzin istasyonlarında çoğunluk hissesinin Çinli ortağa ait olması gerekmektedir. Tütün satışı devletin tekelindedir. Gemicilik acentelerinin de yine çoğunluk hisselerinin

Çinli yatırımcılara ait olması gerekmektedir. Yabancı yatırımcıların Çin’de kendi başlarına ya da Çinli bir firmayla kurdukları ortak teşebbüsler üzerinden franchising yapmalarına da izin verilmektedir.

Çin’de en hızlı büyüyen dağıtım kanalı, elektronik ticarettir. Dünyadaki internet üzerinden alışverişin %47’si Çin’de gerçekleştirilmekte ve bu alanda çok güçlü bir büyüme trendi bulunmaktadır. Elektronik ticaret satış cirosu 2017 yılında 500 milyar dolar seviyesinde iken, 2019 sonunda 723 milyar dolara ulaşmıştır. Çin’in yeni başlattığı pilot uygulamalarıyla, yabancı şirketler Çin’de fiziksel bir varlık oluşturmadan bu dağıtım kanalını kullanabilmektedir. Bunun için bir çevrimiçi platform oluşturmaları ve malların dağıtımı için motorlu kurye hizmetini kullanmaları gerekmektedir.

Çin’in küresel e-ticaret hacmi içerisindeki yeri on sene önce sadece yüzde 1 iken günümüzde %40 seviyesine ulaşmıştır ve Çin’i dünya liderliğine taşımıştır. Ülkenin e-ticaret pazarında üç büyük oyuncu dikkat çekmektedir: TMall Global, Tencent ve JD. Çin e-ticaret ortamını değerlendirirken sınır ötesi ticareti de dikkate almakta fayda olacaktır. 2017 yılında 80 milyar dolarlık bu hacmin 2021 yılında 140 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Bu dev platformların yanı sıra Çin marketine girmenin alternatif yöntemleri arasında WeChat veya TaoBao gibi alternatif platformları kullanarak da e-satış yapmak mümkündür.

Tüketici Tercihleri

Çin, dünyanın en büyük ikinci ithalatçısıdır. Çin, sadece ucuz işgücü ile üreten bir ülke değildir; zenginleşen halkı ve büyüyen ekonomisiyle tüketen bir toplum haline gelmiştir.

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

Ülkede gittikçe zenginleşen ve hâlihazırda 400 milyon bireyden oluşan bir orta sınıf bulunmakta ve söz konusu orta sınıfın kaliteli ve ithal nihai tüketim ürünleri talebi her geçen gün artmaktadır. Bu noktada, Çin’in genelinde sınıflar arasındaki tüketici eğilimlerinin farklılığından da bahsetmek gerekmektedir. Alt ile alt/orta sınıflar açısından gelecek endişesi ile tasarruf eğilimi oldukça yüksektir. Söz konusu sınıfların tercihleri yerel ürünler olmaktadır. Bununla birlikte, Tier 1 olarak adlandırılan birinci halkadaki Şanghay, Pekin, Guanco şehirlerindeki orta/üst ile üst gelirli sınıfların tercihlerinde ithal ürünler önemli yer tutmaktadır. Ayrıca, Tier 2 olarak adlandırılan ikinci halkadaki Xi’an, Chengdu, Chonqing, Wuhan gibi şehirlerdeki nüfusun da harcanabilir geliri her geçen gün artmaktadır. Bu şehirlerdeki nüfusun tercihlerinde de son 5 yıllık dönemde önemli değişiklikler göze çarpmaktadır. Kümülatif olarak incelenecek olursa orta/üst ile üst sınıfı her geçen gün büyüyen Çin’in tüketici tercihleri ithal ürünler yönünde seyretilmektedir.

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

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

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

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

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

Kamu İhaleleri

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

Ülkede en güncel veriler olan 2018 yılı istatistiklerine göre, toplam 83000 inşaat şirketi mevcut olup; söz konusu şirketlerce yaklaşık 51,8 milyon kişi istihdam edilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirket sayısı ise 261 olarak açıklanmıştır. Yabancı firmaların ağırlıklı olarak, teknoloji ve marka avantajlarını kullandıkları kısıtlı projelerde yer aldığı bilinmektedir. Tamamına yakınında yerel (devlet ya da özel) firmaların faaliyet gösterdiği Çin'in müteahhitlik sektörüne yabancı firmaların girişinde ciddi zorluklarla karşılaşıldığı bilinmektedir.

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

2. Önemli Sektörler

Madison'ın bir tarihsel ekonomi çalışmasına göre miladi takvimin başlangıcından 1800'lerin ortalarına kadar dünyanın en büyük birinci ve ikinci ekonomisi konumları hep Çin ve Hindistan arasında paylaşılmıştır. 1820'li yıllarda dünya ekonomisinin %35'ini Çin ekonomisi oluşturuyordu; toplam payları %20 civarında olan Batı Avrupa ülkelerinin çok önünde dünyanın en büyük ekonomisi olarak bulunuyordu. Bu açıdan düşündüğümüzde Çin'in dünyanın en büyük ikinci ekonomisi konumuna gelmesi, tarihsel olarak "normal" duruma geri dönüş olarak değerlendirilebilir. 1950 yılında Çin'in dünya GSYİH'sından aldığı pay sadece %5'ti. Bugün itibarıyla ise Çin dünya GSYİH'sından %15 oranında pay almaktadır. Önümüzdeki dönemde bu payın gittikçe artması beklenmektedir.

Diğer taraftan, Çin'in yönetimi altında 22 eyalet, beş özerk bölge, dört belediye ve iki özel idari bölgeden oluşan 33 eyalet düzeyinde yönetimsel bölüm bulunmaktadır. Eyaletler Çin Halk Cumhuriyeti merkezî hükümetine bağlıdır ancak özellikle ekonomik politikada uygulamada eyalet yetkililerinin geniş yetkileri bulunmaktadır. Çin'in idari açıdan son derece âdemi merkezîyetçi, politik açıdan ise son derece merkezîyetçi olan yönetim yapısı içinde yerel yönetimlerin bir ekonomik büyüme yarışına sokulması hızlı büyümede çok önemli rol oynamaktadır.

Çin'de uygulandığı şekliyle âdemi merkezîyetçiliğin bir sonucu, yerel yönetimlerin yörelerindeki ekonomik büyüme ve istihdama katkı yapacak her alanda yatırım yapmalarıdır. Özellikle 2000'li yıllara kadar yerel yöneticiler birbirlerinden mal ve hizmet satın almak yerine bu ürünleri kendi yörelerinde üretip bunun ekonomik büyüme ve istihdama sağlayacağı katkıyı yörelerinde tutmayı yeğlemişlerdir. Bu da günümüzde kendisini Çin sanayisinde gerek coğrafya, gerekse firma bazında yoğunlaşma

düzeyinin diğer ülkelere göre çok düşük olmasıyla göstermektedir. Yani ülkede çoğu sektörde üretim, hem ülke yüzeyinde hem de çok sayıda firmaya dağılmış bulunmaktadır.

Bu noktada demir-çelik sektöründen örnek verecek olursa; 1980'lerde bir kente birbirine yakın, birisi merkezi yönetim, birisi eyalet yönetimi, birisi il yönetimi, birisi bölge yönetimine ait dört adet demir çelik tesisinin faaliyet göstermesi gibi durumlara rastlanmaktadır. Günümüzde de demir-çelik üretimi, ülkenin eyalet, il, bölgelerine yayılmış 1.200 civarında üretici tarafından gerçekleştirilmektedir. En büyük 10 üreticinin pazar payı ise %60 civarındadır.

Otomobil sanayisine bakacak olursa 33 idari bölgenin 27'sinde otomobil üretilebilmektedir. Bu durum, Çin'de devlet şirketlerinin genel itibarıyla tekel olduğu iletişim, petrokimya, enerji üretim ve dağıtım gibi endüstriler dışında sanayinin geneli için geçerli bir durum olduğunu söylemek mümkündür.

Çin usulü âdemi merkezîyetçiliğin yol açtığı bu ekonomik yapının, verimlilik açısından dönem dönem yarattığı sakıncalarına karşın hızlı büyümeyi destekleyen güçlü dinamikler oluşturduğunu söylemek mümkündür. Çin'in hızlı büyümesinde önemli rol oynayan performans sisteminin işleyişi, sadece âdemi merkezîyetçi bir idari yapıya değil, bunun biçimlendirdiği ekonomik yapıya bağlı olarak gerçekleşmiştir.

Bu kapsamda, Çin'de üretim, yatırım ve ihracat çok kapsamlı ve hacimsel olarak büyük olup; bu yapıda literatürde "cluster" olarak tanımlanan odak bölgelerin büyük payı vardır. Kuzey Çin'de Pekin, Tianjin ve Hebei (ağır sanayi, kimya, metal, enerji, demiryolu, bilişim, otomotiv); Kuzeydoğuda 'da Dongbei (Liaoning, Jilin ve Heilongjiang ile aynı zamanda İç Moğolistan'ın doğusu) olarak nitelenen üç eyalet (ağır sanayi, otomotiv); Shandong eyaleti (petrol rafinerisi, nişasta, gıda endüstrisi); Doğu Çin'de Şanghay, Jiangsu ve Zhejiang (kimya, petrokimya, demir çelik, elektrik-elektronik, enerji, makineler ve parçaları, muhtelif imalat sanayi, metaller, ilaç, tekstil, deri); güneyde Guangdong eyaleti (ağırlıklı olarak ihracata yönelik makine, hafif sanayi, seramik de dâhil her türlü imalat), Orta Çin'de Hunan, Hubei eyaletleri (demir-çelik, robot, makine ve metal işleme başta olmak üzere birçok sanayi kolu) ile iç kesimlerde Sichuan Eyaleti ile Chongqing (otomotiv başta olmak üzere birçok sanayi kolu) önemli sınai odak noktalarıdır. Bu sınai odak bölgelerinde makineden ilaca, tekstilden gıdaya birçok ürün rekabetçi şekilde üretilerek hızlı şekilde Çin ve dünya piyasalarına sunulabilmektedir. 1978 yılında Deng Xiaoping liderliğinde, ekonomide liberalleşmeyi ve dışa açılmayı hedefleyen reformlar başlamıştır. Emek yoğun ve ihracata odaklı bir üretim süreciyle Çin tüm dünya için düşük maliyetli üretim yapan bir ülke haline gelmiştir. Bu süreç içerisinde fiyatlar serbestleştirilmiş, kamu iktisadi teşebbüslerinin ekonomideki ağırlıklı konumları korunduysa da özel girişime de önem verilmiş ve özel girişimin gelişimi sağlanmıştır. Üretim ve ihracat arttıkça ürünlerin katma değeri yükselmiş ve basit tüketici ürünlerinden kademeli olarak daha sofistike ürünlere geçiş yapılmıştır.

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

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

Çin şu anda dünyadaki;

- Çeliğin yüzde 50'sini,
- Otomobillerin yüzde 30'unu,

- Cep telefonlarının yüzde 90'ını,
- Bilgisayarların yüzde 80'ini,
- Gemilerin yüzde 40'ını,
- Ayakkabıların yüzde 60'ını üretmektedir.

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

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

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

Tarım ve Hayvancılık

Çin'in gelişen sektörü büyük ölçüde yerel talebi karşılamak için çalışmaktadır ve talebin büyüklüğü karşısında bunda da tam yeterli olamamaktadır. 2018 yılı itibarıyla Çin ekonomisinin %7,2'si (1 trilyon dolar) birinci endüstri olarak tabir edilen tarım sektöründen oluşmaktadır.

Sanayi

İmalat sanayi, düşük maliyetlerin de sağladığı avantaj sayesinde Çin büyümesinin itici gücü olmuştur ve artan maliyetlere rağmen büyük ölçüde bu konumunu korumaktadır. Çin GSYH'sinin %40,7'sine tekabül eden imalat sektörü, süreç içerisinde kaliteyi, teknoloji içeriğini ve katma değeri artırarak dünya standartlarında üst konumlara ulaşmıştır. Ekonomisinin %40,7'si (5,8 trilyon dolar) ikinci endüstri olarak tabir edilen sanayi sektöründen oluşmaktadır. Bununla birlikte bugün Çin'in ihraç ettiği sanayi ürünlerinin yarısı yabancı sermayeye sahip şirketler tarafından üretilmektedir.

Çin şu anda dünyadaki;

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

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

Hizmetler

Üçüncü endüstri olarak tabir edilen Hizmet sektörü halen Çin'de en hızlı büyüyen ve uluslararası ölçekte etkisini artıran sektör durumundadır ve GSYİH'nin %52,2'sini (7,4 trilyon dolar) oluşturmaktadır.

Madencilik

Çin maden ve mineraller yönünden zengin bir ülkedir. Dünyadaki 1. büyük altın üreticisidir Aralarında demir cevheri, demir alaşımlı metal cevherleri kömür, kalay, doğal gaz, civa, manganez, vanadyum, kurşun, çinko, alüminyumun fosfat, tungsten, uranyum, manyetit molibden, titanyum, az bulunan toprak elementlerini olmak üzere yaklaşık 17 maden ve mineral türün ve madene sahip olması ile lider konumundaki ülkedir.

Çin kömür rezervleri açısından dünya birincisidir. Çin dünyanın en büyük kömür üreticisi ve tüketicisidir. Hali hazırda toplam enerji ihtiyacının %70'i kömürden elde edilmektedir. Ülkenin ayrıca petrol, doğal gaz kaynakları mevcuttur ancak önemli bir ham petrol ithalatçısıdır. Bunlara ek olarak uzay teknolojisi ve elektronik alanında kullanılan bazı ender bulunan madenlerin de artan orandaki üretici ve ihracatçısıdır.

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

Enerji

Su kaynakları kritik öneme sahiptir. Zira gerek tarımda sulama için gerekse elektrik üretiminde kullanılmaktadır. Çin dünyada en büyük hidroelektrik enerji üretimi yapılan ülkedir ve dünyanın en büyük hidroelektrik santrali Three Gorges Barajı 22500 megavat enerji üretimi ile küresel anlamda en büyük kapasiteye sahip barajdır.

3. Pazarda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar ve Diğer Bilgiler

İş Kültürü

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

İş Yapma Tarzı:

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

Toplantılar:

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

Kartvizit:

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

Diyaloglar:

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

Yemekler:

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

Rakamlar:

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

Para Kullanımı (kredi kartı, çek dâhil)

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

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

Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi uygulaması

ÇHC, Umuma Mahsus Pasaport hamillerini vizeye tabi tutmaktadır. Resmi Pasaport hamilleri ise anılan ülkeye yapacakları 30 güne kadar ikamet süreli seyahatlerinde vizeden muaftır. 15 Şubat 2016 tarihinden bu yana işadamlarımızın ticari vize başvurularında Çin’den davet eden firmaların davet mektupları kabul edilmemektedir. Bu çerçevede, Çin’in yetkilendirilmiş resmi devlet kuruluşlarının verdikleri davet mektubunun ıslak imzalı aslı (Davetiye) kabul edilmektedir. Ayrıca, turizm amaçlı olarak Çin’e seyahat edecek olan kişilerin bireysel olarak yaptıkları turistik vize başvuruları kabul edilmemektedir. Turistik amaçlı sadece grup vize başvuruları kabul edilmektedir. Çin’in başlattığı bu uygulama nedeniyle vize başvuru prosedürü uzun zaman almaktadır. Bu kapsamda, vatandaşlarımızın seyahatlerinden makul bir süre önce vize için başvuruda bulunmaları önem arz etmektedir.

Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri

Çin’deki resmi tatiller aşağıda yer almaktadır.

Tarihler	Tatiller
1 Ocak 2020	Yeni Yıl Tatili
24 Ocak – 2 Şubat 2020	Bahar Festivali
4 -6 Nisan 2020	Ching Ming Festivali
1 – 5 Mayıs 2020	İşçi Bayramı

25 -27 Haziran 2020	Dragon Boat Festivali
1 – 8 Ekim 2020	Ulusal Bayram
1 Ekim 2020	Sonbahar Ortası Festivali

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

Yerel Saat

Çin’de tek bir yerel saat kullanılmakta olup, ülkemizin beş saat ilerisindedir.

Lojistik

Çin’in lojistik altyapısı, başta ulaştırma ve telekomünikasyon olmak üzere oldukça kaliteli durumda olup büyük yatırımlarla bu alanda daha da fazla gelişme kaydedilmesi amaçlanmaktadır. Ancak, kalitenin ülkenin her bölgesinde aynı olmadığını, lojistik altyapısının ülkenin ekonomik olarak daha gelişmiş kesimlerinde daha yaygın ve daha kaliteliyken, ülkenin iç ve batı kesimlerine gidildikçe seyrekleştiğini ve kalitenin de düştüğünü göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Çin genelinde toplam 4,5 milyon kilometrelik karayolu bulunmakta olup bunun 120 bin kilometresi otobandır. 112 bin kilometrelik toplam uzunluğa sahip demiryolları içerisinde 16 bin kilometre uzunluğunda yüksek hızlı tren hattı mevcuttur.

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

4. Şirket Kuruluşu ve İş Yapma ile ilgili Bilgiler

Şirket Türleri

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

- Yüzde yüz yabancı sermayeli bir şirket kurmak,
- Temsilcilik ofisleri kurmak,
- Ortak teşebbüsler.

Yüzde yüz yabancı sermayeli şirketler, yatırımcıya şirket üzerinde tam kontrol sağlamak ve günümüzde Çin’de yabancı sermayenin en çok tercih ettiği model olarak ortaya çıkmaktadır. Yabancı ülke vatandaşları tarafından yabancı sermaye ile kurulan limited şirketler çoğunlukla üretimini Çin’de yapan ve buradan diğer ülkelere ihracat gerçekleştiren iş modelleri için tercih edilmektedir. Bununla birlikte, yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerin kurulabileceği sektörler hizmet sektörü, danışmanlık, ticaret ve imalat olarak belirlenmiş durumdadır. Çin’de yüzde yüz yabancı sermayeli bir şirketi hayata geçirmek sektöre, bölgeye ve diğer koşullara bağlı olarak 1 ile 9 ay arasında sürebilmektedir.

Temsilcilik ofisleri, yabancı şirketler tarafından Çin’de doğrudan gelir getirmeyen faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, örneğin pazarlama faaliyetlerinin sürdürülmesi, pazar araştırması yapılması, satın alınacak ürünlerin tespit edilmesi, ana şirketin Çin’deki faaliyetlerinin koordine edilmesi ya da farklı paydaşlarla ilişkilerin devam ettirilmesi amacıyla açılmaktadır. Bu tür ofisler sayesinde şirketler, Çin pazarına ilk adımı atmış olmaktadır. Temsilcilik ofisleri doğrudan ürün satmak, alım yapmak ya da farklı hizmetler sunmak gibi faaliyetleri gerçekleştiremez, fatura kesemez, ancak bağlı oldukları şirketin

mevcut ve potansiyel müşterileri ile temas kurma ve şirket adına sözleşme yapma hakları bulunmaktadır. Temsilcilik ofislerinin avantajı düşük maliyetli olmaları, yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlerden farklı olarak bir asgari sermaye yatırımı ya da iş planı gerektirmemeleri, kolay kurulabilmeleri ve yönetimlerinin de kolay olmasıdır. Bununla birlikte, Çin kanunlarına göre temsilcilik ofislerinin doğrudan eleman alımı yapamamaları, bunun yerine yetkili bir insan kaynakları ajansı kullanmalarının zorunlu olması önemli bir dezavantajdır.

Ortak teşebbüsler, iki ya da daha fazla sayıda şirketin bir araya gelerek ortak bir hedef ve iş planı doğrultusunda kaynaklarını bir araya getirmeleri suretiyle kurulmaktadır. Çinli bir ya da birden fazla şirketin, yabancı bir ya da birden fazla şirket ile bir araya gelip kaynaklarını birleştirmesiyle kurulan ortak teşebbüsler, çoğunlukla Çin tarafının deneyimi ve yerel bağlantılarını yabancı tarafın teknoloji ve sermaye birikimi ile birleştirdiği için tercih edilmektedir. Bu sayede şirketler risklerini asgariye indirebilmekte ve yeni iş alanları oluşturabilmektedir. Çin’de hâlihazırda devlet kontrolünde olan ya da yabancı sermaye kısıtlamalarının bulunduğu sektörlerde “ortak teşebbüsler” genellikle yabancı yatırım için izin verilen tek şirket şekli olmaktadır. Bazı sektörlerde ise Çinli ortağın ortak teşebbüste çoğunluk hissesine sahip olması şartı aranmaktadır. Çin’de ortak teşebbüs kurmanın avantajı, şirketin Çin’de mevcut olan bir yapının üzerine kuruluyor olması, mevcut dağıtım ve satış kanallarından faydalanması ve yüzde yüz yabancı sermayeli şirketlere açık olmayan sektörlerde de girebilmesidir. Bununla birlikte ortaklıklar her zaman sorunsuz olmayabilmekte, elde edilen karın paylaşımında sıkıntılar yaşanabilmekte, yönetimde çıkarlar çatışabilmekte ve teknoloji transferi ile fikri mülkiyet hakları konusunda riskler oluşabilmektedir

Şirket Kurma Prosedürü (Başvuru merci, başvuru yapmaya yetkili kişi, istenen evraklar, kuruluş sermayesi vb.)

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

- Şirketin iştigal edeceği sektörün Negatif Liste’de, başka bir deyişle yabancı sermayeye açık olmayan sektörler listesinde bulunmaması koşuluyla, Ticaret Bakanlığı’na internet üzerinden başvuru yapılması (Başvurunun eksiksiz yapılması kaydıyla Ticaret Bakanlığı üç gün içerisinde onay mesajı göndermektedir),
- Şirketin yerel Sanayi ve Ticaret İdaresi ofisinde kaydının yapılması (Bu ofislerin uygulamaları ve koşulları bölgeden bölgeye değişebilmekte, bazı bölgelerde süreç kolaylaştırılırken, bazı bölgelerde ek koşullar getirilebilmektedir)
- Yerel Sanayi ve Ticaret İdaresi nezdinde şirketin düzenleyici gereksinimlere uygunluğunun belgelenmesi (Bu kapsamda örneğin enerji tüketim raporu, arazi kullanım raporu, yerel istihdam etki raporu, inşaat güvenlik belgeleri, çevre etki raporu gibi dokümanların temin edilmesi gerekmektedir ve istenen belge sayısı bölgeden bölgeye değişebilmektedir),

İşletme lisansı çıktıktan sonra Sanayi ve Ticaret İdaresi, vergi dairesi ve denetim kurumunda şirketin kaydının yaptırılması ve banka hesaplarının açılması (Burada da işlem sayısı bölgeye ve sektöre göre değişebilmektedir.) Bu adım tamamlandıktan sonra şirket faaliyetlerine başlayabilmektedir.

Bankacılık Mevzuatı

Çin bankacılık sistemi, merkez bankası olan Çin Halk Bankası (PBoC), ülkede operasyonları yürütmeye yetkili ana birim olarak monolitik bir sistemdi. 1980'lerin başında, hükümet bankacılık sistemini açtı ve devlete ait ihtisas bankalarına mevduat kabul etmesine ve bankacılık işi yapmasına izin verilmiştir.

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

Diğer bir grup olan anonim bankalar ise daha fazla çeşitlilik gösteren hissedar yapılarına sahip olup yabancı sermayeli bankaların yanı sıra kırsal kredi kooperatifleri de bunların arasında yer almaktadır. Ülkenin politikalarına hizmet eden bankalar ise, Çin Kalkınma Bankası, Çin Eximbank ve Çin Zirai Kalkınma Bankası'dır. Bankalar, alternatif finans enstrümanlarının ve sermaye piyasalarının yeterince gelişmemiş olması sebebiyle, finans sistemi içerisinde çok büyük bir ağırlığa sahiptir.

Sosyal Güvenlik Uygulamaları

Çin'in hâlihazırdaki en büyük avantajlarından birisi iş gücü açısından zengin oluşudur. Ülkenin 1,4 milyarlık nüfusunun yaklaşık % 70'i çalışma yaşı olarak nitelendirilen 15-64 yaş grubunda yer almaktadır. Ancak diğer taraftan hızla yaşlanan nüfus ekonomi üzerinde baskı oluşturmaya başlamıştır.

Çin'de çalışma haftalık süresi, haftada beş çalışma günü, günde 8 saat olmak üzere haftada toplam 40 saat olarak belirlenmiştir. Çin kanunlarına göre işletmeler , (yabancı sermayeli olanlar da dâhil olmak üzere) çalıştırdıkları her tam zamanlı çalışanları ile yazılı bir sözleşme yapmak zorundadır. Bu sözleşmeler belirli bir dönem için olabileceği gibi açık süreli de olabilmektedir. Ancak bir işletmenim çalışanı ile açık süreli sözleşme yapabilmesi için, önce aynı çalışanla iki dönem belli süreli sözleşmeyle çalışmış olması gerekmektedir. Dönem süreleri altı ayı geçmemektedir. İş gücüne dâhil olan tüm Çin vatandaşları ve yabancı uyruklu çalışanlar, Çin'in sosyal güvenlik sistemine katılmak zorundadır ve sistem beş farklı sigortadan oluşmaktadır. Bunlar, emeklilik sigortası, genel sağlık sigortası, iş kazası sigortası, işsizlik sigortası ve doğum sigortasıdır. İşveren, çalışanlarının sosyal güvenlik ve konut fonu ödemelerini yapmakla yükümlüdür. Çin sınırları içerisindeki tüm yabancıların (daimi oturma iznine sahip olanlar hariç) ülkede çalışabilmek için ilgili makamlardan gerekli izinleri almaları gerekmektedir. Bu izin süreci sırasıyla şu aşamalardan oluşmaktadır:

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

Vizeler

ÇHC, Umuma Mahsus Pasaport hamillerini vizeye tabi tutmaktadır. Resmi Pasaport hamilleri ise anılan ülkeye yapacakları 30 güne kadar ikamet süreli seyahatlerinde vizeden muaftır. 15 Şubat 2016 tarihinden bu yana işadamlarımızın ticari vize başvurularında Çin'den davet eden firmaların davet mektupları kabul edilmemektedir. Bu çerçevede, Çin'in yetkilendirilmiş resmi devlet kuruluşlarının verdikleri davet mektubunun ıslak imzalı aslı (Davetiye) kabul edilmektedir. Çin'in başlattığı bu uygulama nedeniyle vize başvuru prosedürü uzun zaman almaktadır.

Vize başvuruları doğrudan Çin Halk Cumhuriyeti'nin ülkemizdeki Çin başkonsolosluklarına yapılabilmektedir.

Çin vizesinin mümkün olduğunca erken alınması önemlidir. Eksik belge vb. sebeplerle vize süreci uzayabilmekte, konsoloslukların ve vize başvuru merkezlerinin kapalı oldukları resmi tatiller nedeniyle bekleme süresi artabilmektedir

Ayrıca, turizm amaçlı olarak Çin'e seyahat edecek olan kişilerin bireysel olarak yaptıkları turistik vize başvuruları kabul edilmemektedir. Turistik amaçlı sadece grup vize başvuruları kabul edilmektedir.

Çin'e Seyahatte Dikkate Alınması Gereken Hususlar

Çin'in artık fiyatların düşük olduğu bir ülke olmadığını unutmamak gerekmektedir. Çin'de üretim maliyetleri arttıkça fiyatlar da giderek yükselmiş ve bu fiyat artışları tüm sektörlere yansımıştır.

Cep telefonuna WeChat uygulamasını yüklemek gerekmektedir. Türkiye'de de yaygın bir şekilde kullanılan WhatsApp uygulaması Çin'de erişime kapalıdır. Bu nedenle benzer özellikleri taşıyan ve Çin'de 700 milyonun üzerinde kullanıcısı olan WeChat' i kullanmak, bu uygulama üzerinden ücretsiz arama da yapılabildiği düşünülürse oldukça faydalı olacaktır.

Çin'de Google başta olmak üzere birçok internet hizmetinin erişime kapalı olması, çalışmalarını sekteye uğratabilmektedir. Örneğin, e-mail hesabına erişim mümkün olmayabilir. Bu konuyla ilgili olarak Çin'e gitmeden önce gerekli önlemleri almak (örneğin VPN yüklemek) faydalı olacaktır.

Çince bilmiyorsanız sadece iş görüşmelerinizde değil, alışverişten yemeğe Çin'deki tüm deneyiminizde zorluk çekebilirsiniz. Seyahate Çince bilen bir çalışan ya da iş arkadaşı ile çıkmak ya da bir tercümanla çalışmak çözüm olabilir.

Çin'de elektronik ödeme şekilleri giderek yaygınlaşmaktadır. Kredi kartı kullanımında ise giderek Çin'in kendi sistemi olan Union Pay' in tercih edildiği, Master ve Visa Kartlarının kullanımının ise azaldığı görülmektedir. Bu nedenle kredi kartlarından ziyade nakit bulundurmakta fayda vardır.

Çin'e iş amacıyla seyahat eden kişilerin bu ülkeye gidince danışmanlık ya da benzeri isimler altında faaliyet gösteren, ancak yeterince yetkin olmayan ya da farklı amaçları olan kişi ya da kurumların eline düştükleri ve bu nedenle ciddi kayıplara uğradıkları gözlemlenmektedir. Bu konuda, firmalarımızın seyahat öncesinde Ticaret Müşavirliğimizle irtibata geçmeleri mümkündür.

Döviz değişimi. Ülkedeki uluslararası havaalanlarında ve hızlı ve kolay yapılabilmektedir. Bankalarda döviz değişimi işlemi her bankada yapılmamakta ve bu işlemin yapıldığı bankalarda kendilerine verilen her banknotu kaydedilmesi nedeniyle bu işlem için diğerine göre daha fazla zaman ayırmak gerekmektedir.

Rapor hazırlama tarihi: 11.09.2020